Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine.

Benjamin Taunay

▶ **To cite this version:**

Benjamin Taunay. Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine.. Géographie. Université de La Rochelle, 2009. Français. NNT : . tel-00538154

HAL Id: tel-00538154
https://theses.hal.science/tel-00538154

Submitted on 22 Nov 2010

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.

Université de La Rochelle

Ecole doctorale Sciences pour l'environnement et le développement durable

UMR 6250 LIENSs (Littoral, Environnement et Sociétés)

THÈSE

Pour obtenir le grade de
Docteur en Géographie de l'Université de la Rochelle

Présentée et soutenue publiquement le 27 novembre 2009 par :

Benjamin TAUNAY

Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine.

Jury :
M. Patrice COSAERT (Directeur), Professeur émérite à l'Université de la Rochelle
M. Philippe DUHAMEL (examinateur), Professeur à l'Université d'Angers
M. Richard MAIRE (Rapporteur), Directeur de recherche au CNRS
Mme Isabelle SACAREAU (Directrice), Professeur à l'Université de Bordeaux III
M. Thierry SANJUAN (Examinateur), Professeur à l'Université de Paris 1
M. Philippe VIOLIER (Rapporteur), Professeur à l'Université d'Angers

Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine.

Benjamin TAUNAY

2009

À mes deux pères, Alain Domon et Jacques Taunay

Remerciements

Nombreuses sont les personnes qui m'ont accompagnées tout au long de l'aventure humaine qu'ont été ces cinq années de recherche. Certaines m'ont financé, d'autres m'ont encouragé à persévérer quand je doutais de mon travail, d'autres encore m'ont épaulé dans les moments difficiles. Sans eux, cette thèse n'aurait pas abouti, et ce travail est donc aussi le leur. C'est pourquoi je tiens ici à remercier :

Mes directeurs de recherche, Patrice Cosaert et Isabelle Sacareau, qui ont toujours pris le temps d'écouter mes difficultés, d'y répondre, sans perdre leur sourire, et sans jamais se lasser. Je remercie Patrice Cosaert de m'avoir accompagné, encouragé et toujours soutenu, depuis la conclusion de mon DEA jusqu'au terme du présent travail. Je lui dois énormément, pour m'avoir sans cesse incité à approfondir mes études de terrain, tout en replaçant systématiquement celles-ci dans des cadres plus généraux issus de sa fine connaissance de l'Asie orientale. Je remercie Isabelle Sacareau de m'avoir suivi depuis la Maîtrise, lorsque je m'aventurais dans le village de *Hitou* en Casamance, jusqu'à ma rencontre avec le merveilleux continent chinois, en passant par mes interrogations théoriques sur les îles indonésiennes de *Kangean*, en DEA. C'est à Isabelle que je dois mes premiers pas en recherche, un soutien inflexible dans n'importe quelle situation, et une amitié que j'espère encore très longue.

Je rends ensuite hommage à l'ensemble de mes enseignants, rencontrés au cours de mon cursus à l'Université de la Rochelle, de la Licence au Doctorat. Merci tout particulièrement à Luc Vacher, à Didier Vye, à Michel Vrac, à Véronique André, ainsi qu'à Michel Pouyllau. Ma reconnaissance va aussi à Pascal Brunello, cartographe dans cette même Université, pour le temps qu'il a aimablement consacré à embellir et rendre plus claires mes cartes, et tout simplement les bons moments passés ensemble.

A l'Université de la Rochelle encore, je remercie mes camarades doctorants, pour la plupart maintenant docteurs, ou amenés à le devenir sous peu. En particulier Bertrand Cozic, Eric Loubaud, Nicolas Grembo, Jean-Philippe Plez et Brice Martinetti, avec qui j'ai noué de sincères amitiés, précieuses, et que je souhaite protéger encore très longtemps.

J'ai une dette envers les chercheurs qui m'ont guidé en parallèle de mes directeurs : Martine Raibaud qui, à la Rochelle personnellement, comme en Chine avec ses réseaux, m'a

apporté un grand soutien. Je remercie également Thierry Sanjuan, pour avoir accepté de me rencontrer par deux fois, pour m'avoir conseillé, et pour avoir accepté de participer à ma soutenance. Je remercie aussi Richard Maire, pour m'avoir encouragé à écrire des articles, et pour m'avoir aidé à participer à différents colloques ; Philippe Violier, qui m'a fait confiance en m'attribuant des charges d'enseignement alors que mon travail n'était pas encore achevé, et qui a toujours pris du temps pour répondre à mes questions depuis que j'habite à Angers. Merci aussi à Philippe Duhamel pour ses conseils précieux et pour avoir accepté de participer à mon jury de thèse, et à Pierre-Henry de Bruyn, pour ses conseils avisés.

Je remercie avec respect mes relecteurs, en particulier Michel Cozic, Laurence Muhlheim et Sébastien Jacquot. Le premier a spontanément proposé de me relire, et l'a fait avec rigueur, précision, et rapidité. Je ne saurais jamais assez le remercier. La deuxième, rencontré à Guilin en 2006, m'a soutenu dans les moments de doute, m'a guidé lorsque je m'égarais, et m'a en plus donné le goût de l'écriture. Je lui souhaite à son tour de soutenir bientôt sa thèse, et je serai là pour l'y aider. Le dernier a effectué une relecture très précise du chapitre sept, y apportant son regard de spécialiste de la question.

Sans argent, pas de travail de Doctorat, et c'est pourquoi j'exprime ici ma dette envers la CDA de la Rochelle pour la bourse généreusement octroyée pendant mes trois premières années de recherche ; je suis également reconnaissant à l'Université de la Rochelle, en particulier l'équipe OTELO et l'équipe LIENSs, qui m'ont successivement apporté leurs aides pour financer des déplacements sur le terrain, des participations à des colloques, et j'en oublie. Le travail des secrétaires de chacune de ces équipes a été merveilleux, à l'image de leurs sourires. Merci donc à Françoise et Laetitia. Merci aussi à Brigitte Hudelaine, grande personnalité de l'Ecole Doctorale rochelaise, qui, avec son grand cœur, m'a toujours sorti de situations pas faciles, et a toujours pallié mes nombreux oublis.

En Chine, la liste des personnes qui m'ont accompagné, encouragé, aidé, est très longue, et je m'excuse tout d'abord de ne pouvoir les remercier toutes, et d'en oublier certaines. Je n'oublie cependant pas Mme Pinot, Lectrice de Français à l'Université des minorités à Nanning, qui, grâce à son impressionnante connaissance de la Chine et à son esprit vif, ainsi que par son grand amour désintéressé pour autrui, m'a ouvert de nombreuses portes, administratives comme intellectuelles. Renaud Bouret, ensuite, pour son aide si précieuse sur le terrain, par respect pour son œuvre, ainsi que pour notre amitié, est une personne que je remercie avec sincérité.

A Nanning, je n'oublierai jamais mes amis Adrien Cavey et Pierre Zolghadri. Sans eux, mes séjours dans la région du Guangxi auraient été bien mornes et, surtout, je n'aurais

jamais rencontré des amis formidables, auxquels je tiens beaucoup. Sur la route, je remercie ensuite Sandrine, rencontrée à Ping'An, Charles et Dengqing rencontrés à Guilin, avec qui j'ai parcouru des espaces isolés, magnifiques, et dont le souvenir reste attaché à leur présence.

A Beihai et Guilin, nombreuses sont aussi les personnes à avoir participé à la réussite de cette recherche. Il s'agit de Christine, de Li Jiajing, de Jerry, de Xin Yue, de Chen Chuang, de Xiao Ying, et de tellement d'autres amis avec qui je communique le plus régulièrement possible. Leur connaissance du terrain et l'ouverture de leurs réseaux m'a considérablement facilité le travail une fois sur le terrain.

D'ailleurs, comment oublier Liu Yong, responsable de deux auberges de jeunesse, à Guilin et à Yangshuo, qui, au fur et à mesure de mes voyages successifs dans la région de Guilin, est devenu un ami sincère et dévoué. Sans lui, sans son influence à Guilin, Beihai, mais aussi Nanning, ce travail n'aurait pas pu être mené à bien. Un grand et sincère Merci.

Je remercie enfin mes amis d'enfance, Yves-Marie, Pierre, Johan, Mickael, Xavier, et tous les autres, pour avoir compris mes longues absences. Je leur souhaite beaucoup de réussite et de bonheur.

Surtout, je remercie ma famille, pour son soutien indéfectible, pour l'amour qu'elle me porte, et pour tout ce qu'elle m'a donné. Merci à ma mère, à ma grand-mère, à Daniel, à mon frère et mes sœurs, ainsi qu'à mes parents chinois, qui ont tous supporté mes absences, mes humeurs une fois de retour, mes découragements, et tout ce qui fait le quotidien d'un apprenti-chercheur.

Merci enfin à mon épouse, rencontrée à Guilin, et qui partage ma vie depuis maintenant trois ans. Merci Yifang, de tout mon cœur.

Sommaire

Remerciements
Sommaire

Introduction générale
1-*Thématique*. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène méconnu
2-*Concepts utilisés*. Les pratiques et les lieux du tourisme intérieur chinois
3-*Contexte spatial*. Le Sud-Ouest chinois, son développement et le tourisme
4-*Terrains*. La région autonome *Zhuang* du Guangxi et le Guizhou

***Partie I*. Le tourisme intérieur chinois : état des lieux**

***Chapitre 1*. Le tourisme intérieur domine le tourisme en Chine**
1. L'apparition au plan touristique de la Chine
2. Le tourisme intérieur domine le marché chinois
***Chapitre 2*. Le tourisme intérieur chinois, un « autre » tourisme ?**
1. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène aux fondements anciens
2. La modernité chinoise, fondement du tourisme intérieur chinois ?
3. De nouvelles formes de tourisme, plus individuelles ?
***Chapitre 3*. L'important rôle de l'Etat dans les mises en tourisme**
1. L'argument des paysages (*Shanshui*), pour la mise en tourisme de Guilin
2. La mise en tourisme de Beihai pour développer un littoral marginal

***Partie II*. Les pratiques spatiales des touristes intérieurs chinois**

***Chapitre 4*. Les générations de touristes intérieurs chinois**
1. Les caractéristiques d'un voyage réussi
2. Les pratiques du tourisme intérieur : lieux communs

***Chapitre 5*. Les modalités de la contemplation et de la découverte de la nature**

1. Les modalités de la découverte et de la contemplation des paysages

2. Les pratiques de la Nature des touristes plus « individuels »

***Chapitre 6*. Les pratiques urbaines : Modernité, Entertainment, Sociabilité**

1. Les pratiques urbaines, entre désir de modernité et « entertainment »

2. Les pratiques de la plage urbaine à Beihai : l'importance de la sociabilité

***Partie III*. Le tourisme intérieur, outil de développement**

***Chapitre 7*. Des lieux touristiques fortement aménagés**

1. L'hébergement de touristes de plus en plus nombreux

2. Mettre en scène les pratiques de découverte

3. Favoriser la pratique du shopping

***Chapitre 8*. Tourisme intérieur et extension urbaine**

1. Des villes qui s'étendent et rejettent leurs habitants en périphérie

2. Les transformations de la périphérie de Guilin

3. Les projets d'extension de Beihai

***Chapitre 9*. La diffusion spatiale du tourisme intérieur à l'échelle régionale**

1. Yangshuo, une ancienne périphérie au cœur de nouvelles dynamiques touristiques

2. De nouvelles périphéries touristiques apparaissent

Conclusion générale

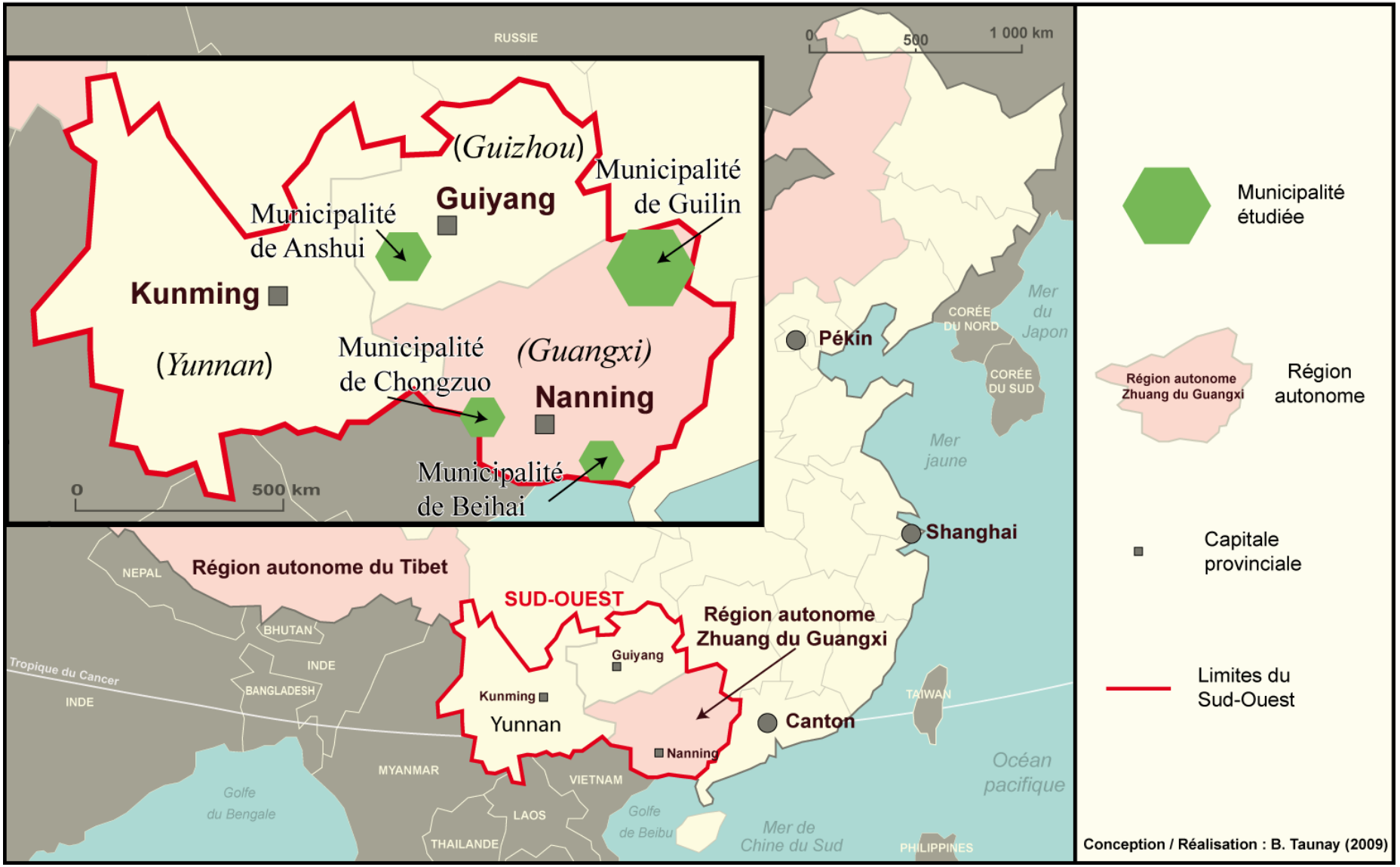
Bibliographie

Table des documents

Table des annexes

Table des matières

Carte de présentation. Les lieux étudiés dans le Sud-Ouest chinois



Introduction générale

« *Le paysage n'existe qu'en relation, dans un milieu qui n'est lui-même que relation. Il n'est pas « physique », il naît du regard, de la relation entre ce qui est « regardé » et le « regardant », qui le « regarde ».* »
Augustin Berque, 1997[1].

Depuis le 1er septembre 2004, date à laquelle les premiers groupes de touristes chinois autorisés à se rendre France sont arrivés à Paris, il n'est plus possible de douter de l'actuelle métamorphose économique de la Chine. Ce grand pays, longtemps resté à l'écart des logiques du système-Monde, s'est ainsi « éveillé » (Alain Peyrefitte, 1973 et 1997)[2]. Les moyens financiers de ses habitants ont considérablement augmenté, au point que les touristes chinois à Paris dépensent maintenant plus que les Américains ou que les Japonais. Pourtant, ceux qui espéraient faire affaire avec cette nouvelle clientèle fraîchement débarquée se retrouvent fréquemment piégés en raison de leur incompréhension des pratiques sociales et spatiales chinoises ; ces dernières égratignant souvent les canons esthétiques des sociétés d'accueil. Il en résulte qu'à Paris, par exemple, ce sont d'abord les entrepreneurs chinois qui s'occupent de la gestion du tourisme des Chinois.

Une « autre » conception du monde

Ce constat résulte peut être d'une différence de regard sur le monde. Comme beaucoup de sinologues se sont attachés à le démontrer, la dissemblance des civilisations chinoise et européenne s'étend à de multiples aspects, jusqu'à presque suggérer leur rivalité ; notamment parce qu'il « *s'agit là d'une civilisation aussi élaborée, textualisée, commentée que la nôtre* » (François Jullien, 2004 ; p. 6)[3]. Sans faire d'orientalisme[4], l'évidence que l'Asie orientale en général et la Chine en particulier abordent philosophiquement de manière différente le rapport à l'espace et au temps, s'avère une vaine redite. Marcel Granet l'avait, en son temps, magistralement montré, emboîtant le pas des sinologues-missionnaires anglo-saxons du XIXe

[1] Entretien avec Augustin Berque, réalisé par Thierry Paquot, le 03 janvier 1997, Paris [en ligne]
URL : http://urbanisme.univ-paris12.fr/1134762264798/0/fiche___article/&RH=URBA_1Paroles
[2] Qui aurait lui-même emprunté le titre de son livre à la prédiction de Napoléon Bonaparte : « quand la Chine s'éveillera, le Monde tremblera ».
[3] Questions Internationales (2004) *La Chine*, La Documentation Française, n° 6, p. 4-7.
[4] En référence à l'ouvrage de Edward Saïd, (2005) *L'orientalisme*, Editions du Seuil, 422 p. (1ère édition : 1978)

siècle, par la parution de son ouvrage sur « la pensée chinoise »[5] en 1934, couronnement de sa carrière.

Quelques exemples glanés dans le contexte politique ou philosophique laissent présager la mesure de cette différenciation. Tout d'abord, la Chine a « *pensé le pouvoir et non le droit, ni non plus la liberté ; elle oscille entre une conception morale (confucéenne) et la soumission à l'Etat procédant du dispositif d'autorité* » (Jullien, 2004 ; p. 4)[6] Ensuite, la Chine n'a pas pensé sa voie comme celle « *qui mène à* », c'est à dire le concept de finalité que l'Europe a développé au sens de « progrès ». La Chine a elle, au contraire, pensé en terme de « *viabilité : la voie, c'est par où ça passe, continue de passer. Un processus en lui-même n'est pas finalisé puisqu'il n'a d'autre fin que son renouvellement.* » Les Chinois pensent ainsi qu'il « *convient de laisser l'effet advenir, et non de forcer l'événement ; ce qu'on peut appeler l'efficience* » (Ibid. p. 5).

Pour Anne Cheng, autre figure importante de la recherche sur la pensée chinoise, la Chine a « *une tradition plus cumulative que dialectique* »[7], ce qui correspond à la morale confucéenne : « j*e transmets sans rien créer de nouveau* » (Confucius, « Entretiens » VII, 1). Ainsi, « *Au lieu de s'appuyer sur des constructions intellectuelles, les penseurs chinois partent des signes écrits eux-mêmes. […] Quand un auteur chinois parle de « nature », il pense au caractère écrit* 性情 *- composé de l'élément* 生 *qui désigne ce qui naît ou ce qui vit, et du radical cœur/esprit (*心*) – lequel infléchit sa réflexion sur la nature, humaine en particulier, dans un sens vitaliste*» (Ibid.).

Le tourisme intérieur chinois

Les Chinois auraient ainsi une « autre » manière de penser et l'on pourrait supposer que cette « différence » de représentations concoure à pratiquer différemment le tourisme ; que les Chinois d'outre-mer sauraient seuls répondre aux attentes des touristes chinois qui voyagent au-delà des frontières de leur pays. La réalité est en fait plus complexe[8], d'autant que ce phénomène est récent, apparu au milieu des années 1990.

En considérant de manière plus large le tourisme chinois, il apparaît également un autre phénomène touristique, moins médiatisé mais tout aussi important : c'est le tourisme des

[5] Granet M., (1999) *La pensée chinoise*, Albin Michel, 569 p. (1ère édition : 1934)
[6] C'est pourquoi le « *Parti Communiste Chinois (PCC) joue le rôle centralisateur de maintien de l'ordre […] permettant un fonctionnement relativement unifié et cohérent du monde économique et social* » (Ibid. p. 4).
[7] Cheng A., (1997) *Histoire de la pensée chinoise*, Editions du Seuil, Lonrai. 720 p.
[8] En fait, les professionnels travaillant sur ce marché constatent que c'est surtout la guerre des prix qui dicte ce monopole des entreprises chinoises. Par différents moyens, les Chinois installés à Paris arrivent à proposer des prix plus bas que leurs concurrents. Le lien ancien avec différentes agences touristiques implantées directement en Chine est également un « atout ».

Chinois du continent (Hong Kong, Macao et Taiwan exclus) au sein de leur pays ; ce que nous qualifierons ici de « tourisme intérieur chinois » (*Infra*). Numériquement, cette forme de tourisme atteint des proportions considérables. Même si le nombre exact de ces touristes reste très approximatif (le gouvernement chinois estime le chiffre à 1,6 milliard de déplacements touristiques, mais le chiffre réel est sûrement beaucoup moins élevé, aux alentours de 300 millions d'individus en 2007[9]), nous sommes ici en présence d'un phénomène encore très peu étudié et conceptualisé (voir l'analyse bibliographique plus bas).

Depuis quand le phénomène existe-t-il ? Quels sont les principaux acteurs de ce marché ? Qui sont les touristes intérieurs chinois ? Que fait cette population touristique une fois dans les lieux d'accueil ? Quels sont d'ailleurs les lieux privilégiés par ces touristes ? Ces nombreuses questions, et tant d'autres, demeurent encore aujourd'hui au stade d'interrogations très superficiellement effleurés par la recherche sur le tourisme.

La première civilisation paysagère

D'un point de vue plus géographique[10], une question générale sur le tourisme intérieur chinois pourrait concerner son rapport à l'espace, aux lieux visités. En replaçant cette interrogation dans le contexte de la civilisation chinoise, de nouvelles perspectives émergent, concernant notamment le regard de la société chinoise sur son environnement, regard sans doute déterminant sur la manière de savourer son voyage lorsqu'on est issu de la première civilisation « paysagère » au monde[11]. C'est aussi dire que, dans l'espace culturel chinois, nous sommes en présence des spécificités suivantes :

1. l'usage d'un ou plusieurs mots pour dire « paysage »
2. Une littérature (orale ou écrite) décrivant des paysages ou chantant leur beauté
3. Des représentations picturales de paysages
4. Des représentations jardinières, traduisant une appréciation proprement esthétique de la nature (il ne s'agit donc aucunement de jardin de subsistance)[12].

Il y a donc indubitablement dans la civilisation chinoise un regard particulier sur la Nature et sur les phénomènes naturels. La montagne est par exemple un élément fondamental

[9] Voir le site officiel du tourisme en Chine : en.cnta.gov.cn Voir également les chapitres 1 et 2 pour respectivement des chiffres sur le tourisme intérieur et sur les touristes intérieurs.
[10] Etant donné que la question de l'existence d'une « science du tourisme » reste encore à prouver, le tourisme n'est toujours pas une discipline en soi, mais bien un fait que différentes disciplines cherchent à comprendre. Voir : Violier P. et al, (2008-d) *Que serait l'objet d'une « science du tourisme » ?*, Téoros, Volume 27, n° 1, p. 7-13.
[11] L'apparition de la conception paysagère en Chine se situe à l'époque des Han (206 av. J.-C.-220 apr. J.-C.). Toutes les civilisations ne sont pas paysagères (cf. notre citation liminaire).
[12] Berque A., (1995) *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèse*, Hazan, 192 p.

de la conception paysagère chinoise : l'un des deux termes les plus usités pour désigner le paysage en Chine est le mot *shanshui* (qui est la juxtaposition de deux caractères - *shan* et *shui* - signifiant littéralement « les montagnes et les eaux »)[13]. D'autres termes tels que *fengjing* (« vent et scène »), rendent plutôt compte de l'ambiance du paysage ; *guangjing* ou *jingxiang* insistent eux plus sur la luminosité du paysage ou sur ses formes. Le terme *shanshui* est cependant central car il renvoie au mythe de la montagne taoïste, à l'esthétisation de la montagne, c'est pourquoi les peintures de paysage représentant des montagnes sont si nombreuses[14] (illustration 1).

Illustration 1. Paysages dans la province de l'Anhui

Source : Guo C., (2002)[15].

L'esthétisation du paysage

Cette esthétisation des paysages de montagne et d'eau a conduit depuis l'époque classique (la période impériale), à leur transposition, notamment picturale. La manière de transposer sur un tableau des « paysages » repose toutefois sur d'autres canons esthétiques que ceux des sociétés occidentales, et les objectifs visés des peintres divergent. Il y a une

[13] 山水

[14] Il existe une quantité impressionnante de termes et de synonymes pour parler du paysage : « *à titre d'exemple, une nuance au niveau de la luminosité paysagère peut s'exprimer par les mots fengguang et guangjing, de l'attrait par fengzhi et jingse, des formes par jingxiang, etc.* » [Tremblay D., (2007) *Concept de paysage en Asie et imaginaire associé à son territoire*, cinquième Workshop_atelier/terrain de l'Université de Montréal, Ganghwa (Corée du Sud), 17 p.
[en ligne] URL : http://www.unesco-paysage.umontreal.ca/travaux_ganghwa/Litterature_ConceptPaysage.pdf

[15] Guo C., (2002) *Rongbaozhai huapu*. *Shanshui bufen* (Album de peintures de Rongbaozhai. Volume du paysage), Rongbaozhai chubanshe, Pékin, 42 p.

façon de peindre un paysage et il y a une façon de le regarder, qui n'est pas sans « influencer » la manière de pratiquer le tourisme et de se « fondre » dans le paysage. S'ensuivent maintes variations et différences que l'ont peut répertorier entre les pratiques touristiques chinoises et celles des touristes internationaux.

Ainsi, la peinture chinoise de paysage n'est pas une « simple » image enfermée dans un cadre. L'objectif de la peinture est, depuis l'époque classique, de saisir et de représenter le paysage en tant qu'être avec ses changements, ses passages d'un état à un autre ; par exemple, comment la brume le fait apparaître sous des formes différentes. Une peinture de paysage est censée représenter des changements, des évolutions, des transformations : en quelques secondes, on peut ne plus voir que du gris, et à nouveau entrapercevoir la forme d'une maison, ou celle d'un visiteur éloigné dans la montagne. Pas de ligne de fuite du regard ici, seules des ombres troubles qui s'évanouissent sur le fond blanc de la brume.

La brume modifie en effet constamment la forme des montagnes et des rochers : c'est pourquoi elle est si présente dans les peintures chinoises. Elle octroie au paysage un rythme lent, une évolution presque hypnotique. C'est ce que reproduit le peintre chinois qui « *saisit le monde dans son essentielle transition* »[16]. Les peintures chinoises, contrairement aux peintures occidentales, ne supportent pas la rigidité d'un cadre : elles se déroulent, un peu comme on ouvre un livre, apparaissent progressivement, ne se donnent à voir que partiellement. On s'y promène un instant, puis on referme le rouleau. La distance idéale pour apprécier ces œuvres n'est pas celle qui permet de les embrasser en entier, il faut au contraire saisir les arbres, temples ou individus qui apparaissent et disparaissent, scandant l'ascension de notre regard dans le paysage[17].

Le tourisme intérieur dans une civilisation paysagère

Toutes ces considérations[18], qui pourraient apparaître éloignées d'un sujet sur le tourisme, ne sont pourtant pas anecdotiques. L'orientation du regard chinois sur le paysage suggère, à travers ce court commentaire sur les œuvres artistiques, un rapport singulier à l'espace que nous ne pouvons faire l'économie d'interroger. En effet, le paysage (de manière générale), « *n'existe pas en lui-même comme quelconque morphologie, il n'existe qu'avec le*

[16] Jullien F., (2003) *La grande image n'a pas de forme*, Editions du Seuil, Paris, 352 p.
[17] Sur l'esthétique chinoise de manière plus générale, voir : Hu-Sterk F., (2004) *La Beauté autrement. Introduction à l'esthétique chinoise*, Editions You-Feng, Paris, 225 p.
[18] Pour une analyse récente de la pensée en Chine aujourd'hui, un autre ouvrage dirigé par Anne Cheng est indispensable : Cheng A., (2007) *La pensée en Chine aujourd'hui*, Gallimard, 478 p.

regard de celui qui sait le reconnaître ». (Augustin Berque, 1997) [19], et il peut donc parfaitement être dissemblable selon les différentes populations. Les touristes occidentaux et les touristes intérieurs, se retrouvant sur le même lieu, développeront des habitudes liées à l'espace et à l'environnement notoirement divergentes, parce que leur « lecture » spatiale se fonde sur des représentations différentes : « *chaque société, selon les époques, produit son propre rapport à l'environnement et ce rapport n'est pas toujours du paysage. Le mot « paysage » n'existe effectivement pas partout ni depuis toujours…* » (Ibid.).

Ce thème général des différences de pratiques touristiques dans un même lieu, voire dans des lieux exclusivement fréquentés par des touristes intérieurs est récent, Isabelle Sacareau ayant produit la première publication majeure sur ce thème en 2006[20]. Les pays du Sud ont produit des pratiques touristiques jusque là encore ignorées. L'esthétique des touristes, leur rapport au corps, leur pratique du shopping et bien d'autres comportements constituent ainsi un champ de recherche qui s'ouvre et s'annonce passionnant. Sur ce thème, dans le cas de la Chine, presque tout reste à faire.

Dans cette thèse, nous souhaitons donc aborder la question des pratiques touristiques intérieures chinoises en nous appuyant principalement sur l'écart observé entre touristes intérieurs et touristes internationaux (différences qui interrogent les modèles établis à partir des sociétés occidentales)[21], mais aussi les enjeux géographiques de ces dissemblances (les transformations, aménagements et extensions urbaines, également la diffusion géographique du tourisme intérieur).

[19] Entretien avec Augustin Berque, réalisé par Thierry Paquot, le 03 janvier 1997, Paris [en ligne]
URL : http://urbanisme.univ-paris12.fr/1134762264798/0/fiche___article/&RH=URBA_1Paroles

[20] Sacareau I., (2006) *Tourismes et sociétés en développement : une approche géographique appliquée aux montagnes et aux sociétés du Sud*, Habilitation à Diriger des recherches, Université Paris 1 (Direction : Rémy Knafou), volume 3, 385 p. Voir la partie bibliographique de cette introduction pour une analyse des idées développées par l'auteur dans cet inédit scientifique.

[21] Nous le verrons plus loin (cf. chapitre 2), il aurait été intéressant de faire des parallèles avec les pratiques des touristes intérieurs d'autres pays asiatiques. Cependant, les pratiques touristiques dans ces pays restent assez peu documentées.

1-Thématique. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène méconnu

Un détour abordant les connaissances actuelles sur le tourisme intérieur, et plus particulièrement le tourisme chinois, nous permettra de faire un rapide inventaire des principaux auteurs ayant apporté leur contribution à ces phénomènes encore inexplorés, ainsi que de faire le point sur les méthodes employées pour aborder ces réalités complexes.

1-1. Le tourisme intérieur

1-1-1. Le tourisme intérieur, concept « émergent »

Il est très difficile de trouver des études spécialisées traitant spécifiquement du tourisme intérieur dans les pays dits du Nord. Au mieux, le phénomène fait l'objet de quelques pages dans les différentes études et ouvrages. La première raison en est assez simple, comme l'explique J-C Gay à propose de l'outre-mer français : « *c'est une population qui échappe largement aux statistiques, car ne fréquentant pas les hébergements commerciaux et empruntant les moyens de transport collectif* » (p. 48)[22].

Concernant les pays du Sud, beaucoup d'auteurs du Nord ne réalisent qu'avec réserve la réalité d'un tourisme intérieur circonscrit à ces espaces (souvent pauvres). L'attention portée aux flux du tourisme international vers le Sud est prépondérante sur la prise en compte des flux du tourisme intérieur dans ces espaces « périphériques ». En 1989, Georges Cazes présume que le tourisme intérieur dans les Suds est négligeable : « o*n verra par la suite que la relative faiblesse des mouvements touristiques nationaux […], dans le monde en voie de développement autorisait, de toute façon, ce choix* (réduire son étude au seul tourisme international) » (p. 9)[23].

Si Cazes pouvait en son temps se tromper, 20 ans plus tard il est impossible de nier l'existence du tourisme intérieur dans les pays du « Sud » : l'exemple éminent du Maroc, analysé par Mohamed Berriane au début des années 1990[24], augure le tournant insolite et novateur des pratiques touristiques du Sud. L'équipe MIT[25] au début des années 2000

[22] Gay, J-C., (2003) *L'outre-mer français, un espace singulier*, Belin, Paris, 2003, 222 p.
[23] Cazes G., (1989) *Les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du Tiers-monde*, L'Harmattan, Paris, 335 p.
[24] Berriane, M., (1992) *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc (étude géographique)*, Université de Tours (Directeur : Jean-François Troin), Série Thèses et mémoires n° 16, 725 p.
[25] MIT : Mobilités, Itinéraires, Territoires.

souligne également ce phénomène : « *s'il n'est pas toujours visible à l'échelle internationale, il existe un tourisme national important (en Chine, en Inde, au Brésil, au Mexique, au Maroc, etc.), en plein développement. […] A mesure que le niveau de vie de ces pays progresse, les déplacements touristiques se densifient : les élites perdent leurs privilèges face aux classes supérieures montantes qui entraînent dans leur sillage les nouvelles classes moyennes aux équilibres souvent précaires mais fières de s'afficher dans le champ de ces pratiques jusqu'alors réservées à quelques-uns* » (Equipe MIT, 2002 ; p. 203)[26].

1-1-2. Un concept peu documenté

Dans les pays du Nord, faire des recherches sur le tourisme paraît pour beaucoup entaché d'un manque de sérieux (Equipe MIT, 2002). Le tourisme représente ainsi un « *thème de recherche encore relativement marginal, considéré comme peu sérieux, voire suspect* » (Raymond, 2004 ; p. 7)[27]. Que dire alors des pays du Sud où « *rares sont les chercheurs qui osent s'intéresser à un thème considéré comme superficiel, et encore plus rares sont ceux qui arrivent à s'extraire de la problématique des impacts* » (Ibid. ; p. 7). De plus, dans les pays du Sud, la connaissance sur le tourisme intérieur est très limitée, « *du fait notamment du peu d'intérêt des Etats vis-à-vis de ces flux, les administrations préférant centrer leurs efforts sur les touristes étrangers porteurs de devises*. »[28]

Ainsi, les rares articles disponibles sur le tourisme intérieur sont plutôt le fait de chercheurs vernaculaires qui s'intéressent non pas à l'activité humaine s'exprimant dans l'espace géographique, mais qui considèrent au contraire le tourisme comme une activité susceptible de rapporter des recettes à l'Etat (auquel ces études sont pour la plupart destinées). Le caractère économique et statistique de ces études, très prononcé, jouxte les considérations de « potentiel » et de « ressources », également omniprésentes.

1-1-3. Les informations disponibles

Il est probable que le tourisme intérieur ait posé ses fondements avant le tourisme international, comme c'est le cas à Acapulco : « *ici, les « Chilanyos » (habitants de Mexico) furent les premiers touristes* (vers les années 1920), *privilégiant tout d'abord les pensions familiales rudimentaires dans le Zocalo (zone autour du fort).* »[29] Deux articles parus en 2004

[26] Equipe MIT, (2002) *Tourismes 1. Lieux communs*, Belin, Collection Mappemonde, Paris, 320 p.
[27] Raymond, N., (2004) *Touristes et tourisme*, TRACE (publications du CEMCA), n° 45, p. 7-10 (Prologue).
[28] Equipe MIT, op. cit., p. 203.
[29] Commentaire du mémoire de maîtrise de Favier S., (2000) *L'évolution d'un lieu touristique : Acapulco (Mexique). L'impact de la montée actuelle de la fréquentation nationale sur la centralité*, Mémoire de Maîtrise

relatant également des cas de l'Amérique latine, postulent la relative ancienneté du phénomène[30].

Au sein d'un même pays, et comparé au tourisme international, le tourisme intérieur peut ensuite emprunter des réseaux (sociaux et spatiaux) disparates. C'est ce que souligne par exemple Christine Cabasset dans sa thèse de géographie (2000) : les touristes intérieurs (en Indonésie), empruntent des « *itinéraires conditionnés par un réseau familial et utilisant des petits hôtels et restaurants locaux, que les touristes étrangers ne fréquentent pas* » (p. 128)[31]. Nathalie Raymond abonde en ce sens et va plus loin dans le cas du Pérou. A Cuzco, elle constate notamment que les temps passés sur les lieux touristiques sont plus longs pour les touristes intérieurs. Elle constate également que dans les lieux fréquentés par les touristes intérieurs et les touristes internationaux, les éléments contemplés ne sont pas les mêmes[32].

Les informations disponibles sont malheureusement encore peu nombreuses car, comme dans l'exemple de l'Amérique latine, il serait nécessaire de « *jeter des ponts entre des recherches sur le tourisme qui ignorent trop les potentiels du terrain latino-américain et des recherches sur l'Amérique latine qui ignorent trop l'éclairage que pourrait apporter l'étude du tourisme.* »[33]

1-1-4. Qu'est-ce alors que le tourisme intérieur ?

Au-delà de cette méconnaissance, la formulation d'une hypothèse non dénuée d'intérêt doit retenir notre attention : « c*e phénomène - l'accès au tourisme de populations non occidentales - est encore peu connu, notamment dans les pratiques mises en œuvre, mais on peut faire l'hypothèse que se combinent des formes d'imitation des modèles occidentaux et des formes inventées et d'avantage tributaires des cultures locales* »[34]. Il est néanmoins peu aisé de s'armer d'éléments conceptuels pour saisir les logiques du tourisme intérieur.

La seule recherche approfondie sur ce thème est celle d'Isabelle Sacareau qui, dans son HDR (op. cit.), apporte un éclairage sur l'accès au tourisme des sociétés en

(géographie), Université Paris 7-Denis Diderot ; dans Stock M. (Dir.), (2003) *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 304 p.

[30] Booth R., (2004) *La autosegregación estival y la construcción de la identidad social. Zapallar y Rocas de Santo Domingo en el proceso de la modernización del ocio en Chile (1892-1950)*, Trace (publications du CEMCA), n° 45, p. 81-92. / Pastoriza E. et Zuppa G., (2004) *La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del Plata (1886-1970)*, TRACE (publications du CEMCA), n° 45, p. 93-109.

[31] Cabasset C, (2000) *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ? la mise en scène touristique de la Nation*, Thèse de Doctorat en géographie, Université Paris IV, 366 p.

[32] Raymond, N., (2001) *Cuzco : du « nombril du monde » au cœur touristique du Pérou*, Cahiers des Amériques Latines, n° 37, p. 121-139.

[33] Raymond N., (2004), op. cit., p. 8.

[34] Equipe MIT, op. cit., p. 203.

développement. Son originalité consiste à inverser la proposition principale du modèle centre-périphérie, car les populations des pays du Sud sont également l'objet de mobilités dans le cadre touristique, et les pratiques qui s'ensuivent ne sont pas toujours de simples imitations de celles du Nord : « l'*enjeu est alors de saisir la nature des pratiques que ces touristes déploient. S'agit-il d'une simple imitation des pratiques des touristes occidentaux comme le suggère généralement la littérature sur le tourisme ? N'est-on pas plutôt en face d'un processus complexe d'appropriation et de réinterprétation des pratiques qui fondent le tourisme depuis 300 ans dans un contexte spatial, temporel et culturel nouveau ?* » (Sacareau, 2006 ; p. 21). Au contraire, même si le tourisme est une invention européenne, les lieux touristiques développés pour un tourisme vernaculaire déploient un éventail d'offres insoupçonnées dans certains pays émergents, comme par exemple en Iran (stations de ski).

Le tourisme intérieur en Inde expose un autre exemple particulièrement probant de cette différence conceptuelle et normative d'une esthétique paysagère : les touristes intérieurs n'ont souvent ni la même esthétique paysagère, ni le même rapport à la nature, ni le même rapport au corps, etc. que les touristes occidentaux. La civilisation indienne ne se décrit cependant pas comme une civilisation « paysagère » (à la différence de la Chine ; *Supra*). Des recherches plus approfondies devraient être entreprises, dans une perspective comparatiste, entre les pratiques touristiques vernaculaires de l'Inde et de la Chine, afin d'en mettre en exergue les similitudes et les différences. Le travail d'Isabelle Sacareau montre également que le tourisme réinvestit parfois d'anciens lieux coloniaux, des lieux que les touristes internationaux ne connaissent pas. Son ouvrage ouvre plus généralement une autre manière de lire le monde, notamment à partir des sociétés asiatiques qui permettent, selon ses propos, de « *nombreux questionnements sur les effets de rétroaction possibles d'une mondialisation qui s'effectuerait cette fois des Sud vers le Nord* » (p. 361)[35].

1-2. Le tourisme intérieur chinois

1-2-1. Le tourisme intérieur vu depuis la Chine

Bien qu'elles ne soient pas rarissimes, les études sur le tourisme intérieur publiées en Chine sont très souvent motivées par un objectif de planification et d'aménagement. Chaque ville touristique en Chine ou presque possède un institut de formation de guides touristiques

[35] Nous ne proposons pas ici de définition générale du tourisme intérieur, mais avançons « seulement » plus loin (cf. 2-*Concepts utilisés*), ce que nous considérons comme relevant du « tourisme intérieur chinois ».

(équivalent niveau IUT en France), institut dans lequel les enseignants chercheurs produisent une littérature spécialisée, certes abondante, mais à forte composante locale. Les aspects généraux du tourisme intérieur y sont rarement abordés. Cette recherche appliquée, passionnante et incontournable pour les études précises de terrain, est malheureusement inutilisable pour une recherche d'ordre général.

Il faut donc se tourner vers les plus grands centres chinois de recherche sur le tourisme, sis dans les villes de Hong Kong, de Canton et de Shanghai. Les publications y ont une portée plus vaste. Elles apparaissent et se développent surtout à partir du milieu des années 1990, quand le gouvernement commence réellement à encourager le tourisme intérieur (cf. chapitre 1)[36]. Les articles paraissent toutefois lentement entre 1995 et 2005, et peu d'articles sont réellement des articles de fond[37].

Un tournant des publications spécialisées au milieu des années 2000 peut être décelé, lorsque l'Université polytechnique de Hong Kong lança une revue entièrement destinée au tourisme en Chine, « *Journal of China Tourism Research* ». Cependant, depuis 2005, seuls trois articles ont été consacrés au tourisme intérieur (tous en 2008). Les thèmes en sont toutefois intéressants, le « tourisme rouge »[38] y étant abordé, ainsi que la pratique du shopping[39]. Le dernier analyse l'utilisation d'Internet pour les réservations liées au tourisme intérieur[40]. Bien que le dernier article soit plus « classique », les deux premiers visent des phénomènes nouveaux et méconnus.

Les principales études et articles publiés en langue chinoise sur le tourisme intérieur ont souvent par la suite été publiés dans des revues anglo-saxonnes[41]. Ces articles sont

[36] Avant 1995, nous n'avons recensé que deux études, publiées en 1992, toutes deux traitant de « l'industrie du tourisme intérieur » (*guonei lüyou ye* ; 国内旅游业). Ce ne sont que des compilations de chiffres officiels, qui n'ont donc d'intérêt que leur valeur « historique ».

[37] On notera cependant, dans le journal de géographie « *Dili xuebao* » (géographie chinoise ; 地理学报), un article (1997, numéro de février), sur le « les pratiques des touristes urbains » (*zhongguo chengshi jumin lüyou mudidi xuanze xingwei yanjiu* ; 中国城市居民旅游目的地选择行为研究).

[38] Li Y. et Hu Z., (2008) *Red tourism in China*, Journal of China Tourism Research, volume 4, n° 2, p. 156-171.

[39] Li M. et Cai L., (2008) *Souvenir Shopping Attitudes and Behavior Among Chinese Domestic Tourists: An Exploratory Study*, Journal of China tourism research, volume 4, n° 2, p. 189-204.

[40] Li L. et Buhalis D., (2008) *Influential Factors of Internet Users Booking Online in China's Domestic Tourism*, Journal of China tourism research, volume 4, n° 2, p. 172-188.

[41] Voir notamment cet article fondamental : Zhang W., (1997) *China's domestic tourism : impetus, development and trends*, Tourism Management, Volume 18, Issue 8, p. 565-571. Ce n'est qu'à partir de la fin des années 1980 que des facilités de déplacement ont été accordées aux Chinois à l'intérieur du pays. Avant, les déplacements touristiques internes n'étaient autorisés que pour les affaires, pour aller voir la famille, et pour des raisons liées aux études ou à la santé. L'auteur nous apprend également que, malgré ces restrictions, ceux dont le niveau de vie le permettait voyageaient officiellement pour des raisons d'affaires, officieusement pour du tourisme. Notamment les individus urbains des provinces littorales qui se développaient jusqu'alors. Cela a été selon lui le véritable début du tourisme intérieur en Chine. Une fois que le gouvernement central s'est « aperçu » de l'importance de ce tourisme, il s'est beaucoup penché sur lui, réalisant l'importance des recettes qu'il pouvait rapporter aux caisses de l'Etat, alors toujours en développement. Des infrastructures ont alors été mises en place

généralement le fruit de collaborations, à Shanghai et surtout Hong Kong[42], avec des chercheurs occidentaux. Depuis la fin des années 1990, les universitaires de Hong Kong spécialisés dans le tourisme publient de plus en plus d'articles sur le tourisme des Chinois du continent vers Hong Kong. Même si nous ne sommes pas certains que cela soit du tourisme « intérieur » (cf. chapitre 1), ces publications sont intéressantes pour comprendre les attentes et les pratiques des touristes chinois.

1-2-2. Des connaissances à partir d'ouvrages occidentaux

A partir du milieu des années 1990, quelques ouvrages occidentaux sur le thème du tourisme en Chine (uniquement en langue anglaise), sortent de la problématique des « impacts ». L'ouvrage « *Tourism in China : geographical, political, and economic perspectives* » (1995), synthèse du phénomène touristique en Chine effectuée par les meilleurs spécialistes anglo-saxons, allemands, et chinois (son titre recouvre d'ailleurs les différentes spécialités des auteurs), est l'aboutissement d'un travail de réflexion long de plusieurs années. Cependant, un seul chapitre, rédigé par l'Allemand E. Gormsen (« *Travel behavior and the impacts of domestic tourism in China* »), aborde le tourisme intérieur. Cet auteur a d'ailleurs dirigé la thèse d'un auteur chinois, Xu Gang, dont les travaux furent publiés en 1999 sous le titre « *tourisme et développement local, les cas de Guilin, Suzhou et Beidaihe* »[43]. Ce travail mérite d'être mentionné : bien qu'il ne traite pas exclusivement du tourisme intérieur, c'est la première thèse « chinoise » publiée en langue anglaise. L'auteur y traite du tourisme dans les trois villes citées ci-dessus (Guilin, Suzhou et Beidaihe) et apporte des informations très intéressantes sur les aménagements liés au tourisme effectuées dans les années 1980 et au début des années 1990. Xu Gang traite parallèlement du tourisme international et du tourisme intérieur, ce qui permet de mieux comprendre ces deux phénomènes en Chine à cette époque, même si l'analyse de données présente certains problèmes de validité[44].

Un autre ouvrage du collectif précédent (1995), paraît en 2002 sous le titre « le tourisme en Chine (« *Tourism in China* »). Publié sept ans après le premier ouvrage, son

---

pour que « puisse » se développer le tourisme intérieur. Voir les chapitres 1 et 2.

[42] Ceci a parfois donné lieu à des publications très tôt. Voir notamment : Wang T. et Ge L., (1985) *Domestic Tourism Development in China: A Regression Analysis,* Journal of Travel Research, volume 24, n° 2, p. 13-16. Voir également : Pilarski A., (1986) *Notes on Domestic Tourism Development in China*, Journal of Travel Research, volume 25, n° 2, p. 29-30. Notons que ces articles sont aujourd'hui précieux pour comprendre les formes du tourisme intérieur dans les années 1980. Voir à ce propos le chapitre 1.

[43] Xu G., (1999) *Tourism and local economic development in China, Case studies of* Guilin, Suzhou and Beidaihe, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 p.

[44] Ces « *problems of validity during the data analysis* », sont largement soulignés dans différentes revues du livre. Toutefois, ce livre est précieux pour notre étude, car il traite en partie de la ville de Guilin et nous en ferons donc usage dans les parties 2 et 3 de notre travail (chapitres 4 et 7 notamment).

ambition fut de s'atteler aux profonds changements du tourisme en Chine à la fin des années 1990 (notamment l'essor du tourisme intérieur). A ce jour, c'est l'ouvrage de synthèse le plus complet sur le tourisme en Chine, même si ses données statistiques commencent à ne plus être à jour[45]. Le chapitre à propos de l'évolution de la recherche sur le tourisme en Chine, dans les centres chinois (qui dépendent tous du gouvernement), est toutefois particulièrement instructif : il indique où chercher de l'information une fois sur le terrain. On y trouve notamment le conseil, appliqué aux chercheurs désireux de travailler sur la Chine, de produire leurs propres données, faute d'accès aux sources officielles, voire faute de données existantes[46].

1-2-3. Tourisme, modernité et affirmation de la nation chinoise

Le premier ouvrage à traiter uniquement du tourisme intérieur chinois est la thèse remaniée de Tim Oakes, travail intitulé « *Tourisme et modernité en Chine* »[47](1997). L'auteur, qui a mené un travail d'anthropologie dans plusieurs villages de la province du Guizhou, y explique le rôle du tourisme dans le développement de villages de minorités ethniques[48], et le lien entre la pratique du tourisme intérieur et la recherche de modernité qui lui est associée.

L'auteur développe l'idée que les touristes chinois recherchent des espaces qui ne sont pas forcément « authentiques », mais qui mettent en scène la vie des minorités. Les touristes intérieurs apprécient ainsi des lieux avec toutes les commodités disponibles, alors que les touristes internationaux (notamment occidentaux), recherchent des villages non transformés par et pour le tourisme. Les touristes intérieurs apprécient la modernité des lieux là où les Occidentaux sont sensibles à l'authenticité. L'auteur note d'ailleurs que la présence de touristes occidentaux dans un village est un marqueur de « l'authenticité » de celui-ci.

[45] D'autres auteurs, tels Krishna Ghimire, publient à la même époque des articles à visée économique. Voir ainsi le chapitre « *The economic role of national tourism in China* » (p. 86-108), publié dans l'ouvrage suivant : Ghimire K. (dir.) (2001), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, Eartscan, London, 224 p. Les raisons sociales qu'apporte cet auteur au phénomène de tourisme intérieur chinois sont toutefois très superficielles.

[46] C'est pour cette raison qu'au cours de ce travail nous essayerons d'avoir un certain recul par rapport aux données officielles. Nous tenterons notamment une analyse croisée de celles-ci (chapitre 1). Nous produisons également des données quantitatives d'ordre général sur les pratiques touristiques à Guilin (chapitre 4).

[47] Oakes T., (1997), *Tourism and Modernity in China,* Routledge, London and New York, 272 p.

[48] Geneviève Clastres a également publié un livre sur le tourisme au Guizhou. L'auteur, en tant que Guide touristique, a pu interroger des touristes occidentaux en visite dans la province. Son étude, moins poussée que celle de Tim Oakes, montre cependant le même phénomène de transformations des villages de minorités par le tourisme intérieur. Voir : Clastres G., (1998) *Tourismes ethniques en ombres chinoises. La province du Guizhou*, Tourismes et Sociétés, Paris, 222 p.

Du point de vue des habitants des villages étudiés, il constate également que les habitants (de la minorité Miao)[49], sont en recherche de modernité. Ils veulent accueillir de la meilleure manière possible les touristes chinois « Han » (la minorité nationale majoritaire, représentant plus de 92 % de la population), pour prouver à ces derniers qu'ils sont aussi modernes qu'eux[50]. Selon Tim Oakes, les touristes Han entretiennent un sentiment de supériorité lors de leur visite des villages où vivent des minorités nationales. Postulat que Arlt Wolfgang synthétise de la manière suivante : là où les « *touristes occidentaux voient avec envie le bon sauvage de Jean-Jacques Rousseau et sa perception à tort de l'authenticité, les touristes chinois voient des primitifs colorés* »[51].

1-2-4. La construction d'un patrimoine national

Un autre essai, le plus récent, est celui de Pal Nyíri, qui s'est intéressé au cas de la province du Sichuan. Le titre de son livre « *Les lieux touristiques. Le tourisme chinois, l'Etat et l'autorité culturelle* »[52], montre d'emblée que, même si l'auteur est anthropologue, il centre son approche sur la question des lieux et de leurs transformations. Pal Nyíri analyse en effet la construction des sites touristiques en Chine, mentionne le principal aménageur du pays (l'Etat), et développe les origines du tourisme intérieur en remontant aux pratiques pré-touristiques de visiteurs lettrés du 15ème siècle. Enfin, il établit la filiation entre les lieux visités à cette époque et les lieux visités aujourd'hui, filiation orchestrée par l'Etat[53] soucieux de contrôler à la fois le tourisme intérieur et les informations dispensées par les touristes (notamment par le biais des guides touristiques)[54].

---

[49] Voir le chapitre 2 pour une explication du terme de « minorité nationale ». Voir également la carte des minorités nationales, plus bas dans cette introduction (« 4-*Terrains* »). Voir enfin les annexes pour un tableau des principales familles ethnolinguistiques dans le Guangxi.

[50] Dans cette thèse, nous n'irons pas plus en avant sur la question du tourisme intérieur dans les villages de minorités. Notamment parce qu'une autre doctorante (inscrite en ethnologie à l'Université de Berkeley en Californie), travaille actuellement sur ce thème dans la province du Guangxi. Voir un des articles de cet auteur, sur le village de Ping'An : Chio J., (2006) *Getting bigger all the time : The internal expansion of China*, lors du colloque « Of Asian Origin, rethinking tourisme in contemporary Asia », à Singapour (7-9 septembre 2006). Voir également le chapitre 8 pour une analyse des transformations de ce village depuis l'arrivée du tourisme.

[51] «*Western tourists see with envy the jean-Jacques Rousseau in an Noble Savage and his-wrongly-perceived authenticity, Chinese tourists see colourful primitiveness* ». p. 52 In: Arlt W., (2006) *China's outbound tourism*, Routledge, Abingdon, 300 p.

[52] Nyíri P., (2006) *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington press, Seattle and London, 135 p.

[53] Cette filiation s'opère au début des années 1980 (cf. chapitre 2).

[54] L'auteur poursuit sa réflexion dans l'article suivant : Nyíri P., (2008) *Between encouragement and control : tourism, modernity and discipline in China*, **In** : Winter T., Chang T.C., Teo P. (Dir.), (2008) *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, Routledge, Londres, p. 153-169. Voir les chapitres 2 et 5 pour une analyse des pratiques des touristes qui partent de manière plus individuelle.

L'Etat est ainsi à l'origine d'un véritable « patrimoine national » fait de *Mingsheng*, des « paysages et des lieux célèbres ». Depuis la fin des années 1970, ces lieux sont référencés dans un registre des « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » aujourd'hui parmi les lieux les plus visités[55]. En examinant ce thème, Pal Nyíri reprend et prolonge les travaux de Tim Oakes, qui déjà avait constaté cette production d'un patrimoine national, et avancé l'idée de la construction, par l'Etat, d'une identité nationale via le tourisme[56].

1-2-5. Transformation des lieux et nouvelle société de loisirs

Malgré l'intérêt considérable que suscitent les travaux de Pal Nyíri pour la compréhension des fondements du tourisme, ses analyses sur les transformations des sites et des lieux touristiques manquent de profondeur géographique. C'est vers un autre anthropologue qu'il faut se tourner pour se faire une idée plus précise des transformations spatiales induites par le tourisme intérieur. Dans un article étayé par 18 années passées dans la province du Yunnan [57], Charles McKhann décrit et analyse les évolutions de la ville de *Lijiang*, où le tourisme a fait son apparition au milieu des années 1990.

Partant de l'assertion que « *pratiquement non existant avant le milieu des années 1990, le tourisme national et international a supplanté la coupe forestière comme industrie de premier plan.* », l'auteur aborde les conséquences visibles sur les infrastructures : cinquante ans plus tôt, Lijiang était à deux semaines de marche de Kunming (la capitale du Yunnan), alors qu'aujourd'hui, un vol par semaine assure la liaison pour Pékin, deux pour Canton, et cinq vols quotidiens pour Kunming (reliée quotidiennement à Pékin et Canton). Les routes depuis Kunming ont été largement améliorées, et l'auteur dénombre plus de six cafés-Internet pour une population permanente de 60 000 personnes. « *Aujourd'hui, les bâtiments trapus de style soviétique des années 1960, les rues étroites, les vélos, les carrioles et les chevaux qui caractérisaient la ville nouvelle ont été remplacés par des buildings de verre et d'acier rutilants alignés le long de larges boulevards, eux-mêmes encombrés par des centaines de voitures-taxi. Les villages et les fermes de la périphérie d'autrefois ont cédé le pas à une*

[55] Voir respectivement les chapitres 2 et 3 pour une étude plus approfondie de cette histoire et pour souligner le rôle de l'Etat.
[56] Béatrice David fait de même 10 ans plus tard dans l'article suivant : David B., (2007) *Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine*, Herodote, n° 125, p. 143-155.
[57] McKhann C., (2001) *Tourisme de masse et identité sur les marches sino-tibétaines. Réflexions d'un observateur*, Revue Anthropologie et Sociétés, volume 25 Tourisme et sociétés locales en Asie orientale »), n° 2, p. 35-54. Cet article a d'abord été publié en anglais dans les actes du colloque « *Tourism, Anthropology and China* » (1999), publié en 2001 : Tan C.-B., Sidney C.H., Yang H., (Dir.) (2001) *Tourism, Anthropology and China*, Studies in Asian Tourism, n° 1, White Lotus Press, Bangkok, 334 p.

banlieue plantée de complexes résidentiels. » (McKhann, 2001 ; p. 40). Le nombre d'hôtels a ainsi été multiplié par dix en dix ans, le prix des chambres multiplié par huit dans la même période.

L'auteur avance que c'est seulement la nouvelle classe de loisir (cf. chapitre 2), qui peut se permettre de venir à Lijiang et payer pour ses vacances des sommes dépassant allègrement le salaire moyen chinois. Selon son analyse, la présence de nombreux touristes chinois pendant la fête du printemps, traditionnellement consacrée à la famille, représente « *un changement considérable de l'attitude des Chinois face au tourisme* » (cf. chapitre 2). Cette évolution de la conception des vacances et du tourisme est appréhendée par l'argument central de l'éducation touristique, assurée au premier chef par la télévision, par l'abondante diffusion de documentaires sur la ville de Lijiang et sur les minorités *Naxi* qui en peuplent les environs.

Charles McKhann estime enfin que les touristes chinois à Lijiang n'aiment pas visiter les lieux à la « campagne », comme il l'explique de la manière suivante : « *la majorité des touristes* (en groupe selon l'auteur) *sont d'âge mûr ou retraités et proviennent des grandes cités de Chine ayant prospéré sous la nouvelle économie. Ces visiteurs âgés ont grandi durant la Révolution culturelle où « descendre à la campagne » signifiait alors bien autre chose. Ils n'ont pas le désir d'expérimenter la vie villageoise « authentique » comme l'aiment les « aventuriers » euro-américains, et ils préfèrent souvent la mise en scène des cultures des minorités* » (p. 48). Comme les auteurs précédents, Charles McKhann relève la profonde différence de pratiques entre touristes intérieurs et touristes occidentaux (bien moins nombreux dans ces lieux).

1-2-6. Pistes de réflexion à partir du tourisme international chinois

Cette brève revue bibliographique trahit le peu d'informations disponibles sur le tourisme intérieur, et principalement sur les pratiques spatiales des touristes. Cette lacune appelle une étude complémentaire, dont une première piste de recherche pourrait s'orienter vers les pratiques touristiques internationales des Chinois[58]. Une étude sur les représentations des Européens par les Chinois est alors intéressante[59], car dans cet ouvrage (*Comment les*

[58] Aucune étude ne nous dit pour l'instant que les pratiques touristiques intérieures et internationales soient différentes, ou identiques. Un rapide panorama des pratiques internationales peut donc peut être nous aider à y voir plus clair dans les pratiques intérieures. Ces dernières pratiques comportent au moins une différence de taille, elles s'inscrivent dans un espace où la barrière de la langue n'intervient (quasiment) pas.

[59] Boisard A.-S., Desjeux D., Zheng L.-H., (Dir.) (2003) *Comment les Chinois voient les Européens*, PUF, Paris, 145 p. Cette étude reste toutefois limitée car elle repose sur une trentaine d'entretiens auprès d'universitaires résidant à Canton.

Chinois voient les Européens) les quelques pages consacrées au tourisme permettent de découvrir que :

-Le tourisme se fait souvent au détriment d'une bonne connaissance des endroits visités : « *Les Chinois privilégient plutôt l'aura symbolique des endroits visités […] Un synonyme du mot « tourisme » en Chinois : « lü you » est d'ailleurs « guan guang » qui signifie « regarder les lumières* » (p. 38-39). Ainsi, si les touristes occidentaux préféreront gravir une montagne à pied (pour l'initiation, l'épreuve, l'émotion, etc.), les touristes chinois préféreront quant à eux utiliser les remontées mécaniques.

-Les lieux visités sont des hauts lieux du pouvoir temporel ou spirituel : des lieux « environnementaux », ou des lieux du patrimoine culturel (architectural, littéraire, artistique, etc.), ou des lieux du patrimoine gastronomique, ou des lieux de « savoir-faire » (technologique par exemple) : « *certains lieux sont incontournables et doivent impérativement être visités pour « certifier » auprès de l'entourage que l'on a bien visité le pays* » (p. 37).

-Visiter ces hauts lieux[60] permet de gagner de la « face » : ces lieux ont en effet une valeur sociale reconnue par les autres, valeur qui permet ainsi d'augmenter son prestige social. L'image (la prise de photos) des endroits renommés, c'est-à-dire reconnaissables par les autres Chinois, revêt plus d'importance que l'histoire de ces lieux. Dans la même perspective, visiter le plus d'endroits possibles (donc gagner de la « face ») est davantage porteur de sens qu'une connaissance approfondie du lieu et de son histoire.

[60] Sur la question de la définition d'un « haut-lieu », voir : Debarbieux B., (1993) *Du haut lieu en général et du mont Blanc en particulier*, L'espace géographique, n° 1, p. 5-13. Concernant ce qu'est un « haut-lieu touristique », nous adhérons à la définition suivante : « L*ieu condensant une forte charge imaginaire, incarnant des pratiques et fonctionnant comme modèle pour d'autres lieux touristiques et urbains, et rêvé et pratiqué par tous les touristes du Monde. On y trouve une preuve par le repérage, pour chaque moment, des populations les plus récentes accédant au tourisme - aujourd'hui les Chinois et les Coréens*. » (Equipe MIT, Tourismes 2 ; p. 340) Dans le cas du Sud-Ouest chinois, Guilin est par exemple un haut-lieu (pour le paysage), autant qu'un haut-lieu touristique.

2-Concepts utilisés. Les pratiques et les lieux du tourisme intérieur chinois

S'armer de concepts et d'outils déjà forgés par l'étude du tourisme dans les sociétés occidentales, et plus particulièrement les pratiques et les lieux touristiques, nous permettra de mieux comprendre en quoi le tourisme intérieur chinois est spécifique, ainsi que la nécessité de définir clairement ce concept.

2-1. Pratiques touristiques

La mise en distance exprimée par la mobilité touristique implique que le touriste se confronte à une altérité. Le touriste se mesure à une remise en cause de « *ses propres repères, culturels, bien sûr, comme la langue, mais aussi géographiques, en particulier ce que l'on sait des lieux.* » (Lazzarotti, 2001 ; p. 284)[61] Les touristes ne sont donc pas de simples éléments que l'on comptabilise. Ce sont au contraire des êtres pensants, agissant dans l'espace géographique. Et leur manière d'agir est d'avoir des pratiques spatiales, des déplacements pensés depuis le quotidien jusqu'au lieu touristique (et à l'intérieur de celui-ci). Par exemple, « visiter les villes impériales du Maroc pour un Anglais » est une pratique touristique de découverte : la mobilité est choisie, le lieu est hors du quotidien, lointain, et exotique. Dès lors, « *ceci nous conduit à définir les pratiques touristiques comme des pratiques de recréation choisies, effectuées par un déplacement du lieu de résidence vers un lieu autre.* »[62]

Une fois dans le lieu touristique élu, trois grandes catégories de pratiques se distinguent : jeu (faire du jet-ski, sortir en discothèque, etc.), repos (bronzer, dormir, etc.), et découverte (trekking, circuit organisé dans les grandes villes d'Europe, etc.). Encore une fois, ces pratiques dépendent du projet initial et des rencontres effectuées dans le lieu touristique (voir ensuite). Tout dépend également de la génération de touristes : le touriste a t-il déjà eu des pratiques touristiques ? Si oui, où ? Avec qui ? (en famille, entre amis, etc.) Ces dernières personnes avaient-elles déjà un « capital touristique » ? (l'expérience passée dans un ou plusieurs lieux touristiques), etc. « *La logique générationnelle et ses implications ont un rôle sans doute aussi important que les critères socio-économiques exclusivement proposés aujourd'hui*. »[63]

[61] Lazzarotti, O., (2001) *A propos de tourisme et patrimoine : les raisons de l'« Habiter »*, Diplôme d'HDR, Université Paris 7-Denis Diderot (Direction : Remy Knafou).
[62] Stock et *al.*, *op. cit.*, 2003, p. 23.
[63] Tourismes 1, *op. cit.*, p. 140. Nous développerons cette idée des générations de touristes aux chapitres 2, 4 et 5.

Les pratiques touristiques nouent donc un rapport entre le touriste et le lieu touristique, car « *le déplacement touristique consiste à habiter temporairement d'autres lieux* »[64]. Et cette manière d'habiter les lieux se découvre et s'apprend : « *On peut définir le « mode d'habiter » comme étant les manières d'être dans un lieu, qui résultent de l'apprentissage (à travers la connaissance, l'expérience et les représentations) des lieux antérieurement fréquentés et qui s'actualisent dans l'expérience vécue du lieu où l'on se trouve* »[65]. Chaque touriste entretient un lien différent avec le lieu touristique : une multitude de pratiques se présentent ainsi dans l'étude du tourisme[66].

Plus généralement, on peut définir une pratique spatiale de la manière suivante : « *La humanistic geography, puis la géographie culturelle à partir des années 1980, affirment qu'on ne peut comprendre les pratiques d'un sujet sans s'attacher au sens que ceux-ci leur donnent, et sans prendre en compte l'ensemble des valeurs culturelles et sociales qui les guident* »[67].

Des géographes ont récemment approfondi cette question des pratiques spatiales, Mathis Stock en particulier pour le tourisme, dans sa thèse tout d'abord[68], puis dans deux articles[69]. La définition la plus aboutie qu'il propose date de 2005 : « *Concept permettant, à la différence de ceux de comportement et d'action, de prendre en compte les intentionnalités, les compétences et l'intervention des normes par les acteurs ainsi que les ruses dont ils sont capables. A la différence des théories courantes, les pratiques ne sont pas seulement routinières, récursives et se déroulant dans le quotidien, mais peuvent aussi constituer des ruptures avec les normes (déviance), et avec le quotidien (recréation) et les lieux habituels et familiers. On peut ainsi distinguer différents types de pratiques de recréation, selon d'une part leur rapport avec les lieux du quotidien et du hors-quotidien, et, d'autre-part, les modalités : jouer, se reposer, découvrir. Ces pratiques de recréation changent au cours du*

[64] Stock et *al.*, *op. cit.*, 2003, p. 24.
[65] Stock et *al.*, *op. cit.*, 2003, p. 26.
[66] L'équipe MIT propose dans son dernier ouvrage, « *Tourismes 3* » (à paraître), deux autres pratiques touristiques : la sociabilité ainsi que le shopping. Voir les chapitres 6 et 7 pour une analyse de ces pratiques dans les cas de Guilin et Beihai.
[67] Article « pratique spatiale », p. 741 **In** : Levy J. et Lussault M., (2003) *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 1033 p.
[68] Stock M., (2001) *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Etude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués : Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*, Thèse de Doctorat (géographie), Université de Paris 7-Denis Diderot (Direction : Rémy Knafou), 663 p.
[69] Stock M., (2005) *Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques*, EspacesTemps.net, Textuel, [en ligne] : http://espacestemps.net/document1353.html / Stock M., (2006) *L'hypothèse de l'habiter poly-topique : pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles*, EspacesTemps. Net, Textuel, [en ligne] : http://espacestemps.net/document1853.html

temps et se recomposent selon des rapports au corps, à la nature, aux autres, à l'espace privé/public, à la valeur et l'imaginaire des lieux, etc » (Equipe MIT, Tourismes 2 ; p. 341)[70].

2-2. Lieux touristiques

Enfin, la question des lieux touristiques apparaît également comme capitale. Centré sur le touriste et ses pratiques spatiales, le tourisme est intimement lié à l'espace géographique et à son époque. La société crée ses lieux touristiques (« *Et les touristes créèrent des lieux* »[71]) suivant ce qu'elle en attend : « *Les lieux touristiques dépendent surtout de l'évolution de notre regard, car ils n'ont aucune valeur en eux-mêmes. Ce sont les hommes qui leur donnent un sens et les exploitent ou pas*. »[72]

C'est ainsi qu'au début du tourisme - le Tour des Anglais à partir du 17ème siècle - le but du déplacement touristique est l'apprentissage et la contemplation des « hauts-lieux » patrimoniaux européens. A cette époque, seuls les aristocrates pouvaient se permettre ce loisir. Ensuite, au 19ème siècle, les lieux touristiques se déplacèrent vers les endroits où l'on pouvait se soigner : il était alors de bon ton de se baigner dans des eaux froides. Pratique qui nous paraît difficilement compréhensible aujourd'hui : notre société européenne - ses pratiques, ses représentations et valeurs - a changé. Les lieux touristiques ont également changés. Pourtant, les logiques de production sont les mêmes depuis le début du tourisme : « *Soit le lieu existait pleinement avant le développement touristique, et disposait d'une population et d'activités économiques qui assuraient et la survie et le développement de la société en place ; soit le tourisme a créé des lieux ex nihilo, c'est-à-dire que le tourisme se développe dans des endroits très peu ou pas mis en valeur jusqu'alors par les sociétés.* »[73]

Les lieux ainsi investis ou créés ont des caractéristiques propres. Tout d'abord, ce sont des lieux urbains. Des lieux urbains aux aménagements particuliers certes, mais des lieux qui concentrent souvent plus de services que les villes non touristiques de la même taille. Ces lieux touristiques sont alors plus centraux que des villes de taille équivalente. Ensuite, les composantes « se soigner et s'amuser » sont toujours présentes dans les lieux touristiques européens, auxquelles se rajoute la promenade, « *Forme la plus spécifique et la plus récurrente dans les lieux touristiques, dédiée à la sociabilité, toutes les stations s'en sont dotées dès le début du tourisme. […] La promenade permet des vues sur le paysage qui fait la valeur du lieu et/ou sert de jonction entre le nouvel habitat touristique et l'habitat*

[70] Equipe MIT, (2005) *Tourismes 2, Moments de lieux*, Belin, Collection Mappemonde, Paris. 345 p.
[71] Tourismes 1, op. cit., titre du chapitre n° 6.
[72] Stock et *al.*, op. cit., 2003, p. 105.
[73] Stock et *al.*, op. cit., 2003, p. 41.

préexistant. »[74] Ces aménagements - comme l'importance du « végétal » par exemple - font tout l'intérêt de l'étude de ces lieux touristiques : ils révèlent ce qu'attend une société à un moment donné. Dans nos sociétés européennes, le lieu touristique est un « *écrin, une sorte de ville idéale ou de ville réinventée, hors des agitations du monde.* »[75]

Outre ces aménagements et ces dynamiques particulières, des itinéraires, des scénarios d'évolution s'attachent à ces lieux, qui, s'il « meurent » difficilement, peuvent cependant subir des transformations : « *Trois itinéraires principaux peuvent être empruntés : la permanence de la monofonctionnalité touristique ; la mutation du lieu par laquelle la fonction touristique périclite ou se transforme, éventuellement en loisir, ce qui semble une filiation fréquente ; la persistance ou l'accroissement de la diversification, c'est-à-dire l'organisation de la cohabitation entre différentes fonctions. Ici de nombreux scénarios sont possibles mais rien ne peut être dit actuellement sur la durée de chaque étape tant les situations sont variées.* »[76]

L'équipe MIT propose enfin dans son dernier ouvrage un concept explicatif à ces trajectoires et à ces scénarios urbains, c'est le « moment de lieu », défini comme la : « *durée plus ou moins précise où un lieu donné (mais aussi une aire ou un réseau de lieux) incarne une situation de portée générale dépassant l'enjeu du lieu lui-même ; donc, le moment où le lieu, en raison de l'invention ou de la consolidation d'une pratique ou, plus généralement d'une innovation sociale à dimension spatiale affirmée, a constitué une référence, voire un modèle pour d'autres lieux* » (Tourismes 2, p. 341)[77]. Il s'agit donc « *d'articuler, à un moment donné, une innovation consistant en des pratiques, donc des acteurs, et un lieu, ayant certaines qualités* » (Tourismes 2, p. 341). Ainsi, l'ouvrage précité explique-t-il quel est le moment de la saison d'hiver en montagne, du bain dans l'eau chaude, du « tourisme de masse », etc.

[74] Stock et *al.*, (2003) op. cit., p. 53.
[75] Stock et *al.*, (2003) op. cit., p. 55.
[76] Stock et *al.*, (2003) op. Cit, p. 71.
[77] Equipe MIT, (2005) op. Cit.

2-3. Tourisme intérieur chinois

Ces considérations sur le tourisme, ses pratiques et ses lieux, s'adaptent-t-elles à la réalité du tourisme en Chine, notamment du tourisme intérieur chinois ? Cette dernière forme de tourisme peut en effet être différente de ce qui a déjà été observé dans les sociétés occidentales. Toutefois, il n'existe encore aucun travail approfondi sur ce phénomène et personne ne s'est véritablement penché sur une définition possible de ce tourisme. Ici, nous proposons donc d'aller à la découverte des lieux et des pratiques du tourisme intérieur, et pour cela nous utiliserons les outils déjà forgés par « l'approche géographique du tourisme ». De cette manière, nous pourrons comparer les modèles existants avec ce que présente la réalité touristique du Sud-Ouest chinois, en particulier la région autonome *Zhuang* du Guangxi (*Infra*).

Essayer de définir préalablement le tourisme intérieur chinois est toutefois nécessaire, ne serait-ce que pour ne pas se tromper de réalité géographique une fois sur le terrain. Nous proposons donc la définition suivante, articulée selon trois points :

-le tourisme intérieur chinois se définit par le voyage d'individus chinois au sein de la Chine continentale (Hong Kong ; Macao et Taïwan exclus), dans un but de « recréation » ;

-les touristes sont nés et séjournent actuellement en Chine continentale (Idem), c'est-à-dire qu'ils ont grandi dans cet espace (ce qui n'exclut pas qu'ils aient déjà voyagé plus ou moins longtemps à l'étranger)

-Les touristes évoluent donc dans un espace « familier », c'est-à-dire où ils comprennent la langue (le mandarin ou putonghua[78]), les mœurs, le système de valeurs, ainsi que l'horaire (heure de Pékin) et même la nourriture.

Nous préférerons ici le terme de tourisme « intérieur » à l'anglicisme « domestique », ainsi qu'à l'adjectif « national ». Ce dernier renvoie en effet à une certaine conception de la nation et c'est pourquoi les anthropologues ne l'utilisent pas. En géographie, cela pourrait être différent et même intéressant, commode pour bien distinguer les touristes nationaux des « internationaux ». Toutefois, nous préférons le terme intérieur, puisque la traduction même

[78] 普通话. Il faut toutefois dire que les langues locales sont innombrables en Chine continentale. La plus connue et la plus répandue est bien évidemment le cantonnais, parlé dans une grande partie de la Chine du Sud, mais il existe bien d'autres langues locales dans le pays. Certains sinologues vont même jusqu'à dire que la langue change tous les 60 km dans le pays. Cependant, peut importe la prononciation, le Chinois s'écrit toujours de la même manière, avec les mêmes caractères. Un touriste intérieur chinois peut donc toujours lire les panneaux de signalisation routière ou touristique. Il en va de même pour les dépliants à l'entrée des sites touristiques, pour les commentaires des guides touristiques, etc. L'altérité est donc réduite, même quand les touristes se rendent dans des villages de minorités ethniques par exemple. Voir par exemple le chapitre 8 sur ce dernier point.

du mot chinois se dit « intérieur » (*guonei*)[79]. De cette manière, nous espérons donc « coller » au plus près de la réalité chinoise.

2-4. Villes moyennes en Chine

Dans ce travail, une importance est donnée aux espaces urbains, à leurs aménagements (cf. chapitre 7), à leurs transformations spatiales (notamment leurs extensions ; cf. chapitre 8), ainsi qu'à la diffusion du tourisme intérieur depuis ces centres urbains (cf. chapitre 9). En fait, toute la troisième partie est consacrée aux villes du Sud-Ouest en général, à Guilin et Beihai en particulier (*Infra*). Cependant, les villes que nous étudions ne sont pas des grandes métropoles à l'échelle du pays, comme peuvent par exemple l'être Pékin, Shanghai, Canton ou même Wuhan. Au contraire, leur population urbaine se situe entre 300 000 (Beihai) et 700 000 habitants (Guilin). Ce sont donc des villes petites à moyennes en Chine. De plus, ce sont des métropoles de la partie occidentale du pays, ce qui laisse présumer que les logiques urbaines et spatiales qui y ont cours peuvent être assez différentes des plus grandes métropoles littorales. Le niveau d'intégration économique à la mondialisation n'y est, par exemple, pas aussi abouti qu'à l'est du pays.

Les villes en Asie en général, et les villes en Chine en particulier proposent des modèles que des chercheurs actuellement tentent de percer et de comparer à ceux existant[80]. Ces travaux, ainsi que ceux du géographe Thierry Sanjuan[81], seront ainsi largement mis à contribution pour essayer de mieux comprendre la réalité urbaine des villes moyennes du Sud-Ouest. Pour les références de chercheurs anglophones, les publications des chercheurs du réseau « *China Urban Research Network* » sont indispensables. Les membres de ce réseau se trouvent d'abord dans les universités hongkongaises, mais aussi à Shanghai, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Des auteurs comme Fulong Wu et Laurence J.-C. Ma, sont alors particulièrement intéressants pour leurs écrits sur les transformations urbaines en Chine. Ce groupe de chercheurs a déjà publié des ouvrages individuels et collectifs ainsi que des numéros spéciaux de journaux spécialisés. Les références de ces auteurs sont donc précieuses

[79]国内.

[80] Voir par exemple les travaux du groupe NORAO qui réalise actuellement des recherches sur ce thème. L'ouvrage suivant est particulièrement instructif : Taillard C., (Dir.) (2004), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Les Indes savantes, Paris, 495 p. Du même collectif, voir également : Pelletier P., (2004) *Identités régionales en Asie orientale*, Les Indes Savantes, Paris, 388 p.

[81] Auteur dont l'ouvrage suivant est particulièrement passionnant pour mieux comprendre la Chine contemporaine : Sanjuan T., (2007-a) *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, Paris, 80 p. / Sans oublier le dictionnaire de la Chine contemporaine, dirigé par T. Sanjuan : Sanjuan T., (2006), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Armand Colin, Paris, 303 p. Voir notamment les chapitres 2, 7 et 8 de notre travail.

pour qui s'intéresse aux villes du tourisme en Chine[82]. Malheureusement, trop peu de références sont disponibles sur les villes moyennes de l'ouest. A notre connaissance, seule une thèse sur les petites villes a été soutenue[83], tout reste donc à faire dans l'ouest chinois. De plus, encore moins de chercheurs se sont penchés sur le lien entre tourisme et planification urbaine, les études « d'impact » exceptées, commandées par le gouvernement. Ce thème est donc encore à défricher.

[82] Une liste exhaustive des publications de ce groupe n'est pas utile ici (voir la bibliographie générale), mais on peut toutefois souligner ici les ouvrages suivant : Ma L. et Wu F. (Dir.) (2005) *Restructuring the Chinese City. Changing society, economy and space*, Routledge, Londes et Nex-York, 283 p. / Wu F., (Dir.) (2006) Globalization and the Chinese City, Routledge, Londes et Nex-York, 315 p.

[83] Zhu Y., (2006) *Urbanisation et Urbanisme des Petites Villes en Chine*, Thèse de Doctorat en géographie (Direction : Laborie J-P.), Université de Toulouse 2, 544 p.

3-Contexte spatial. Le Sud-Ouest, son développement et le tourisme

Traiter de notre problématique à l'échelle du pays nous apparaît impossible au vu du peu d'informations disponibles. La Chine, vaste comme 17 fois la France, est partagée entre un Est dynamique et une vaste partie occidentale plus en retard (à différents niveaux et degrés selon les provinces), rendant donc les analyses disparates. Notre position sera circonscrite au sud-ouest du pays, une zone encore en émergence économique, loin derrière les provinces développées de l'Est. Longtemps à la « marge » du territoire chinois, notamment à cause des nombreuses minorités qui peuplent cette région, le Sud-Ouest est cependant une région où le tourisme prend une place grandissante.

3-1. L'Ouest chinois, une région pauvre que le gouvernement souhaite développer

Le sud-ouest chinois est une partie de l'ouest du pays couvrant 71,4 % de la superficie du pays, mais qui ne regroupait en 2000 que 28,1 % de la population (Tian Q., 2004)[84]. Ce contraste est marqué avec l'Est (les provinces côtières), notamment en terme de niveau de développement : comme l'indique Tian (2004), l'Ouest n'a reçu en 2003 que 7,9 % des investissements étrangers dans le pays, là où les régions côtières s'en partageaient 80,4 %.

Se basant sur des chiffres plus récents, Thierry Sanjuan (2007) [85], montre que cette tendance se confirme : « *sur 14% de la superficie du pays, il* (le littoral) *ne totalise pas moins de 43 % de la population totale, une densité démographique plus de trois fois supérieure à la moyenne nationale, 62 % du produit intérieur brut du pays, et surtout 86 % des investissements des entreprises étrangères et 93 % des exportations en 2005* »[86] (tableau 1). C'est de loin la partie la plus riche de Chine, Shanghai en tête en tant que vitrine de la Chine dans le monde et la vitrine du monde en Chine.

[84]Tian Q., (2004) *China develops its west : motivation, strategy and prospect*, Journal of Contemporary China, Volume 13, n° 41, p. 611-636.
[85] Sanjuan T., (2007-c) *Approcher les dynamiques régionales en Chine*, Hérodote, n° 125, p. 157-185.
[86] La partie « Ouest » du pays n'est pas ici définie de la même manière que pour Tian (2004). T. Sanjuan « supprime » de l'Ouest la région autonome du Guangxi, les provinces du Sichuan, du Gansu, de Jilin, du Heilongjiang, et la municipalité de Chongqing. Si cela modifie le rapport entre la superficie et la population, cela ne modifie pas le point principal de ces deux articles : la prédominance économique des régions côtières dans l'économie du pays. Le cas particulier de la région autonome *Zhuang* du Guangxi, ici définie comme province littorale, sera discuté dans la dernière partie de cette introduction.

Tableau 1. Les disparités régionales entre le littoral, l'intérieur et l'Ouest chinois en 2005

	Superficie (km²)	Population totale (hab.)	Densité (hab./km²)	PIB (milliards de yuans)	Investissements des entreprises étrangères (milliards de dollars)	Exportations (milliards de dollars)
Littoral	1 300 000	552 690 000	425	12 201	1256	706
Part dans le total chinois	14 %	43 %		62 %	86 %	93 %
Intérieur	2 899 000	590 620 000	204	6243	177	44
Part dans le total chinois	30 %	46 %		32 %	12 %	6 %
Ouest	5 405 000	139 920 000	26	1335	31	11
Part dans le total chinois	56 %	11 %		7 %	2 %	2 %

Source : Sanjuan T., (2007-c)

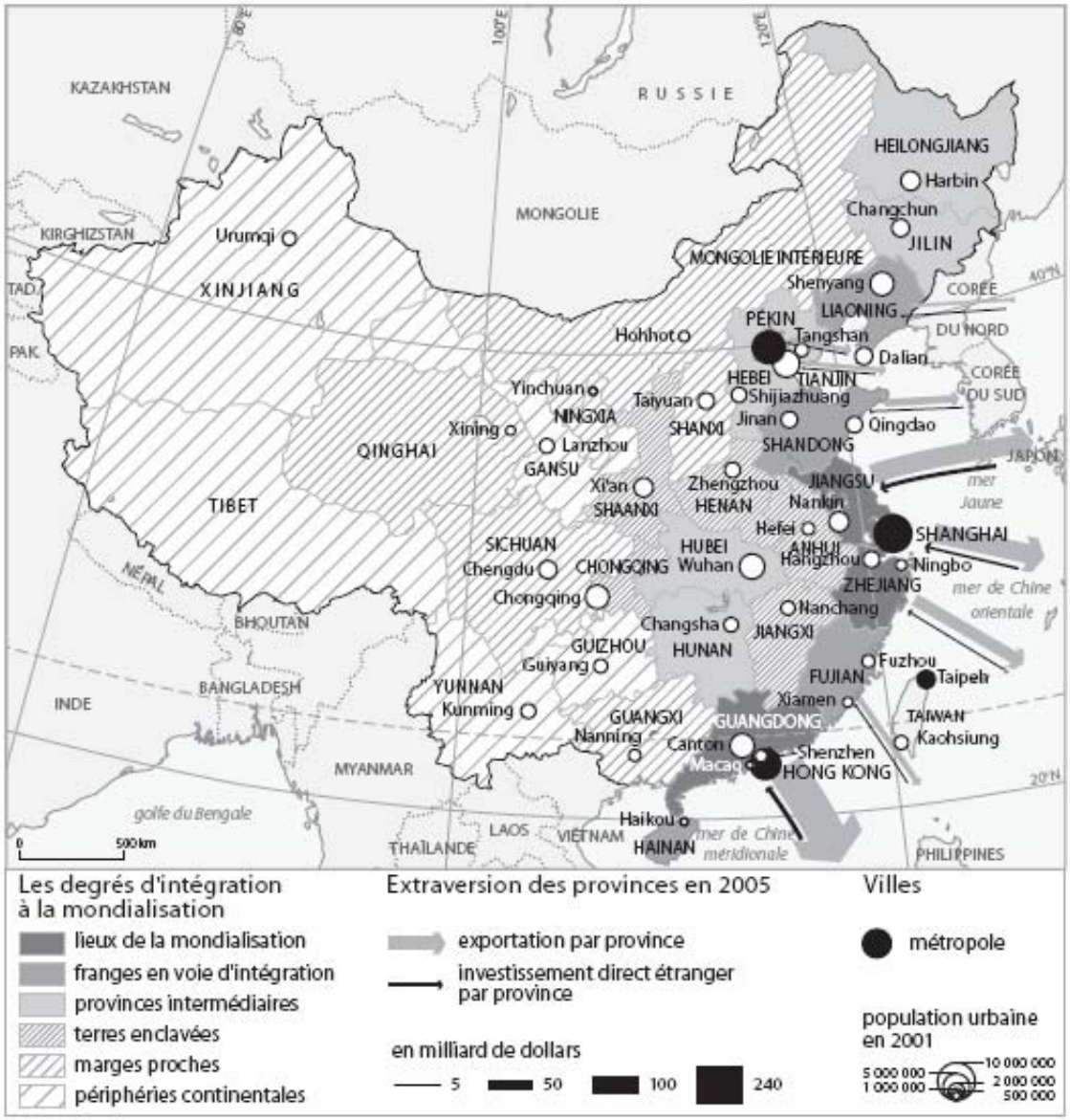
A l'inverse, l'Ouest, sur 56 % de la surface du pays, ne totalise que 11 % de la population totale, une densité démographique cinq fois inférieure à la moyenne nationale, 7 % du produit intérieur brut (près de 9 fois moins que le littoral), seulement 2 % des exportations chinoises et 2 % des investissements des entreprises étrangères. D'une manière générale, l'Ouest est une région encore pauvre et, pour le gouvernement chinois, une zone à développer : « *Avec l'adoption en 2000 d'une nouvelle stratégie nationale pour développer ses régions ouest, la Chine projette un remodelage complet de cette partie du territoire* » (Cook, 2003)[87].

Comme l'indique Cook, *Li Dezhu*, alors ministre de la Commission d'Etat pour les Affaires ethniques, a en 2000 prononcé un discours sur la thématique : « *Le développement du Grand Ouest et le problème des nationalités en Chine* » (*Xibu da kaifa yu woguo minzu wenti*)[88]. Cette politique de développement de l'Ouest est depuis une des priorités du 11ème plan quinquennal (2006-2011), notamment parce que cette partie de la Chine est toujours peu intégrée au système économique mondial (carte 1).

[87] Cooke S., (2003) *La culture tibétaine menacée par la croissance économique*, Perspectives Chinoises, n° 79 [en ligne], URL : http://perspectiveschinoises.revues.org/document179.html Consulté le 06 avril 2009.

[88] 西不大开发与我国民族问题 ; *Qiushi*, 1er juin 2000, n° 11, p. 22-25. « Quishi », ou « A la recherche de la vérité », est le magazine idéologique du comité central du Parti communiste chinois rédigé par le département de la propagande. Pour une réflexion sur cette politique de développement de l'Ouest, voir : Goodman D., *The Politic of the West : Equality, Nation-Building and Colonisation*, in : Godement F., (2002) *La Chine et son Occident*, Centre Asie IFRI, Paris, p. 23-55.

Carte 1. Les régions chinoises et leur degré d'intégration au système économique mondial



Source : Sanjuan T., (2007-c)

La carte 1 illustre la considérable avance des provinces côtières sur celles de l'ouest (les zones ici appelées « lieux de la mondialisation », « franges en voie d'intégration et « provinces intermédiaires ») en terme d'intégration au système économique mondial. L'Ouest, (ici divisé avec plus que de nuances que dans l'approche classique partageant le pays entre l'Est côtier, les provinces du Centre et l'Ouest), est ainsi morcelé entre des marges proches (Guangxi, Sichuan, Qinghai, Ningxia, Mongolie intérieure), et des périphéries continentales (Guizhou, Yunnan, Tibet, Xinjiang, Gansu). Dans cette étude, nous nous intéresserons au cas de deux provinces de type « périphéries continentales », le Guizhou et le Yunnan (que T. Sanjuan appelle le « Sud-Ouest intérieur »). Nous élargirons ce Sud-Ouest

avec la région autonome *Zhuang* du Guangxi, une « marge proche » (proche de la province du Guangdong, un des « lieux de la mondialisation »). Cet élargissement, qui ne remet rien en cause au modèle proposé par la carte 1, se fonde tout d'abord sur le nombre remarquable de minorités nationales dans ces provinces[89].

3-2. « Au sud des nuages »[90] : le Sud-Ouest, une zone de minorités

Selon que l'on retient l'une ou l'autre des deux définitions de l'Ouest chinois, nous pouvons constater qu'au moins quatre des cinq régions autonomes, c'est-à-dire des provinces où les minorités nationales sont très nombreuses, se situent dans cette portion du pays (carte 2). Leur nombre s'élève à 26 dans la province du Yunnan (la plus riche en « diversité ethnique »), pour un effectif qui regroupe 33 % de la population totale (tableau 2). Au Guizhou ce chiffre est encore plus important car les minorités représentent 35 % de la population totale.

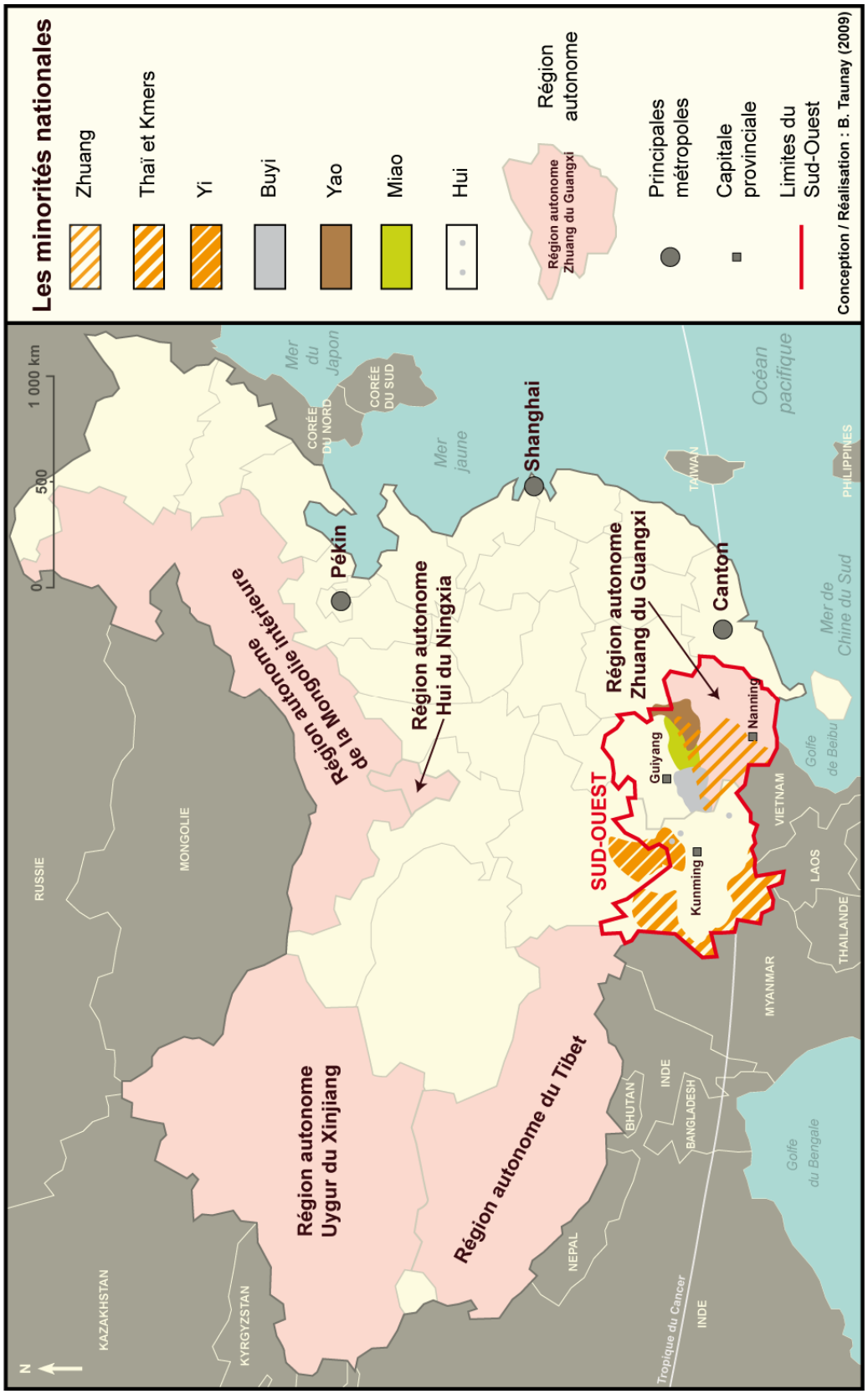
La première place revient à la province du Guangxi, devenue région autonome en 1958 : 38 % des habitants de cette province relèvent de minorités, notamment la minorité *Zhuang* (33 % de la population totale de la province, soit 14,8 millions d'individus en 2000 et donc la communauté minoritaire la plus importante de la province)[91]. C'est en vertu de cette forte proportion de *Zhuang* que le Guangxi a d'ailleurs obtenu le statut de «région autonome», ce qui l'autorise à gérer lui-même certaines affaires internes.

Que désigne le gouvernement chinois par le terme de « minorité nationale » ? Selon la sinologue Françoise Grenot-Wang (2005), « *on distingue cinquante-six nationalités en Chine, dont cinquante-cinq sont les minorités ethniques et une écrasante majorité, les Han, compose 91,8 % de la population totale du pays. Les minorités représentent 8,2 % de la population, soit une population non négligeable de 106 430 000 de personnes. Ces minorités sont en général établies dans les régions montagneuses ou désertiques des confins de la Chine, les Han occupant les plaines et les zones urbaines* »[92]. Ces minorités sont en général des populations pauvres (80% en 2004 sur l'ensemble des minorités nationales, soit un peu plus de 80 millions d'individus ; cf. Tian, 2004).

---

[89] Nous verrons dans la suite de ce chapitre que ces trois provinces ont largement misé sur le tourisme pour se développer et rattraper leur « retard ».
[90] Titre tiré de Foucher M., (2002) *Asies Nouvelles*, Belin, Paris, 480 p.
[91] Les *Zhuang* constituent aussi la plus importante minorité non chinoise (Han) de toute la Chine.
[92] Grenot-Wang F., (2005) *Chine du Sud, la mosaïque des minorités*, Les Indes Savantes, Paris, 342 p. Voir en annexe pour un tableau présentant les quatre grandes familles ethnolinguistiques.

Carte 2. Les régions autonomes en Chine et les minorités nationales dans le Sud-Ouest chinois



Trolliet P., 1999[93].

[93] Trolliet P., (1999) *Les minorités nationales en Chine*, p. 33-49 **In** : Larivière J-P. (Dir.) (1999), *La Chine et les Chinois de la diaspora*, CNED-SEDES, Paris, 296 p.

Les territoires des minorités, localisés aux marges de la Chine[94], ont été au cours des siècles « colonisés » : « *le pouvoir central chinois a de tout temps cherché à contrôler ces populations plus ou moins soumises, afin d'assurer la sécurité sur ses frontières. Si les Chinois n'ont jamais été un peuple conquérant, la soumission des populations frontalières était par contre essentielle pour maintenir l'intégrité et la stabilité du territoire de l'empire du Milieu* » (Grenot-Wang, 2005). C'est ce phénomène que résume Pierre Gentelle sous la formule suivante : « *peuples des marges, peuples des marches, peuples marginaux, peuples sur lesquels il faut périodiquement marcher* » (2004-b)[95]. Le résultat de cette « colonisation » est une relative sinisation de ces populations, plus ou moins importante selon les groupes de minorités concernés.

Dans le cas du Sud-Ouest, les *Zhuang* et les *Hui* sont plutôt bien « assimilés », à tel point que les premiers, lors de la création de la région autonome du Guangxi (1958), ne se considéraient depuis longtemps plus comme des minorités, mais bien comme des Han. A l'inverse, les *Miao*, les *Yao* et les *Buyi* vivent plutôt en autarcie dans les montagnes reliant le nord du Guangxi au sud du Guizhou. Dans cette dernière province, comme au Yunnan, on retrouve d'ailleurs de nombreux districts « autonomes ». Ce sont des districts où les minorités nationales sont très nombreuses, disposant ainsi de plus de pouvoirs législatifs que les districts ordinaires (à l'échelle du pays, on dénombre 117 districts autonomes). Ces districts sont très souvent enclavés, dans des régions pauvres.

Tableau 2. Les principales caractéristiques des provinces du Sud-Ouest chinois en 2007

Provinces	Superficie (km²)	Population totale (millions d'hab.)	Densité (hab./km²)	Ville capitale (population en millions d'habitants)	Part des minorités dans la population totale (%)	Population urbaine (%) (million d'individus)
Yunnan	394 000	44,5	113	Kunming (2,5)	33 %	24 % (10,7)
Guizhou	176 128	37,6	213,5	Guiyang (2)	35 %	21 % (7,9)
Guangxi	237 000	49,1	207	Nanning (1,5)	38 %	34 % (16,7)

Source : Administration nationale du tourisme en Chine (www.stats.gov.cn)

[94] Voir à ce sujet le numéro 34 de la revue Géographie et Cultures : Sanjuan T., (Dir.) (2000) *Les marges culturelles du territoire chinois*, l'Harmattan, 144 p.
[95] Gentelle P. (Dir.), (2004-b) *Chine, peuples et civilisation*, Editions la Découverte, Paris, 219 p. (1ère édition : 1997)

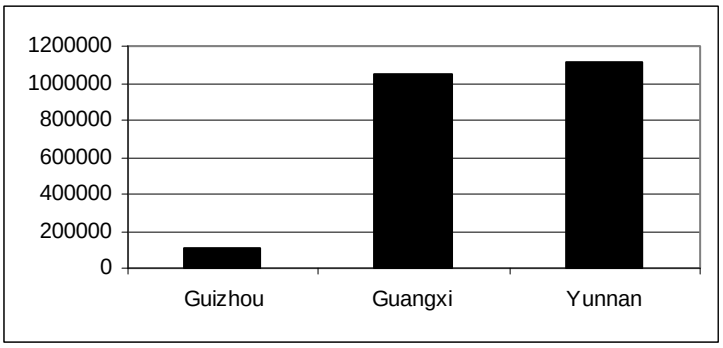
3-3. Le tourisme dans le Sud-Ouest chinois

Après ces présentations succinctes du Sud-Ouest chinois, un point sur son tourisme est nécessaire pour mettre en exergue les différences entre les trois provinces. Quels sont les centres, les périphéries et les marges touristiques de cette région ? A travers cette description, nous souhaitons souligner quelles sont les villes et les régions qui tirent profit du tourisme, et mettre en avant les exemples que nous traiterons par la suite. Bien que ce développement se base sur des statistiques officielles, un effort de relativisation de ces données s'impose : notre objectif est également de sensibiliser le lecteur aux erreurs statistiques des données officielles, afin qu'il constate la nécessité de produire ses propres données (cf. chapitre 4).

3-3-1. Le Guizhou dans l'ombre de ses voisins

Le Sud-Ouest regroupe premièrement un total de 2,3 millions de déplacements touristiques internationaux qui se répartissent entre le Yunnan (49,1 %, 1 111 744 déplacements), le Guangxi (46,2 %, 1 046 647 déplacements) et le Guizhou (4,7 %, 107 006 déplacements) (tableau 3). Les provinces du Yunnan et du Guangxi polarisent donc le tourisme international dans cette zone et la faible différence de déplacements touristiques entre le Yunnan et le Guangxi (65057 déplacements, au profit du Yunnan ; soit 5,8 % de différence) permet de comparer les deux provinces.

Tableaux 3 (gauche) et 4 (droite). Nombre de déplacements touristiques et nombre de touristes reçus par les agences touristiques dans le Sud-Ouest chinois en 2006



	Touristes (individus)
Guangxi	602 232
Guizhou	37 280
Yunnan	828 876

Unité : milliers de déplacements touristiques

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Il faut toutefois relativiser ces chiffres, qui ne font état que de fréquence, et non pas d'individus. Pour ce faire, l'analyse peut se baser sur les chiffres fournis par les agences de voyages, qui, quant à elles, comptabilisent le nombre de touristes et non les déplacements

touristiques (tableau 4). Les chiffres sont alors évidement moins élevés que ceux du tableau 3 (1,5 millions de touristes au total contre 2,3 millions de déplacements touristiques), laissant entrevoir une vision plus proche de la réalité. En procédant de cette manière, nous remarquons alors que le Yunnan attire plus de touristes que le Guangxi (56,5 % des touristes pour le Yunnan contre 41 % pour le Guangxi). Le Yunnan abrite certes davantage de lieux touristiques que le Guangxi : en plus de Kunming, on y trouve les villes hautement touristiques de Dali et de Lijiang, alors que le Guangxi n'a que Guilin comme ville touristique de dimension internationale (*Infra*)[96].

Comparés au Yunnan et au Guangxi, les déplacements touristiques au Guizhou sont minimes : 107 006 déplacements touristiques pour 37 280 touristes comptabilisés par les voyagistes (2,5 % du Sud-Ouest). Les principaux circuits des touristes internationaux évitent en effet le Guizhou (cf. chapitre 1), au profit de visites dans le Yunnan ou le Guangxi. Les paysages karstiques du Guizhou sont par exemple très similaires à ceux de Guilin dans le Guangxi, mais sont beaucoup moins connus. Surtout, l'accessibilité est réduite, privilégiant de fait le nord du Guangxi au sud du Guizhou : « *le circuit karstique le plus fameux de Chine et probablement du monde est Guilin […] C'est un « must » incontournable pour les visiteurs étrangers* » (Maire, 2004 ; p. 450)[97]. Quant au tourisme international attiré par les villages de minorités, la grande majorité des flux se dirige vers le Yunnan, où les infrastructures touristiques sont mieux développées : « *plus riche économiquement et mieux loti au niveau de ses infrastructures, le Yunnan draine quinze fois plus de touristes étrangers que le Guizhou* » (Ibid. p. 451). Ainsi, bien que « *le but des autorités et du gouvernement provincial soit de faire du Guizhou dans un avenir proche une destination incontournable* » (Ibid. p. 450), au Guizhou, le tourisme « ethno-karstique » comme le nomme Richard Maire, reste toujours en retrait, loin derrière le Guangxi et Le Yunnan.

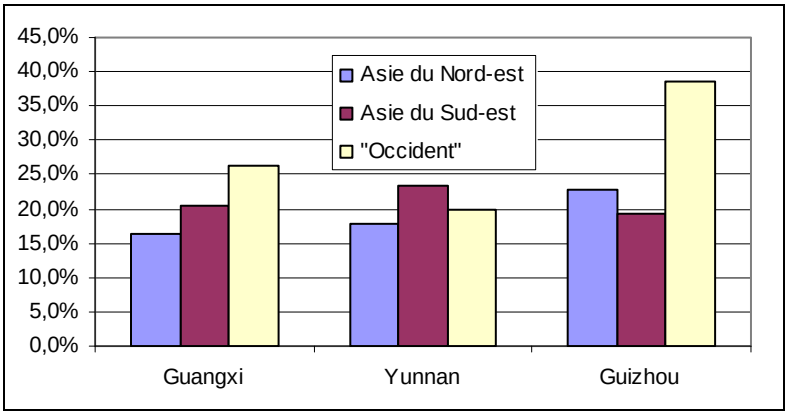
3-3-2. Touristes internationaux et compatriotes

Le graphique 1 nous donne une représentation de l'origine des touristes dans les trois provinces du Sud-Ouest et permet de montrer des différences de foyers touristiques par province. Au Yunnan on constate par exemple une relative homogénéité entre les trois foyers, qui représentent chacun environ 20 % des arrivées au Yunnan (Asie du Nord-Est : 17,9 %, Asie du Sud-Est : 23,3 %, « Occident » : 19,9 %). Au Guangxi les différences sont un peu

[96] Nous verrons au chapitre 9 que la petite ville de Yangshuo est également devenue un haut lieu touristique.
[97] Maire R., (2004) *Développement du tourisme ethno-karstique dans la province du Guizhou*, Chapitre 16 **In** : Spéléo-karstologie et environnement en Chine (Guizhou – Yunnan – Liaoning). Voyages en terre chinoise, Karstologia Mémoire n° 9, Fédération française de spéléologie, Lyon, 562 p.

plus marquées, avec 26,4 % d'Occidentaux contre 16,4 % de touristes en provenance d'Asie du Nord-Est, mais 20,5 % de touristes en provenance d'Asie du Sud-Est. Au Guizhou, si les chiffres pour l'Asie du Sud-Est et l'Asie du Nord-Est sont aussi aux alentours de 20 % (19,3 % et 22,8 % respectivement), la différence de taille provient de la proportion importante d'Occidentaux (38,7 %), mus par l'intérêt porté aux villages de minorités nationales, très nombreux dans cette province.

Graphique 1. Origine des « touristes » dans les trois provinces du Sud-Ouest en 2006



Asie du Nord-Est : Japon, Corée du Sud
Asie du Sud-Est : Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande
« Occident » : Etats-Unis, Canada, Royaume-Uni, France, Allemagne, Australie

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Ce graphique, construit sur la base de données officielles, pose problème : les trois foyers réunis ne regroupent que 61,1 % du total de déplacements touristiques au Yunnan, 63,3 % au Guangxi et 80,8 % au Guizhou. Hormis dans le cas de cette dernière province, il « manque » donc plus de 35 % du total dans les deux autres. Pourtant, les principaux foyers émetteurs de touristes en Chine sont bien l'Asie du Nord-est, l'Asie du Sud-est et « l'Occident ». Les autres foyers de touristes sont minimes et ne peuvent combler ce « vide ». Une solution peut être trouvée dans la géographie du Yunnan et du Guangxi : toutes deux sont des provinces frontalières[98], et il faut donc ici envisager la possible importance de déplacements transfrontaliers à caractère non touristique.

L'erreur ne semble pas provenir des flux des compatriotes de Hong Kong, Macao et Taiwan, bien distincts dans les statistiques. Ce tourisme, ni international ni intérieur (cf. chapitre 1) et relativement substantiel dans le Sud-Ouest, correspond dans chaque province à

[98] Le Guangxi a en effet une frontière commune avec le Vietnam, tandis que le Yunnan est frontalier du Vietnam, du Laos et du Myanmar. Voir plus bas dans cette introduction pour une présentation de cette première province.

plusieurs centaines de milliers de déplacements touristiques (tableau 5). Si, dans le cas du Guangxi et du Yunnan, les déplacements des compatriotes sont moins abondants que ceux des internationaux, le cas du Guizhou montre le phénomène inverse : les déplacements touristiques de compatriotes y sont deux fois plus nombreux (214 405 contre 107 006 respectivement).

Tableau 5. Les déplacements touristiques des compatriotes dans le Sud-Ouest en 2006

	Hong Kong	**Macao**	**Taiwan**	**Total**
Guizhou	78 888	14 382	121 135	214 405
Guangxi	225199	25 386	410 457	661 042
Yunnan	307306	42 519	348 448	698 273

Unité : Individus.

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Parmi ces compatriotes, les Taiwanais représentent le groupe le plus important, à eux seuls la moitié des flux des Chinois de l'extérieur (49,9 % au Yunnan, 56,5 % au Guizhou et même 62,1 % au Guangxi). Cette prépondérance de Taiwan parait logique eu égard à la population de l'île (22,5 millions en 2006), comparée à celle de Hong Kong (6,9 millions la même année)[99]. Une étude de terrain serait bienvenue pour mesurer la part du phénomène familial (décrit dans le chapitre 1), et déterminer la réelle proportion de touristes dans ces flux, quoique la supposition, basée sur l'idée qu'un fort pourcentage des compatriotes comptabilisés dans le Yunnan et le Guizhou représente de « vrais » touristes, soit envisageable. Dans ces provinces en situation de marge, les liens familiaux avec les résidents de Hong Kong, Macao et Taiwan sont en effet probablement faibles[100].

3-3-3. Le Yunnan, une première place toute relative

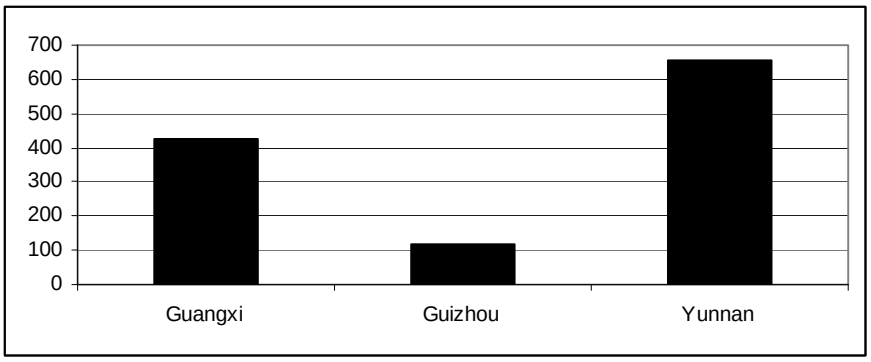
Les revenus du tourisme intérieur dans le Sud-Ouest nous montrent, comme pour les arrivées de touristes, la primauté du Yunnan sur les deux autres provinces de la région (graphique 2). Pour 658 millions de dollars de recettes en 2006 au Yunnan, le Guangxi n'a

[99] Comme nous l'avons noté dans la première partie du chapitre 1, les flux de touristes depuis Hong Kong sont cependant plus importants que ceux originaires de Taiwan. Il ne faut toutefois pas oublier qu'une grande partie des « touristes » hongkongais en Chine ne se rendent en fait que dans la province du Guangdong, pour affaires ou visite familiale, ou les deux. Les « vrais » touristes hongkongais en Chine sont donc bien moins nombreux que ne le laissent penser les déclarations officielles. Ils sont vraisemblablement moins nombreux que les touristes en provenance de Taiwan, bien qu'une partie des touristes taïwanais se rendant sur le continent ne le fasse que dans un but d'affaires ou de visite de la famille.

[100] Dans le cas du Guangxi, il faut relativiser cette affirmation en disant qu'une partie des habitants de cette province a des liens familiaux avec le Guangdong (de Nanning au sud du Guangxi, les habitants parlent des dialectes du cantonnais), et donc, peut être, avec Hong Kong.

reçu que 423 millions et le Guizhou n'en a grappillé que 115 millions (plus de cinq fois moins que le Yunnan). La première place du Yunnan est confirmée par la progression des recettes touristiques entre 2005 et 2006 (+ 24,7 % dans cette province, contre + 17,9 % au Guizhou et + 13,6 % au Guangxi).

Graphique 2. Les revenus du tourisme international dans le Sud-Ouest en 2006



Unité : million de dollars

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Il faut toutefois là encore relativiser ces quelques chiffres, cette fois-ci à l'échelle du pays, où le Sud-Ouest est encore loin derrière les principales provinces touristiques. La municipalité de Pékin, sur un espace bien plus réduit que la province du Yunnan, a par exemple reçu 4 milliards de dollars de recettes du tourisme international en 2006 (Administration nationale du tourisme). Quant à la municipalité de Shanghai et aux deux autres provinces très touristiques que sont le Jiangsu (notamment la ville de Suzhou), et le Zhejiang (ville de Hangzhou), elles ont respectivement récolté 3,9, 2,8 et 2,1 milliards de recettes touristiques la même année. Il n'est donc pas inutile de rappeler que nous sommes ici en grande partie dans l'Ouest chinois, et les touristes, comme les recettes qu'ils apportent, sont beaucoup plus limitées que dans les régions côtières. Le cas du Yunnan comme celui du Guangxi se rapproche d'ailleurs plus de celui de la province du Shaanxi (510, 1 millions de dollars de recettes liées au tourisme en 2006). Cette dernière province est comme les deux autres une étape pour les touristes internationaux (la ville de *Xi'an* notamment).

L'analyse de la répartition des employés dans le secteur touristique par province nous apporte des informations similaires (tableau 6). La province du Yunnan est là encore en tête (104 586 employés en 2006), devant le Guangxi (76 822 employés) et le Guizhou (47 494 employés), mais elle est loin derrière les provinces de l'Est. A titre de comparaison, la province du Guangdong abrite 261 029 personnes travaillant dans le tourisme, le Zhejiang

247 113, Pékin 132 988 et Shanghai 112 995. La province du Yunnan semble d'ailleurs proche de la municipalité de Shanghai en terme d'employés dans le tourisme, mais il ne faut pas s'y méprendre : le Yunnan est une province de 394 000 km², Shanghai une municipalité de 6340 km².

Tableau 6. Les employés dans le secteur touristique par province du Sud-Ouest en 2006

	Hôtels	agences de voyages	autre	Total
Guangxi	46 014	7201	23 607	76 822
Guizhou	20 236	2558	24 700	47 494
Yunnan	85 056	11 465	8065	104 586

Unité : Individus.

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Le cas du Hunan est un meilleur point de comparaison, car il totalise 134 422 individus employés dans le tourisme. C'est toutefois, malgré les similitudes paysagères, une province de l'intérieur du pays, là où le Yunnan est une province de l'Ouest. Dans cette dernière partie du pays, le Yunnan occupe cependant la première place en terme de nombres d'employés dans le secteur touristique : le Xinjiang ne compte que 54 569 employés dans le secteur touristique, le Gansu 33 900, la Mongolie intérieure 31 545 et le Heilongjiang 38 974.

3-3-4. Peu de villes touristiques sont très connues dans le Sud-Ouest

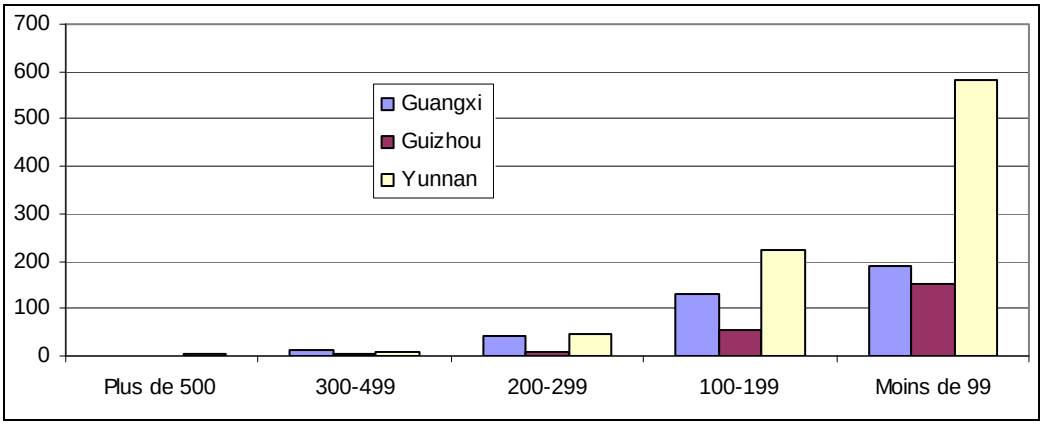
Au vu de la comparaison du nombre d'employés entre le Yunnan et le Guangxi (au profit de la première province), nous pourrions penser que l'affluence de touristes dans le Yunnan implique un plus grand nombre d'emplois dans le secteur du tourisme. Comme l'indique le graphique 3, le nombre d'hôtels au Yunnan est nettement plus élevé qu'au Guangxi (867 contre 374 respectivement).

Le graphique 3 laisse cependant transparaître une autre explication. Si le nombre d'hôtels de moins de 200 chambres est sensiblement similaire entre ces deux provinces, les chiffres des petits hôtels (moins de 99 chambres) diffèrent franchement : le Yunnan abrite 584 « petits » hôtels là où le Guangxi n'en regroupe que 188[101]. Ces hôtels de petite taille se situent souvent dans les villages de minorités, montrant l'ampleur d'un tourisme « rural » dans le Yunnan. Dans cette province, le tourisme est visible non seulement dans les villes, mais également dans les espaces ruraux (le nord comme le sud de la province ont été mis en

[101] Notons ici que si 98 chambres est la limite supérieure, les chiffres officiels ne nous donnent pas de moyenne pour la catégorie « moins de 99 chambres » : la plupart des hôtels font-ils plutôt 80 chambres en moyenne ou bien 10 ? Il est ici impossible de le savoir, même si plusieurs voyages sur le terrain semblent nous faire pencher en faveur d'une moyenne assez basse (moins de 30 chambres).

tourisme), alors qu'au Guangxi le tourisme se situe avant tout autour de la ville de Guilin (cf. chapitre 3).

Graphique 3. La répartition des hôtels du Sud-Ouest selon leurs capacités d'accueils en 2006



Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Il y a donc une différence d'échelle entre les deux provinces, le Yunnan comptant cinq principales zones touristiques. Les confins tibétains au nord-ouest tout d'abord, centrés sur la ville de Lijiang (ville moyenne de 1 137 600 habitants en 2006). Au sud de cette zone se trouve ensuite la ville de Dali (petite ville de 496 361 habitants, 2006). Au centre de la province, la ville de Kunming (environ 2 millions d'habitants) se situe aux abords des paysages karstiques (la forêt de pierres est particulièrement connue)[102]. Au sud-est se trouve la plus importante zone de minorités de la province, avec des paysages de rizières en terrasses que l'on retrouve au Guizhou mais aussi au Guangxi (*Infra*). Au sud de la province enfin, la région du *Xishuangbanna* est un espace tropical dont les paysages rappellent ceux, proches, du Myanmar et de la Thaïlande. Au Guangxi en revanche, la principale zone réceptrice de touristes est la municipalité de Guilin et ses environs, connue d'abord pour ses paysages karstiques. La deuxième zone réceptrice de touristes dans le Guangxi, la municipalité de Beihai, ne reçoit en effet que 2,5 % des déplacements touristiques internationaux en 2006 (tableau 7).

[102] Ces trois premières destinations sont les plus connues de la province.

Tableau 7. Déplacements et revenus touristiques internationaux pour différentes villes des provinces du Guangxi et du Yunnan en 2006

	Déplacements touristiques (en millions)	Part dans la province où se situe la ville	Recettes touristiques (en millions de dollars)	Part dans la province où se situe la ville
Guilin	676 515	64,6 %	263	62,2 %
Beihai	25 789	2,5 %	9,7	2,3 %
Kunming	415 672	37,4 %	189,8	28,9 %

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

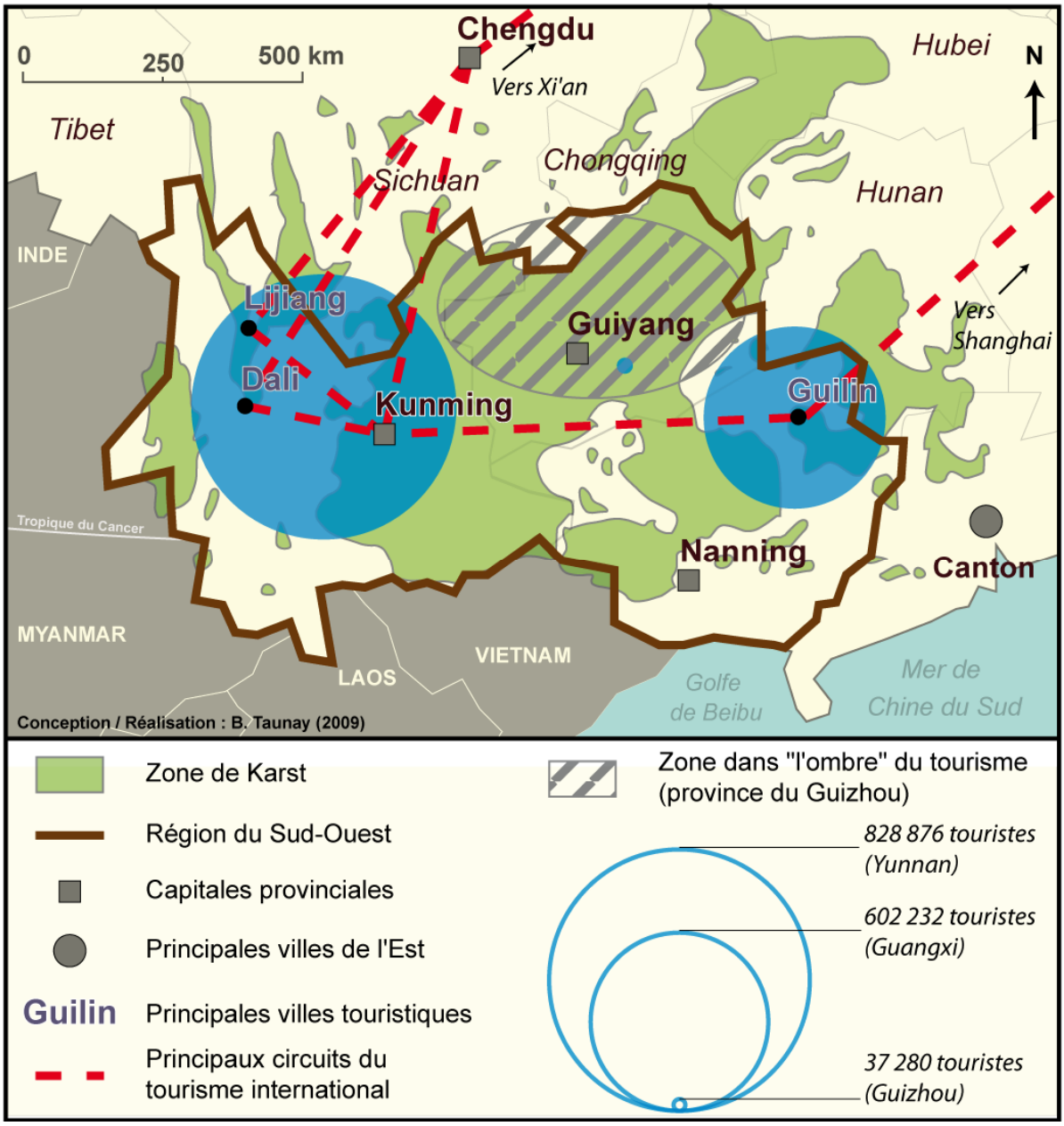
Le tableau 7 nous permet de vérifier ce que nous affirmions précédemment. Dans le cas de la région autonome du Guangxi, Guilin reçoit tout d'abord 64,6 % des déplacements touristiques internationaux et capte 62,2 % des recettes liées à ces mouvements[103]. La deuxième ville de la province est loin derrière : Beihai ne reçoit que 2,5 % des déplacements touristiques pour 2,3 % des recettes. Pour ce qui est du Yunnan, la ville de Kunming ne regroupe que 37,4 % des déplacements et 28,9 % des recettes. Ceci nous laisse supposer que, même si nous ne disposons pas de chiffres pour les villes de Dali et de Lijiang, celles-ci bénéficient d'importantes recettes des touristes internationaux se rendant dans la province. Un aéroport international se trouve dans les deux villes (construits respectivement en 1994 et en 1996), avantage qui leur confère une certaine autonomie par rapport à Kunming. Il semble donc que le tourisme soit ici un outil de développement[104].

En résumé, retenons la place éminente du Yunnan et du Guangxi dans les préférences touristiques du Sud-Ouest, loin devant le Guizhou, mais, comparé aux provinces de l'Est, considérablement derrière. Le tourisme s'étend rarement au-delà de ces villes dans le Sud-Ouest. La carte 3 présente bien cette idée et invite à travailler sur quelques espaces urbains dans cette partie du pays.

[103] Là encore les chiffres officiels posent problème. Tout d'abord, comme nous l'avons expliqué plus tôt, les déplacements touristiques correspondent à des fréquences, pas à des individus, et les chiffres sont en partie faussés par des déplacements transfrontaliers à caractère non touristiques. Le poids touristique de Guilin est ainsi sous-estimé car sur le terrain on se rend compte que presque tous les touristes internationaux qui se rendent au Guangxi se rendent à Guilin. Cette dernière ville possède d'ailleurs un aéroport international qui lui permet de s'autonomiser de la tutelle de la capitale provinciale, Nanning.

[104] Pour l'étude de cette problématique dans les cas du Guizhou et du Yunnan, voir : Donaldson J.-A., (2007) *Tourism, development and poverty reduction in Guizhou and Yunnan*, The China Quaterly, n° 190, p. 333-351. Voir également la troisième partie pour l'analyse des effets spatiaux de l'insertion du tourisme dans les stratégies urbaines de Guilin et Beihai.

Carte 3. Lieux et flux du tourisme international dans le Sud-Ouest



4-Terrains. La région autonome *Zhuang* du Guangxi et le Guizhou

La question du Guangxi est plus complexe : ses disparités internes en font également une région intérieure sur son versant nord et un espace littoral en développement sur son versant sud.
(Thierry Sanjuan, 2007)

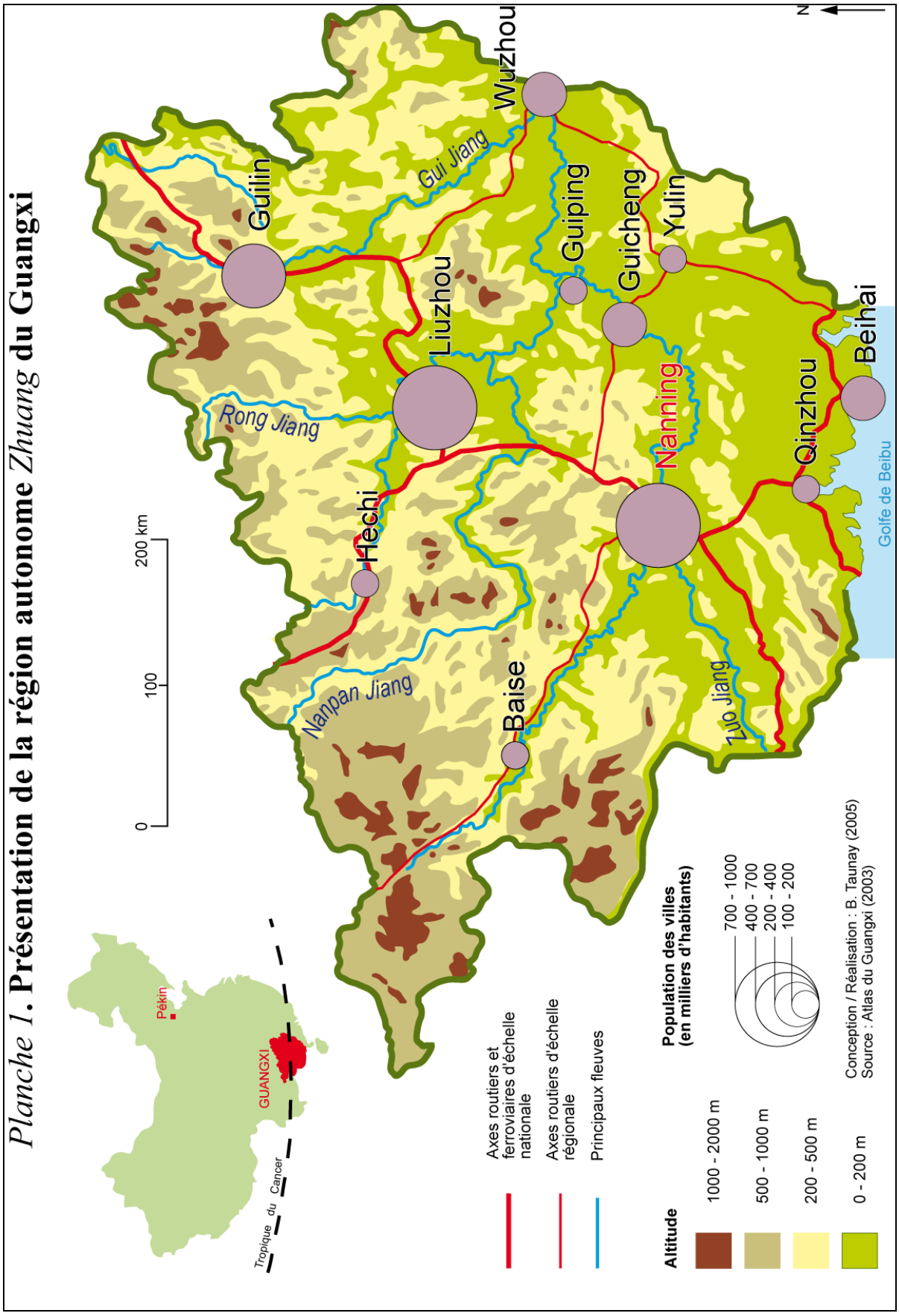
Notre étude se fonde sur l'étude de la région autonome *Zhuang* du Guangxi, une province chinoise largement méconnue des géographes occidentaux, ainsi que sur deux villes principales en son sein. Quelques lignes de présentation de cet espace sont donc nécessaires pour permettre au lecteur de se familiariser avec ses principales caractéristiques, ainsi que pour comprendre où nous avons pu récolter des informations nécessaires à la réalisation de notre recherche.

4-1. Présentation : la province littorale la moins développée du pays

Le Guangxi est une province littorale (elle est ouverte sur le golfe de Beibu), mais ses caractéristiques économiques ressemblent plutôt aux provinces de l'Ouest du pays. Le Guangxi se situe en effet à la bordure sud-est du plateau Yunnan-Guizhou. Elle est élevée dans le nord-ouest (le point le plus haut, la montagne du Chat - *maoer shan* - se situe à 2141 m), et basse dans le sud-est (planche 1). C'est une région montagneuse à 85 %, un relief qui est du à l'orogénèse himalayenne.

Le climat de cette province est subtropical : la température annuelle moyenne est de 17 à 22 degrés du nord au sud. L'été est long, chaud et humide, alors que l'hiver est relativement court et doux. Au mois de janvier (mois le plus froid) la température moyenne oscille entre 6 et 16 degrés, alors qu'au mois de juillet (mois le plus chaud), elle varie entre 27 et 29 degrés. Le Guangxi est également une des régions les plus pluvieuses de Chine, phénomène dû notamment à la mousson qui s'étale de mars à août (le total pluviométrique moyen est d'environ 2000 mn/an). Ces importantes pluies donnent de nombreuses ressources hydrauliques à la région Guangxi. Selon les statistiques officielles, celles-ci représentent 7,12 % du débit national, ce qui place la région à la 5ème place nationale dans ce domaine. Le plus grand réseau hydrographique du Guangxi, celui de la rivière des Perles, comprend un bassin représentant 85,5 % de la superficie totale du Guangxi (Atlas du Guangxi, 2003)[105].

[105] Wang H., (2003), *Guangxi zhuangzu zizhiqu dituji* (Atlas de la région autonome *Zhuang* du Guangxi), Xingqiu ditu chubanshe, Pékin, 486 p.



Source : Atlas du Guangxi (2003)

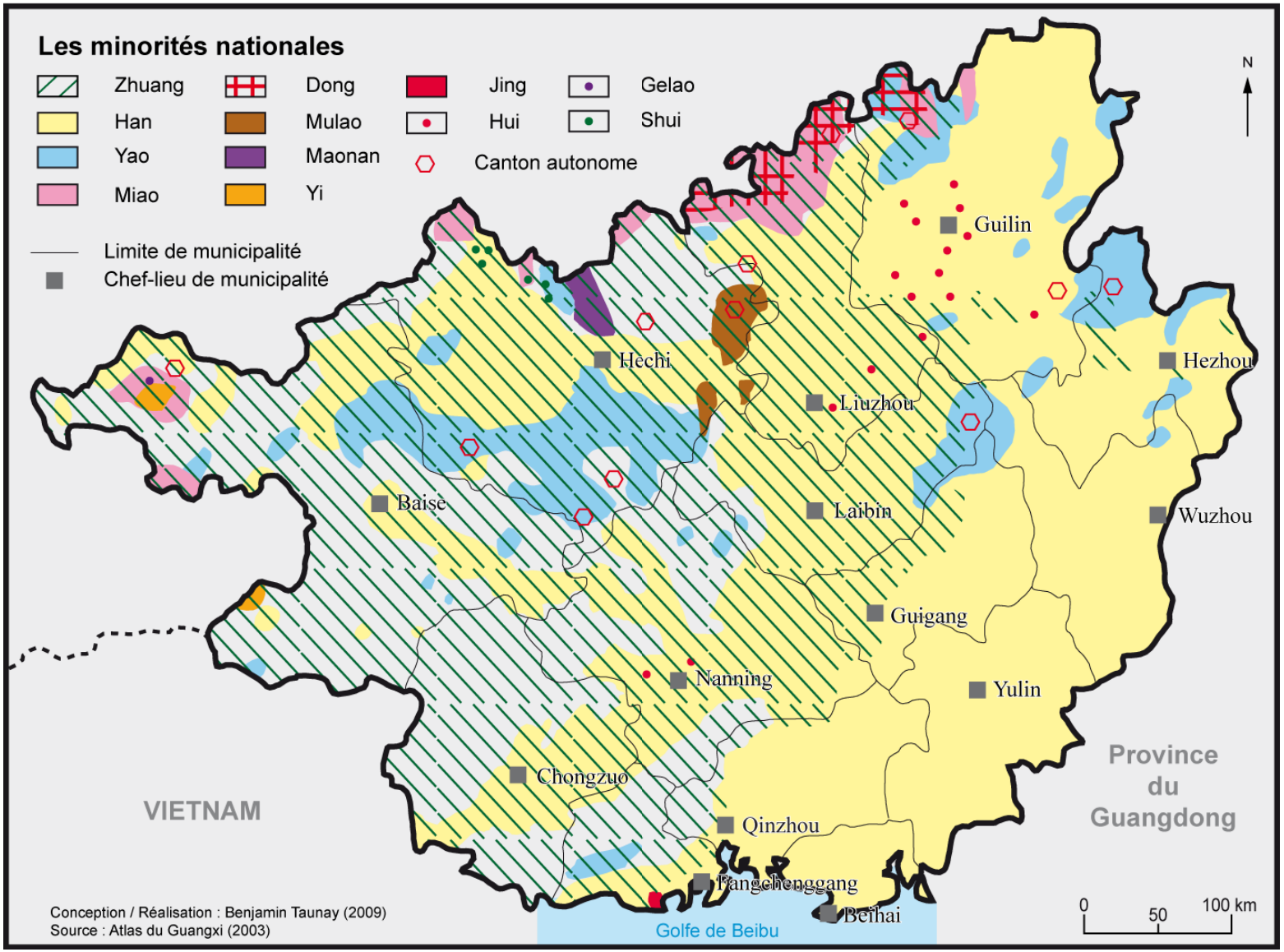
Le Guangxi est ensuite une province où les ressources minérales sont très importantes : « *comme l'indique le surnom de la province, le « pays des métaux non ferreux », les gisements importants du Guangxi en font l'un des dix grands centres producteurs du pays. […] 14 minerais (entre autres manganèse, étain, arsenic et bentonite) sont classés au premier rang du pays. Les réserves assurées de manganèse et d'étain représentent un tiers de celles du pays et 25 minerais (dont le vanadium, le tungstène, l'antimoine, l'argent, l'aluminium, le talc, la barytine) occupent les 2ème, 3ème, 4ème, 5ème et 6ème rangs nationaux* » (Le quotidien du Peuple en ligne, 02/11/2006). La grande majorité de ces ressources minérales se situent au nord-ouest de la région du Guangxi, une zone peuplée de nombreuses minorités.

Sur les 49,1 millions d'habitants en 2006, bien que les Han constituent l'ethnie majoritaire avec 62 % de la population du Guangxi, les minorités nationales représentent donc 38 % de la population. Les *Zhuang* forment la communauté minoritaire la plus importante dans le Guangxi avec 33 % de la population, et c'est en vertu de cette importante population de minorités que le Guangxi a obtenu le statut de « région autonome» en 1958[106]. Comme à l'échelle du pays, les minorités au Guangxi ont souvent été repoussées dans les zones montagneuses. De manière générale, les Han vivent dans les plaines (nord-est et sud-est de la province) et les principales villes qui s'y situent [Nanning (880 400 habitants), Guigang (77 000 habitants), Liuzhou (773 000 habitants), Guilin (600 000 habitants), Beihai (307 000 Hab.)][107], alors que les minorités vivent dans une grande partie ouest de la région où il n'existe que fort peu de villes et où les infrastructures sont en nombre limité (carte 5) ; faisant de cette partie de la région une zone très isolée et très pauvre.

Dans cette thèse, nous nous intéresserons peu au problème des minorités, car c'est encore un sujet sensible dans cette province. Nous n'avons de plus que rarement pu nous rendre dans l'ouest de la région du Guangxi et le tourisme est très peu développé dans cette partie de la province. Les constats sur le tourisme dans des villages de minorités seront donc restreints aux transformations induites par cette activité dans deux villages de la périphérie touristique de Guilin (cf. chapitres 8 et 9).

[106] D'autres groupes ethniques minoritaires sont présents au Guangxi, notamment les *Yao* (1,3 million d'individus), les *Dong* (280 000), les *Mulao* (150 000), les *Maonan* (170 000), les *Hui* (20 000), les *Jing* (16 000), les *Yi* (10 000), les *Sui* (12 000), les *Gelao* (2000). Source : Atlas du Guangxi, op. cit. p. 16-17.
[107] Ces chiffres, tirés de l'Atlas du Guangxi (2003), ne concernent que les zones urbanisées.

Carte 5. **Les minorités nationales dans la région autonome *Zhuang* du Guangxi**



Source : Atlas du Guangxi (2003)

4-2. Une ouverture sur la province du Guizhou

Nous avons également réalisé au mois de juin 2008 un court travail de terrain dans la province voisine du Guizhou, à titre de comparaison et d'ouverture. Trois sites d'étude ont été choisis et le Guizhou constitue donc le terrain secondaire de cette thèse. Toutefois, étant donné que nous n'avons consacré que peu de temps à l'analyse des réalités touristiques du Guizhou (hormis ce que constate la bibliographie ; *Supra*), nous n'aborderons le cas de cette province que dans certaines comparaisons très localisées (cf. chapitres 5 et 6), ainsi que pour une ouverture sur la diffusion du tourisme intérieur vers d'anciennes marges (cf. chapitre 9).

4-3. Echelles d'études et données récoltées

4-3-1. Les données à l'échelle du pays

Afin de réaliser un panorama du tourisme intérieur à l'échelle du pays, nous sommes d'abord allés à la recherche de statistiques générales sur le tourisme intérieur. Notre objectif était de réaliser une cartographie des principaux lieux touristiques, de leur fréquentation, ainsi que de montrer les provinces émettrices de touristes et celles qui reçoivent les touristes (et parfois les deux). Ce travail (cf. chapitre 1), s'est pourtant heurté à de nombreux obstacles. Le premier fut le manque criant de données en accès libre. Ces dernières accordent une importance considérable au tourisme international en Chine, alors que le tourisme intérieur est survolé sur quelques pages, voire parfois une seule[108]. De surcroît, le tourisme intérieur n'est apparu dans les registres officiels que depuis 1996.

Pour avoir des informations un peu plus approfondies, l'achat de certains registres s'avère indispensable[109]. Les statistiques restent un sujet sensible en Chine et servent souvent à des fins idéologiques. Bien qu'elles ne soient pas toutes inutilisables, une marge d'erreur, que le chercheur doit parvenir à cerner pour mieux apprécier la réalité qu'il étudie, reste probable (cf. chapitres 1 et 4). Les méthodes employées pour la collecte des données à charge de l'administration du tourisme diffèrent souvent d'une province à l'autre (chaque province disposant d'un registre général sur le tourisme), ce qui complique encore le travail.

[108] C'est notamment le cas du registre statistique annuel sur la Chine, qui (dans l'édition 2003), ne consacre que moins d'une page au tourisme intérieur. Le tourisme international est lui traité sur 8,5 pages.
[109] Ce que nous avons fait pour le registre sur le tourisme en Chine (édition 2007) : http://www.chinabookshop.net/yearbook-china-tourism-statistics-2007-p-56.html

4-3-2. Les données à l'échelle du Guangxi et des villes étudiées

A l'échelle du Guangxi, nous avons principalement travaillé sur les espaces urbains des villes de Guilin et Beihai, respectivement au nord-est et sur le littoral au sud de la province (planche 1). Notre première démarche de collecte d'informations fut celle de se rendre aux bureaux des administrations municipales du tourisme : les résultats furent maigres. Dans un premier temps, seules des statistiques générales sur les chiffres du tourisme intérieur dans les différentes municipalités de la région furent recueillies. Même en multipliant les visites, si quelques autres informations ont pu être glanées, les résultats demeurèrent décevants.

A ce stade de la collecte, la question qui surgit fut celle d'établir s'il existe des informations « interdites », ou bien si ces informations furent tout simplement inexistantes. Après un certain temps passé sur le terrain[110], ainsi qu'après de nombreux entretiens, nous sommes arrivés à la conclusion que de nombreuses informations sont manquantes par manque de moyens pour les collecter. Parfois, certaines informations locales se trouvent au centre régional du tourisme, à Nanning, le chef-lieu du Guangxi (planche 1).

Au cours de nos missions sur le terrain, nous avons découvert un site primordial pour la récolte des informations apparemment inaccessibles : le bureau des annales (*shizhiban*)[111]. Sa mission consiste à la collecte de toutes les informations relatives à la ville, ses transformations, ses aménagements. Un recensement annuel est ensuite imprimé. Ces registres sont de précieux outils pour comprendre l'évolution d'une ville : ils comportent de nombreuses photos, quelques cartes et, parfois, des plans de quartiers. C'est la source la plus riche (la profondeur historique permettant des comparaisons), que nous ayons trouvée pour comprendre les logiques urbaines. Pourtant ce bureau et ses publications restent souvent méconnus des Chinois eux-mêmes.

Ces informations ont bien évidemment été complétées par des articles de presse à l'échelle locale, mais aussi régionale et nationale, indispensables pour appréhender la vie locale à proximité des sites touristiques (l'adaptation des habitants), la découverte de l'ouverture de nouveaux sites touristiques, ou la transformation qu'ils subissent. Ainsi, c'est le temps passé sur le terrain qui nous a permis de mieux comprendre les réalités touristiques des lieux étudiés[112].

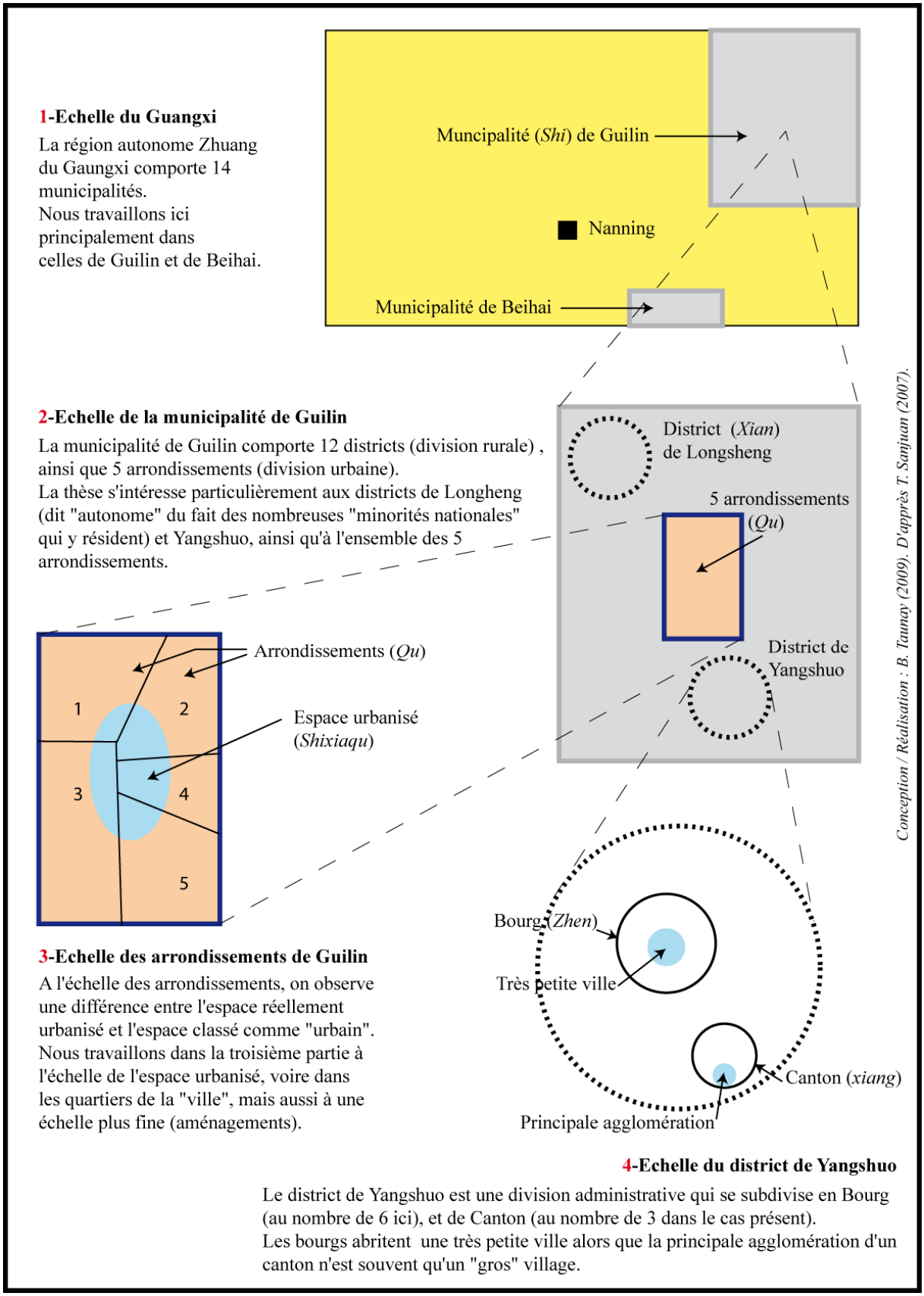
---

[110] Voir les annexes.

[111] 市志办. C'est-à-dire le bureau (办), qui garde la trace et recense dans un livre (志), l'ensemble des informations d'une ville (市).

[112] Voir les annexes pour le récit de notre démarche d'enquête sur le terrain.

Figure 1. Echelles d'étude de la thèse, exemple à Guilin



****

Bien que chacune des trois parties qui composent cette étude puisse faire l'objet d'une lecture séparée, la démonstration est cependant menée de la première vers la dernière partie. La première partie a pour but de dresser un état des lieux sur le thème du tourisme intérieur chinois, son émergence ainsi que son développement. Un premier chapitre fait le point sur les données chiffrées de ce phénomène, notamment son importance dans le pays par rapport au tourisme international. Le second chapitre examine quant à lui les fondements du tourisme intérieur, ses origines historiques, comme les caractéristiques de la société urbaine moderne qui le pratique. Un troisième chapitre examine plus particulièrement le rôle de l'Etat dans les régions mises en valeur par tourisme, en examinant de près les deux villes principales de cette étude, Guilin et Beihai ; ce qui permet également de présenter ces deux espaces urbains.

La seconde partie est principalement centrée sur les pratiques intérieures chinoises et notamment en quoi elles diffèrent des modèles établis à partir des sociétés occidentales. Un premier chapitre fait tout d'abord un état des lieux des pratiques intérieures à Guilin et Beihai, en montrant que de nombreux stéréotypes attachés au tourisme intérieur sont invalidées sur le terrain. Le second chapitre examine les pratiques de la Nature en général, du paysage en particulier dans différents sites touristiques du Guangxi, en séparant les pratiques de groupe des pratiques plus individuelles. Un troisième chapitre vient clore cette partie en soulignant l'importance des pratiques touristiques dans les espaces urbains, tout en essayant de comprendre ce que révèle ce goût pour des espaces urbains et « modernes ».

La troisième partie analyse quant à elle l'utilisation par les municipalités de Guilin et Beihai du tourisme comme d'un outil de développement ; particulièrement un outil de développement urbain. Un premier chapitre montre que les aménagements dédiés au tourisme, international dans un premier temps, intérieur dans un deuxième, sont nombreux et occupent des dimensions impressionnantes pour des villes de taille moyenne. Le deuxième chapitre analyse ensuite l'extension des espaces urbains depuis que le tourisme a été introduit dans les plans de développement urbain. On se rend alors compte que les villes ont grandi avec le tourisme, allant parfois jusqu'à créer des périphéries touristiques, où les transformations urbaines sont également importantes. Enfin, un dernier chapitre montre la diffusion actuelle du tourisme intérieur à une échelle régionale. Des lieux en situation périphérique utilisent le tourisme pour se développer, si bien qu'une nouvelle géographie des espaces touristiques ainsi que des réseaux qui sous tendent ces derniers voit aujourd'hui le jour.

Notre conclusion générale se propose de tirer les enseignements majeurs de cette étude et d'envisager des perspectives géographiques, anthropologiques et économiques possibles.

Partie I.

Le tourisme intérieur chinois : état des lieux

Introduction de la première partie

« Des lieux insoupçonnés sont touristiques au regard de peuples conquérants du tourisme ».
(Equipe MIT, Tourismes 2 ; p. 325)

Depuis le début des années 2000, des zones rurales, notamment à l'ouest et au nord-est de la Chine, se reconvertissent dans le tourisme. C'est par exemple le cas des provinces du Xinjiang et du Dongbei, cette dernière étant très touchée par le chômage. Dans une certaine mesure, l'Etat chinois favorise l'essor du tourisme au Tibet, car c'est un moyen de développer cette région. Cependant, ce n'est plus vers le tourisme international que ces provinces se tournent, mais bien vers un marché intérieur.

Comment l'expliquer ? Le tourisme intérieur chinois serait-il plus important, numériquement et en terme de recettes, que le tourisme international dans le pays ? Si tel est le cas, cela signifierait que les chercheurs qui ont abordé le tourisme en Chine par le prisme du tourisme international sont passés à côté du phénomène touristique le plus important du pays. Comme nous l'avons vu dans l'introduction générale, l'immense majorité des auteurs étudiant le tourisme approchent d'abord la question du tourisme international, avant de se pencher sur le tourisme des populations en développement qui accèdent depuis peu à cette nouvelle liberté.

Cette première partie propose donc de procéder de manière inverse par l'étude, en un premier lieu, du tourisme intérieur. C'est d'ailleurs l'objet du premier chapitre qui, à partir de données statistiques, montre que le tourisme international en Chine est surestimé alors que le tourisme intérieur est un géant numérique qui rapporte de nombreuses recettes à l'Etat. De plus, il semble que le tourisme intérieur existe ici depuis presque aussi longtemps que le tourisme international. Peut être même a-t-il précédé le tourisme des étrangers dans le pays, ce que pourrait nous révéler une étude historique.

Le chapitre deux propose ainsi un éclairage sur les fondements du tourisme intérieur. Ce développement ne prétend cependant pas analyser historiquement les origines du phénomène, mais seulement poser la question de l'origine des différences de pratiques constatées entre touristes internationaux en Chine et touristes intérieurs. Ces dissemblances sont-elles la conséquence de pratiques plus anciennes qui existaient en Chine il y a plusieurs

siècles ? Sont-elles au contraire le résultat d'un autre regard sur l'espace, un regard qui recherche d'abord la modernité, considérant que les touristes intérieurs sont d'abord originaires des plus grands espaces urbains du pays ? Ce deuxième chapitre utilisera pour répondre de récentes études anthropologiques ainsi que des analyses de géographes et de sinologues travaillant sur les villes chinoises, théâtre de nouvelles sociabilités.

Cette première partie ne saurait être complète sans un développement sur les acteurs du tourisme intérieur chinois. Le tourisme est en effet un système et après avoir décrit le phénomène dans son ensemble, proposé également un éclairage sur les touristes et leurs pratiques spatiales, un dernier chapitre analyse le rôle de l'Etat dans les mises en tourisme. Le tourisme intérieur est un secteur important du développement économique, qui permet notamment à la Chine de répartir des richesses sur l'ensemble du territoire et c'est pourquoi, dès les débuts du tourisme intérieur, le rôle de l'Etat a été fondamental. D'une manière générale, à l'échelle du Sud-Ouest ensuite, l'analyse se penchera enfin sur les deux villes étudiées principalement dans ce travail. Les scénarii particuliers des mises en tourisme permettent en effet d'éclairer des stratégies plus générales.

***Chapitre 1*. Le tourisme intérieur domine le tourisme en Chine**

1. L'apparition au plan touristique de la Chine
2. Le tourisme intérieur domine le marché chinois

***Chapitre 2*. Le tourisme intérieur chinois, un « autre » tourisme ?**

1. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène aux fondements anciens
2. La modernité chinoise, fondement du tourisme intérieur chinois ?
3. De nouvelles formes de tourisme plus individuelles ?

***Chapitre 3*. L'important rôle de l'Etat dans les mises en tourisme**

1. L'argument des paysages (Shanshui), pour la mise en tourisme de Guilin
2. La mise en tourisme de Beihai pour développer un littoral marginal

Chapitre 1. Le tourisme intérieur domine le tourisme en Chine

« Le tourisme intérieur est la principale source du tourisme en Chine ».
Béatrice David, 2007, p. 144[113].

Au regard des statistiques de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), la Chine semble être un grand pays touristique : selon cette source, plus de 54 millions de touristes se seraient rendus dans ce pays en 2007, alors qu'ils n'étaient que 31 millions en 2000. Cette croissance considérable, dans un pays qui était il y a encore trente ans quasiment fermé aux touristes étrangers, stimule les études sur le tourisme international en Chine, qui se multiplient allègrement ces dernières années.

Peu de nuances ont cependant été apportées à la validité des données de l'OMT (données tributaires des déclarations chinoises). Derrière les chiffres mirobolants se cache une réalité toute autre. Sont comptabilisés comme touristes internationaux les touristes originaires des régions spéciales (Hong Kong et Macao), et sont également recensés comme touristes de nombreux Chinois de la « diaspora » qui viennent rendre visite à leur famille, faire des affaires, ou bien les deux.

A posteriori, la Chine n'est donc pas un si grand pays dans le système touristique international. En revanche, à une autre échelle, il existe un important tourisme intérieur chinois, bien moins étudié et pourtant beaucoup plus conséquent numériquement ; rapportant plus de recettes à l'Etat. Apparu assez récemment dans des études menées par des universités hongkongaises[114], cette population touristique « intérieure » existait pourtant depuis plusieurs décennies sur le continent.

Ce chapitre introductif a pour objectif d'éclaircir la nature de la fréquentation touristique et la part du tourisme intérieur dans le tourisme en Chine : combien sont les touristes chinois qui font du tourisme en Chine ? Quel poids représentent t-ils par rapport aux

[113] David B., (2007) *Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine*, Herodote, n° 125, p. 143-155.
[114] Les études menées dans ces universités essayaient alors de mieux cibler les attentes des touristes du continent une fois à Hong Kong. Notamment les désirs en terme d'hôtellerie, de restauration de shopping (quelles sont leurs marques préférées, combien ils sont prêts à dépenser, etc.), mais aussi la part entre le temps de visite et les autres temps du séjour. Les plus récents articles s'intéressent à l'évolution « individuelle » de ce tourisme depuis que les touristes du continent ont plus de facilités (un visa n'est plus nécessaire pour un séjour de moins d'une semaine), pour se rendre à Hong Kong.

touristes internationaux dans le pays ? Depuis quand existe ce tourisme intérieur ? Il s'agit aussi de montrer les limites statistiques liées au tourisme intérieur, bien moins nombreuses que pour le marché international, mais dont une analyse fine fait apparaître de nombreux paradoxes.

1. L'apparition au plan touristique de la Chine

1-1. La Chine est en apparence une vaste aire d'arrivée du tourisme international

1-2. Les particularités des flux touristiques venus de l'extérieur de la Chine

1-3. Le tourisme international en Chine reste tributaire des marchés émetteurs voisins

Transition. Le tourisme chinois vers Hong Kong est-il du tourisme intérieur ?

2. Le tourisme intérieur domine le système touristique chinois

2-1. Le tourisme intérieur est le plus important phénomène touristique en Chine

2-2. Les limites des statistiques et des définitions liées au tourisme intérieur

Encadré 1. **Qu'est-ce que le Tourisme ?**

Nous ne pouvons nous satisfaire de la « simple » définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), qui considère comme touristes tous les individus en déplacement de plus de 24 heures hors de chez eux, incluant sans distinction des déplacements non touristique à finalité disparate (affaires, visite à la famille, etc.). La « géographie du tourisme », pensée notamment par des auteurs comme Lozato-Giotart [115], présente la même imprécision car largement basée sur une approche comptable (les « flux » et les « nuitées »), approche largement remise en cause depuis que la géographie se tourne vers les autres sciences humaines et sociales, exhaussée par une perspective plus qualitative que quantitative : tous les actes des touristes ne sont pas mesurables, au grand dam des statistiques de l'OMT et des différents Etats.

Ensuite, la géographie du tourisme fait appel à des catégories de l'espace et du milieu, rendant sa démarche souvent déterministe (« facteurs » « physiques » et « humains »). L'exemple le plus révélateur est celui des « tropismes » : un lieu est touristique parce qu'il se situe soit en montagne, soit au bord de la mer, soit à la campagne, déterminant une « vocation » touristique, « vocation » qui attire nécessairement les touristes. Mais « *si la mer, le sable ou la montagne sont des éléments du milieu privilégié par les touristes, toutes les montagnes, ni tous les littoraux ne sont d'emblée touristiques* »[116]. Pourquoi n'y avait-il pas de touristes se baignant à la plage au 15ème siècle ? Tout simplement parce que le tourisme est une construction sociale, le produit d'un regard sur l'espace à un moment donné.

Le tourisme comme nous le considérons ici reprend les travaux de l'équipe MIT, défini à partir de 1997 dans l'article « *Une approche géographique du tourisme* »[117]. Les auteurs de ce texte proposent de considérer le tourisme non pas comme une activité, mais plutôt comme un système dont le touriste serait le cœur. Cette approche est classique en anthropologie (elle centre son étude sur les individus), mais la spécificité du MIT est de penser cette approche selon sa qualité d'équipe de géographes. La démarche est alors d'étudier « *le rapport particulier qu'entretiennent les individus au temps et aux lieux* »[118]. Le tourisme s'organise alors en rupture. Une rupture spatiale et temporelle : il faut partir de chez soi pour aller vers des lieux géographiques différents quand on veut faire du tourisme. Et quand on se situe dans ces lieux hors de chez soi (lieux du hors quotidien), le temps qui s'écoule dans le quotidien s'arrête. Il y a donc une double discontinuité, spatiale et temporelle. Et cette discontinuité entraîne une modification du moi intérieur. Pour l'expliquer, les auteurs du MIT reprennent le titre de l'ouvrage de Paul Ricoeur (1990) : « *Soi-même comme un autre* ».

Le tourisme, définit comme un « *système d'acteurs, de lieux et de pratiques permettant aux individus la recréation par le déplacement et l'habiter temporaire de lieux autres* » (Equipe MIT, Tourismes 2 ; p. 342) [119], permet ainsi au touriste de se « recréer » : « *L'enjeu du déplacement touristique est bien la reconstitution, après le travail, du corps et de l'esprit, activité impliquant un effort, conscient et inconscient que nous nommons « recréation ».* »[120] Un touriste choisit donc de partir vers un lieu touristique, il n'est pas « attiré » par celui-ci. Ainsi, « *un moyen de définir le touriste consiste à qualifier de touriste l'individu qui a des pratiques touristiques. Loin d'être un truisme, ce choix est important car il permet de ne pas figer les individus dans un seul rôle* »[121].

[115] Lozato-Giotart J.-P., (2003) *Géographie du tourisme. De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education, Paris, 320 p.
[116] Stock et *al*., *op. cit*., 2003, p. 18.
[117] Knafou R. et *al*, (1997) *Une approche géographique du tourisme*, L'Espace Géographique, n° 3, p. 193-204.
[118] Stock et *al.*, *op. cit.*, 2003, p. 20.
[119] Equipe MIT, (2005) *Tourismes 2, Moments de lieux*, Belin, Collection Mappemonde, Paris. 345 p.
[120] Equipe MIT, Tourismes 1, *op. cit.*, p. 104.
[121] Stock et *al.*, *op. cit*., 2003, p. 22.

1. L'apparition au plan touristique de la Chine

Depuis le début des années 2000, la Chine émerge au plan touristique. Elle espère à terme passer dans le groupe des pays dits du Nord de l'aire Pacifique (*Infra*) [122]. Le processus n'est cependant pas encore achevé, car les statistiques de l'OMT nous montrent que les flux de touristes « internationaux » arrivant en Chine sont en réalité constitués en grande partie de « populations d'ethnie chinoise »[123] qui ne viennent pas toujours en Chine pour réellement y faire du tourisme. De plus, le tourisme est loin de concerner l'ensemble du territoire : les grandes villes reçoivent la majorité des flux alors que l'ouest est encore peu fréquenté.

1-1. La Chine est en apparence une vaste aire d'arrivée du tourisme international

Le tourisme international en Chine représente selon l'OMT plus de 54 millions de touristes en 2007, ce qui est le résultat des politiques d'ouverture de Deng Xiaoping (les « quatre modernisations »), à la fin 1978.

1-1-1. Le tourisme international en Chine s'est beaucoup développé depuis 1978

La Chine est restée un pays longtemps fermé aux étrangers, et donc aux touristes internationaux : ceux-ci n'étaient que 716 000 en 1978, mais deux ans plus tard, en 1980, ils étaient déjà 3,5 millions. Leur nombre triple à l'horizon 1990 avec 10,5 millions de touristes internationaux enregistrés. Ensuite, cet effectif va progresser de 10 millions tous les cinq ans : 20 millions en 1995, 31,2 millions en 2000, pour parvenir à 46,8 millions en 2005 (plus 15 millions pour les cinq dernières années donc). Seuls deux événements ont orienté à la baisse le développement du tourisme international en Chine continentale : la répression sur la place *Tiananmen* en 1989 (le nombre de touristes de 1988 n'est retrouvé qu'en 1991), et l'épidémie du SRAS[124] en 2003 (32,9 millions de touristes en 2003 contre 36,8 en 2002, mais 41,8

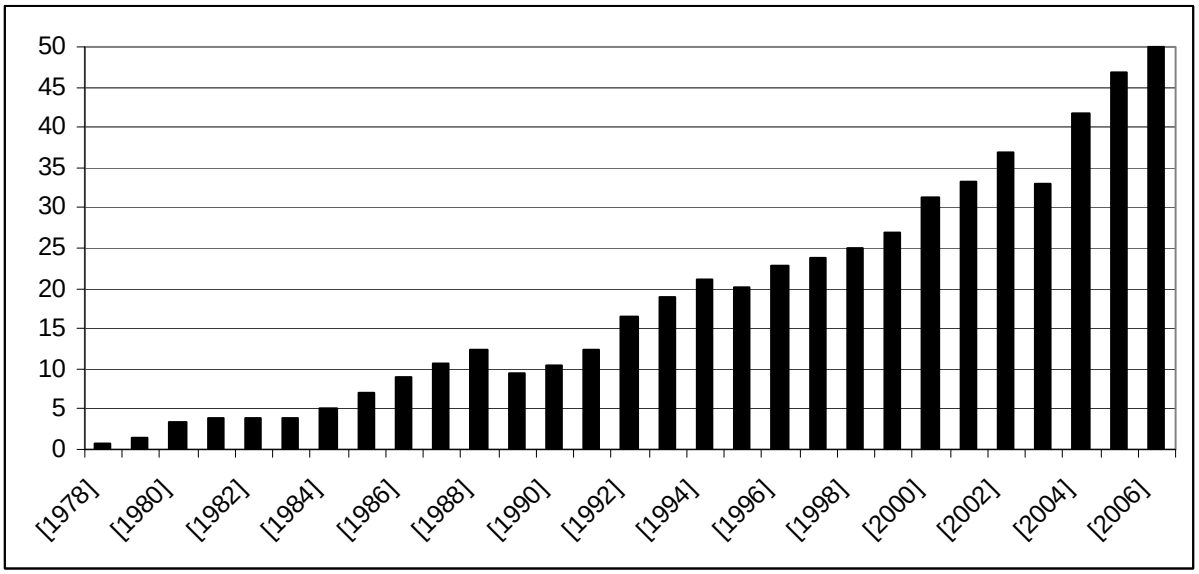
[122] L'aire Pacifique est définie dans l'ouvrage suivant : Cosaert P., (2009) *Les Enjeux du Pacifique*, Editions Ellipses, Paris, 352 p. D'un point de vue touristique, cette aire recevrait un total de 280,4 millions de touristes pour 293 milliards de dollars de recettes en 2007. Rassemblant les deux rives de l'Océan Pacifique ainsi que l'Océan lui-même, ce serait le deuxième plus grand foyer du tourisme international après l'ensemble Europe-bassin méditerranéen (Ces données sont toutefois à relativiser car ni l'Amérique du Nord ni l'Amérique du Sud ne peuvent être considérées comme faisant entièrement partie de cette aire Pacifique). Pour une description plus détaillée du tourisme dans cette aire Pacifique, voir Taunay B., (2009) *Le tourisme dans l'aire Pacifique : un marché dynamique renouvelé par l'arrivée de la clientèle chinoise*, (dossier n° 3 de l'ouvrage précédent), p. 64-85.

[123] C'est-à-dire de Chinois vivant à l'étranger ou bien de descendants de Chinois présents hors de Chine. Ces individus viennent en Chine principalement pour voir leur famille ou faire des affaires, voire les deux. Voir : Cosaert P., (2009) *Le rôle des Chinois et des descendants de Chinois présents hors de Chine*, Dossier n° 11 In Cosaert P., (2009) *Les Enjeux du Pacifique*, Editions Ellipses, Paris, 352 p.

[124] SRAS : Syndrome respiratoire aigu sévère.

millions en 2004 et 54,7 millions en 2007 ; graphique 4). Le mouvement est ainsi en train de s'accélérer avec l'augmentation du nombre de vols au départ des grandes capitales mondiales (Air France propose déjà deux vols quotidiens Paris-Pékin et un Paris-Canton), mais bien plus encore avec la massification des liaisons terrestres entre le continent et Hong Kong/Macao. Bien qu'étant encore une institution modeste, l'administration nationale du tourisme chinois (CNTA) multiplie les liens et les accords avec ses homologues étrangers, ainsi qu'avec les grands tour-opérateurs internationaux.

Graphique 4. Evolution du nombre de déplacements touristiques internationaux en Chine de 1978 à 2006[125]



Unité : Millions de déplacements touristiques

Source : OMT, 2007.

Taiwan et les Régions administratives spéciales de Hong Kong et de Macao sont comptabilisés à part : en prenant en compte les données relatives à ces trois territoires, la « grande Chine » totaliserait 88,5 millions de touristes en 2007 (tableau 8). Ces trois entités bénéficient cependant d'un niveau de vie comparable à celui de pays développés, et à l'inverse de la République populaire, elles ne se contentent pas de recevoir de nombreux touristes, elles en *émettent* également un grand nombre[126].

[125] Dans ses déclarations, sous le vocabulaire de « touristes », l'OMT comptabilise en fait des « déplacements touristiques » et pas réellement les touristes eux-mêmes : un touriste qui se rend deux fois dans le même lieu la même année sera donc considéré comme deux touristes.

[126] Voir ensuite pour une analyse de la question du tourisme des Hongkongais vers la Chine continentale ainsi que le phénomène inverse : dans les deux cas, est-ce du tourisme international ou du tourisme intérieur, ou bien une autre forme de tourisme ?

Tableau 8. Le tourisme international dans la grande Chine entre 2005 et 2007

Aire	Nombre de touristes en 2005	Nombre de touristes en 2006	Nombre de touristes en 2007	Recettes du tourisme international en 2005	Recettes du tourisme international en 2006	Recettes du tourisme international en 2007
Chine continentale	46,8	49,9	54,7	29,2	33,9	41,9
Hong Kong	14,8	15,8	17,2	10,3	11,6	13,8
Macao	9	10,7	12,9	7,9	9,8	-
Taiwan	3,4	3,6	4,2	5	5,1	5,1
Aire Pacifique	244,0	257,0	280,4	236,5	262,7	293,0

Aire Pacifique : Ensemble rassemblant les deux rives de l'Océan Pacifique, et l'Océan lui-même.
Unités : Millions de déplacements touristiques (nombre de touristes) / Milliards de Dollars (revenus).

Source : OMT 2008

La progression du nombre de touristes internationaux en Chine continentale remplit aujourd'hui les caisses de l'Etat. Pour 263 millions de dollars américains grappillés en 1978, c'est 41,9 milliards que la Chine a captés en 2007. Selon ces chiffres, le pays serait aujourd'hui la quatrième destination touristique dans le monde et la deuxième de l'aire Pacifique, derrière les Etats-Unis (tableau 9), ce qui semble cependant douteux (*Infra*).

Tableau 9. Les 5 premières destinations touristiques du monde en 2007

Rang	Pays	Arrivées	Rang	Pays	Recettes
1	France	81,9	1	Etats-Unis	96,7
2	Espagne	59,2	2	Espagne	57,8
3	Etats-Unis	56,0	3	France	54,2
4	Chine	54,7	4	Italie	42,7
5	Italie	43,7	5	Chine	41,9

Unité : Millions de déplacements touristiques (arrivées) / Milliards de Dollars (recettes)

Source : OMT, 2008.

1-1-2. Un développement tardif à l'échelle du système touristique mondial

Les sources sont peu nombreuses sur l'histoire du tourisme international en Chine. Jusqu'au début du 20ème siècle, seuls les aventuriers et les négociants étrangers se rendant dans les comptoirs du sud de la Chine pénétraient dans le pays, et l'on peut dire que la première phase de diffusion du tourisme en Chine se situe dans les années 1920 et 1930. Le tour opérateur britannique Cook ouvre une première agence de voyage à Shanghai dans les années 1920, agence qu'il déplace par la suite à Pékin. Parallèlement, en 1923, le banquier Chen Guangpu, après avoir été déçu des services de l'agence de Cook, créé, avec l'ouverture

d'une filiale au sein de la Commercial and Savings Bank, la première agence de voyage chinoise qui, rompant les liens avec la maison mère, devient en 1932 la China Travel Service. Mais la guerre contre les Japonais à la fin des années 1930 et la guerre civile qui suit la fin de la deuxième guerre mondiale met temporairement fin au tourisme en Chine (Zhang G., 2002)[127].

Après la fondation de la République populaire en 1949, il faut attendre 1953 pour voir réapparaître le tourisme international, un tourisme cependant seulement autorisé dans un cadre strictement contrôlé par l'État. A cette époque, la Chine fait venir de nombreux techniciens étrangers pour assister le gouvernement dans la mise en place de son premier plan quinquennal. Dans le dessein de prendre soin de ses visiteurs officiels et pour former des personnels dans le secteur touristique, Pékin crée la China International Travel service (CITS), la première agence touristique d'Etat en Chine. C'est alors une petite structure qui, considérant les valeurs politiques de l'époque, accueille majoritairement des visiteurs d'Europe de l'Est et d'Union soviétique (95% des 5439 touristes en 1960). Mais les désaccords entre la Chine et l'Union soviétique au début des années 1960 font chuter de 70% le nombre de touristes entre 1960 et 1963. La Chine de l'époque se tourne cependant vers l'ouest et vers d'autres pays (la première ligne aérienne internationale vers le Pakistan est ouverte en 1964), et en 1965 le nombre de touristes remonte à 4519 individus, dont 85% de touristes originaires des pays occidentaux (Uysal, 1986) [128].

La Révolution culturelle (1966-1976) bloque complètement le processus de redéveloppement du tourisme international en Chine. Le Président Mao envoyait alors ceux qu'il considérait comme des opposants, les « intellectuels bourgeois », à la campagne. Les employés du CITS qui avaient fait des études furent ainsi une des cibles des purges, séparés de leur famille et envoyés dans les périphéries rurales du pays pour être « rééduqués » par les paysans. Les conséquences de cette politique sont qu'entre 1966 et 1970 le CITS reçut 4000 touristes (483 seulement en 1969). Jusqu'en 1971 la Chine demeurait interdite aux citoyens américains, ainsi qu'à ceux de nombreux autres pays. La visite « historique » du Président Nixon en 1972 (qui faisait suite à celle du secrétaire d'Etat Henry Kissinger en juin 1971), marqua cependant un tournant et l'attitude du gouvernement changea partiellement envers les touristes étrangers. Le nombre de touristes augmenta « rapidement » entre 1972 et 1976 (9298 touristes en 1976 pour la seule ville de Guilin ; annuaire statistique de Guilin - 1997), bien

[127] Zhang, G., (2002) *China's tourism since 1978, Policies, Experiences and lessons learned*, p. 13-34, **In** : Lew A. et *al*, *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, 358 p.
[128] Uysal M. et al, (1986) *Development of international tourisme in PR China*, Tourism Management, numéro de juin, p. 113-119.

que toujours entravé par des relents de la Révolution culturelle (méfiance à l'égard des visiteurs étrangers) : le CITS n'avait en 1976 des liens qu'avec 6 agences touristiques japonaises et une poignée d'agences de pays occidentaux (Uysal, 1986). Au milieu des années 1970, il y avait environ 30 000 touristes « étrangers » (hormis les « compatriotes » de Hong Kong et Macao) en Chine, soit l'équivalent, à titre de comparaison, du nombre de touristes en Antarctique en 2007.

1-1-3. Un tourisme réhabilité et souhaité depuis l'époque des quatre modernisations (1978)

La fin de la Révolution culturelle en 1976 marqua le début d'un changement en Chine avec l'arrivée progressive au pouvoir de Deng Xiaoping et notamment de sa politique de « portes ouvertes » à partir de 1978. La nature même du tourisme changea, passant d'un outil politique à une entreprise commerciale, le but étant d'encourager le développement du tourisme pour apporter des revenus à l'Etat : « *Le tourisme dans l'ère post-Mao a été adopté comme une stratégie de sa politique de portes ouvertes pour réaliser finalement le développement économique* » (Xiao, 2006 ; p. 804)[129]. Entre octobre 1978 et juillet 1979, Deng Xiaoping prononce cinq discours concernant le développement du tourisme international en Chine. Le nouveau leader de l'ère post-maoïste veut alors s'appuyer sur le tourisme international comme un moyen de développement. Pour quatre principales villes (Chengdu, Guilin, Hangzhou et Kunming), et de nombreuses autres plus petites localités dans le pays, il propose la mise en place de plans de développements touristiques, la création de zones d'investissements étrangers, la formation des guides touristiques, etc. De manière plus générale, il encourage le développement d'une véritable économie touristique et propose que le tourisme se base sur des espaces urbains. Sa vision du développement du tourisme se situe à « grande échelle », car il souhaite développer d'importantes villes avec services dans celles-ci pour le tourisme : « *Deng a utilisé son expérience personnelle de visites dans d'autres pays et a suggéré, « la construction urbaine à Singapour est un bon exemple pour nous. Là-bas ils conçoivent des zones urbaines par zones interconnectées, englobant les quartiers résidentiels, des cinémas, des espaces de divertissement et des entreprises de service* » (Xiao, 2006 ; p. 811)[130]. Pour développer ces nouvelles infrastructures, il a besoin d'argent que le pays n'a pas et il propose donc de bâtir celles-ci grâce à des investissements étrangers : « *Pour la*

[129] « *Tourism in the post-Mao era was adopted as a strategy for its opendoor policy to eventually achieve economic development* ». Xiao H., (2006) *The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China*, Tourism Management, Volume 27, n° 5, p. 803-814.

[130] « *Deng drew upon personal experience from his visits to other countries and suggested, "urban construction in Singapore is a good example for us. They design urban areas by interconnected zones, encompassing residential districts, cinemas, entertainment spaces, and service businesses* » *(Deng-79-01-06)* ». Ibid.

construction d'infrastructures touristiques comme les hôtels, Deng a souligné à maintes reprises les possibilités d'utilisation des investissements des Chinois d'outre-mer ou des étrangers dans le stade initial du développement » (Xiao, 2006 ; p. 811)[131].

Ces discours sont fondamentaux, car ils ont lancé un développement urbain dans les lieux choisis. Les villes touristiques qui se développent pendant les années 1980 ont ainsi bénéficié de zones franches pour les investissements étrangers et dans ces villes les hôtels construits en « joint-venture » sont nombreux pendant les années 1980 et 1990 (voir le cas de Guilin au chapitre 7). Autre point fondamental, ces infrastructures seront reprises plus tard par les touristes intérieurs et par les acteurs locaux du tourisme (*Infra*).

Près de 30 ans après ces discours, à la fin des années 2000, la Chine est apparemment une vaste aire d'arrivée du tourisme international. Toutefois, les revenus du tourisme international en Chine continentale (2007) sont bien en deçà de ce que pourraient laisser espérer les données concernant les arrivées. Car, si à l'intérieur de l'Aire Pacifique les dix premiers pays (en terme d'arrivées de touristes internationaux et en terme de recettes du tourisme international), sont tout d'abord les Etats-Unis et la Chine continentale (premier et deuxième respectivement), les Etats-Unis dominent largement au niveau des recettes : 96,7 milliards de dollars contre 41,9 pour la Chine continentale. On se rend donc déjà compte que les statistiques du tourisme international sont en partie faussées pour la Chine par la prise en compte d'arrivées de « touristes » qui n'en sont pas vraiment, ceux qui viennent de Hong Kong pour un ou deux jours seulement pour affaires, ou pour visiter des membres de leur famille.

1-2. Les particularités des flux touristiques venus de l'extérieur de la Chine

Les chiffres du tourisme international en Chine doivent être relativisés. L'importance du nombre de touristes originaires des régions spéciales (Hong Kong et Macao) d'abord, celle des Chinois de l'extérieur ensuite (vivant à l'étranger mais revenant périodiquement sur le continent pour visiter leur famille ou faire des affaires), doit être soulignée.

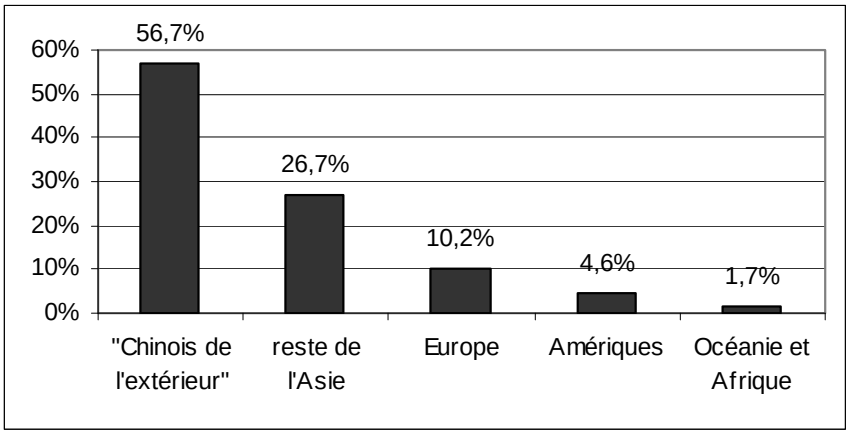
1-2-1. Plus de la moitié des touristes internationaux en Chine provient des régions spéciales

Une importante partie des touristes internationaux en Chine sont en fait des étrangers un peu particuliers, il s'agit des Chinois ressortissants de Hong Kong, de Taiwan et de Macao qui représentent en effet 56,7 % des 46,8 millions de touristes internationaux enregistrés en

[131] « *For the construction of tourist facilities like hotels, Deng repeatedly stressed the options of using overseas Chinese or foreign investments in the initial stage of development* ». Ibid.

2005 (graphique 5). Il faut ici rappeler que, jusqu'en 2008, il était impossible de se rendre directement de Taiwan en Chine (et vice versa) : il fallait obligatoirement transiter par un pays tiers. Même entre la Chine proprement dite et Hong Kong ou Macao, il subsiste encore une frontière en dépit du retour de ces territoires dans le giron de la mère patrie, respectivement en 1997 et en 1999.

Graphique 5. Origine des touristes internationaux en Chine (2005)



Chinois de l'extérieur : ressortissants de Hong Kong, Macao et Taiwan

Source : OMT et Ministère de la sécurité publique en Chine 2006

Il convient donc de distinguer le tourisme des ressortissants de Hong Kong et de Macao, deux provinces - bien que rétrocédées - dont les touristes, bien que chinois, ont des pratiques touristiques bien différentes des Chinois du continent. Le tourisme en provenance de Hong Kong et de Macao à destination de la Chine continentale proprement dite doit ainsi être considéré comme du tourisme international et non comme du tourisme « intérieur », les différences de revenus ayant longtemps été très importantes : « *Les différences fondamentales dans le niveau de vie, les modes de vie et les philosophies politiques des deux côtés de la frontière ont été reconnus par les autorités. Néanmoins, tout en visitant leurs amis et parents sur le continent, les touristes de Hong Kong peuvent profiter d'un degré de liberté indisponible pour des touristes étrangers. Bien que les touristes de Hong Kong, qui restent avec leurs familles, doivent s'inscrire auprès des autorités locales, ils ont toujours pu interagir librement avec la population locale* » (Chow, 1988 ; p. 208)[132].

[132] « *The basic differences in living standards, lifestyles, and political philosophies on both sides of the border were recognized by the authorities. Nevertheless, while visiting their friends and relatives on the mainland, Hong Kong tourists could enjoy a degree of freedom unavailable to foreign tourists. Although Hong Kong tourists staying with their kin are required to register with the local authorities, they have always been able to interact freely with the local people* ». Chow W. S., (1988) *Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong*,

Le nombre très élevé d'excursionnistes figurant dans les registres officiels (73,5 millions, en augmentation de 40,3 % par rapport à 2000) s'explique par ce phénomène : la plupart de ces excursionnistes sont en effet originaires de ces deux régions administratives spéciales. Ce sont des personnes qui se rendent pour la journée à Canton, ou même seulement à Shenzhen (Tableau 10).[133]

Tableau 10. L'importance des déplacements de courte durée des ressortissants de Hong Kong et de Macao en 2005

Visiteurs (2005)	**Touristes**	**Excursionnistes**
« Etrangers »	20 255 137	0
Taiwan	4 109 187	0
Hong Kong et Macao	22 444 676	73 483 255
TOTAL (120 292 255)	46 809 000	73 483 255

« Etrangers » : Touristes internationaux originaires d'autres régions que Taiwan, Hong Kong ou Macao.
Unité : individu

Sources : OMT et Ministère de la sécurité publique en Chine

Avant de détailler l'origine des touristes « étrangers » se rendant en Chine continentale, il convient donc de relativiser le poids des touristes ressortissant de Hong Kong, de Taiwan et de Macao : derrière une grande partie de ces 22,4 millions de « touristes » se cachent en fait des personnes, des Chinois en l'occurrence, qui ne peuvent être identifiés comme des touristes au sens strict du terme. La plupart des ressortissants de Hong Kong et de Macao ont de la famille dans la province voisine du Guangdong (dont le chef-lieu est la ville de Canton) ou des affaires à y traiter (ou les deux à la fois), et les voyages pour leur rendre visite sont nombreux, faussant ainsi les statistiques : « *Les résidents de Hong Kong sont principalement originaires de la province de Guangdong ou leur ascendance provient de la province. En raison de cette affinité ethnique, ces touristes de Hong Kong ont été attirés en grande partie au fil des ans dans les zones adjacentes de la province de Guangdong à visiter leurs parents et leurs familles. Dans la seule ville de Guangzhou, il y a 679 843 résidents qui sont des parents proches de leurs compatriotes de Hong Kong et de Macao (registre économique de Guangzhou, 1984, p. 67). La nouvelle année lunaire a été une occasion importante pour renouveler et pour réaffirmer les liens de parenté* » (Chow, 1988 ; p. 207)[134]. De plus,

Annals of tourism research, p. 205-218.

[133] Attention à ne pas confondre ces excursions avec du tourisme intérieur, ce sont deux phénomènes distincts dont les objectifs et les modalités sont très différents.

[134] « *Hong Kong residents are largely natives of the Guangdong Province or trace their ancestry from counties in the Province. Because of this ethnic affinity, these Hong Kong tourists have been drawn largely over the years to*

beaucoup de Hongkongais exercent des activités professionnelles ou entretiennent des affaires dans la province du Guangdong, ce qui implique qu'ils s'y rendent fréquemment.

En dépit de la distance plus grande et du bras de mer qui la sépare du continent, Taiwan se trouve dans une situation comparable : ses ressortissants se rendent fréquemment sur le continent (via Hong Kong) pour rendre visite à de la famille ou pour y traiter des affaires en raison de la multiplication de leurs investissements sur le continent, en particulier dans la province du Fujian et à Shanghai.[135]

1-2-2. Les ressortissants étrangers « d'ethnie chinoise » sont nombreux parmi les touristes étrangers

Au sein des 20,2 millions de touristes internationaux recensés, des étrangers « d'ethnie chinoise » sont également présents. Ils sont issus de ce que certains appellent la « diaspora » chinoise, d'autres les « Chinois d'outre-mer », et que nous appellerons ici les ressortissants étrangers « d'ethnie chinoise ». Cette population regroupe les Chinois ayant un passeport chinois mais qui résident à l'étranger, ou bien les descendants de Chinois qui ont un passeport d'un autre pays que la Chine mais qui sont ethniquement chinois et qui continuent à parler une langue chinoise à la maison. Ces personnes ont évidemment une affinité culturelle forte avec la Chine continentale et ne peuvent être tout à fait considérées comme des touristes internationaux ou étrangers. Elles sont nombreuses en Asie du Sud-Est et représentent par exemple 75 % des Singapouriens et près de 30 % des Malaisiens.[136]

Des ressortissants étrangers « d'ethnie chinoise » peuvent également se rencontrer parmi les touristes venant d'Amérique et d'Europe. Différents cas de figures se présentent, comme par exemple les enfants de Chinois installés en Europe depuis une ou deux générations, qui vont en Chine pour apprendre une langue qu'ils ne parlent parfois plus, ou seulement oralement ; les étudiants chinois qui étudient en Europe (nommés « tortues de mer », *haigui*), sont également parfois comptabilisés comme « touristes ». Cette part de touristes d'ethnie chinoise dans le tourisme international en Chine est certes impossible à quantifier avec précision, mais elle est sûrement très importante et elle doit nous amener à

---

the adjacent areas of Guangdong Province to visit their relatives and families. In Guangzhou alone, there are 679,843 residents who are relatives of their Hong Kong and Macao compatriots (Guangzhou Economic Year Book 1984:67). The lunar new year has been an important occasion to renew and to reaffirm kinship ties ». Ibid.

[135] N'oublions pas non plus que 15 à 20 % des Taïwanais sont des Continentaux ou des descendants de Continentaux ayant suivi Tchang Kai-chek et le gouvernement nationaliste chinois lors de la victoire communiste en 1949. Voir à ce sujet le texte d'André Gamblin *« Taiwan, modèle de développement et enjeu politique » dans* l'ouvrage précédemment cité, « les enjeux du pacifique ».

[136] Voir à ce sujet le texte de P. Cosaert *« Le rôle des Chinois et des descendants de Chinois présents hors de Chine »* dans l'ouvrage « Les enjeux du Pacifique », op. cit., p. 54.

relativiser les chiffres de l'OMT. Une grande partie des « touristes » internationaux en Chine ne sont donc pas des touristes internationaux : leurs motivations, leurs comportements et leurs besoins sont différents. Ils nécessitent un traitement particulier par les autorités et par les professionnels du tourisme.

1-3. Le tourisme international en Chine reste tributaire des marchés émetteurs voisins

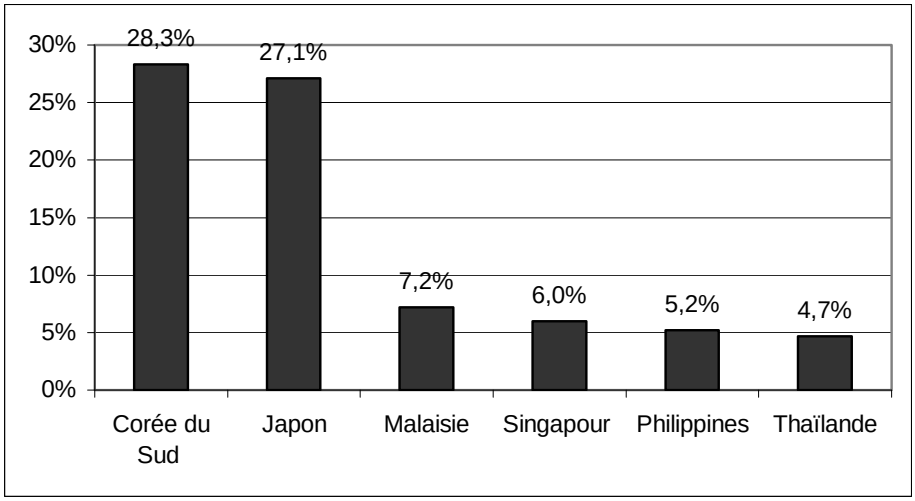
Le dernier aspect limitant l'importance exagérée donnée au tourisme international en Chine est l'origine des touristes étrangers se rendant dans le pays. Le tourisme international est ici un phénomène principalement asiatique, donc tributaire de marchés encore géographiquement très proches, et l'impact réel sur le territoire reste encore assez limité.

1-3-1. Le tourisme international en Chine, un phénomène essentiellement asiatique

Le graphique 5 (*Supra*), nous montre que le tourisme international en Chine est un phénomène essentiellement asiatique (Les géants européens que sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France ne représentent qu'au plus 1 % chacun du nombre des touristes s'étant rendu en Chine en 2005). En observant l'origine de ces touristes asiatiques, nous pouvons constater la prédominance de ceux qui sont originaires de Corée du Sud et du Japon (graphique 6).

Dans ces deux pays, il y a peu de ressortissants d'ethnie chinoise. En revanche ces derniers sont nombreux dans les autres pays de l'Asie du Sud-Est. Nous l'avons déjà signalé en ce qui concerne la Malaisie et Singapour. Pour les Philippines et la Thaïlande il est probable que, même si la proportion de cette famille de visiteurs est moins élevée, elle ne doit cependant pas être négligeable. Il faudrait de plus tenir compte des visites qu'effectuent périodiquement en Chine les jeunes qui sont partis étudier à l'étranger, en particulier à l'occasion du nouvel an chinois ou lors des grandes vacances. Là encore, bien que ces déplacements puissent apparaître statistiquement marginaux, il convient de prendre en compte qu'ils sont en forte augmentation année après année.

Graphique 6. Origine des principaux touristes asiatiques (hors Hong Kong, Macao, Taiwan) en Chine continentale en 2005



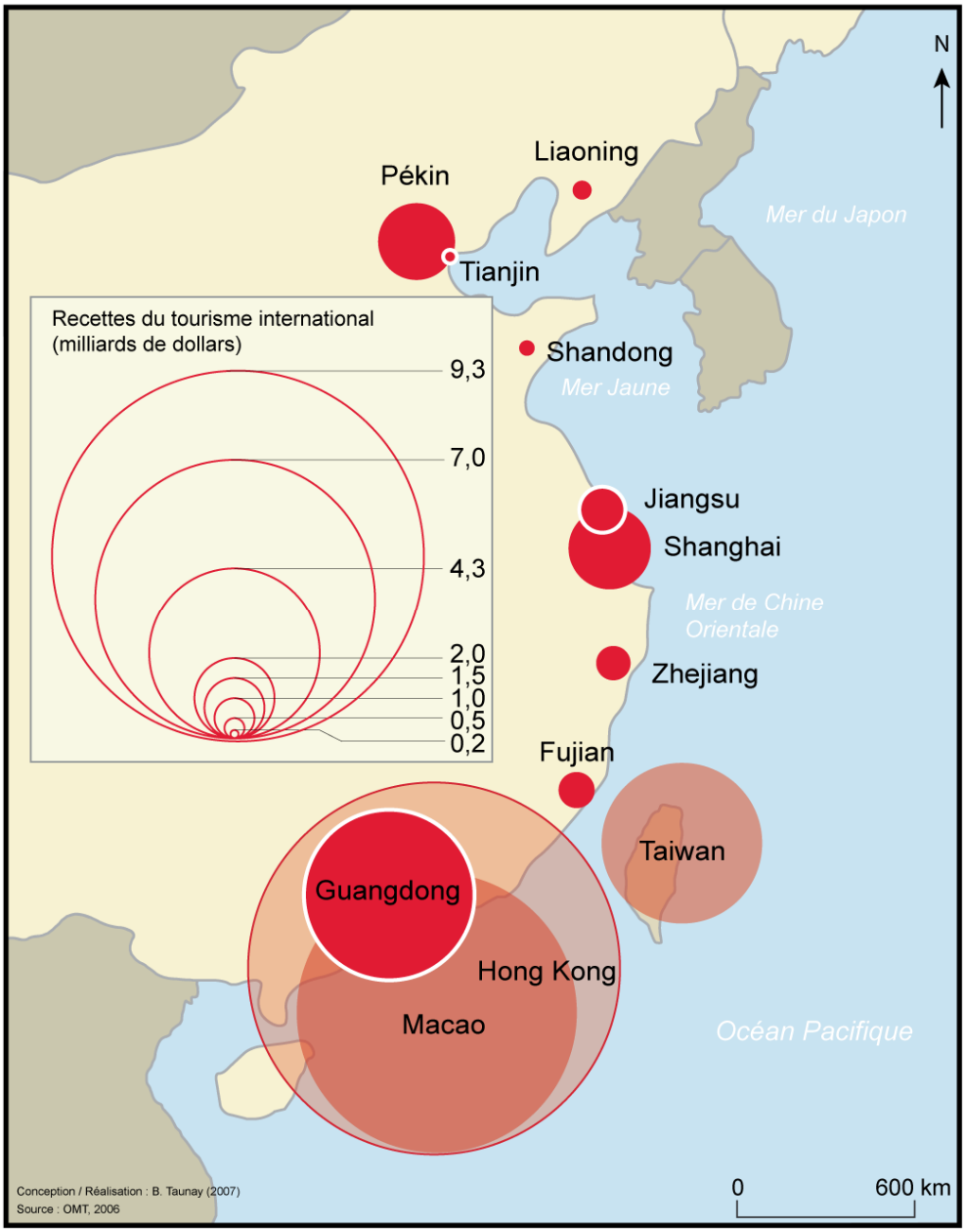
Sources : OMT et Ministère de la sécurité publique en Chine 2006

1-3-2. Les revenus du tourisme international par province montrent une nette erreur statistique

La carte 6 renforce notre impression que la plupart de ces soi-disant touristes fréquentant la Chine sont d'un genre bien particulier. Elle montre en effet clairement que ce sont les provinces industrielles et commerciales de l'est du pays qui bénéficient le plus des revenus prétendument générés par le tourisme international. S'il nous serait à la rigueur possible d'admettre que de simples touristes « réellement » étrangers puissent être nombreux à Shanghai ou à Pékin, il nous semble par contre impossible de l'envisager sérieusement dans le cas de provinces peu pourvues en attractions spécifiquement touristiques comme le Guangdong ou plus encore le Liaoning, le Shandong, le Zhejiang ou le Fujian.

La place occupée par le cercle figurant le Guangdong sur la carte 6 montre bien l'importance des relations de proximité nouées entre Hong Kong et la grande province du sud. De la même façon, il est notoire que le Fujian a fixé de très importants investissements taïwanais et que, de ce fait, les déplacements de Taïwanais y sont fréquents. Le Shandong, où un grand nombre d'entreprises sud-coréennes ont délocalisé leurs activités de production, attire de son côté beaucoup de visiteurs sud-coréens, même en hiver, d'autant plus que les liaisons maritimes régulières (y compris par ferries) se sont considérablement étoffées ces dernières années entre le grand port sud-coréen d'Inchon et ceux des rivages chinois du golfe de Bohai et de la mer Jaune, en particulier Qingdao.

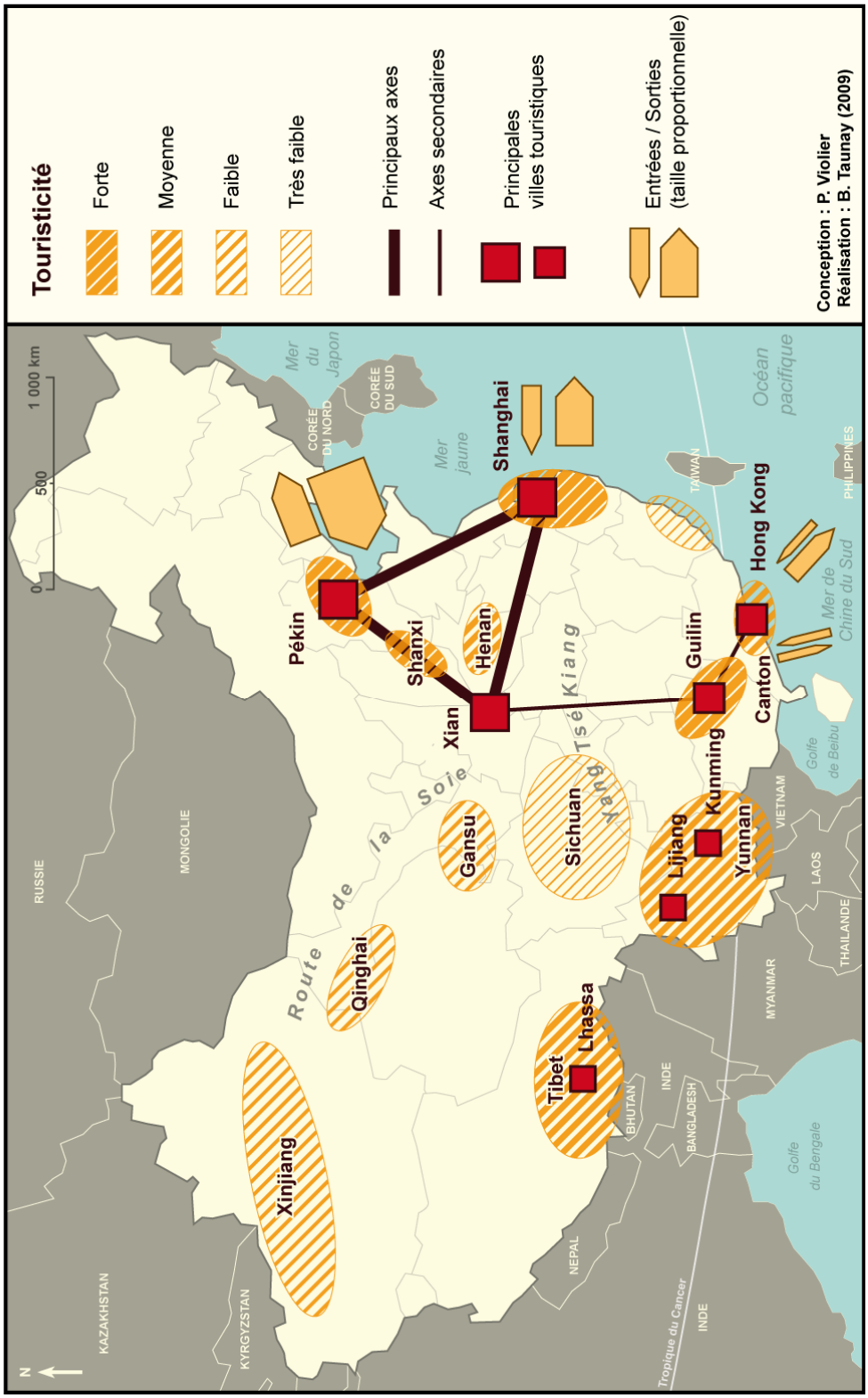
Carte 6. Les recettes du tourisme international par province ou région administrative spéciale en 2005



Source : Organisation Mondiale du Tourisme, 2006

En revanche, la province du Shaanxi (où se trouve la célèbre ville de Xi'an, ancienne capitale impériale réputée pour ses sites archéologiques), ou celle du Guangxi, située dans la fameuse région du karst tropical (dont la capitale, Guilin, est mondialement connue), n'apparaissent pas sur cette carte alors qu'elles sont considérées comme étant les destinations les plus prisées des touristes occidentaux se rendant en Chine (carte 7).

Carte 7. La structure de l'espace touristique des Occidentaux en Chine



La touristicité est définie par l'équipe MIT dans son premier ouvrage collectif (*Tourismes 1, Lieux communs*) : « *La touristicité d'un lieu exprime son degré de mise en tourisme. Le taux de fonction touristique (rapport du nombre de touristes pouvant être accueillis au nombre des habitants permanents) en constitue une approche statistique. Toutefois, l'existence des lits ne renseigne pas sur la qualité (touriste ou non) de l'utilisation* » (2002, p. 301). Dans cet exemple, la touristicité est approchée à partir de la place consacrée aux lieux dans plusieurs guides destinés aux touristes internationaux.

Source : Philippe Violier, 2008.

1-3-3. Les retombées économiques du tourisme international sont finalement assez faibles

Le « véritable » tourisme international en Chine est donc limité et ses retombées économiques pour l'Etat bien moins importantes que ne le laissent penser les statistiques internationales. Le marché du tourisme international en Chine n'est de plus pas encore complètement ouvert : il n'est pas possible à un étranger de s'y déplacer au volant d'une voiture, qu'il en soit propriétaire ou qu'il l'ait louée sur place. Les touristes internationaux doivent le plus souvent s'en remettre à des opérateurs spécialisés, ces derniers étant eux mêmes tributaires des agences touristiques locales. En effet, les prestations touristiques sur le territoire chinois sont fournies par des agences chinoises, les agences étrangères de tourisme [137] n'ayant pas encore établi les relations opérationnelles nécessaires avec les localités de province dans les domaines de l'hôtellerie, des sites touristiques et du transport aérien et ferroviaire. Ceci entrave donc encore le développement du tourisme international en Chine, d'autant plus qu'une grande partie du territoire (l'Ouest) est encore très peu développée dans ce secteur d'activité. La Chine a ainsi encore du mal à se hisser dans le groupe des pays dits du Nord, ce qui explique que Pékin cherche à profiter de l'attractivité des régions spéciales de la grande Chine pour changer de dimension. Il faut dire que les recettes touristiques de Hong Kong et Macao sont particulièrement remarquables : 13,8 et 11,9 milliards de dollars respectivement en 2007. Hong Kong et Macao représentent ainsi à elles deux plus de 61 % des recettes du tourisme international de la Chine continentale en 2007.

En fin de compte, le « véritable » tourisme international en Chine est bien moins conséquent que ne le laissent croire les statistiques de l'OMT (elles-mêmes tributaires des déclarations chinoises). Si nous excluons les ressortissants de Hong Kong, de Macao et de Taiwan, il ne restait plus en 2005 que 20,2 millions de visiteurs pouvant être considérés *a priori* comme des touristes étrangers, et sur ceux-ci bon nombre étaient des étrangers d'ethnie chinoise ou encore des Coréens dont nous avons vu que les motivations avaient apparemment peu à voir avec celles des touristes traditionnels. Compte tenu de l'importance de leurs investissements en Chine, les motivations de bon nombre de « touristes » Japonais étaient sans aucun doute du même ordre. Dans ces conditions, ce ne sont sans doute que 10 à 12 millions de touristes (au sens traditionnel du terme) que la Chine a reçus en 2005, guère plus que le Japon.

[137] La première agence touristique à capitaux exclusivement étrangers a vu le jour fin 2003. Japonaise, elle a ouvert la voie à des entreprises de plus en plus nombreuses, mais qui sont encore en nombre limité : les agences touristiques chinoises, par contre, étaient déjà au nombre de 17 957 en 2006.

Transition. Le tourisme chinois vers Hong Kong est-il du tourisme intérieur ?

A l'issue de la première partie de ce chapitre, une autre question de définition du tourisme international se pose. En même temps, cette question se pose aussi en terme de tourisme intérieur, c'est le problème des touristes chinois du continent qui se rendent à Hong Kong pour y faire du tourisme. C'est aussi la difficulté de considérer le tourisme des Hongkongais vers la Chine continentale. Ou bien avons-nous affaire à une autre forme de tourisme ?

Officiellement, Hong Kong et Macao sont deux provinces qui ont été rétrocédées à Pékin depuis 1997 et 1999 respectivement. Ce sont donc des provinces intégrées à la Nation chinoise, on y parle des langues chinoises et à première vue, il semblerait logique de considérer que les Chinois du continent qui se rendent dans ces deux provinces pour y faire du tourisme en font à l'intérieur de leur pays. Il faut cependant ajouter que ces touristes doivent demander aux autorités compétentes une sorte de visa pour pouvoir se rendre sur place. Une douane est toujours présente à la sortie de Shenzhen, ce qui est justifié par Pékin en raison du statut spécial de Hong Kong mais aussi Macao. La devise de l'Etat n'est-elle d'ailleurs pas « un Etat, deux systèmes » ?

Le tourisme des continentaux vers ces régions s'apparente donc à du tourisme intérieur, mais à un tourisme intérieur particulier, dont les principaux attraits sont la modernité de la ville, mais aussi la pratique du shopping[138]. Cependant, la plupart des auteurs spécialisés dans le tourisme international chinois considèrent que le tourisme des Chinois du continent vers Hong Kong relève du tourisme international. Selon eux, Hong Kong est la première destination du tourisme international chinois : 70 % des Chinois qui voyagent en Asie se rendent ainsi à Hong Kong et Macao (22,8 millions de touristes en 2007).

Alors comment trancher ? Dans l'introduction générale de ce travail, nous indiquons que le tourisme intérieur chinois se définit par le voyage d'individus au sein d'un pays où ils sont nés et séjournent actuellement, c'est-à-dire dans un espace « familier » (langue, mœurs, heure de Pékin, cuisine). En se référant à cette « définition », on constate tout d'abord que les touristes chinois qui vont aujourd'hui à Hong Kong sont nés dans un espace chinois qui était privé de Hong Kong. Ce n'est que plusieurs années après leur naissance que cette région à été rétrocédée à Pékin et qu'elle est ainsi devenue une « province ». Ensuite, le niveau de

[138] Voir à ce propos, dans le cas de la Chine continentale, l'article suivant : Li M. et Cai L., (2008) *Souvenir shopping attitudes and behavior among Chinese domestic tourists: An exploratory study*, Journal of China Tourism Research, volume 4, n°2, p. 189-204. Voir également le chapitre 7 pour une analyse des aménagements touristiques dédiés à la pratique du shopping.

développement de Hong Kong est longtemps resté bien supérieur à celui de la Chine continentale. Même si cela évolue aujourd'hui avec la métamorphose économique accélérée du continent chinois, il y a toujours une différence de niveau de développement de chaque côté de la « frontière ». C'est d'ailleurs pour cela qu'en 2009, la province de Hong Kong a encore 39 ans de statut « spécial » devant elle, le temps que le reste du continent rattrape son « retard ».

Hong Kong n'est donc pas un espace « familier », il y a une altérité qui existe pour les Chinois du continent qui s'y rendent, ne serait-ce que parce que les Hongkongais parlent d'abord le cantonnais et ensuite l'anglais, souvent devant le mandarin. En 1999, Zhang et Lam (p. 592), notent l'importance de la recherche de « modernité » des touristes chinois, surtout qu'être un de ceux qui a visité cette ville est alors un élément de « prestige » (à cette époque il était encore difficile de se rendre sur place) : « *les voyageurs chinois du continent cherchent surtout un lieu unique, modernisé, convivial et pratique pour les vacances à Hong Kong. Depuis que Hong Kong est considéré comme une région multinationale et « une fenêtre ouverte » qui permet à la Chine continentale d'accéder au monde extérieur, son caractère unique en termes de culture mixte entre monde occidental et oriental, son patrimoine, ses attractions glamour sont attribuées à des facteurs de forte poussée de « connaissances », pour les voyageurs chinois potentiels. D'autre part, le contrôle relativement strict des voyages à Hong Kong par le gouvernement chinois développe une perception de prestige des personnes qui sont capables de visiter la région sous administration spéciale de Hong Kong* »[139]. Pour un résident de Chine continentale, se rendre à Hong Kong représente donc, dans une certaine mesure, faire du tourisme dans une enclave chinoise développée, ce qui semble alors différent du tourisme « intérieur » ; ou bien un intérieur « extériorisé ».

Il faut tout de fois nuancer l'altérité que représente Hong Kong pour les Chinois du continent, notamment en fonction de l'origine géographique de ces derniers. Hong Kong a tout d'abord été ouvert dès 1983 aux résidents de la province du Guangdong y ayant de la famille (à l'occasion de l'adhésion de la Chine à l'OMT), puis à l'ensemble des ressortissants du continent ayant de la famille sur la presqu'île l'année suivante (Chow, 1988). Pour la province du Guangdong, les liens familiaux et linguistiques sont donc forts et anciens (comme

[139] « *The Mainland Chinese travellers are looking mostly for a unique, modernized, friendly, and convenient place for holidays in Hong Kong. Since Hong Kong is considered as a multinational region, and an "open window" for the mainland Chinese to access the outside world, its uniqueness in terms of mixed culture of western and eastern world, heritage, glamorous attractions attributed to its strong push factors of "knowledge", for the potential Chinese travellers. On the other hand, the relatively strict control of outbound travel to Hong Kong by the Chinese government appears to develop a prestige perception of people who are able to visit Hong Kong Special Administration Region* ». Zhang Q. et Lam T., (1999) *An analysis of Mainland Chinese visitor's motivations to visit Hong Kong*, Tourism Management, n° 20, p. 587-594.

nous l'avons vu précédemment, nombre de résidents de la province du Guangdong ont de la famille à Hong Kong et *vice-versa*), et il est ainsi possible de supposer que le tourisme des Chinois du Guangdong à Hong Kong s'apparente plus à du tourisme intérieur qu'à un tourisme « extérieur » (ou du moins un extérieur beaucoup plus proche).

Ces quelques lignes nous montrent donc que Hong Kong a été la première destination touristique « internationale » (avant la rétrocession), autorisée pour les touristes chinois. Aujourd'hui, cela semble toutefois de moins en moins vrai, le niveau de vie augmentant pour les urbains de la frange littorale du pays. Shanghai devient elle aussi une ville intégrée à la mondialisation, avec sa place boursière qui gagne en influence en Asie et dans le monde, et ses coutumes depuis longtemps ouvertes sur le monde (la ville ayant longtemps été considérée par le pouvoir de Pékin comme la ville de l'impérialisme et dont il fallait contenir l'expansion et l'influence dans le pays). Obtenir un « visa » pour Hong Kong devient de plus de plus en plus facile, voire presque immédiat. Les restrictions de temps autorisé sur place autrefois édictées pour trois jours ont de plus maintenant été réévaluées à une semaine.

Pour peut être réellement répondre à cette difficile question de la nature du tourisme chinois à Hong Kong et Macao, il faudrait connaitre le point de vue des intéressés, et il faudrait également savoir si le système touristique hongkongais s'adapte pour ces touristes (au niveau des circuits et de l'aménagement des lieux)[140]. La facilité de plus en plus grande pour se rendre à Hong Kong et Macao depuis le début des années 2000 peut également amener des éléments de réponse[141].

Un dernier point de réponse à la question de la définition de ce tourisme pourrait peut être se trouver du côté des Hongkongais qui se rendent sur le continent. Ces derniers n'ont pas besoin de visa pour entrer sur le continent, bien qu'ils doivent passer une frontière à Shenzhen. Là encore, ce tourisme peut en premier lieu ressembler à du tourisme intérieur, les résidents des provinces spéciales pouvant librement et sans effort interagir avec la population des lieux visités. De plus, étant donné l'importance des moyens de la population hongkongaise, les autorités de Pékin ont depuis longtemps ouvert la porte du continent à ces individus. Comme

[140] Une bibliographie en langue anglaise sur l'adaptation du système touristique hongkongais face au marché des Chinois du continent est de plus en plus importante depuis la fin des années 1990. A titre d'exemple, on peut ici citer : Tsan-Ming C. et *al*, (2008) *Shopping behaviors of individual tourists from the Chinese Mainland to Hong Kong*, Tourism Management, volume 29, p. 811-820. / Rob L. et *al*, (2008), *How do Mainland Chinese travellers choose restaurants in Hong Kong ? An exploratory study of individual visit scheme travellers and packaged travellers*, International Journal of Hospitality Management, volume 27, p. 346-354.

[141] Sur cet aspect, le travail d'un étudiant en Master de géographie à l'Université de Paris 1 [Scarset Matthieu : « Le tourisme des Chinois du continent à Hong Kong » (direction : Thierry Sanjuan). Soutenance de Master 2 prévue en juin 2010], sera sûrement particulièrement éclairant.

nous le verrons plus loin dans le cas de Guilin, les premiers touristes « internationaux » (définis comme « compatriotes » par Pékin), ont ainsi été des touristes de ces deux provinces.

Ce dernier point soulève cependant une autre question. Pour les Hongkongais qui visitaient la Chine continentale il y a maintenant plus de trente ans, il y avait aussi une certaine forme d'altérité, ne serait que parce que ce pays avait pendant longtemps été fermé (période maoïste), et que c'est un pays sous développé qui s'offrait alors à leurs yeux. Bien que ce ne soit plus que très partiellement vrai, il y a toujours une forme d'altérité pour les Hongkongais se rendant sur le continent, l'influence anglaise étant encore présente dans la région spéciale, et donc dans les pratiques touristiques.

Ces pratiques, justement, peuvent nous aider à caractériser le tourisme des Chinois de Hong Kong vers le continent. Dans les années 1950 déjà, ces individus pouvaient effectuer des voyages à l'international et la région recevait de nombreux touristes internationaux, anglais et américains notamment. L'ouverture sur le monde, ainsi que les moyens (financiers en particulier), étaient donc présents ici bien avant que la Chine continentale n'entame son développement économique, voire même avant qu'elle ne s'ouvre sur le monde. Si aujourd'hui les pratiques des deux populations chinoises peuvent en apparence se confondre, il y a fort à parier que les représentations qui fondent les motivations de chacune sont très éloignées. Les cadres de référence sont très différents, même si un fond commun de civilisation est bien là et que ce dernier est aujourd'hui réactivé par Pékin comme argument pour ramener progressivement Hong Kong en une province « comme les autres ».

En conclusion, il est bien difficile de trancher avec certitude quant à l'appartenance à un tourisme plus « international » ou plus « intérieur » de l'une ou de l'autre forme de tourisme depuis l'un des deux côtés de la « frontière ». Les deux espaces ne sont pas totalement familiers pour chacune des deux populations, et une adaptation, aussi minime soit-elle, est donc nécessaire et peut nous engager sur la voie d'une forme de tourisme intérieur pour le moins particulière.

2. Le tourisme intérieur domine le système touristique chinois

Le tourisme intérieur chinois est un phénomène méconnu et pourtant « massif ». Son volume dépasse de loin celui des arrivées de touristes internationaux, bien que le tourisme intérieur soit un phénomène plus récent. Cependant, les chiffres posent encore une fois problème, notamment la distinction entre touristes « urbains » et touristes « ruraux ». Il n'en reste pas moins que le tourisme intérieur domine le système touristique chinois, les différentes stratégies d'aménagement locales étant toutes destinées à ce marché.

2-1. Le tourisme intérieur est le plus important phénomène touristique en Chine

Si le tourisme international en Chine se compte en millions d'individus, le tourisme intérieur se mesure lui en centaines de millions de personnes. Ce tourisme intérieur se développe depuis le début des années 1980 et est aujourd'hui, grâce à l'encouragement de l'Etat, un phénomène massif.

2-1-1. Le tourisme intérieur est numériquement bien supérieur au tourisme international

Le premier constat, quand on s'intéresse au tourisme intérieur chinois, est l'ampleur de ce phénomène, même si les chiffres officiels doivent être relativisés eux aussi (*Infra*). En 2007, le nombre de touristes intérieurs était de 1,6 milliard de « déplacements touristiques »[142] comptabilisés, contre 26,1 millions de touristes internationaux (hors compatriotes de Hong Kong, Macao et Taiwan), soit un rapport de 1 touriste international pour 62 touristes intérieurs (graphique 7).

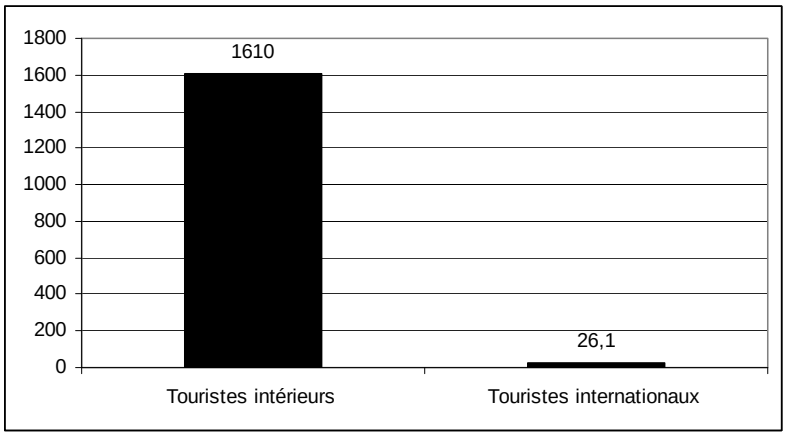
Selon les sources officielles, les ressources liées aux dépenses des touristes intérieurs s'élevaient à 777 milliards de yuans (environ 90 milliards d'Euros) en 2007. C'est 4,3 fois plus que les revenus du tourisme international la même année (21,1 milliards d'Euros ; hors compatriotes de Hong Kong, Macao et Taiwan)[143]. Ces dépenses sont inégalement réparties entre les touristes intérieurs originaires des espaces « urbains » et ceux originaires des espaces

[142] Comme l'OMT, les déclarations chinoises ne comptent pas des « touristes », mais bien des « déplacements touristiques ». C'est-à-dire qu'un touriste qui passe deux fois par le même endroit est comptabilisé comme deux touristes. Dans les deux cas cependant, les déclarations indiquent des « touristes ». Voir plus bas pour une explication approfondie des termes statistiques chinois.

[143] Bien que 62 fois plus nombreux, les touristes intérieurs ne rapportent « que » 4,3 fois plus de recettes à l'Etat que les touristes internationaux. C'est en grande partie la raison pour laquelle les autorités se focalisent principalement sur les touristes internationaux et également pourquoi les statistiques sont beaucoup plus complètes sur ces derniers (coût d'enquête plus réduit et plus grande facilité de récolte des données).

« ruraux »[144]. En revanche, pour les touristes originaires des espaces urbains les dépenses sont réparties de manière presque uniforme sur l'année, de même que la fréquence des voyages sur l'année (tableau 11)[145]. Il n'y a donc en apparence pas réellement de saisonnalité du tourisme intérieur à l'échelle du pays (voir ci-dessous pour une relativisation de ce constat).

Graphique 7. Les déplacements des touristes intérieurs et des touristes internationaux en Chine (2007)



Unité : millions de déplacements touristiques

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Tableau 11. Principales caractéristiques du tourisme intérieur « urbain » (2007)

Périodes	Nombre de touristes	Pourcentage sur l'année	Dépenses touristiques	Pourcentage sur l'année
Janvier à Mars	161	26,3 %	135,8	24,5 %
Avril à Juin	155	25,3 %	134,9	24,3 %
Juillet à septembre	138	22,6 %	134,6	24,3 %
Octobre à décembre	158	25,8 %	149,7	27 %
Total	612	100 %	555	100 %

Ne sont ici pris en compte que les touristes « urbains », c'est-à-dire les touristes originaires des villes.
Unités : millions de déplacements touristiques (touristes) / yuans (dépenses touristiques).

Source : Administration nationale du tourisme de Chine, 2008.

Un autre élément confirme enfin la prédominance numérique et économique du tourisme intérieur sur le tourisme international, c'est le nombre d'agences touristiques : selon l'Administration nationale du tourisme de Chine, sur un total de 17957 agences en 2006 (un chiffre en augmentation de 9,5 % par rapport à 2005), il y en a seulement 9,2 % (1654) qui

[144] Cette différenciation résulte d'un système administratif hérité des années 1950 (le *Hukou*), qui répartit la population selon son lieu de naissance. Voir la fin de ce chapitre pour une explication plus approfondie.
[145] Pour la saisonnalité des dépenses, seules les données pour les touristes « urbains » sont disponibles.

travaillent avec les touristes internationaux, contre 90,8 % (16303) qui travaillent sur le marché du tourisme intérieur.

2-1-2. Un phénomène récent : le tourisme s'est développé depuis l'ère des réformes (après 1978)

Le tourisme intérieur chinois est ainsi un phénomène massif à l'échelle de la Chine mais également à l'échelle du monde (avec l'Inde, ce sont les pays qui disposent des plus grands marchés touristiques intérieurs). Il n'existe malheureusement aucune source permettant de montrer, province par province, les volumes d'arrivées touristiques. Seule une représentation des volumes de touristes reçus et émis par les agences de tourisme nous permet d'entrevoir l'importance de ce tourisme (voir le chapitre suivant)[146]. Cette représentation, bien que partielle, nous montre en outre l'importance des voyages organisés par les agences de tourisme. Cependant, cela n'indique pas forcément que le tourisme intérieur chinois est un phénomène collectif, dit de « groupe ». La part des voyages individuels est en constante augmentation (cf. chapitre 4), et au sein des voyages organisés, quasiment tous les séjours sont payés de manière individuelle.

Cette situation contraste beaucoup avec celle du tourisme intérieur au début des années 1980, date des premières observations concrètes de ce phénomène. Bien qu'il existe des formes de « tourisme » intérieur depuis l'époque de la dynastie des Ming (voir le chapitre 2), le réel début du tourisme intérieur ne peut vraiment intervenir qu'après la fin de la Révolution culturelle. Pendant cette dernière, le tourisme était en effet considéré comme un comportement « bourgeois » et donc « banni ». Profitant de l'ouverture progressive du pays et de l'augmentation du niveau de vie, une partie de la population chinoise a pu petit à petit partir pour des voyages touristiques. Le tourisme intérieur est donc un phénomène récent, dans le sens où il s'est principalement développé après les politiques de réformes post 1978[147]. Le gouvernement n'accordait cependant que peu d'intérêt à cette forme de tourisme dans les années 1980, privilégiant le tourisme international, alors même que le tourisme intérieur était déjà plus important numériquement : « *Avec plus de revenus disponibles et de temps de loisirs, ainsi que l'impact de la croissance du tourisme international, le tourisme intérieur est devenu une activité très répandue avec des milliards de yuans de recettes et des millions de*

[146] Le nombre de touristes émis par les dites agences est de 229,3 millions de touristes, pour 213,4 reçus.
[147] Des formes de tourisme intérieur existaient également depuis les années 1950, mais réservées à la « nomenklatura » de l'époque. Des photos nous montrent par exemple des cadres du parti se baignant à Beidaihe, une station sur le littoral de la mer de Bo. Ce genre de pratiques réservées à une élite repose sur d'autres logiques que celle du tourisme intérieur qui s'est développé dans les années 1980. Voir la partie 2 pour un développement sur les pratiques des touristes intérieurs dans le cas des villes de Guilin et Beihai.

participants, avant même toute participation réelle du gouvernement en 1984. Le manque de directives appropriées et de planification dans la prestation des services et des installations nécessaires implique que pendant les périodes de pointe touristique les touristes intérieurs sont en concurrence avec les touristes internationaux au sein des transports, de l'espace dans les attractions touristiques et les fournitures. […] Pour l'instant, la priorité a été donnée au tourisme international et le gouvernement chinois est toujours à la recherche de moyens pour satisfaire les exigences de chaque population » (Zhang G., 1989 ; p. 55)[148].

Bien qu'il se développe rapidement au cours des années 1980 (graphique 8), le tourisme intérieur à cette époque se manifestait sous des formes bien différentes de celles visibles aujourd'hui (seul un motif professionnel permettait aux Chinois de visiter le pays). Les séjours touristiques étaient par exemple en grande partie payés par les unités de travail, ou bien se faisaient souvent à la suite d'un séminaire de travail (pratique encore importante aujourd'hui) : « *des échantillons de sondages indiquent que seule une fraction des voyages domestiques sont payés par les touristes eux-mêmes. De nombreux voyages ont été payés soit par les ministères du gouvernement, soir par les employeurs, car ces voyages faisaient partie de divers conférences et séminaires, inspections « officielles » et voyages d'étude et voyages de récompense* » (Zhang G., 1989; p. 57)[149]. La situation change cependant à la fin des années 1980, avec une augmentation du nombre de touristes qui payent eux-mêmes leurs séjours touristiques : « *la diminution des budgets alloués pour les bureaux du gouvernement et les nouveaux règlements financiers semblent faire augmenter la proportion des voyages autofinancés, proportion qui est presque égale à celle des voyages pris en charge par le gouvernement* » (Zhang G., 1989 ; p. 58)[150]. La situation change également avec la prise en compte du tourisme intérieur en 1989[151] par l'ex-directeur de l'Administration nationale du tourisme de Chine, M. Liu Yi : « *le tourisme intérieur devrait maintenant être la base du*

[148] « *With more disposable income and available leisure time, and the impact of the growth of international tourism, domestic tourism had become a widespread billion-Yuan business with million of participants even before any actual government involvement in 1984. Lack of appropriate guidance and planning in the provision of necessary facilities and services meant that in peak periods domestic tourists compete with international tourists for transport, space at tourist attractions and supplies. […] For the time being priority has been given to international tourism and the Chinese government is still looking for ways to satisfy both requirements* ». Zhang G., (1989) *Ten years of Chinese tourism. Profile and assessment*, Tourism management, numéro de mars, p. 51-62.

[149] « *Sample surveys indicate that only a fraction of domestic trips are paid for by the tourists themselves. Many trips were paid for either by government departments or employers, and included attending various conferences and seminars, "official" inspections and study tours, and incentive tours* ». Ibid.

[150] « *The decrease in budget allocation for government offices, and tigher financial regulations, seems to be increasing the proportion of self paid trips which is nearly equal to the proportion of trips taken at public expose* ». Ibid.

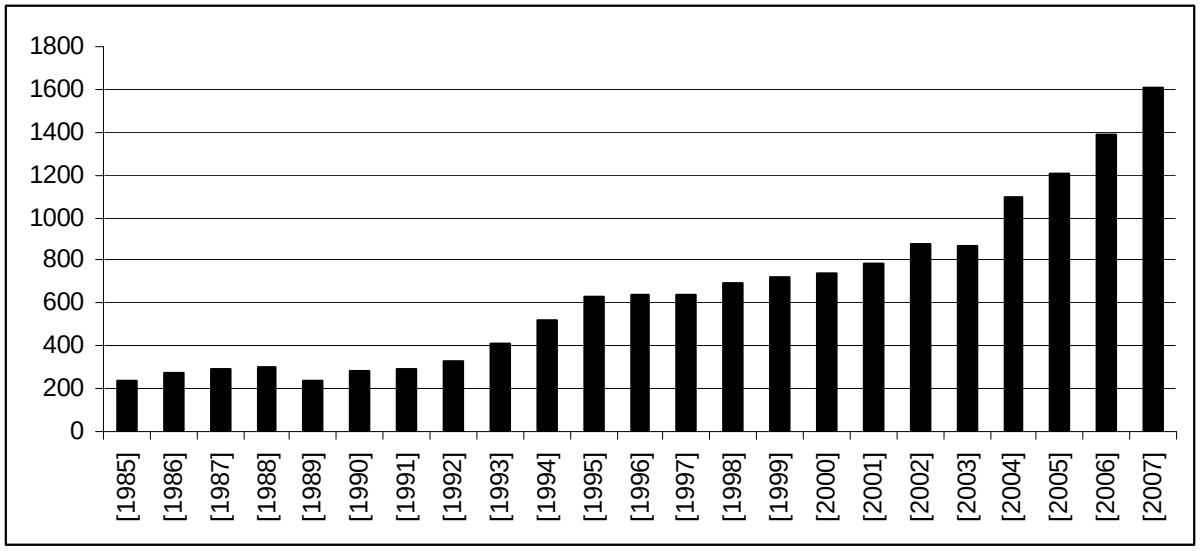
[151] Pour une description détaillée du tourisme intérieur pendant les années 1980, voir : Xu G., (1999) *Tourism and local economic development in China, Case studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 p.

tourisme chinois » (Zhang W., 1997 ; p. 566)[152]. Cette reconnaissance du tourisme intérieur par le gouvernement chinois marque un véritable tournant, celui de l'engagement de l'Etat dans le développement de cette forme de tourisme.

2-1-3. Le tournant du tourisme intérieur : les « semaines d'or »

En observant l'évolution du tourisme intérieur en Chine depuis 1985 (date à laquelle le bureau national du tourisme crée un département du tourisme intérieur), le premier constat est la croissance quasi-continue du nombre de déplacements des touristes chinois (graphique 8). Seule l'année 1989 annonce une baisse de touristes intérieurs, baisse due aux événements sur la place Tian'anmen (240 millions de déplacements touristiques intérieurs en 1989, contre 300 l'année précédente, soit une baisse de 20 %). Il faudra attendre 1992 pour rejoindre le niveau de 1988.

Graphique 8. L'évolution du nombre de déplacements touristiques intérieurs chinois entre 1985 et 2007



Unité : millions de déplacements touristiques

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

De 1992 à 1995, le nombre de « touristes » intérieurs (déplacements touristiques), augmente rapidement : la hausse est supérieure à 20 % chaque année et représente une augmentation de 90,9 % du nombre de touristes sur trois ans. 1995 est notamment une année importante, car au 1er mai de celle-ci, le gouvernement réduit la durée du travail

[152] « *Domestic tourism should now be the foundation of China's tourism* ». Zhang W., (1997) *China's domestic tourism : impetus, development and trends*, Tourism Management, Volume 18, Issue 8, p. 565-571.

hebdomadaire de 44 à 40 heures. C'est le premier encouragement fort de l'Etat dans le développement du tourisme intérieur (création d'un temps libre de plus en plus important). Le gouvernement central lance alors une campagne de communication sur la culture du loisir, et 1996 est déclarée année des loisirs et des vacances. Le deuxième signal fort à l'adresse de la population se situe en 1997 avec la création des week-ends non travaillés pour tous les salariés. Il prend place dans un contexte économique difficile (crise asiatique de 1997, la consommation des chinois est en baisse, et menace la croissance économique), reflété par une quasi stagnation du nombre de touristes en 1996 et 1997 (630 millions en 1995, 640 en 1996 et 644 en 1997).

L'élément le plus déterminant dans le développement du tourisme intérieur chinois se situe le 18 septembre 1999, avec l'instauration de trois jours de congés payés par an : la fête du printemps, le 1er mai (fête du travail) et la fête nationale (1er octobre). Le tourisme devient ainsi une priorité pour la première fois dans la politique chinoise (Le comité central du parti communiste décide de promouvoir le tourisme afin de relancer la consommation[153]) : « avec les week-ends qui encadrent chacune de ces trois fêtes, les salariés disposent ainsi de trois « longs congés » (*changjia*) de sept jours. Ce sont les « semaines en or » (*huangjin zhou*)[154] » (Thireau I., 2006 ; p. 126)[155]. Cet encouragement de l'Etat a eu d'importantes conséquences sur le développement du tourisme intérieur : de 719 millions en 1999, le nombre de déplacements touristiques intérieurs est passé à 1,61 milliard en 2007 (graphique 8). Une autre conséquence est la fréquentation de plus en plus importante des lieux touristiques dans le pays à l'occasion de chaque semaine d'or : même si les statistiques officielles montrent une fréquentation touristique presque « harmonieusement » répartie sur chaque trimestre (*Supra*), une analyse plus en profondeur montrerait que les flux touristiques se répartissent majoritairement sur les semaines d'or[156].

Les lieux touristiques sont devenus si « pleins » que le gouvernement a engagé en novembre 2007 une réforme des semaines d'or. Cette réforme a supprimé la semaine d'or autour du 1er mai (anciennement la plus longue), ne laissant de fériée que la journée du 1er mai. Les trois autres jours fériés ont été redistribués sur des fêtes traditionnelles chinoises[157], et le

[153] Sur le role du tourisme intérieur dans l'économie chinoise, voir : Ghimire K., (2001) *The Economic role of national tourism in China*, p. 86-108 **In** : Ghimire K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, Eartscan, London, 224 p.

[154] 长假 (*changjia*) et 黄金周 (*huangjinzhou*).

[155] Article « loisir » dans : Sanjuan T., (2006), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Armand Colin, Paris, 303 p.

[156] Ce point essentiel sur la fréquentation touristique est difficile à établir pour l'ensemble du pays. C'est pourquoi un éclairage à partir de la ville de Guilin sera réalisé dans la deuxième partie (chapitre 1) de ce travail.

[157] Un jour à fête des Morts (elle se situe entre le 4 et le 6 avril), un à la fête des Bateaux-Dragon (le 5ème jour du

nombre total de jours de congés par an est passé de 10 à 11. Le gouvernement espère ainsi encourager des départs touristiques moins éloignés (un jour férié plus un week-end égal à trois jours de congés disponibles à chaque nouvelle vacance), mais des départs plus fréquents. Selon le gouvernement, le nouveau calendrier sera basé sur cinq principes: « *le nombre des jours fériés doit être en conformité avec la phase actuelle du développement économique et social du pays ; la répartition des jours fériés doit aider à mettre en valeur les coutumes et la culture traditionnelle ; Le nouveau calendrier doit minimiser tout effet négatif sur l'économie et la société ; le nouveau calendrier doit refléter la justice sociale, permettre aux citoyens de bénéficier des réalisations du développement économique et social ; le nouveau calendrier doit pleinement considérer le droit des citoyens à se reposer et à voyager* » (Journal Xinhua, 12/11/2007)[158]. Ces nouvelles occasions de faire du tourisme restent pourtant encore presque exclusivement allouées (par un état de fait) aux habitants des plus grandes métropoles (voir le chapitre 2), aux revenus plus élevés que la moyenne nationale et qui peuvent ainsi se permettre de courts séjours touristiques.

Cela fait donc maintenant 10 ans que les salariés chinois ont du temps libre pour pratiquer des loisirs, mais également du tourisme, car « l'accroissement du tourisme a été accéléré par le réaménagement du temps de travail » (article « Loisir », 2006). Les mentalités évoluent également rapidement : « l'abandon de l'ascétisme révolutionnaire apparaît cependant à tous comme une émancipation décisive, les loisirs s'inscrivant aujourd'hui dans tous les aspects de la vie des Chinois et leur procurant un sentiment de liberté » (Thireau, 2006 ; op. cité.), permettant la mise en tourisme de nouvelles périodes. Les fêtes occidentales commencent par exemple à prendre de la place dans l'esprit des jeunes Chinois (Noël et la Saint Valentin notamment). L'ensemble de ces évolutions fait que le tourisme intérieur représentait 3,45% du PIB en 2004 (0,92% en 1990), et en 2007 il totalisait plus de 1,6 milliard de « déplacements touristiques », soit près de 6 fois le volume de 1990.

2-2. Les limites des statistiques et des définitions liées au tourisme intérieur

Comme pour le tourisme international, les chiffres concernant le tourisme intérieur doivent être maniés avec précaution. Un regard critique doit en effet être porté sur la manière de comptabiliser les touristes, ainsi que sur la façon de les différencier entre ceux des zones urbaines et ceux des zones rurales.

---

cinquième mois lunaire, environ en juin), et un troisième à la fête de la Mi-automne (le 15ème jour du 8ème mois lunaire).

[158] Article en ligne : http://french.beijingreview.com.cn/socieie/txt/2007-10/10/content_79333.htm (consulté le 10/12/2007).

2-2-1. Plus d'un milliard de touristes ?

Si les chiffres officiels différencient assez bien les « compatriotes » de Hong Kong, Macao et Taïwan, il faut savoir que les statistiques touristiques chinoises ne comptabilisent pas les touristes, mais seulement - comme le fait également l'OMT- le nombre de touristes par « fois ». Cette unité de mesure (*ren/ci*)[159], littéralement la « fréquentation », comptabilise le nombre total de déplacements, un compte qui indique un chiffre bien différent du nombre total de touristes. Ainsi, un touriste qui part plusieurs fois en vacances pendant une même année sera comptabilisé comme plusieurs touristes.

Réalisées sur des comptages aux entrées des lieux touristiques, les statistiques chinoises surestiment le nombre de ce qu'elles nomment à travers les touristes intérieurs dans le pays. Pour connaître le nombre réel de touristes intérieurs chinois, il faudrait disposer d'enquêtes précises sur l'ensemble du territoire, mais les statistiques chinoises reposent souvent sur des échantillons de la population dans une partie des lieux touristiques seulement. Les échelles identifiées dans les registres statistiques restent ainsi trop lâches pour une étude détaillée et les données sont également incomplètes à l'échelon régional et local.

Ensuite, le gouvernement semble confondre les voyageurs et les touristes. Le chiffre de 1,61 milliard de déplacements touristiques cache d'importantes distinctions. Les profils des voyageurs, ainsi que leurs motifs de voyages ne sont pas indiqués, si bien que sous ce chiffre global se cachent des voyages d'affaires, des visites à la famille, des réunions de travail et des colloques, voire même des loisirs (certains déplacements durent moins d'une journée mais sont quand même ici comptabilisés). Par exemple, lors du nouvel an chinois, il est d'usage de retourner voir sa famille, et dans le système statistique chinois, cela s'apparente à du tourisme (l'OMT ne fait également pas la distinction entre les différents motifs des voyages). Même si une partie des déplacements à cette période de l'année s'apparentent réellement à du tourisme, et même si certains voyageurs partent d'abord voir leur famille puis partent pour un court séjour touristique avant de rentrer chez eux, il faudrait des données et un système de comptage plus systématique et précis pour déterminer quelle est la véritable part des touristes dans les décomptes officiels. Par ailleurs, dans ces différents registres (échelles des provinces et des municipalités), on s'aperçoit que les méthodes d'enquêtes ont souvent changé au fil des années et on peut alors se demander si les chiffres sont réellement comparables.

[159] 人次

Enfin, un autre aspect qui perturbe la bonne compréhension de ce phénomène est que différents termes se côtoient parfois pour exprimer le mot touriste : en Chinois, il y a en effet au moins deux mots désignant les « touristes » intérieurs dans les statistiques officielles. Le premier est « *lüke* » qui signifie passagers ou voyageurs, alors que le deuxième est « *youke* » ayant lui pour sens touristes (Xu, 1999)[160]. Si les deux termes se mélangent dans les statistiques officielles, l'acception économique, sociale et culturelle en est très différente. Un travailleur migrant originaire d'une zone rurale, venu travailler quelques mois dans une des grandes métropoles de l'Est du pays, et qui rentre voir sa famille lors des congés du nouvel an, sera par exemple comptabilisé comme un touriste. Le but de son déplacement n'est pourtant pas le tourisme.

2-2-2. Ce que représentent les touristes urbains et les touristes ruraux

Une autre différence de taille marque ainsi les statistiques chinoises du tourisme intérieur, c'est la distinction entre la mobilité des citadins et celle des ruraux[161]. Les touristes citadins sont moins nombreux que les ruraux (612 millions de déplacements touristiques contre près d'un milliard ; tableau 12), mais les citadins dépensent plus en moyenne lors de leurs séjours touristiques (un peu plus de quatre fois plus, 906,9 *yuans* pour les citadins contre 222,5 *yuans* pour les ruraux).

Les citadins sont également 60 % plus mobiles que les ruraux (166,3 % pour les citadins, contre 105,4 % pour les ruraux), ce qui montre encore une fois les erreurs de définition du tourisme : les ruraux qui se déplacent vers les villes le font dans le cas de migrations économiques (pour trouver du travail, notamment à cause du manque de terres cultivables à la campagne), pas pour du tourisme. Dans l'autre sens, c'est le phénomène de retour vers la famille restée au village, souvent à l'occasion du nouvel an chinois (également lors des fêtes traditionnelles), qui prédomine.

[160] 旅客 (lüke), 游客 (youke).
[161] Le dernier recensement général de la population chinoise indique que 562 millions de personnes vivent en ville et 745 millions de personnes habitent dans les régions rurales.

Tableau 12. Les principales caractéristiques du tourisme intérieur (citadins et des ruraux) en 2007

	Nombre de touristes	Fréquence de déplacements (%)[162]	Dépenses touristiques	Dépenses moyennes par touriste
Citadins	612	166,3	555	906,9
Ruraux	998	105,4	222	222,5
Total	1610	122,5	777	482,6

Unités : millions de déplacements touristiques (touristes) / milliards de yuans (dépenses) / yuans (dépenses moyennes).

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

En fait, l'administration nationale du tourisme de Chine donne un élément de réponse pour mieux évaluer l'importance du tourisme rural : 70,3 % des ruraux ne se déplacent que pour une journée, sans passer la nuit. Le chiffre de 998 millions de touristes fond donc à hauteur de 296,4 millions de touristes qui passent au moins une nuit. Mais là encore, il est difficile de savoir quelle est la part des migrations économiques (une nuit dans un train pour retourner voir sa famille restée dans un village très éloigné de la grande métropole où travaille le migrant ?) dans ce chiffre. Pour les citadins, il existe également des formes de mobilités économiques (des villes moyennes vers les grandes métropoles), qui sont prises en compte dans les statistiques du tourisme intérieur, mais la plus grande part d'incertitude concerne ici l'importance grandissante des loisirs (des séjours de moins d'une journée comptabilisés comme des voyages touristiques).

En considérant que le tourisme intérieur chinois n'est le fait que de la classe moyenne des principales villes du pays, le nombre de touristes pourrait se trouver dans une fourchette de 250 à 300 millions de « réels » touristes[163], ayant les moyens de voyager (un voyage touristique coûte cher ; voir le chapitre suivant). Miroir de la « société de loisir » chinoise, le tourisme intérieur est ainsi un important secteur touristique émergent à l'échelle du monde[164], où on émet l'hypothèse que les pratiques des citadins et des ruraux est différente. La disparité entre ville et campagne est en effet « *l'une des caractéristiques marquantes de la société*

[162] Cette fréquence est le résultat du rapport entre le nombre de touristes citadins / ruraux et la population citadine / rurale. Le fait que les résultats soient des pourcentages dont la valeur est supérieure à 100 est dû au mode de calcul de la fréquentation (« ren/ci »), le nombre de « touristes » étant supérieur à la population totale chinoise.

[163] Pierre Gentelle propose le chiffre de 240 à 290 millions de consommateurs dans les villes chinoises en 2004. Il souligne cependant que ce chiffre cache de grandes disparités : « *Un ensemble de 240 à 290 millions de consommateurs, qui ne constituent pas encore ce qu'on appelle dans les pays riches une classe moyenne, tant sont grandes les disparités en son sein* », p. 26 **In** : Gentelle P., (2004-a) *Une société en mouvement*, Questions internationales, La Documentation Française, n° 6, p. 26-38.

[164] Un phénomène qu'il serait intéressant de comparer avec le tourisme intérieur indien. Voir à ce propos l'Habilitation à Diriger des Recherches d'Isabelle Sacareau (2006) *Tourismes et sociétés en développement : une approche géographique appliquée aux montagnes et aux sociétés du Sud*, Habilitation à Diriger des recherches, Université Paris 1 (Direction : Rémy Knafou), volume 3, 385 p.

chinoise depuis les années 1950 (Cheng et Selden, 1994). Elle résulte d'un système administratif qui classifie la population comme « urbaine » ou « rurale » selon le lieu d'origine, et exclut les ruraux des protections sociales accordées aux citadins, ainsi que d'une politique qui a favorisé le développement urbain (Naughton, 1995). En matière d'éducation, de revenus, de santé ou de mobilité sociale, le citadin chinois est privilégié par rapport à ses compatriotes d'origine rurale » (Leicester, 2008 ; p. 225)[165].

[165] Leicester T., (2008) *Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine*, Civilisations, Volume 27, n° 1-2, p. 223-241.

Conclusion du Chapitre. Qui sont les touristes intérieurs ?

Même si les statistiques du tourisme intérieur révèlent de nombreuses erreurs et s'il est difficile de cerner avec précision la véritable envergure de ce marché touristique, le tourisme intérieur est beaucoup plus important numériquement et rapporte plus de recettes à l'Etat que le tourisme international. Derrière le tourisme international se cachent en effet d'importants flux non touristiques, « chinois » (venus de Hong Kong), ou étant le fait de ressortissants étrangers « d'ethnie chinoise ».

Une étude plus complète des sources statistiques serait nécessaire, mais dépasse le cadre de ce travail : elle pourrait être l'objet d'une thèse tant la tâche est ardue (pour laisser des pistes ouvertes, des traductions de tableaux statistiques non utilisés ici ont donc été placées en annexes). Des enquêtes beaucoup plus précises, sur différents lieux touristiques plutôt que sur les seuls lieux de départ, s'avèreraient indispensables. L'étude du tourisme intérieur reste ainsi un vaste champ de recherche.

A l'issue de cette nécessaire présentation statistique du tourisme intérieur se dresse ensuite une série de questions. Les touristes intérieurs ne sont en effet pas seulement des individus statistiques : leurs profils doivent être étudiés plus convenablement, ainsi que leurs attentes et leurs motivations, sans omettre leurs pratiques. Il serait également intéressant de savoir si les touristes internationaux en Chine et les touristes intérieurs chinois fréquentent les mêmes lieux, et si une fois sur place leurs pratiques ont les mêmes temporalités et/ou modalités.

Toutefois, avant de se pencher plus en profondeur sur ces questions (voir la partie 2), il convient de présenter de manière générale les touristes intérieurs chinois. Le développement du tourisme intérieur n'est pas seulement une conséquence de la création de semaines de congés payés, il repose aussi sur la volonté et les moyens des individus de se déplacer au travers du pays. Ceci dessine une géographie du tourisme intérieur qu'il nous faut maintenant analyser.

Chapitre 2. Le tourisme intérieur chinois, un « autre » tourisme ?

« Depuis le début des années 1990, en moins d'une génération, les réformes de l'économie, du travail, du logement et des espaces de sociabilité ont profondément bouleversé la société et la vie quotidienne des Chinois. Les valeurs de la modernité ont changé les mentalités, le rapport à l'argent, les modes de consommation, les relations entre les hommes… Les conceptions culturelles héritées disparaissent toutefois moins qu'elles ne se recomposent ».
(Thierry Sanjuan, 2007 ; p. 48)[166]

De nombreux auteurs considèrent la Chine comme un « Autre », c'est-à-dire une civilisation qui montre une importante altérité avec les sociétés occidentales (cf. Introduction générale). De ce point de vue, le tourisme intérieur chinois, miroir de la société et de la civilisation chinoise, serait donc très différent des formes de tourismes connues ailleurs dans le monde. La société chinoise a produit des valeurs bien différentes de celles de l'Europe (lieu d'origine du tourisme), et de l'Occident en général, « *mais il s'agit là d'une civilisation aussi élaborée, textualisée, commentée que la nôtre* » (Jullien, 2004 ; p. 6)[167].

Une première question se pose alors : n'y avait-il donc pas des formes de « tourisme » en Chine avant l'arrivée des puissances occidentales au milieu du 19ème siècle ? Les formes actuelles du tourisme intérieur diffèrent-elles des modèles établis jusqu'à présent par la recherche sur le tourisme, la Chine étant un « autre » foyer de développement du tourisme ?

Il faut cependant se méfier de cet « Orientalisme »[168] absolu, qui fait de l'Orient ou la Chine un espace « spécifique », cette vision de l'esprit étant grandement « construite » et non réelle. Pour confronter les modèles du tourisme intérieur chinois et les modèles touristiques déjà établis[169] et saisir la mesure de leur disparité, il nous faut nous positionner à l'échelle du pays et interroger son histoire, caractériser certaines formes « pré-touristiques » et déterminer quand et comment ces « Prolégomènes » touristiques (Tourismes 2, 2005 ; p. 13) se sont muées en réel « Tourisme ».

C'est ce que propose ce deuxième chapitre, sans toutefois céder à une étude historique du phénomène touristique intérieur en Chine. Dans un premier temps, l'analyse se portera sur

[166] Sanjuan T., (2007-a) *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, Paris, 80 p.
[167] Jullien F., (2004) *L'Europe, la Chine : une alternative pour la pensée*, Questions internationales, La Documentation Française, n° 6, p. 4-7.
[168] Said E., (2005) *L'Orientalisme : L'Orient crée par l'Occident*, Editions du Seuil, Paris, 422 p. (1ère édition : 1978)
[169] Les comparaisons au fil de ce travail se feront principalement avec les travaux de l'équipe MIT, notamment les exemples développés au sein des livres « Tourismes 1 » et « Tourismes 2 ». Voir la bibliographie générale.

les différences déjà constatées entre les pratiques touristiques chinoises actuellement connues à l'intérieur du pays et celles des touristes occidentaux qui visitent la Chine. Cet examen sera complété par un court récit de récents travaux sur les origines du tourisme intérieur chinois.

Si des formes pré-touristiques ont existé en Chine, le véritable développement du tourisme intérieur chinois est contemporain : il se situe à la fin du 20ème siècle. L'encouragement de l'Etat envers ses citoyens à voyager dans le pays[170] fut l'élément déclencheur de cet essor. Ce qui veut dire que le tourisme intérieur chinois est un phénomène « moderne », avec toutes les connotations anthropologiques que cela implique.

Dans cette perspective, la deuxième partie de ce chapitre insistera sur la modernité chinoise comme deuxième fondement du tourisme intérieur. Que recherchent les touristes une fois dans les lieux touristiques ? Une expérience moderne ? Le cas échéant, quelle lecture en faire ? Ne faut t-il pas chercher dans le quotidien des touristes l'origine des représentations qui guident leurs pratiques spatiales ? D'ailleurs, qui sont les touristes intérieurs chinois ?

1. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène aux fondements anciens

1-1. La Chine : une approche différente du tourisme ?

1-2. Le « tourisme » intérieur chinois, du 15ème siècle à aujourd'hui

2. La modernité chinoise, fondement du tourisme intérieur chinois ?

2-1. La société chinoise est-elle en quête de modernité ?

2-2. Les régions du tourisme intérieur et les principales caractéristiques de ses touristes

2-3. La modernité chinoise : les pratiques de la nouvelle classe de loisirs et la modernisation accélérée des espaces urbains

3-*Ouverture*. De nouvelles formes de tourisme, plus individuelles ?

3-1. Un nouveau rapport aux vacances

3-2. L'individu et le tourisme, de nouvelles pratiques et de nouveaux « passeurs d'altérité »

[170] Le rôle de l'Etat dans la définition, la planification et le développement des sites et lieux touristiques sera plus particulièrement étudié au chapitre suivant au travers des exemples précis de Guilin et Beihai.

***Encadré 2*. La Géographie culturelle utilisée dans ce travail**

Ce travail, bien que géographique, souhaite fonder ses racines dans une approche très humaine, axée sur les individus et leurs actions spatiales. Même si certains développements utilisent des méthodes mathématiques pour contextualiser des faits humains (cf. chapitre 4), l'angle d'approche de ce travail reste celui d'une géographie culturelle.

Nous considérons en effet que la réalité géographique est en partie le résultat d'un système de valeurs. L'espace est ponctué de symboles que l'individu sait reconnaître et auxquels il s'identifie. Le paysage, livre d'or du géographe culturel, incarne ainsi la matrice de l'identité de la société et il représente également l'empreinte de cette identité : que voient par exemple les touristes chinois quand ils se rendent à Guilin ? Que viennent-ils y chercher ? Quels sont donc leurs pratiques, mais aussi les fondements de celles-ci ? Voici quelques questions qui sous-tendent ce type de géographie.

Les écrits d'auteurs comme Berque, Claval et Bonnemaison, pour ne citer que les auteurs francophones les plus connus s'étant positionnés dans ce « tournant culturel » (Claval, 2001)[171], sont donc pour nous des textes de référence. Le dernier auteur, notamment sa thèse d'Etat[172], est celui qui nous motive le plus. Désirant à la fin de sa carrière se rapprocher de l'anthropologie[173] afin de mieux appréhender les représentations qui guident les pratiques spatiales et l'espace géographique qui en résulte, Bonnemaison, disparu trop tôt, a laissé sa tâche inachevée. Pendant sa carrière, il se positionnait souvent près d'une « anthropologie spatiale » qui recoupe la géographie culturelle. Ces deux disciplines acceptent en effet la même idée et la regardent d'une façon presque similaire : « *Il existe un effet des lieux sur la construction sociale et culturelle* » (Bonnemaison, 1996, livre II, p. 78). L'anthropologie spatiale s'intéresse tout d'abord à la dimension humaine et spatialise ensuite ce qu'elle découvre dans l'étude des hommes, alors que la géographie culturelle lit d'abord l'espace géographique, par le biais des paysages par exemple, et essaie ensuite de comprendre au travers de représentations, de l'histoire, etc., sa lecture spatiale. Les deux disciplines sont ainsi proches, mais elles n'ont cependant pas la même démarche.

Comme Bonnemaison le montre dans son essai posthume, cette approche, « ethnogéographique » d'une certaine manière, n'est pourtant pas réservée à l'étude des sociétés dites « exotiques » pour certains, « primitives » pour d'autres. Au contraire, c'est une approche utilisable dans toutes les sociétés. Pour cet auteur, « *la géographie, par la plasticité et la diversité de ses approches, par sa sensibilité aux paysages et à la personnalité des espaces est une discipline - une forme de l'esprit - qui répond bien aux exigences de l'étude des identités collectives, qu'elles soient ethniques, régionales ou nationales* » (Bonnemaison, 1996, livre I, p. 16).

Cette approche est également complétée par les travaux d'Augustin Berque. Le paysage, matrice de l'identité géographique, est ainsi une « *relation entre le « regardé » et le « regardant », qui le « regarde »* ». Le paysage est fonction de qui le regarde, point nodal des pratiques spatiales des touristes intérieurs et des touristes internationaux à Guilin (cf. chapitre 5) : les différentes populations touristiques peuvent ne pas voir le même paysage car elles n'ont pas les mêmes systèmes de valeurs[174].

---

[171] Claval P., (2001) *L'approche culturelle : ouverture et pistes nouvelles*, Géographie et Cultures, n° 40, p. 9-28.

[172] Bonnemaison J., (1996) *Les fondements géographiques d'une identité. L'archipel du Vanuatu, essai de géographie culturelle*, Editions de l'IRD, 2 tomes, 562 p. (première édition en 1986 sous le titre : *Les fondements géographiques d'une identité. Territoire, histoire et société dans l'archipel du Vanuatu*).

[173] Bonnemaison J., (1997) *La géographie culturelle*, Editions du CTHS, Paris, 152 p.

[174] Pour des approfondissements sur la manière dont Berque conçoit la géographie culturelle, voir les ouvrages listés dans la bibliographie générale. Voir également l'entretien suivant : Paquot T., (1997) *Entretien avec Augustin Berque*, Paris [en ligne] URL : http://urbanisme.univ-paris12.fr/1134762264798/0/fiche___article/&RH=URBA_1Paroles / Voir enfin un autre entretien d'Augustin Berque sur le site des Archives Audiovisuelles de la Recherche [en ligne] : http://www.archivesaudiovisuelles.fr/FR/_video.asp?id=55&ress=342&video=82887&format=69

1. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène aux fondements anciens

L'observateur du tourisme intérieur constate de nombreuses différences entre les pratiques de ces touristes et celles des internationaux qui visitent le pays. Ce phénomène est évident, la première forme de tourisme évoluant dans un espace familier alors que la deuxième a principalement des pratiques de découverte dans un espace où communiquer est souvent difficile (barrière de l'idéogramme). Au-delà du constat de ces différences, n'y a-t-il pas de raison plus profonde, tributaire à l'apparition, du moins aux prémices, d'une forme de tourisme vieille de plusieurs centaines d'années ?

1-1. La Chine : une approche différente du tourisme ?

Le tourisme intérieur chinois prend tout d'abord place dans un contexte culturel différent de celui où a émergé le tourisme actuel (l'Europe). Quelles sont les différences connues entre pratiques touristiques chinoises et occidentales visibles dans le pays[175] ?

1-1-1. Le tourisme intérieur chinois, un « autre » regard sur le tourisme

L'anthropologue Oliver Evrard publie en 2007 un court article intitulé « l'autre touriste » [176], dans lequel, fort de l'exemple thaïlandais, l'auteur montre la nette distinction des pratiques selon la provenance des touristes : « *Ensuite, elles (les autorités thaïlandaises) se trouvent dans l'obligation de reconnaître, dans le tourisme domestique, un phénomène sociologiquement distinct du tourisme international et occidental, et non pas simplement sa copie tardive […] il (le tourisme intérieur) ne concerne pas toujours les mêmes lieux au même moment ni de la même façon*. ». Dans le cas de la Thaïlande, les conceptions du tourisme entre Thaïs et touristes internationaux sont, selon lui, « *asymétriques* » : « *Les premiers (*les touristes internationaux*) cherchent l'authenticité dans le passé des seconds (*les Thaïs*), lesquels, inversement, l'identifient dans le présent du premier* ».

[175] Dans cette thèse, les comparaisons sont principalement effectuées avec le tourisme occidental, le plus renseigné et défini. Il faudrait cependant faire de plus longues comparaisons avec les pratiques touristiques d'autres pays asiatiques. Pratiques culturellement plus « proches » (même si cela reste à définir), mais moins documentées. Les lectures des ouvrages et articles de Nelson Graburn sur le tourisme intérieur au Japon présentent un intérêt éminent. Lire par exemple : Graburn N., (2006) *Domestic tourism in Asia : the expansion of landscape and the subversion of limits*, Colloque international « Of asian origin. Rethinking tourism in contemporary Asia » (7-9 septembre 2006 à Singapour). Sur le tourisme au Japon, lire également les articles de Sylvie Guichard-Anguis, notamment l'ouvrage suivant : Guichard-Anguis S. et Okpyo M. (Ed.), (2009) *Japanese Tourism and Travel Culture*, Routledge, New-York, 240 p.

[176] Evrard O., (2007), *L'autre touriste*, Sciences au Sud (journal de l'IRD), n° 38.

Avant de revenir plus en profondeur sur cette recherche de « modernité » (*Infra*), il nous faut souligner la différence de regard sur le tourisme et ses lieux entre la population touristique chinoise et internationale en Chine. Dans sa thèse de Doctorat (géographie) sur le développement du tourisme à Pékin[177], Wang Xiaoyu nous donne des indices sur cette différence entre le regard des touristes chinois et celui des touristes internationaux dans le cas de la Grande Muraille (figure 2).

Figure 2. Les regards de touristes sur la Grande Muraille

Touriste Occidental : « C'est impressionnant »
Touriste asiatique proche : « C'est un lieu magnifique »
Touriste chinois : « C'est le site le plus connu en Chine »

Source : Wang Xiaoyu, 2008, p. 165.

Les touristes intérieurs chinois semblent donc ici plus impressionnés par « l'aura » du lieu, par sa « célébrité », que par « l'incroyable » construction. Pour en connaître la raison, peut être convient-il de se tourner dans un premier temps vers des éclaircissements d'ordre anthropologique. Béatrice David propose par exemple « une exploration des territoires où se réalise une quête de soi qui parcourt un espace sacralisé par l'histoire et les mythes de la Chine antique et impériale »[178]. Son idée principale sur le tourisme intérieur s'énonce autour de la construction de l'identité nationale, le tourisme étant une « *ressource importante de l'action politique, au service de la constitution de l'imaginaire national et de sa diffusion* » (p. 145) [179].

Dans cette intention, le gouvernement a aménagé depuis les années 1980 de nombreux parcs à thèmes qui célèbrent une Chine en miniature[180] et encouragé le tourisme « rouge » qui célèbre les lieux du communisme chinois. Pour la même raison se développe un tourisme « des racines » qui consiste à retrouver la trace de ses ancêtres, un élément fondamental de sinité : « *Les destinations privilégiées de ce tourisme des racines sont les lieux d'origine des clans patronymiques chinois. Porter un nom chinois (xing) est preuve de sinité, il inscrit*

[177] Wang X., (2008) *Le développement du tourisme à Pékin*, (Direction P. Violier), Université d'Angers, 362 p.
[178] David B., (2007) *Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine*, Herodote, n° 125, p. 143-155.
[179] Il faudrait cependant constater que cette idée de construction nationale n'est pas propre à la Chine ni à l'histoire du 20ème siècle. C'est ce que montre par exemple Anne-Marie Thiesse dans le cas des pays européens au 19ème siècle. Voir : Thiesse A.-M., (1999) *La création des identités nationales*, Editions du Seuil, Paris, 385 p. Voir également le chapitre 5.
[180] Voir le chapitre 6 pour une analyse des logiques d'aménagements de ces espaces, ainsi que ce que viennent y chercher les touristes intérieurs.

l'individu dans un vaste groupe suprafamilial qui évoque l'ascendance fictive à une ancêtre éponyme » (p. 149).

Dans son article basé sur ces pratiques « asymétriques » des touristes intérieurs et occidentaux[181], Olivier Evrard propose également une définition du mot tourisme qui, en chinois, ne distingue pas forcément les voyages à finalité touristique des autres voyages : « *le mot lüyou*[182] *[…] recouvre en chinois ces deux modalités du voyage distinguées en français par les termes « voyage » et « tourisme ». Les deux mots qui composent le terme chinois moderne s'emploient dans les textes de l'Antiquité chinoise, puis au début de l'Empire, le premier (lü) pour désigner le circuit annuel du souverain aux sites sacrés de son royaume, le second (you) son voyage d'inspection des terres de son royaume au printemps* » (David, 2007 ; p. 151).

Autrefois utilisés séparément pour distinguer deux actions différentes, les deux mots n'en forment aujourd'hui plus qu'un, regroupant plusieurs sens. La compréhension de la notion « tourisme » se grève d'une complexité supplémentaire lorsqu'on considère qu'un autre signifiant désigne cette activité (*guanguang*)[183] : l'addition du sens des idéogrammes (regarder - lumière), signifie littéralement « regarder les lumières ». Moins utilisé que le précédent, son étude est cependant intéressante car, même s'il n'est pas certain que le sens étymologique de *guang* dans le composé *guanguang* soit celui de lumière (le morphème *guang* est polysémique et son second sens est « paysage » : l'on pourrait en déduire que la signification étymologique de *guanguang* est plutôt « admirer les paysages »), ce mot propose différents regards sur le même phénomène touristique[184].

1-1-2. « La beauté autrement »[185] : Le rapport à la Nature et à la montagne

Au-delà de l'utilisation de l'un ou l'autre acception, un deuxième constat apparaît majeur dans cette recherche d'altérité : la place de la montagne dans l'imaginaire touristique.

---

[181] Nous pourrions toutefois reprocher à cet article de ne pas avancer de chiffres sur l'importance de chaque forme de tourisme à l'échelle du pays, puisque le discours de l'auteur se situe à cette échelle. De plus, comme nous l'avons souligné dans le précédent chapitre, le tourisme intérieur se dirige d'abord vers des espaces urbains, pas vers les espaces ruraux que l'auteur met d'abord en valeur (hormis les cas de Shenzhen et Hong Kong. Les désirs de « modernité » sont également très absents de cette publication. Le tourisme dans des lieux de « Paysage » comme Guilin est notamment trop peu souligné.

[182] 旅游

[183] 观光

[184] Taunay B., (2006) *Regarder les lumières, le tourisme national dans la province du Guangxi*, Monde Chinois, n° 6, p. 49-64.

[185] Hu-Sterk F., (2004) *La Beauté autrement. Introduction à l'esthétique chinoise*, Editions You-Feng, Paris, 225 p.

L'engouement pour les montagnes, notamment les montagnes « sacrées » [186], confère à ces sites une valeur touristique inégalée. Ce sont de très importants « hauts-lieux » du tourisme chinois car, selon Béatrice David, l'ascension de ces montagnes constitue une quête du sacré : « *l'essor des loisirs a, d'autre part, scellé la vocation touristique de ces sites, où la quête du sacré se réalise également à travers des actes empreints de religiosité comme l'ascension d'une montagne, une randonnée et la contemplation du lever de soleil* » (p. 150).

Ces « actes de religiosité » (les montagnes sont les lieux de refuge des « immortels »[187]) sont aussi une considération esthétique de la Nature. Parce qu'elle offre des points de vue illimités pour l'observation de la Nature, les touristes chinois en sont grandement amateurs : « *il y a des mondes différents dans la montagne ; l'on y trouve des ruisseaux vert jade, l'herbe y est bleue comme la fumée, des roches désordonnées percent les nuages, des fleurs rouges parsèment la campagne […] La bruine, la brume, les rochers, les pins, à l'origine sont un lavis que nous donne à voir la Nature. Ce rouge des pêchers, le vert des saules sur les rives, ces montagnes et cours d'eau à perte de vue, seule l'encre est à même de les restituer…* » (Wang Y., 2002 ; p. 82)[188].

Cette considération esthétique n'est pas forcément partagée par les touristes internationaux qui, comme le montre Philippe Violier avec l'exemple du mont *Emei* (province du Sichuan), restent souvent dubitatifs devant un paysage qu'ils ne voient pas : « *On accède enfin une esplanade aménagée, dominant l'abrupt. Les chinois se pressent aux balcons. On fait de même, puisqu'il doit y avoir quelque chose à voir. Et en fait il n'y a rien à voir hormis des nuages qui tapissent le vide et lèchent les rochers. Les chinois, ravis, se photographient sous toutes les coutures, tandis qu'on attend que le temps passe. A l'opposé de la civilisation occidentale qui fonde l'esthétique sur la saveur et les contrastes, la culture chinoise valorise la fadeur. Loin d'être l'insignifiance, la fadeur est un centre qui autorise tous les essais et ouvre à d'autres expériences sensibles tandis que la saveur trop forte est exclusivité et fermeture (Jullien, 1993).* »[189].

---

[186] Au nombre de 5 : les monts *Taishan*, *Hengshan* (du nord et du sud), *Songshan* et *Huashan*.

[187] « *Les Chinois de l'Antiquité avaient, eux, les immortels. Comment définir ceux-ci ? Il s'agit d'une forme de transcendance imaginée par les taoïstes et les alchimistes : des êtres humains qui ne meurent pas. Le pictogramme qui leur correspond est composé de deux parties, l'une représentant un homme, l'autre une montagne ; ce qui signifie : quelqu'un habitant dans une montagne. (…) C'est pourquoi les ingrédients utilisés dans la médecine chinoise sont pratiquement tous des plantes médicinales qui poussent dans les montagnes, peut-être justement parce que ces lieux sont habités par des immortels* ». [Wang Y., (2002) *Le voyage*, Presses littéraires et artistiques de Shanghai, Paris, 121 p.]

[188] Wang Y., (2002) *Le voyage*, Presses littéraires et artistiques de Shanghai, Paris, 121 p.

[189] Violier P., (2008) *L'accès de la société chinoise au tourisme : renouvellement et invention de pratiques et de lieux*, communication au colloque « Asia Tourism » (03/05 juillet 2008 à Angers) – non publié.

Les différences entre touristes internationaux et touristes intérieurs en Chine sont donc aussi nombreuses qu'inattendues et la manière de regarder la Nature et les phénomènes naturels tient pour beaucoup dans ces différences. Les constructions humaines « défigurent » la Nature selon le regard romantique, mais pour les Chinois, la distinction entre Nature et Culture (les constructions humaines notamment) n'est pas fondamentale : « *en Chine, la contemplation est toujours mise en scène par un appareil matériel qui heurte notre sensibilité. Aussi bien en montagne qu'en bord de mer, pas un site en Chine sans une porte monumentale qui en marque l'entrée […] Pas un site sans aménagements nombreux et denses de cheminement soigneusement dallés et de points de vue construits qui constituent autant d'invitations à s'asseoir et à bavarder face au paysage. Souvent ces constructions imitent la nature, les bâtis en béton imitent les écorces, les bancs sont élaborés en rondins de ciment…* » (Ibid.).

Comme le souligne l'auteur, l'inverse est cependant également vrai : « *les productions de la nature sont érigées en œuvre d'art au même titre que les réalisations artistiques. Dans les plus grands sites, des rochers aux formes et aux couleurs considérées comme étranges sont proposés à l'admiration, disposés sur des socles, bien en vue comme n'importe quelle statue. La civilisation occidentale, également, identifie et érige en curiosité des rochers et autres cheminées de fée, mais c'est toujours in situ, là et tel que l'érosion les a sculptés ou déposés. Il n'est venu à personne l'idée d'aligner des rochers alpins dans les allées de Versailles* » (Ibid.).

Il résulte ainsi que les discours occidentaux et chinois sur la « beauté » d'un site sont souvent très différents. Notamment dans les lieux classés par l'UNESCO, comme le mont Tai shan, aussi appelé le *Mont de l'Est* (associé à l'aurore, à la naissance et au renouveau) [190], la plus connue des cinq montagnes sacrées chinoises. Les Occidentaux y voient un « paysage naturel », un « patrimoine naturel » alors que les Chinois y voient un lieu très connu de l'histoire Antique et Impériale. C'est en effet au sommet que 72 monarques de l'Antiquité chinoise et 12 empereurs de la période impériale sont venus rendre hommage aux divinités de la montagne. Confucius lui-même aurait gravi le Tai Shan, conférant à la montagne une célébrité et un « label » qui rend la visite incontournable.

[190] Pour une analyse de l'importance de cette montagne dans la culture chinoise, voir : Chavannes E., (2004), *Le T'ai Chan. Essai de monographie d'un culte chinois*, (fac-simile), Phénix éditions, Paris, 392 p. (1ère édition : 1910, 592 p.)

1-1-3. Tradition et modernité en compétition ? Le patrimoine et le tourisme intérieur

La question du patrimoine dépeint elle aussi de nombreuses différences entre les pratiques chinoises et celles des touristes internationaux. La question du vrai et du faux semble par exemple être éloignée des préoccupations chinoises. C'est d'ailleurs ce que présente Zhang Liang dans son ouvrage « La naissance du concept de patrimoine en Chine » : « *Le culte de la mémoire en Chine ne s'exprime pas avec la même déférence pour les constructions prestigieuses qu'en Europe* »[191].

Après la seconde guerre mondiale et les destructions imputées aux Japonais et au moment de l'instauration de la République populaire, époque des reconstructions, le gouvernement communiste entame une destruction systématique du patrimoine restant. En effet, le concept de ville socialiste, « saine et rationnelle », s'oppose alors à celui de « ville-musée » : le « pastiche », l'imagination, l'emporte ainsi sur la réalité matérielle, comme le décrit l'auteur avec l'exemple du quartier de *Liulichang* à Pékin. L'auteur conclut en précisant « *qu'il n'y a pas encore un vrai changement intellectuel dans les champs de la conception architecturale et urbaine hors des zones protégées et que cette tâche reste à accomplir* » (Ibid., p. 60).

Ce phénomène de destruction du patrimoine d'origine afin d'y dresser, à la place, une copie visitée par les touristes, se vérifie également à Guilin, comme nous l'aborderons dans la suite de ce travail (partie 3). Le centre-ville en est particulièrement touché : la démolition des vieilles ruelles y est encore en cours. Cette destruction atteint aussi la périphérie de la ville : c'est le cas du « parc des sept Etoiles », où les anciennes stèles et sculptures sont laissées à l'abandon dans une partie retirée du parc, alors qu'y fleurissent, éparses, d'abondantes copies. Un établissement à proximité y propose même des « reliques historiques et des curiosités » (« *historical relic and curious shop* », le nom de l'établissement est en anglais). Les intellectuels formés à l'école communiste, toujours présents, continuent de planifier la destruction/reconstruction du paysage urbain traditionnel[192].

[191] Lecture critique de cet ouvrage dans la revue « Perspectives Chinoises », novembre-décembre 2005, n° 92, p. 59.

[192] Sur la question du couple tourisme/patrimoine en Chine, dans les exemples traités en particulier dans les parties suivantes, nous irons rarement au-delà des descriptions ou des constats réalisés au cours de nos différents travaux de terrain. La raison en est simple : le sujet, complexe, mériterait un travail approfondi. Nous nous sommes en effet concentrés sur les pratiques touristiques et sur les transformations des lieux. Même si la question du patrimoine reste très importante, nous avons choisi de la laisser de côté, posant là une limite importante à notre travail. Des approfondissements s'avéreraient utiles, à la lumière des travaux suivants : Guichard-Anguis S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p., et plus particulièrement des trois articles suivants :

1-2. Le « tourisme » intérieur chinois, du 15ème siècle à 1911

L'origine des différences constatées ci-dessus se trouve peut être dans l'histoire du tourisme intérieur : il existait en effet dès le 15ème siècle des lieux visités par une population de lettrés et ces lieux sont encore visités aujourd'hui. Y a-t-il donc une filiation entre ces pratiques pré-touristiques et celles que l'on peut constater aujourd'hui ?

1-2-1. Le développement de formes pré-touristiques à partir de la Dynastie Ming

Dans son ouvrage sur les lieux touristiques chinois, l'anthropologue Pál Nyíri nous apprend[193], en se référant aux travaux de l'historien Timothy Brook[194], que les premières formes du tourisme intérieur remontent à la dynastie des Ming (1368-1644). A partir du 15ème siècle, la petite noblesse promeut en effet les voyages d'agrément au rang d'activité culturelle et part de plus en plus vers les sites décrits comme beaux par les artistes lettrés de la période Tang et Song (618-1279), les *Mingsheng* (« sites pittoresques célèbres »)[195]. En ce sens, les premières pratiques « touristiques » chinoises semblent se rapprocher du « Grand Tour » européen à l'origine du tourisme en Europe (des aristocrates européens des 17ème et 18ème siècles qui partaient visiter les principaux lieux de l'histoire antique européenne pendant plusieurs mois, Equipe MIT, 2002) : en Europe comme en Chine, les premières formes pré-touristiques se rapportent à une contemplation du passé culturel, par une partie de la noblesse de l'époque.

Les pratiques « touristiques » en Chine sont pourtant bien différentes dès l'apparition du phénomène. Les visites dans les *Mingsheng,* au 15ème siècle, étaient tout d'abord très stéréotypées : elles reprenaient, de manière assez stricte, les descriptions qu'en avaient fait les artistes lettrés plusieurs centaines d'années auparavant. Il était ainsi de mise d'aller visiter les sites selon un ordre précis et regarder certaines vues (*jing*) dans des postures bien précises. L'ensemble des vues formaient : « *une vue bien définie et établie sur un paysage connu, pas une vue que l'artiste sélectionne et définit lui-même* » (Brook, 1998; p. 152)[196]. Ce premier élément de description est fondamental, car comme l'indique Nyíri, les lieux visités sont

---

1-Fresnais J., (2003) *Cinquante ans de gestion du patrimoine architectural en République populaire de Chine : 1949-1999*, p. 77-97 / 2-Fayolle Lussac B., (2003) *Le patrimoine comme enjeu de développement urbain : le cas de Xi'An (Chine)*, p. 643-657 / 3-Ged F., (2003) *Chine : l'appréhension patrimoniale*, p. 387-400.

[193] Nyíri P., (2006) *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington press, Seattle and London, 135 p.

[194] Brook T., (1998) *The confusions of pleasure : commerce and culture in Ming China*, University of California press, Los Angeles, 345 p.

[195] 名胜

[196] « *an established and well defined view onto a known landscape, not a view that the artist selects and defines himself* ».

aujourd'hui les mêmes qu'à cette époque et le regard stéréotypé que posent les touristes sur ces sites paysagers provient du regard déjà stéréotypé au 15ème siècle (Cf. chapitre suivant).

La mobilité de la société chinoise à partir de la dynastie des Ming a donc valorisé l'appréciation de scènes paysagères et, « *en se rendant sur ces sites, le voyageur lettré pouvait se mettre en relation avec la tradition culturelle et littéraire et ainsi affirmer son appartenance à une élite sociale* » (Leicester, 2008)[197]. C'est notamment pour affirmer leur visite et donc leur position sociale que les touristes de l'époque impériale gravaient des poèmes dans certaines parties des sites touristiques, spécialement sur des pierres et des reliefs en général. Comme le souligne Nyíri, les sites avec ces reliefs calligraphiés sont parmi les plus visités aujourd'hui, peut être parce que la société chinoise se fonde sur des réseaux dans lesquels les « individus » doivent se mettre en valeur pour progresser dans la hiérarchie sociale et « gagner de la face » (de la considération sociale, selon Isabelle Thireau, 2006)[198].

Grâce à l'essor de visiteurs au fil des décennies, les principaux sites touristiques sont devenus des lieux touristiques avec des rues commerçantes à l'entrée des sites. Des guides touristiques « papiers » avec des descriptions des vues, permettant aux « touristes » de se repérer, sont alors apparus : « *des ensembles de vues et de poèmes ont été produits tant à des fins promotionnelles, pour entourer une ville avec une aura culturelle que pour configurer un itinéraire pour des visites et comme souvenirs vendus dans les échoppes* » (Nyíri, 2006 ; p. 7) [199]. Ces guides touristiques existaient encore au début du 20ème siècle et, malgré l'influence occidentale grandissante, ces documents conservaient plus d'influence de l'époque impériale que des guides touristiques étrangers : « à la fin du 19ème et au début du 20ème siècle, lorsque les guides avec un accent sur les informations pratiques étaient devenus un article de base pour les voyageurs européens de classe moyenne (Koshar, 2000 ; Palmowski, 2002), les « guides » de Pékin et même Shanghai, avec toutes leurs influences occidentales, avaient plus en commun avec les albums de vues du quinzième siècle qu'avec Baedeker ou d'autres guides européens de l'époque » (Ibid.; p. 10)[200].

---

[197] Leicester T., (2008) *Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine*, Civilisations, Volume 27, n° 1-2, p. 223-241.

[198] Article « face » du Dictionnaire de la Chine contemporaine (2006 - Direction Thierry Sanjuan), Armand colin, Paris, 303 p.

[199] « *Set of views and poems were produced both for promotional purposes, to surround a city with a cultural aura and set up an itinerary for visits, and as souvenirs sold at street stalls* ». Sur l'histoire des guides touristiques, Voir : Chabaud G. et al, (2000) *Les guides imprimés du 16ème au 20ème siècle. Villes, paysages, voyages*, Belin, collection Mappemonde, Paris, 704 p.

[200] « *In the late nineteenth and early twentieth centuries, when guidebooks with a focus on pratical information had become a staple for middle-class European travellers (Koshar 2000; Palmowski 2002), « guidebooks » of Beijing and even Shanghai, with all its Western influences, had more in common with fifteenth-century albums of views than with Baedeker or other European guidebooks of the time* ».

Selon plusieurs autres sources, l'existence de guides touristiques qui emmenaient les visiteurs découvrir les sites « à voir » est également avérée. A Guilin par exemple, on recensait 20 guides touristiques au tout début du 20ème siècle (annales de Guilin, 1997).

1-2-2. Le tourisme intérieur repose sur les formes pré-touristiques

Ces formes pré-touristiques ont disparu pendant la guerre civile qui opposa les nationalistes à l'armée communiste, et, avec l'instauration de la République populaire, le tourisme devient une activité diplomatique (cf. Chapitre 1). Pendant la période maoïste, notamment pendant la Révolution culturelle, le tourisme a été très critiqué, les déplacements touristiques étant alors assimilés à des comportements bourgeois[201].

Le tourisme renaît progressivement en Chine en 1973, à l'initiative de Deng Xiaoping, qui choisit alors de visiter des sites très connus et qui font référence à la tradition impériale (il visite le village de *Yangshuo* et les monts *Huang shan*[202]). En cette fin de période maoïste, c'est clairement en référence au « tourisme lettré » que s'opère le choix des villes qui vont recevoir encouragements et aides de l'Etat pour développer une économie touristique.

L'Etat soutient donc la revalorisation du concept chinois de *Mingsheng*. Ce terme fut d'ailleurs repris par l'Etat pour désigner un nouveau canon de sites touristiques fondé essentiellement sur ceux valorisés par la tradition lettrée (Ibid.). Après la mort de Mao, les illustrations des billets de banque changent et arborent désormais des vues de sites pittoresques célèbres (illustration 2) : une filiation touristique, entre les lieux visités par les lettrés à l'époque classique et les lieux visités aujourd'hui par les touristes intérieurs, est établie, filiation dont le rôle de l'Etat est cependant fondamental[203].

L'Etat de la fin des années 1970 et du début des années 1980 a également puisé dans l'histoire impériale pour constituer (ou reconstituer) un ensemble de pratiques touristiques ; en témoigne la publication de nombreuses compilations de récits de voyages classiques (*youji*) [204], alors renommés « littérature touristique » (*lüyou wenxue*) [205]. Les revues

[201] Michel Bonnin (2004), parle de la « génération perdue » en référence à ces jeunes instruits envoyés à la campagne entre 1968 et 1980. Pour eux, l'expérience fut traumatisante et elle a marqué les relations de ces individus avec la campagne (McKkann, 2001). Voir : Bonnin M., (2004) *Génération perdue : le mouvement d'envoi des jeunes instruits à la campagne en Chine, 1968-1980*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 491 p. Voir également : F. McKhann C., (2001) *Tourisme de masse et identité sur les marches sino-tibétaines. Réflexions d'un observateur*, Revue Anthropologie et Sociétés, volume 25, n° 2, p. 35-54. Voir également le chapitre 6 pour le lien entre cette période et « l'appréhension » du tourisme en milieu rural.

[202] 黄山

[203] Voir le chapitre suivant pour une analyse plus approfondie du rôle de l'Etat dans les mises en tourisme de Guilin et Beihai.

[204] 游记

[205] 旅游文学

touristiques qui apparaissent au début des années 1980 consacrent d'ailleurs de nombreux articles aux pratiques touristiques des lettrés[206]. La forme même des guides touristiques de cette époque évoque celle des guides classiques destinés aux « touristes » lettrés : « *la littérature de voyage la plus savante (lüyou wenxue), lancée à Kaifeng en 1983, réimprimait la littérature de voyage classique et a tenté de relancer le genre ancien dans le présent* » (Ibid. ; p. 17)[207].

Illustration 2. Le site du mont Tai shan reproduit sur le billet de 5 yuans

L'Etat des années 1980 a eu une politique de revalorisation des pratiques pré-touristiques de la population lettrée de l'époque classique. Comme le montre cette illustration, cette revalorisation est notamment passée par un renouvellement des images sur les billets de banque nationaux. Ici, c'est le lever de soleil sur le mont *Tai shan* qui est représenté, mais on peut aussi découvrir le paysage du fleuve Li sur le Billet de 20 yuans.

Source : http://www.pandahr.com/services/images/billet-5-yuans2.jpg

Cette revalorisation du concept de *Mingsheng* avait pour objectif principal d'ancrer le tourisme dans une tradition nationale tout en contrôlant le contenu idéologique du tourisme : les touristes internationaux des années 1980 n'avaient le choix qu'entre quelques circuits prédéfinis à l'avance par les autorités chinoises, et les touristes intérieurs de cette même décennie suivaient également des circuits souvent organisés par les unités de travail, elles mêmes tributaires des autorités[208]. Il semble que cette volonté par l'Etat de contrôler le contenu du tourisme fut payante, car comme l'indique Leicester (2008), « *lors d'un sondage*

[206] Comme nous le verrons dans la partie suivante (chapitre 5), les pratiques touristiques à Guilin se tournent principalement vers les lieux de ce tourisme lettré.

[207] « *The more highbrow Travel literature (lüyou wenxue), launched in Kaifeng in 1983, reprinted classical travel literature and attempted to revive the genre in the present* ».

[208] On retrouve cette logique d'éducation par le tourisme dans la création du tourisme « rouge », dont les logiques sont analysées dans l'article suivant : Li Y. et Hu Z., (2008) *Red tourism in China*, Journal of China Tourism Research, volume 4, n° 2, p. 156-171. Le lecteur peut également se référer au site suivant : http://www.crt.com.cn (en Chinois). Ce site émane du gouvernement et présente l'ensemble des sites dits « rouges » du pays. Son intérêt pour le lecteur est donc purement descriptif et informatif.

réalisé en 1997, 62% des personnes interrogées considéraient que seul un Mingsheng pouvait constituer un site digne d'intérêt »[209].

Le tourisme serait-il né en Chine ?

On serait, en apparence, tenté de répondre par l'affirmative : il existait en effet des formes pré-touristiques similaires à celles du Grand Tour plus d'un siècle avant le début de celui-ci. Cependant, n'est pas apparue en Chine cette rupture entre le temps travaillé et le temps libre, comme ce fut le cas en Europe avec la Révolution Industrielle. Le « tourisme » intérieur n'en est donc resté qu'à des formes pré-touristiques pendant plusieurs siècles, et ce tourisme a même disparu pendant une grande partie du 20ème siècle. Il n'est réapparu que très récemment, au milieu des années 1970, voire même au début des années 1980, c'est-à-dire plus de deux siècles après les débuts du tourisme en Europe. En revanche, le tourisme intérieur chinois visible aujourd'hui repose sur une population touristique originaire des plus grandes villes du pays, et les pratiques de ces individus, ainsi que leurs représentations, restent encore à explorer.

[209] Une enquête menée à Guilin en 2008 (chapitre 5), va également en ce sens pour la région du fleuve Li.

2. La modernité chinoise, fondement du tourisme intérieur chinois ?

Le tourisme est le miroir de la société et de ses évolutions (Equipe MIT, 2002). Pour mieux comprendre le tourisme intérieur chinois, il faut donc aussi se pencher sur la société chinoise, ses valeurs, mais aussi ses lieux. Tim Oakes a par exemple montré le rapport particulier des touristes chinois à la modernité (Oakes, 1998). En complétant cette analyse par une géographie du tourisme intérieur, que pouvons-nous souligner ? Peut être que les touristes recherchent des espaces modernes parce qu'ils sont originaires des plus grands espaces urbains du pays ? Des grandes métropoles en pleine transformation ?

2-1. La société chinoise est-elle en quête de modernité ?

Selon Tim Oakes, les touristes chinois recherchent des espaces très aménagés, parfois « artificialisés », dans tous les cas « modernes ». Comment l'expliquer ? Qu'est-ce que cela nous montre sur le tourisme intérieur chinois en général ?

2-1-1. Tourisme intérieur et modernité en Chine

Tim Oakes est le premier auteur à avoir proposé une approche théorique du tourisme intérieur chinois, de ses pratiques et de ses lieux. Dans son ouvrage, *Tourism and modernity in China*[210], il explique le rôle du tourisme dans le développement et la modernisation des zones rurales chinoises (le développement du tourisme y coûte moins cher que le développement d'autres activités). Son étude souligne ensuite les liens entre le tourisme et la recherche de modernité en Chine. Cette dernière repose sur deux idées principales.

Le tourisme intérieur montre tout d'abord un rapport paradoxal à l'authenticité, à la tradition et à la modernité. Pour étayer sa démonstration, l'auteur se sert du cas du village habité par l'ethnie Miao, village qui accueille des touristes chinois principalement de l'ethnie Han (majoritaire en Chine)[211]. Il constate alors que les Miao sont en quête de modernité en développant une activité touristique dans leur village, alors que les Han, par leur visite,

[210] Oakes T., (1998) *Tourism and modernity in China*, Routledge, London, New-York, 272 p.
[211] Les Han sont la nationalité majoritaire en Chine (il y a 56 nationalités dans le pays) : ils représentent environ 92% de la population. Voir l'introduction générale.

expriment une quête d'authenticité. Les habitants des villages se perçoivent moins modernes que les touristes, mais ils affirment une volonté de modernité à travers leur capacité à organiser l'accueil des touristes et à jouer leur rôle : « *la contradiction entre le désir d'authenticité du touriste et le désir de modernité du village a été gérée dans la mise en scène élaborée de la tradition, de la consommation et du commerce qui a accueilli les touristes au village* » (Oakes, 1997 ; p. 11)[212]. Mais Tim Oakes va plus loin et montre que les désirs des touristes et des villageois sont tous deux des désirs modernes. Il remarque en effet que les Occidentaux préfèrent les villages traditionnels et plus authentiques, alors que les touristes chinois privilégient des villages modernisés (avec plus de services et de confort ; photo 1). Une carte différente s'ébauche alors entre les pratiques des touristes occidentaux (visitant des villages « authentiques ») et celles des Chinois recherchant la modernité dans des villages transformés, « commerciaux ».

Photo 1. Touristes chinois visitant un village de minorités à Tongling (Guangxi), 2005

Cette photo exprime les constats de Tim Oakes dans sa thèse datée de 1998. Les touristes intérieurs, quand ils se rendent dans des villages de minorités (comme celui-ci, situé à la frontière des provinces du Guangxi et du Yunnan), recherchent d'abord ce qui a été transformé pour eux : un confort, une accessibilité qui leur permettent

[212] « *The contradiction between the tourist desire for authenticity and the village desire for modernity was managed in the elaborate staging of tradition, consumption, and commerce that welcomed tourists to the village* ».

de limiter l'altérité avec l'espace rural. Sur ce cliché, on remarque le guide accompagnant les touristes (à droite), ainsi que les jeunes femmes habillées en tenue de minorités, alors que certaines d'entre elles sont parfois des Han, venues ici pour un emploi et un salaire. Le touriste au centre de la photo tient à la main gauche un sac rempli de quelques articles tout juste achetés à la boutique au centre du village.

Cliché de l'auteur, 2005.

La deuxième idée de Tim Oakes est donc que les lieux du tourisme « ethnique » sont profondément transformés pour le tourisme intérieur. Ces villages mélangeant l'ancien et le moderne : « *le paysage touristique chinois est rempli de confusion avec des signifiants de la modernité, où les touristes consomment le passé, l'avenir, la nation et le monde, souvent toutes en même temps* » (Ibid. ; p. 52)[213]. Ce mélange n'est, selon l'auteur, pas propre aux villages touristiques. Dans les métropoles chinoises, les anciens quartiers ont en effet été reconstruits pendant les années 1990, mais tout a été pensé pour le tourisme. Ces « vieilles villes » sont des reproductions de maison en bois de style Ming et Qing (l'auteur donne des exemples de Shanghai), mais à l'intérieur se trouvent tous types de magasins de luxe ou des boutiques de souvenirs pour touristes.

Rien n'est donc « authentique » dans ces lieux, tout est « moderne ». L'affirmation de la nation chinoise à travers le tourisme est une des idées avancées par Tim Oakes pour comprendre cette quête de modernité[214] : le tourisme ethnique révèle chez les touristes Han un sentiment de supériorité. C'est également ce que souligne Wolfgang Arlt presque 10 ans plus tard (2006) : là où les « *touristes occidentaux voient avec envie le bon sauvage de Jean-Jacques-Rousseau et sa perception à tort de l'authenticité, les touristes chinois voient des primitifs colorés* »[215].

Une autre raison de cette quête de modernité dans les espaces ruraux pourrait être l'impact dans les esprits de « *l'envoi des jeunes instruits à la campagne* » pendant la Révolution culturelle[216]. C'est le point de vue de Charles F. McKhann, un anthropologue qui a passé plus de 18 ans dans la ville de *Lijiang* (Yunnan) : « *la majorité des touristes sont d'âge mûr ou retraités et proviennent des grandes cités de Chine ayant prospéré sous la*

[213] « *China's tourist landscape is replete with confusing signifiers of modernity, where tourists consume the past, the future, the nation, and the world, often all at the same time* ».

[214] C'est cet auteur qui le premier propose, pour l'espace chinois, cette idée de construction de l'identité nationale au travers du tourisme.

[215] «*Western tourists see with envy the Jean-Jacques Rousseau in an Noble Savage and his-wrongly-perceived authenticity, Chinese tourists see colourful primitiveness* ». Arlt W., (2006) *China's outbound tourism*, Routledge, Abingdon, 300 p.

[216] 16 627 000 jeunes citadins ont été envoyés à la campagne entre 1967 et 1980, dont le noyau essentiel, fort de 4 670 000 jeunes gens, était constitué des anciens gardes rouges déportés entre 1967 et 1969 pour être rééduqués par le rude travail des champs. Ils y firent un séjour d'une durée moyenne de six ans. Voir à ce sujet : Bonnin M., (2004) *Génération perdue : le mouvement d'envoi des jeunes instruits à la campagne en Chine, 1968-1980*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 491 p.

nouvelle économie. Ces visiteurs âgés ont grandi durant la Révolution culturelle où « descendre à la campagne » signifiait alors bien autre chose. Ils n'ont pas le désir d'expérimenter la vie villageoise « authentique » comme l'aiment les « aventuriers » euro-américains, et ils préfèrent souvent la mise en scène des cultures des minorités. »[217]

2-1-2. Tourisme intérieur et valeurs confucéennes

Cette quête de modernité peut se comprendre grâce à une perspective historique. Le 20ème siècle chinois a été tout entier marqué par l'opposition entre la modernité et la tradition. Dès le 4 mai 1919, une manifestation d'étudiants chinois se déclenche à Pékin. Ceux-ci sont furieux de la faiblesse du régime politique (qui vient d'octroyer au Japon des anciennes possessions allemandes en Chine), et crient : « A bas la boutique Confucius ! ». Ils rejettent ainsi violemment la tradition impériale de la Chine (qui, depuis le milieu du 19ème siècle et les guerres de l'Opium, voit sa puissance diminuer au profit des puissances européennes), qu'ils opposent à la modernité de l'Occident (Domenach, 1987)[218]. A partir de l'établissement de la République populaire en 1949 et jusqu'à la mort de Mao, les valeurs confucéennes considérées comme traditionnelles, et donc liées à la chute de la puissance chinoise, seront ainsi rejetées.

Pourtant, si l'empire a disparu, la morale confucéenne demeure vivace. Pierre Gentelle pense ainsi qu'il y a actuellement un retour à ces valeurs puisque la Chine s'est ouverte sur l'Occident et qu'elle y a découvert d'autres valeurs : « *Les contraintes sociales traditionnelles puis maoïstes s'éloignent pour certains Chinois, laissant place à une redécouverte de pratiques, de croyances et de valeurs anciennes* » (Gentelle, 2001 : p. 87)[219]. Ce phénomène de redécouverte de la tradition, également encouragé par l'Etat des années 2000[220], est d'intérêt puisqu'il pénètre l'ensemble des actions de la vie quotidienne : « *La culture traditionnelle imbibe encore le moindre geste, jusqu'à inciter certains chinois à réinventer la tradition. Celle-ci est présente dans l'inconscient des individus à l'intérieur de toutes les catégories sociales* » (Ibid. ; p. 90).

[217] F. McKhann C., (2001) op. cit. ; p. 45.
[218] Domenach, J-L. et Richer P., (1987) *La Chine 1947-1971 / De 1971 à nos jours*, 2 tomes, Imprimerie Nationale, Collection Points, 736 p.
[219] Gentelle P., (2001) *Chine. Un continent… et au-delà ?*, Collection Asie plurielle, La documentation française, Paris, 175 p.
[220] Sur ce sujet, voir : Billioud S., (2007) *« Confucianisme », « tradition culturelle » et discours officiels dans la Chine des années 2000*, Perspecives chinoises, n° 3, p. 53-69.

Comme pour le Japon, nous sommes donc avec la Chine en présence d'une « autre modernité »[221], asiatique et confucéenne. Celle-ci ne copie pas forcément les pratiques des Occidentaux. Le contraire semble même vrai au vu du développement « autonome » de la Chine : « *il faut chercher dans le développement autonome de la Chine le moteur de sa transformation et non pas dans le remplacement de son « programme » par les manières de faire de l'Occident. Pour être plus concret : même si les origines de sa dynamique actuelle ont pu être empruntées à d'autres, même si elle incorpore en masse objets et idées américains, elle ne copie pas l'Amérique. Elle continue d'adopter, en les adaptant, données et problématiques nouvelles de manière à les inclure dans son propre processus de développement qui ne date ni de 1949 (greffe du communisme) ni de 1911 (greffe de la république). […] Il constitue depuis quatre mille ans un processus cumulatif malgré la perte de pans entiers et le développement de nouveautés imprévues presque à chaque siècle* » (Ibid. ; p. 154).

Une étude sérieuse du tourisme intérieur chinois doit, comme on le voit, comporter des considérations historiques et anthropologiques (surtout lorsqu'il s'agit de comprendre les fondements des pratiques touristiques)[222]. L'analyse du quotidien peut donc être utile pour la compréhension du tourisme, phénomène du hors-quotidien. Par exemple, l'importance du jeu dans la vie quotidienne[223], ou bien le poids des réseaux de relations sont sûrement des éléments fondamentaux.

En effet, en Chine, plus que partout ailleurs, il est possible de demander une « faveur » (un service en général) à une personne inconnue, mais qui est dans son réseau de relations *via* un ami : « *En Chine, contacter quelqu'un à partir d'un annuaire téléphonique ou d'une liste professionnelle est impossible : notre interlocuteur coupera court aussitôt à la relation. Ce dernier doit en effet pouvoir, dans tous les cas, nous situer par rapport à lui en fonction d'un lien tiers que nous avons en commun et qui nous confère une crédibilité. Le réseau est ainsi exclusif, mais la chaîne de confiance s'enrichit sans cesse, à l'insu possible de ses membres, de nouveaux chaînons avec lesquels ils sont susceptibles d'entrer à tout moment en contact et qui ont sur eux des droits de solidarité comme des devoirs d'entraide. Le réseau peut comprendre des personnes très différentes, qui n'ont que ce lien en commun. En cela, le*

[221] Pelletier P., (2003) *Japon, crise d'une autre modernité*, Belin, La documentation française, 208 p.
[222] Pour une analyse sociologique et anthropologique du phénomène touristique, voir : Amirou R., (2000) *Esquisse d'une socio-anthropologie du tourisme*, mémoire de l'habilitation à diriger des recherches, Université de Montpellier 3, 279 p.
[223] Voir : Papineau E., (2000) L*e jeu dans la Chine contemporaine: mah-jong, jeu de go et autres loisirs*, collection Recherches asiatiques, L'Harmattan, Paris, 298 p. L'auteur montre notamment dans sa thèse que le jeu en Chine est le reflet d'une « société en transformation ». L'accroissement du temps libre et la disparition de l'abnégation communiste, permettent le redéploiement du jeu dans les loisirs et le tourisme.

réseau est efficace, car il entraîne des contraintes pour chacun, quel qu'il soit, auxquelles se dérober serait perdre la face et se retrancher aussitôt de la chaîne humaine et, plus grave, ferait perdre la face au tiers dont on s'est recommandé » (Sanjuan, 2002 ; p. 128)[224].

Grâce à ce phénomène de « relations », il est ainsi possible pour des aspirants touristes intérieurs, d'être accueilli par des « inconnus » (amis d'amis). Comme le souligne Thierry Sanjuan, en Chine aujourd'hui, « les conceptions culturelles héritées disparaissent toutefois moins qu'elles ne se recomposent » (voir l'introduction du chapitre).

2-2. Une géographie du tourisme intérieur chinois

Si les touristes intérieurs recherchent une certaine « modernité » dans les lieux touristiques, n'est-ce pas parce qu'ils en sont originaires et vivent dans les grandes métropoles de l'est du pays ? C'est ce qu'il s'agit maintenant de déterminer au travers d'une géographie du tourisme intérieur.

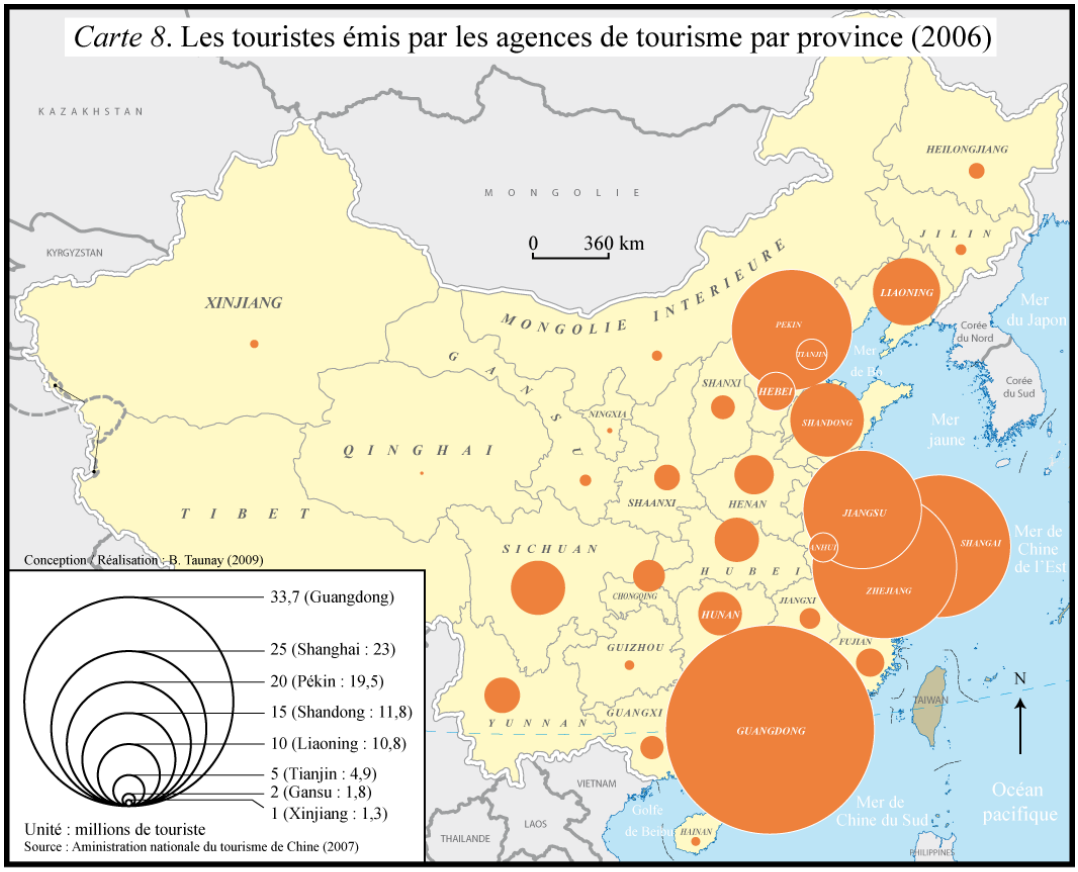
2-2-1. Origines et destinations des touristes intérieurs chinois

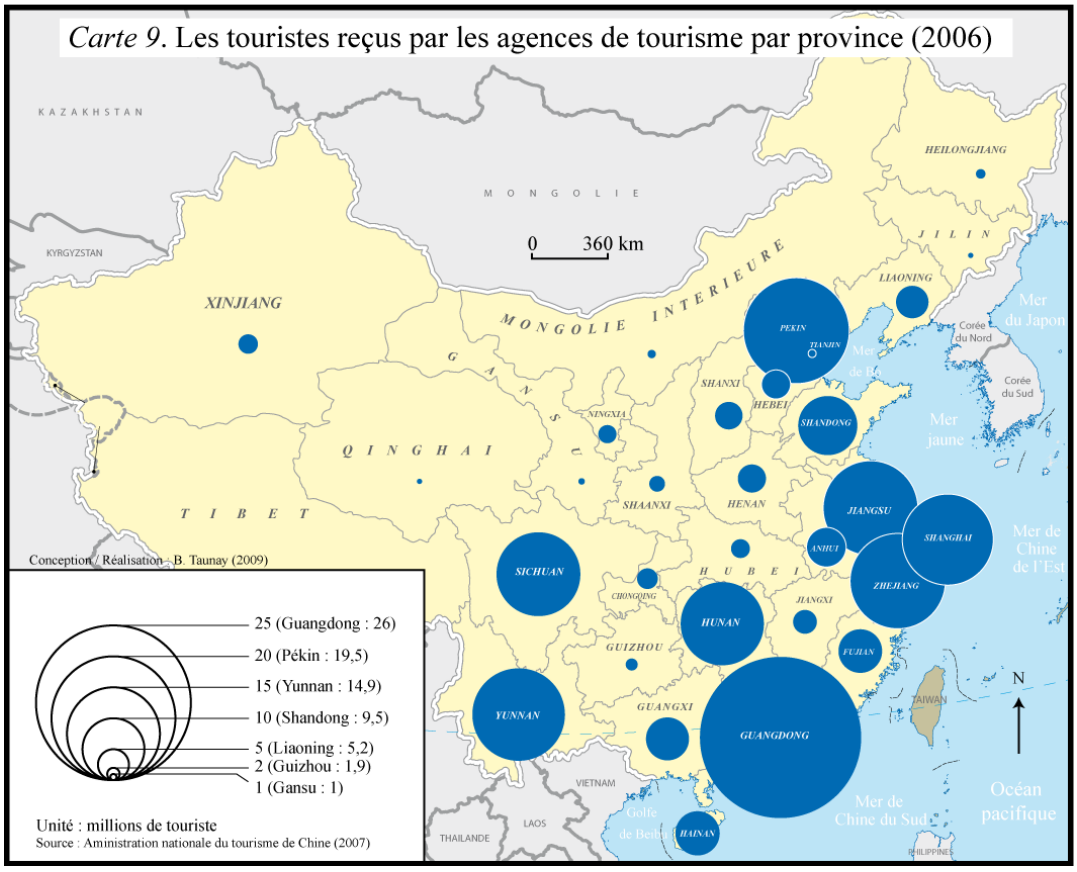
La planche 2 présente une image du tourisme intérieur en Chine en 2006 : elle indique, pour chaque province, le nombre de touristes partis avec une agence de voyages, ainsi que le nombre de touristes reçus par ces mêmes agences. Bien que ce soit une vision partielle de la réalité du tourisme intérieur chinois (le nombre de touristes émis pour l'ensemble du pays est ici de 229,3 millions, pour 213,5 millions de touristes reçus)[225], cette planche nous montre un « vrai » tourisme : tous les clients passés par une agence de voyage sont *à priori* des touristes. Cette représentation a donc l'avantage de montrer les grandes orientations du tourisme intérieur chinois.

[224] Sanjuan T., (2002), *En deçà du « religieux » chinois : réflexions sur les valeurs, l'espace et l'organisation sociale en Chine continentale*, *Hérodote*, n° 106, p. 123-132.

[225] Il n'existe à notre connaissance, à cette échelle d'analyse et de comparaison entre les provinces, pas de statistiques pour l'ensemble des touristes intérieurs chinois. Seul un travail de collecte minutieuse des statistiques officielles dans chaque province pourrait être intéressant. A condition bien sûr que l'ensemble des provinces comptabilisent de la même manière les touristes intérieurs.

Planche 2. Les touristes intérieurs émis et reçus par les agences de tourisme (2006)





Source : Administration nationale du tourisme de Chine

Le premier constat (carte 8), est que les provinces du nord envoient plus de touristes qu'elles n'en reçoivent (à l'exception de la municipalité de Pékin qui reçoit presque autant de touristes qu'elle en envoie). Les cas des provinces du Liaoning (10,8 millions de touristes envoyés, contre 5,2 reçus), de la municipalité de Tianjin (4,9 contre 1,3), de la province du Henan (6,3 contre 4,5), ou encore celle du Hebei (6,2 contre 4,7), sont sur ce point particulièrement instructifs. Le phénomène inverse est valable dans le sud, qui reçoit plus de touristes qu'il en envoie. Ici, les cas de Hainan (1,4 million de touristes émis contre 7,1 reçus), du Yunnan (5,7 contre 14,9), du Hunan (7 contre 13,4), du Sichuan (8,7 contre 13,5), et du Guangxi (3,7 contre 6,9), sont très représentatifs.

Un autre constat fondamental est la place de la province du Guangdong dans l'émission comme dans la réception de touristes : cette province cumule les chiffres d'émission et de réception de touristes dans le pays (33,7 millions de touristes émis, 26 reçus) les plus imposants. Ce phénomène n'est pas récent : dès les années 1980 déjà la province du Guangdong arrivait en tête du tourisme intérieur et international (à l'époque les touristes internationaux arrivaient à Hong Kong et transitaient jusqu'à Canton où ils étaient alors redistribués vers une partie du pays[226]).

Un examen approfondi de la planche 2 met également en lumière la spécificité du cas de Shanghai et des provinces voisines du Zhejiang et du Jiangsu. Ces trois zones, bien qu'étant situées dans le sud de la Chine, présentent des caractéristiques du nord du pays : leur réception de touristes intérieurs est moindre que leur émission (23,3 millions de touristes envoyés contre 15,4 reçus pour la province du Zhejiang ; 23 millions envoyés contre 14,7 reçus à Shanghai ; 19,1 millions contre 15,3 millions au Jiangsu). La raison en est simple : les provinces littorales de l'Est du pays sont plus riches et plus développées. Les grandes métropoles qu'elles abritent sont d'importants foyers d'émission de touristes chinois[227].

Il s'ensuit un autre constat : la différence touristique entre l'est développé et l'ouest du pays, bien plus pauvre. Cette division économique de l'espace chinois régit également le tourisme intérieur. Dans l'Ouest, seules les provinces du Sichuan et du Yunnan sont parvenu à capter des flux touristiques et à se servir du tourisme intérieur comme d'un outil développement (voir le chapitre suivant). Hormis ces deux importantes provinces touristiques de l'Ouest du pays, le tourisme intérieur se dirige principalement vers les provinces de l'Est.

[226] Porte intérieure du tourisme international, la ville de Canton voyait également passer de nombreux touristes intérieurs. Voir : Chow W. S., (1988) *Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong*, Annals of tourism research, p. 205-218.

[227] Voir à ce sujet l'article suivant : Cai L. A., Hu B., Feng R. M., (2001) *Domestic tourism demand in China's urban centres: empirical analyses and marketing implications*, Journal of Vacation Marketing, Volume 8, n° 1, p. 64-74.

En fait, en examinant précisément la planche 2, nous pouvons presque affirmer que le tourisme intérieur chinois est un phénomène de citadins qui se rendent dans des espaces majoritairement urbains.

La planche 2 suggère que les touristes intérieurs commencent à se rendre (carte 9) de plus en plus dans l'Ouest de la Chine (provinces du Xinjiang, du Gansu et du Qinghai), provinces autrefois complètement ignorées des touristes chinois, toutefois fréquentées par des touristes occidentaux (carte 7, cf. chapitre 1). Cependant, même si cela laisse supposer que l'évolution du niveau de vie dans les grandes métropoles chinoises tend à rapprocher les lieux voire les pratiques du tourisme intérieur et du tourisme international (comparaison entre la carte 8 et la planche 2), ces généralisations hâtives doivent être menées avec circonspection. Un examen plus approfondi des pratiques touristiques devra être pratiqué à l'échelle locale (voir la deuxième partie de ce travail).

2-2-2. Les profils des touristes urbains chinois

Le gouvernement chinois a bien compris que le tourisme intérieur est d'abord un phénomène de citadins : les statistiques disponibles sur les profils des touristes ne prennent en compte que cette catégorie[228].

La première information concerne le genre des touristes citadins : les femmes sont notoirement plus nombreuses que les hommes (52,3 % contre 47,7 % en 2006)[229]. Ce phénomène est inhérent aux très grandes métropoles : à Pékin, Shanghai, Qingdao (province du Shandong), Zhuhai (province du Guangdong) ou même Wuhan (province du Hubei), le pourcentage de femmes est supérieur à 55 %. A l'inverse, dans les villes moyennes à grandes, comme Nanning (région autonome du Guangxi), Haikou (province de Hainan), Changchun (province de Yilin), le pourcentage des hommes dépasse les 55 %.

La seconde information est relative à l'âge : les 45-64 ans principalement se déplacent le plus (40,9 % en 2006). Additionné à la tranche des 25-44 ans, ce chiffre monte à 76,3 %. Les personnes retraitées ne représentent en revanche que 7,3 % du total de touristes citadins à l'échelle du pays, mais des villes comme Shenyang (province du Liaoning), Nancheng (province du Jiangxi), et surtout Suzhou (province du Jiangsu), présentent des proportions de touristes retraités bien supérieurs à la moyenne (15,5 %, 20,1 % et 23,6 % respectivement). A

[228] Ces données sont toutefois limitées car elles se fondent sur des enquêtes « porte à porte », sur les lieux de départ des touristes : les données des Pékinois sont ainsi récoltées à Pékin et il n'existe pas de sources sur les pratiques des touristes une fois sur les lieux touristiques.

[229] Les données avancées ci-après sont extraites de la référence suivante : Administration nationale du tourisme en Chine (2007) *The yearbook of China tourisme statistics 2007*, China Tourism Press, Pékin, 314 p.

l'inverse les villes arborant de jeunes touristes sont plutôt Qingdao (50,6 % de 25-44 ans), Zhuhai (59,7 % de 25-44 ans), et Changchun (60,1 % de 25-44 ans)[230].

Un autre aspect fondamental servant la différentiation des types de touristes est le but affiché de leur séjour touristique. Malheureusement, des statistiques précises à ce sujet sont inexistantes. Les seules données disponibles ne reposent pas sur la formulation « quel est le but de votre voyage touristique ? », mais « quel est le but de votre voyage ? »[231]. Le tourisme rassemble ainsi seulement deux des huit possibilités de réponses (les six autres réponses étant « rendre visite à de la famille ou des amis », « faire du commerce », « partir en réunion », « but religieux », « éducation et science », et « autre »), et la formulation même des buts liés au tourisme est équivoque, car les deux réponses sont « faire du tourisme » et « partir en vacances ». De plus, comme indiqué précédemment, une des caractéristiques du tourisme intérieur dans les années 1980 était de partir pour des réunions qui ne duraient en fait que la moitié du temps imparti, laissant du temps libre pour les visites touristiques.

Ce phénomène étant toujours d'actualité aujourd'hui, sous les réponses « partir en réunion », ou « éducation et science », voir « faire du commerce », se dissimulent peut être de véritables séjours touristiques. Même la catégorie « rendre visite à de la famille ou des amis » doit être remise en question, car les voyages « familiaux » peuvent également être accompagnés de courts séjours touristiques (notamment à l'occasion de la semaine d'or liée à la fête du printemps ; voir le chapitre suivant à ce sujet). En considérant uniquement les deux catégories explicitement liées au tourisme, le chiffre de départs touristiques atteint 63,2 % des départs en voyages en 2006 (« faire du tourisme » : 42,6 % / « partir en vacances » : 20,6 %). Les autres catégories se répartissent comme indiqué dans le tableau 13.

Tableau 13. But des départs en voyage des citadins chinois (2006)

But des voyages	**Pourcentage**
« Tourisme »	63,2 %
« rendre visite à de la famille ou des amis »	23,4 %
« faire du commerce »	1,9 %
« partir en réunion »	3,1 %
« but religieux »	1,5 %
« éducation et science »	1,4 %
« autre »	5,5 %

Source : Administration nationale du tourisme de Chine (2007)

[230] L'ensemble des tableaux statistiques sur lesquels se fondent ces commentaires sont placés en annexes.

[231] La question se pose autour du verbe *chuyou* (出游), qui signifie littéralement « partir en voyage » (bien qu'il contienne le morphème « *you* », de « *lüyou* » (« 旅游 »的 « 游 »), tourisme.

Les dépenses des citadins lors de leurs voyages touristiques sont difficilement comptabilisables à cause des limites statistiques précédemment définies. Le gouvernement chinois a cependant bien compris que ce sont les citadins qui dépensent le plus : les statistiques disponibles sur les dépenses des touristes intérieurs omettent totalement le cas des touristes ruraux, ce qui tend là encore à montrer que le tourisme intérieur est un phénomène de citadins dans des lieux d'abord urbains.

Ces citadins dépensent en moyenne 766,4 yuans par personne pour un séjour touristique en 2006. Cela paraît peu par rapport aux touristes internationaux, mais il faut là encore souligner le nombre prééminent de touristes intérieurs sur les internationaux.

2-3. Nouvelle classe de loisirs et modernisation accélérée des espaces urbains chinois

Ce sont donc dans les espaces urbains que germent les pratiques touristiques des touristes intérieurs. Théâtre d'une nouvelle société et de nouvelles sociabilités - une société « en mouvement » (Gentelle, 2004) - les principales métropoles se transforment rapidement depuis le début des années 1990.

2-3-1. Les mutations accélérées des espaces urbains[232]

Pendant la période classique, les villes devaient « *abriter le pouvoir politique, l'empereur ou son représentant* » (Sanjuan, 2000 ; p. 124)[233]. Elles n'ont, jusqu'au début du 20ème siècle, que peu évolué. Notamment aux niveaux économique et social, car jusqu'à l'instauration de la république (1911), « *il faut souligner le mépris culturel que portaient la caste des fonctionnaires et les élites cultivées pour le commerce et ses acteurs* (activités situés en ville). » (Ibid. ; p. 125)

Ce n'est qu'à partir des années 1950 que le visage des villes change, avec, comme point de départ, la conversion des entreprises et des administrations en unités de travail : « *la ville chinoise est dorénavant quadrillée par des unités de travail intégrant le plus souvent dans une logique de contiguïté spatiale les lieux de production, les logements des employés et de leur famille, et les espaces annexes comme les crèches* » (Ibid. ; p. 128)[234]. Un discours anti-urbain résiste cependant jusqu'à la fin des années 1980 : pendant la Révolution culturelle, si les ouvriers étaient dans les villes pour éviter la formation de bidonvilles, la population

[232] Ce titre est inspiré de l'ouvrage suivant : Sanjuan T., (2007) *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, Paris, 80 p.
[233] Sanjuan T., (2000) *La Chine. Territoire et société*, Hachette Supérieur, Collection Carré Géographie, Paris, 190 p.
[234] Voir également à ce sujet : Bray D., (2005) *Social space and governance in urban China : the danwei system from origins to reform*, Stanford university press, Stanford, 277 p.

« intelligente » a en revanche été envoyée à la campagne, autre moyen de s'approprier les marges de l'empire (Sanjuan, 2007)[235].

Dans les années 1980, l'industrialisation est rurale (les campagnes périurbaines s'enrichissent et produisent). La ville commence alors à devenir un espace « rêvé » : les Chinois forment le souhait de s'établir en ville. Dans cette Chine encore pauvre, seuls les urbains peuvent avoir des coupons « nourriture ». Pendant les années 1990, les villes littorales se développent à l'internationale, surtout depuis l'accélération des mutations urbaines (1992-1995), si bien que les pôles littoraux sont maintenant des provinces mondialisées.

La province du Guangdong est la première à avoir bénéficié de mutations urbaines, sous couvert des réformes économiques post-1978. Cette ancienne « périphérie » au sud du « continent » chinois, éloignée de près de 2000 km de Pékin et de sa langue (la langue cantonnaise diffère grandement du mandarin), située loin au sud de la vallée du fleuve Yangzi, a cependant bénéficié d'une proximité culturelle avec Hong Kong. « *Les autorités centrales furent ici moins un acteur décisif qu'elles ne laissèrent une autonomie de fait, en matières économiques, à la province. […] Ces actions donnaient plus les cadres logistiques d'une politique de réformes qu'elles n'en fondaient l'existence pratique* » (Sanjuan, 2000 ; p. 59). Le Guangdong profita ainsi de l'ouverture aux capitaux étrangers et d'une décentralisation financière : c'est pourquoi aujourd'hui, 25 ans après ces réformes, la province du Guangdong est une des plus développées en Chine, et il semble que ses habitants voyagent dans le pays depuis plus longtemps que les autres Chinois[236].

A Canton, comme dans les autres grandes villes chinoises, à cette accélération urbaine s'ajoute la révolution automobile (2001). Certains citoyens aisés vivent maintenant en périphérie des villes (dans des villas avec piscines) qui ressemblent aux « *gated communities* » des Etats-Unis, dans une perspective de « *création de véritables zones résidentielles constituées de villas ou d'appartements en périphérie des villes, zones résidentielles qui peuvent être entourées de murs et de grilles avec des postes de*

[235] Sanjuan T., (2007) *La Chine dans ses mutations accélérées*, Paris, *Voix contre oreille* (Radio Aligre, le 5 septembre) / Sanjuan T., (2007) *La croissance urbaine en Chine*, débat avec Marianne Bastid-Bruguière, Paris, (Fréquence protestante, le 24 novembre).

[236] Lire à ce propos le mémoire de Master 2 suivant : Adam F., (2008) *Les pratiques touristiques chinoises en Chine, à travers l'exemple Cantonais*, Université d'Angers, département ESTHUA, 71 p.

gardiennage » (Ibid. ; p. 132)[237]. La singularité des villes chinoises, leurs transformations et leurs formes actuelles, proposent peut-être des nouveaux modèles[238].

2-3-2. Les villes, lieux d'une « société en mouvement »[239]

Depuis le milieu des années 1990, une nouvelle classe de « loisirs » a vu le jour dans les métropoles ; classe dont les nouvelles pratiques sociales coïncident avec l'apparition de nouveaux standards de confort, et avec les images des grandes métropoles mondiales, notamment Hong Kong, réintégrée depuis 1997 dans la République populaire de Chine. Comme le soulignait déjà Thierry Sanjuan en 2000, « *le trait le plus frappant de l'évolution urbaine actuelle tient certainement aux signes d'une nouvelle société de consommation* » (Ibid. ; p. 132)[240].

Cette « classe moyenne » peut se définir selon plusieurs critères. Premièrement, l'accès à la propriété du lieu de résidence, fait récent qui n'intervient que dans les années 1990[241]. Ces achats concernent des appartements dans des résidences où siègent des syndicats de copropriétaires (qui payent les services d'entretien et de surveillance). C'est là une différence de taille avec les anciens comités de résidents (qui effectuaient un encadrement politique)[242]. Comme le souligne Thierry Sanjuan (2007), ce re-cloisonnement de la ville s'opère par la privatisation du logement. Cette nouvelle classe moyenne entretient aussi un nouveau rapport à l'argent : elle dépense plus pour ses loisirs qu'il y a 10 ans.

---

[237] Voir notamment : Feng J. et Zhou Y., (2002) *Suburbanization and the changes of urban internal spatial structure in Hangzhou*, Urban geography, volume 26, n° 2, p. 107-136.

[238] Des recherches du groupe NORAO (Nouvelles Organisations Régionales en Asie orientale), sont en cours sur les villes d'Asie orientale. Pour le cas de la Chine, d'autres travaux sont en cours, notamment ceux de Thierry Sanjuan, dont un traite particulièrement de la « rue en Chine ». (www.geochina.fr). Du côté de la littérature anglophone, il faut se tourner vers les travaux du groupe « China urban research », qui comprend des chercheurs en Angleterre, aux Etats-Unis et à Hong Kong. Les travaux les plus significatifs de ce groupe sont référencés en bibliographie et seront utilisés dans la troisième partie de cette thèse, plus consacrée à une géographie urbaine. On peut toutefois ici citer : Laurence J.C. Ma and Wu F., (2005) *Restructuring the chinese city : changing society, economy and space*, Routledge, London and New York, 288 p.

[239] Gentelle P., (2004) *Une société en mouvement*, Questions internationales, La Documentation Française, n° 6, p. 26-38.

[240] Ce qui contraste singulièrement avec la situation du début des années 1980, comme le montre Xiao H., (2002) : « *According to a survey of urban residents conducted by Economic Daily ("Family Vacation Survey", 1982), participation in leisure and leisure-based travel on a yearly basis was uncommon, accounting for 23 percent of the surveyed families in large cities, 15 percent in meduim-sized cities, and 8 percent in small cities and town* ». [Xiao H., (2002) *Leisure in China*, **In** : Lew A. et *al*, (2002) *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, p. 263-275.]

[241] Dans les années 1980, ce sont les unités de travail qui donnaient des avantages sociaux à partir du travail, comme des logements par exemple. Maintenant, les avantages sociaux ont, comme les unités de travail, disparu et il ne reste plus qu'un emploi et un salaire pour subvenir aux besoins des familles.

[242] Les bouleversements ont été nombreux depuis le début de la Révolution culturelle, ce que retracent de plus en plus de films chinois. Citons par exemple « Sunflower » (*xiang ri kui*) de Zhang Yang (2007).

Cette nouvelle société de loisirs ne s'embarrasse pas de standards architecturaux, créant ainsi une sorte de « patchwork » urbain : des anciens éléments de « patrimoine » (temples confucéens par exemple) disparaissent progressivement derrière des centres commerciaux et de vastes bannières publicitaires (Sanjuan, 2007)[243]. Les vieilles villes disparaissent également rapidement au profit de larges rocades ou avenues (comme nous le verrons notamment dans les cas de Beihai et Guilin dans la troisième partie de ce travail).

Le centre-ville devient ainsi un lieu regroupant de vastes artères commerçantes où les Chinois se pressent massivement. Il semble que cette nouvelle société urbaine, qui habite maintenant parfois en périphérie de la ville, ne se soucie guère de la disparition des centres-villes au profit de ces quartiers commerçants. Au contraire, car ils y trouvent de nouvelles formes de sociabilités : restaurants, bars, boîtes de nuit et karaoké, etc. En sus, il y trouvent de nouvelles formes de reconnaissance sociale, par exemple en séjournant dans les hôtels, lieux centraux « *de sociabilité et de diffusion d'une modernité pensée comme occidentale à travers les comportements, l'apprentissage de nouvelles cuisines et de nouveaux loisirs* » (Sanjuan, 2000 ; p. 133)[244].

Cette société n'est cependant pas uniforme : « *la société chinoise change très rapidement, sous l'influence d'une croissance économique constante et d'une ouverture aux modes et manières de penser venus d'Occident et d'Asie du Sud-Est* » écrit Pierre Gentelle en 2004[245]. En effet, l'individu apparaît dans la société chinoise. Et les mœurs changent face à cette apparition : « le désir est le nouveau moteur de la vie sociale chinoise ». Par exemple, le dévoilement du corps humain sans honte (dans les villes) est une véritable révolution : une « nouvelle Chine » commence à vivre depuis 25 ans. C'est une « *petite Révolution culturelle* »[246] : révolution littéraire, révolution intellectuelle, révolution personnelle, mobilité des cadres, etc.

Tout un ensemble de faits qui attestent d'un changement structurel dans la société chinoise : des femmes choisissent le célibat pour mieux choisir leur mari (en lien avec l'évolution administrative du mariage) ; les ménages peuvent choisir l'éducation de leurs enfants/les matières enseignées à l'université ; parler plus librement de sexualité ; et surtout,

---

[243] Sur le sujet du patrimoine en Chine, voir les ouvrages suivants : Fresnais J., (2001) La protection du patrimoine en République populaire de Chine 1949-1999, Editions du C.T.H.S., Paris, 653 p. / Zhang L., (2003) La Naissance du concept de patrimoine en Chine 19ème-20ème siècles, Editions Recherches/Ipraus, Paris, 287 p. Ces deux ouvrages montrent qu'il n'y a pas encore de véritable prise en compte de la dimension patrimoniale (au sens occidental du terme) dans la planification urbaine chinoise.

[244] Voir également : Sanjuan T., (2003) *Les grands hôtels en Asie, Modernité, Dynamiques urbaines et sociabilité*, Publications de la Sorbonne, Paris, 274 p.

[245] Voir également : Thakur R., (2005) Social stratification in contemporary China, IIAS Newsletter, n° 36, p. 16.

[246] Huot M-C., (1994) *La petite révolution culturelle*, Collection Chine, Arles, 256 p.

consommer de manière massive : les moyens de transport augmentent, le téléphone portable s'insinue en masse, etc. Bref, toute une génération de nouveaux riches se développe en Chine[247].

Cette réappropriation de la vie privée depuis les réformes des années 1970 ne va pas sans surprendre les hommes et les femmes qui ont connu l'époque de Mao. La génération de « *jeunes et extravagants* »[248] Chinois qui consomment contraste en effet radicalement avec la doctrine « anti-bourgeoise » qui régnait pendant la Révolution culturelle (*Supra*). Sans être une « *culture clash* », c'est tout de même un choc générationnel auquel nous assistons en Chine : comment ceux qui ont connu les rigueurs du collectivisme « à la chinoise » considèrent-ils cette nouvelle génération de consommateurs de « masse » ? Tout est allé tellement vite depuis les réformes de Deng Xiaoping et l'ouverture de la Chine sur le monde que certaines personnes se « perdent » : les mentalités évoluent avec le développement économique : « *On assiste donc au développement délibéré d'une société chinoise à plusieurs vitesses, qui ressemble de plus en plus aux sociétés du monde économique en plein essor de l'Asie orientale* » (Gentelle, 2004 ; p. 24)[249].

Les nouveaux moyens de transport

Sans moyens et infrastructures de transport, cette nouvelle société de loisirs ne pourrait pas partir en vacances. La Chine a donc affecté, depuis 1998, 200 milliards de yuans annuellement pour la construction d'infrastructures (notamment les autoroutes). Pour la seule année 2001, les nouvelles routes ont atteint 3 139 kilomètres. En 2006, la totalité des autoroutes du pays était de 19 453 kilomètres, au lieu des 552 kilomètres 10 ans plus tôt. Ces nouvelles infrastructures, cumulées au développement de la voiture individuelle, permettent ainsi à des touristes de partir de manière plus individuelle.

---

[247] Comme le pense David Goodman [(1996) *The new rich in Asia. Mobile phones, McDonald's and middle-class revolution*, Routledge Editions, London, 272 p.], il semble que la nouvelle classe de bourgeois qui s'est développée depuis les réformes de Deng Xiaoping soit simplement l'ancienne classe de dirigeants du Parti Communiste Chinois. Ce que confirme Pierre Gentelle (2004) : « *Une représentation qui superposerait les trois calques des familles aisées, de la hiérarchie du parti et des grandes villes laisserait probablement apparaître une nette correspondance* ».

[248] You, N., « *Young and extravagant* », éditorial du supplément « *China Business weekly* » au « *China Daily* » du 09 mai 2005. L'auteur note toutefois que, même s'il elle a les moyens de consommer, cette couche de jeunes « *n'est pas totalement convertie aux habitudes de consommation occidentales, et elle va sûrement conserver de nombreux liens avec sa tradition […] Certaines personnes achètent de plus grandes maisons pour les grands-parents de leur enfant, même quand ils ont les ressources financières* (sous-entendu les ressources financières pour subvenir aux besoins des grands-parents sans avoir à les héberger sous le même toit) ». Sur le problème du vieillissement de la population chinoise et de « l'impact » sur les jeunes générations, voir : Feng J., (2005) *Twilight years*, Beijing Review, volume 48, n° 16, p. 22-29.

[249] Voir également le chapitre suivant : Tang J. et Zhang S. (2004) *Dix grands changements dans la vie économique de la population chinoise*, **In** : Wang M. et *al*, (2004) *L'économie en Chine*, (Traduit par Gong J. et *al*), China intercontinental Press, Pékin, p. 158-181

3-*Ouverture*. De nouvelles formes de tourisme, plus individuelles ?

En plus d'être une société de plus en plus individuelle, il y a aujourd'hui un nouveau rapport au tourisme qui se crée : le temps des vacances devient de plus en plus un temps de repos et non de voyage. Tout comme le nouvel an devient un temps de vacances, alors qu'il était autrefois consacré à la famille. Ces évolutions du tourisme chinois indiquent-elles que le tourisme chinois n'est qu'une copie du tourisme international ? Notamment dans les pratiques qui sont en apparence les mêmes (ski, randonnée, etc.) ? Quelle est l'importance du phénomène générationnel dans les pratiques touristiques ?

3-1. Un nouveau rapport aux vacances

2009 marque la date anniversaire de l'accès aux congés payés pour tous les salariés (une décennie). Depuis, le nombre de touristes intérieurs est en constante augmentation : de plus en plus de personnes découvrent les vacances et le tourisme, voire le droit d'y avoir accès : « je me sens 10 ans plus jeune » dit notamment un homme de 53 ans qui a pris cette année la première semaine de vacances de toute sa vie[250]. Ce touriste dit avoir réalisé qu'après avoir été un travailleur modèle, prendre des jours de repos est un droit qu'il pensait pouvoir exercer : « dans le passé, la dévotion et être concerné plus par les besoins et souhaits des autres que par les siens étaient considérés comme des vertus », note un sociologue interrogé dans le même article. Ce dernier note également que de plus en plus de Chinois estiment que « c'est leur plein droit d'avoir des vacances ».

Deux ans plus tôt, en 2007, Elisabeth Papineau formule le même constat : « avec la réforme et l'ouverture, les idées de loisir et de plaisir sont redevenues de plus en plus légitimes et mêmes banales »[251]. Le tourisme, activité du temps libre est en effet une idée qui n'est pas « logique » : en Chinois mandarin « temps libre » se dit « activités libres » (*ziyou huodong*)[252]. Nous le voyons, le temps libre doit être consacré à des activités, il est difficilement concevable pour un Chinois de « perdre son temps ».

Ce paradoxe temps libre / tourisme s'illustre d'ailleurs d'une nouvelle manière à la fin des années 2000. Nous pouvons en effet constater que de plus en plus de Chinois décident de

[250] China Daily du 02/11/2005.
[251] Papineau E., (2007) *Chinois joueurs et machines à sous : une équation à deux inconnues*, communication lors du 3ème congrès du Réseau Asie, 26-27-28 septembre 2007, Paris (www.reseau-asie.com)
[252] « 自由活动 ». Entretien avec Martine Raibaud, Maître de Conférences en Chinois à l'Université de la Rochelle, le 18 novembre 2007.

ne plus partir pendant les semaines d'or, la fréquentation des sites touristiques étant devenue, selon eux, trop importante (planche 3).

Planche 3. L'évolution de la conception des semaines d'or par les touristes chinois

游客期望，黄金周别成“打劫周　伤心周　垃圾周”
(Les touristes espèrent que les semaines d'***or*** ne deviennent pas des semaines "du ***pillage***, du ***malheur***, des ***poubelles***")*

Photo 2. Les vacances annuelles sont-elles vraiment en "or" ?
Source : China Daily du 08 octobre 2005

* Quotidien de Guilin du 03 mai 2007

Suite à une évolution des mentalités et à une forte fréquentation des sites touristiques pendant les semaines d'or, il y a un changement de comportement pendant ces périodes. Nombreux sont les Chinois qui restent chez eux pendant ces semaines pour profiter de soldes, de calme et pour peut être réellement se détendre.

Dessin 1. " -Vous voyagez ?
-J'ai vraiment une semaine en or "
(Sur le journal : "Soldes dues aux vacances")
Source : China Daily du 01 octobre 2006

Photo 3. "Des grottes attirent 100 000 visiteurs"
Source : China Daily du 02 octobre 2005

Conception / Réalisation : Benjamin Taunay (2009)

Certains décident certes de ne pas partir à cause du coût élevé des vacances, mais de plus en plus préfèrent rester chez eux et profiter d'une ville plus calme, moment idéal pour aller faire les boutiques, de rencontrer des amis, etc. Le phénomène inverse est cependant de

plus en plus vrai. Pendant les périodes traditionnellement consacrées à la famille, notamment à l'occasion du nouvel an, les touristes intérieurs sont de plus en plus nombreux. On constate que les lieux touristiques sont « pleins », remplis de touristes qui profitent souvent de quelques jours après avoir fêté en famille le réveillon. Certains décident même parfois de partir pour la semaine entière, court-circuitant les réunions de famille.

3-2. L'individu et le tourisme

L'individu émergerait donc de plus en plus, même si ce n'est qu'une partie de la société qui a adopté ce genre de comportements : « *Les identités comme les appartenances, base et ciment des fidélités et des relations sociales, sont toutes bâties sur le modèle de la famille élargie. C'est pourquoi la famille restreinte – le couple productif et ses enfants en bas-âge – à laquelle le gouvernement chinois accole le qualificatif de « moderne », suivant en cela les pratiques tant lénino-staliniennes qu'occidental-chrétiennes, n'a pas encore conduit l'ensemble de la société à adopter les comportements individualistes qui succèdent aux comportements traditionnels* » (Gentelle, 2001).

Force est cependant de constater les pratiques de plus en plus individuelles des touristes chinois. Dans le cas de Pékin, Wang Xiaoyu montre dans sa thèse (2008), que 70 % des touristes chinois sur la Grande Muraille voyagent par leurs propres moyens, sans passer par une agence de voyages [les Occidentaux, comme les Asiatiques « proches », voyagent eux d'abord par le biais d'une agence de voyages (58,6 % et 53,4 % respectivement)].

Pal Nyíri (2006) s'est notamment interrogé sur le développement de ces pratiques de plus en plus individuelles. Constatant que les sites touristiques sont de plus en plus remplis de touristes, que certains touristes se sont plaints de la qualité du service des agences de voyage, il montre que de plus en plus d'individus ont alors souhaité voyager seuls. Nyíri a alors interrogé ces touristes qui ressemblent aux « *backpackers* » occidentaux (voyageant en solitaires ou en petit groupe, avec des sacs au dos). Ces touristes chinois, qui voyagent en bus ou en train et s'arrêtent dans les auberges de jeunesse, disent que le fait de voyager par ses propres moyens leur apporte un sentiment de liberté et d'indépendance. Ils voient dans le voyage individuel un signe de modernité : « *le tourisme individuel est un symbole de modernité* » (Nyíri, 2006 ; p. 87) [253].

Les raisons des voyages plus individuels diffèrent cependant entre les Occidentaux et les touristes chinois. Pal Nyíri montre notamment que la volonté des « *backpackers* »

[253] « *Individual tourism is a mark of modernity* ». Voir la partie suivante pour une analyse du rapport à la modernité des touristes intérieurs dans les cas de Guilin et Beihai.

occidentaux cherche d'abord à se différencier du « tourisme de masse » (en choisissant notamment d'autres lieux de visite), alors que les Chinois ne se préoccupent pas de visiter les mêmes lieux (Nyíri a interrogé les touristes chinois « individuels » dans de hauts-lieux touristiques, alors que les entretiens avec les Occidentaux se sont réalisés dans un lieu peu connu par les Chinois mais de plus en plus renommé pour les premiers). Ce qui intéresse ces derniers, c'est de vivre une expérience « authentique » : ces touristes sont ainsi « *hautement poétiques, axés sur la connaissance du sublime, ne laissant pas de place à une réflexion sur le tourisme ou à l'ironie* » (Ibid. ; p. 89)[254].

L'idée de l'individu dans le tourisme intérieur chinois est donc bien différente de la conception du voyage touristique individuel. L'idée individualiste, apparue pourtant déjà dans les années 1920 à Shanghai et à Pékin (insurrection du 4 mai à Pékin notamment ; *Supra*), prend en Chine un visage différent : même si les couples sans enfants et qui ne désirent pas en avoir (*dingke jiating*)[255] se « multiplient », les pratiques touristiques individuelles restent le fait de plusieurs amis ou plusieurs couples, qui partent ensemble vers une destination commune. Le tourisme « individuel » en Chine se manifeste également quand des familles « modernes » (avec un seul enfant, *Supra*), partent en voiture sur la route des vacances (photo 4). Bien que l'expression *zizhuyou* soit aujourd'hui fréquemment utilisée[256], et qu'elle signifie littéralement « tourisme individuel », elle sous-entend donc ici bien autre chose.

Les atlas routiers pour ces nouveaux touristes sont en augmentation constante. Tout comme les guides touristiques papiers (qui concernent de plus en plus d'échelles, de la Chine à une ville en particulier, en passant par les provinces ou des groupes de provinces), mais aussi les journaux spécialisés dans le tourisme et le voyage (magazines de géographie grand public, mais aussi magazines spécialisés dans le tourisme). Un de ceux-ci a fait d'un proverbe chinois son titre : « être libre comme l'air (*ziyouzizai*)[257], mais en remplaçant le morphème *you* par un homonyme qui signifie tourisme[258]. Le sous titre étant « un tourisme libre, une vie à l'aise » (*ziyou lüxing*, *zizai shenghuo*)[259].

---

[254] «*Highly poetic, focused on experiencing the sublime, with no room for reflection on tourism or irony* ».
[255] 丁克家庭
[256] Voir à ce propos le chapitre 5 pour une analyse du développement d'un tourisme de plus en plus individuel à Guilin et dans ses environs. Ce dernier chapitre étudie également quelques guides touristiques papiers, ces derniers étant de plus en plus nombreux à utiliser cette expression de *zizhuyou*.
[257] 自**由**自在
[258] 自**游**自在
[259] 自由旅行，自在生活

Photo 4. Couverture d'un guide touristique destiné aux familles « modernes »

Cette photo nous montre un nouveau rapport au tourisme. L'idée que sous-entend ce cliché est qu'une famille restreinte (parents et leur enfant), peuvent partir par leurs propres moyens, sans passer par une agence de voyage. C'est donc un tourisme plus individuel et détendu que l'on observe ici. La jeune femme, en tenue pour la balade (chaussures de sport notamment), le panier de pique nique, en sont par exemple les preuves. Il faut aussi souligner le « décor ». Nous sommes ici en montagne et pas au bord de la mer, ce qui souligne également les représentations des touristes chinois, où les espaces vallonnés sont importants.

[Le titre principal (en Chinois) signifie : « une famille parfaite »]

Ces journaux sont de nouveaux « passeurs d'altérité »[260] pour les touristes individuels, voire même pour les autres. Ils proposent un nouveau regard sur les lieux et permettent de nouvelles pratiques touristiques. Les réservations par Internet se répandent également dans les habitudes des touristes, même si ce phénomène ne concernerait que moins d'un touriste sur six[261].

[260] Expression de l'équipe MIT dans « Tourismes 1, Lieux communs », p. 142.
[261] Voir l'article suivant : Li L. et Buhalis D., (2008) *Influential Factors of Internet Users Booking Online in China's Domestic Tourism*, Journal of China tourism research, volume 4, n° 2, p. 172-188.

Conclusion du Chapitre. L'émergence du tourisme en Chine et en Occident

Au cours de ce chapitre, nous avons pu constater de nombreuses différences entre les pratiques des touristes intérieurs et celles des touristes internationaux en Chine. Ces différences se fondent sur un rapport différent à l'espace : les touristes chinois évoluent dans un espace culturellement familier alors que les internationaux sont la plupart du temps restreints dans leurs déplacements en raison de la barrière de l'idéogramme.

D'autres critères rentrent cependant en jeu dans les différences observées, l'origine des touristes en premier lieu. Urbains dans leur immense majorité, les touristes chinois recherchent des espaces modernes, accessibles et ménagés pour eux, alors que les internationaux recherchent des espaces authentiques. Ainsi, les espaces récepteurs de touristes intérieurs se situent-ils dans ou à proximité des grands centres urbains des provinces côtières.

La principale différence entre les pratiques de ces deux populations doit peut-être être remise dans les contextes socio-historique et économique qui ont donné naissance à cet engouement. Les recherches récentes sur le tourisme placent l'apparition du phénomène avec l'arrivée de la révolution industrielle et la séparation du temps travaillé et du temps destiné aux loisirs. Mais est-ce vraiment la réalité ? Les pratiques pré-touristiques chinoises ressemblent beaucoup à celles du Grand Tour et sont même antérieures à celles-ci. Cependant, comme nous l'avons souligné dans ce chapitre, il n'y a pas eu de révolution industrielle en Chine au 19ème et les pratiques pré-touristiques sont restées réservées à une élite lettrée, au moins jusqu'au début du 20ème. Leur disparition, durant la majeure partie du 20ème siècle, doit également nous inviter à la circonspection. Ainsi, contrairement à l'imprimerie, le tourisme ne s'est pas transmis vers l'Occident[262].

Même longtemps demeuré activité « interdite » (pendant la Révolution culturelle notamment), le tourisme fleurit depuis 1978, grâce au rôle actif de l'Etat, comme précédemment mentionné. Cependant, l'implication profonde de cet acteur, en plus des conséquences sur l'espace, semble également avoir des incidences sur les pratiques touristiques ; impacts que nous souhaitons à présent évoquer.

[262] Drege J.-P., (2005) *L'imprimerie chinoise s'est-elle transmise en Occident ?*, Conférences académiques franco-chinoises de l'EFEO, Cahier n° 8, Centre de Pékin, 36 p.

Chapitre 3. Le rôle de l'Etat dans les mises en tourisme

« *Marie-Claire Bergère a fort bien montré qu'après l'adoption du « socialisme de marché », le gouvernement de Deng Xiaoping a sollicité les réseaux associatifs et familiaux des Chinois de l'extérieur afin que leurs membres participent à l'édification de la Chine nouvelle en investissant massivement dans la mère patrie* » (Cosaert, 2009 ; p. 262)[263].

Pour comprendre l'émergence et le développement du tourisme intérieur chinois, il convient de ne pas sous-estimer un acteur important : l'Etat. La Chine reste un pays où le rôle du gouvernement est fort ; rôle encore plus prépondérant aux débuts « modernes » du tourisme intérieur (années 1970-1980). Le développement touristique intérieur n'aurait pu prendre son essor sans le consentement de l'Etat.

Nous avons par exemple, au chapitre précédent, souligné le lien entre les lieux visités par les nobles lettrés de la période classique et les lieux touristiques qui le sont actuellement. L'Etat a au début des années 1980 remis au goût du jour les anciens carnets de voyage, en les reproduisant dans une nouvelle littérature spécialisée. Ce lien est ici à approfondir pour comprendre plus en détail le rôle de l'Etat, non plus seulement à l'échelle du pays, mais aussi dans le lancement de différents lieux touristiques. Quelle est ainsi la place qu'a accordée l'Etat au tourisme ? Quelles en sont les raisons ?

Pus en détail, comment l'Etat est-il passé de la revalorisation du concept de *Mingsheng* à la construction de nouveaux sites touristiques ? Là encore, un problème d'échelle se pose pour répondre à cette dernière question. Considérant la taille du pays, une grande variété de scénarii est certainement possible. Bien que le rôle de l'Etat au sein de la mise en tourisme des lieux puisse comporter des caractéristiques générales, se contenter de généralités serait lacunaire. Dans ce chapitre nous souhaitons donc présenter dans un premier temps un état des lieux général de la manière dont l'Etat a pensé le développement touristique, notamment en tant que premier et plus important acteur. Dans un second temps, le développement s'orientera plus précisément sur le cas du Sud-Ouest.

A cette dernière échelle, les mises en tourisme ont tout d'abord été réalisées pour développer des régions à l'origine pauvres. Toutefois, selon les lieux, l'approche de l'Etat a

[263] Cosaert P., (2009) *Le rôle des Chinois et des descendants de Chinois présents hors de Chine*, Dossier n° 11 **In** : Cosaert P. (Dir.), (2009) *Les enjeux du Pacifique*, Ellipses, Paris, 352 p.

été différente, stratégie que nous analyserons à travers les deux exemples centraux de ce travail. Par exemple, à Guilin, dans un lieu anciennement très connu, est-ce seulement le rôle des artistes et des lettrés qui a compté et qui fait que le lieu est devenu touristique ? N'est-ce pas plutôt l'ouverture de cette ville aux touristes internationaux dans un premier temps, aux touristes intérieurs dans un second qui a permis à la ville de se développer ? A Beihai ensuite, quelles ont été les stratégies de l'Etat ?

Ce chapitre apporte donc des éléments de compréhension au phénomène du tourisme intérieur, tout en abordant la présentation des deux villes que nous étudierons ultérieurement dans le cadre de ce travail. En fait, le peu d'études disponibles sur le rôle de l'Etat dans les mises en tourisme nous imposait de procéder de cette manière : utiliser des cas particuliers pour éclairer des stratégies générales.

1. L'argument des paysages (*Shanshui*), pour la mise en tourisme de Guilin

1-1. Utiliser la « valeur » des paysages du Sud-Ouest

1-2. Une « nouvelle » ville pour admirer les paysages

1-3. L'Etat a étendu les limites en créant une périphérie touristique

2. La mise en tourisme de Beihai pour développer un littoral marginal

2-1. Développer la province du Guangxi, notamment son littoral

2-2. Beihai : un lieu touristique développé récemment

2-3. L'échec relatif de la création d'une plage au sud de Beihai

***Encadré 3*. Le Sud-Ouest chinois, rural et en retard**

Autant les minorités occupent une part importante de la population dans le Sud-Ouest chinois, autant le secteur primaire domine l'économie. Cette partie de la Chine est en effet caractérisée par une prédominance des zones rurales sur les espaces urbains, les principales villes des trois provinces n'étant d'ailleurs que des villes moyennes à l'échelle du pays : Kunming (2,5 millions d'habitants), Guiyang (2 millions) et Nanning (1,5 millions) (tableau 2).

La population urbaine quant à elle ne représente que 34 % de la population totale du Guangxi, 24 % de celle du Yunnan et seulement un habitant sur cinq (21 %) au Guizhou. Très fortement rurale, la densité de chacune des provinces (inférieure à la moyenne nationale - 136 hab. /km² en 2005, pour la province du Yunnan ; le Guizhou et le Guangxi relevant plutôt des zones de l'intérieur chinois, environ 200 hab./km²) reflète donc d'abord la densité sur les terres agricoles.

Les ressources naturelles sont particulièrement abondantes dans ces régions où le climat alterne entre le subtropical et le tropical selon que l'on se situe au nord ou au sud de cet ensemble. Le Yunnan et le Guangxi sont notamment d'importants producteurs de fruits et légumes et de manière générale les productions agricoles sont parmi les plus importantes du pays : le Yunnan est par exemple le premier producteur national pour le tabac, pour les fleurs coupées, les noix et le café. Le Yunnan est également le deuxième producteur national de caoutchouc et le troisième pour le thé. Quant au Guangxi, c'est le premier producteur de sucre, de papier, notamment dans le sud de la province, au climat tropical. Le cas de cette province est cependant particulier car le secteur primaire y est le moins développé, notamment au profit du secteur tertiaire.

A l'inverse, le Guizhou est la province la plus rurale où le secteur primaire y est le plus développé, mais la production agricole y est pourtant faible. Le relief topographique en constitue la raison majeure : « *les formations karstiques couvrent 73 % de ce territoire à 87 % montagneux (d'altitude supérieure à 500 m), 10 % vallonné (de 200 à 500 m) et seulement 3 % plat* »[264]. Il y a donc peu d'espaces cultivables et la pression sur celles-ci est importante, une grande partie de la production agricole n'est donc pas exportée mais consommée sur place. Cette topographie engendre d'ailleurs de nombreux problèmes, dont celui de la construction du réseau routier, devenu obsolète (les déplacements dans l'ouest et le nord-ouest de la province sont particulièrement difficiles). Une analyse réductrice de cette province « à la traîne » du développement national pourrait suggérer que seule l'hydroélectricité est un secteur important (6ème potentiel national, les plus hautes chutes de Chine se situent à Huangguoshu, dans l'Ouest de la province).

L'hydroélectricité est également très importante au Guangxi et au Yunnan, mais ces deux provinces se distinguent du Guizhou par un secteur industriel plus développé : l'industrie lourde y est en pleine expansion, contrastant avec la faiblesse des activités manufacturières. Les ressources minérales y sont abondantes et la métallurgie est ainsi remarquablement développée au Guangxi[265]. Quant au Yunnan, « *20% des réserves nationales en métaux non-ferreux y sont recensées (or, antimoine, germanium, étain, zinc, etc.) : elles ne sont encore que partiellement exploitées. La province compte également d'importantes réserves de charbon et de phosphates dont l'exploitation s'intensifie avec le développement des infrastructures* » [266]. L'importance relative du secteur secondaire au Yunnan et au Guangxi engendre une augmentation notable du produit intérieur brut par habitant (+ 14,6 % au Yunnan en 2006 par rapport à 2005).

Quant au secteur tertiaire, c'est le parent pauvre de ces trois provinces, soulignant une modernisation très en retard par rapport à l'Est du pays. Cependant, de nombreux efforts et investissements y sont toutefois consentis, principalement au profit du tourisme, activité susceptible de sortir certaines localités de l'isolement et de la pauvreté.

[264] Mission économique française, (2004) Fiche de synthèse - Le Guizhou, 4 p.
[265] La ville de Liuzhou, au nord de la province, est notamment une importante place d'exportation de produits électromécaniques, de câbles, de batteries, de pièces détachées pour appareils photos, de produits ferreux, etc.
[266] Mission économique française, (2008) Fiche de synthèse - Le Yunnan, 4 p.

1. L'argument des paysages (S*hanshui*) pour la mise en tourisme de Guilin

Guilin fait partie des plus anciennes villes chinoises à avoir été mises en tourisme. De l'étude de ce cas en apparence particulier, de nombreux enseignements généraux peuvent donc être retirés. Au travers la description des étapes de la mise en tourisme de cette ville, ainsi que de sa périphérie, nous pourrons donc constater les différentes stratégies de l'Etat ; notamment pour développer une région à l'origine pauvre.

1-1. Utiliser la « valeur »[267] des paysages du Sud-Ouest

Avant de se pencher sur le cas particulier de Guilin, il est important de rappeler pourquoi l'Etat a misé à la fin des années 1970 sur le tourisme dans le Sud-Ouest, une région alors parmi les plus pauvres du pays.

1-1-1. L'Etat mise sur le tourisme (1978-1979)

De 1949 à 1978, le tourisme (international) était une activité diplomatique en Chine, une sorte de vitrine donnée à voir aux étrangers provenant principalement des pays amis (c'est-à-dire communistes pour une grande majorité d'entre eux ; cf. chapitre 1). Ce n'est qu'avec l'arrivée au pouvoir de Deng Xiaoping en 1978 que les choses changent et que le tourisme est ouvert à un plus grand nombre. A cette époque, la Chine à besoin de rattraper son retard économique suite à la politique de renfermement sur soi menée par Mao. Deng Xiaoping lance donc une politique de réforme de l'économie, connue sous le nom de politique des quatre modernisations (*si ge xiandai hua*)[268]. Les réformes, annoncées lors du 11ème comité central du Parti (18-22 décembre 1978), s'articulent autour des domaines de l'agriculture, de l'industrie, de la science et de la technologie, ainsi que de la défense nationale.

Le tourisme constitue une partie des quatre modernisations, l'ouverture de la Chine au tourisme étant destinée à mieux intégrer le pays dans l'économie mondiale. Considéré comme un secteur majeur d'investissement, le tourisme a donc été pensé comme un outil de développement en Chine à partir de 1978. Toutefois, bien que le tourisme cesse officiellement d'être une activité politique en 1982, la mainmise de l'Etat sur le secteur touristique est

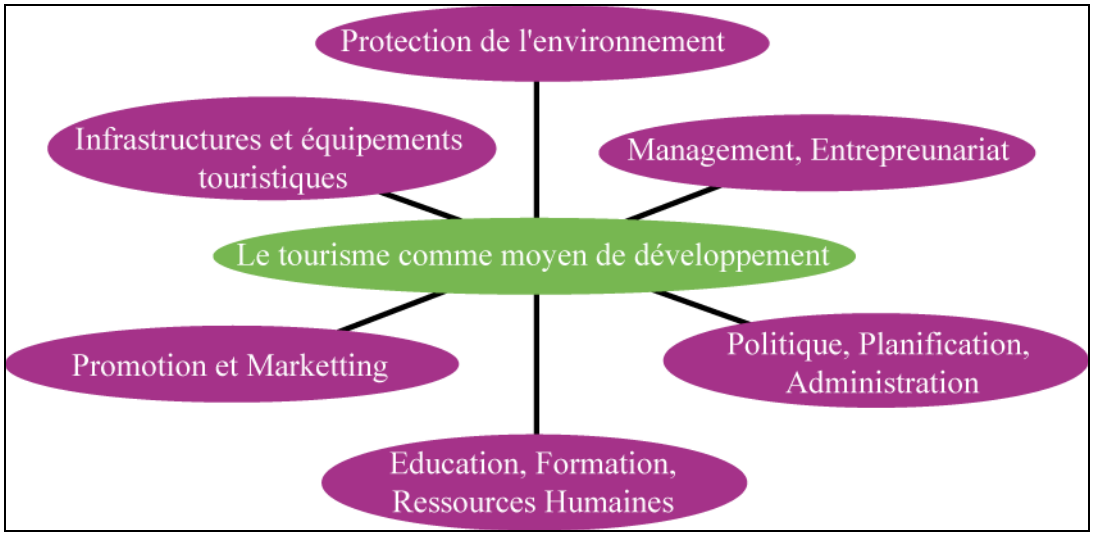
[267] Pour un apport théorique sur la « valeur » des lieux, voir : Stock M., (2004) *Les « valeurs des lieux » : l'exemple de Brighton & Hove (Sud-Est d'Angleterre)*, In : Actes du colloque « peuplement et territoire », Novembre 2004 à Paris. [En ligne] : http://ceped.cirad.fr/cdrom/peuplement15-181104/html/stock.htm

[268] 四个现代化

longtemps restée très importante. La première agence de tourisme à capitaux exclusivement étrangers n'a ouvert qu'en 2003 : auparavant les agences étrangères étaient autorisées à organiser leurs propres voyages mais restaient tributaires des agences en Chine (cf. chapitre 1).

C'est donc l'Etat qui a pendant plus de 25 ans orchestré les planifications spatiales et économiques au sein des lieux touristiques. Deng Xiaoping, lors de cinq discours entre octobre 1978 et juillet 1979, en a détaillé le programme (Xiao, 2006[269]). L'avant dernier discours (prononcé en janvier 1979), s'intitula « développer le tourisme pour augmenter les revenus de la Nation » (*fazhan lüyou shiye, zhengjia guojia shouru*)[270] en précisant la marche à suivre. Pour que le tourisme soit un outil de développement, six points sont envisagés : l'Etat doit d'abord investir dans la construction d'infrastructures (routes et hôtels notamment) mais aussi dans le nettoyage et la protection de l'environnement des villes touristiques. Il définit, lance et suit les plans d'aménagement touristiques. Enfin, il assure la promotion des lieux touristiques à l'échelle locale, régionale et nationale. En bref c'est lui l'instigateur principal, celui qui entreprend et finance les principales opérations et qui forme les ressources humaines (figure 3)[271].

Figure 3. Le tourisme comme un moyen de développement économique selon Deng Xiaoping



Source (traduite) : Xiao, The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China, 2006.

[269] Xiao H., (2006) The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China, Tourism Management, Volume 27, n° 5, p. 803-814.
[270] 发展旅游事业，增加国家收入
[271] Sur l'importance de l'Etat dans la définition de ce que doivent expliquer les guides touristiques et donc ce que les touristes doivent regarder, voir : Nyíri P., (2008) *Between encouragement and control : tourism, modernity and discipline in China*, In : Winter T., Chang T.C., Teo P. (Dir.), (2008) *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, Routledge, Londres, p. 153-169. Voir également le chapitre 5.

Nous avons donc affaire à une sorte « d'Etat aménageur » qui ouvre le tourisme à la fin des années 1970 et au début des années 1980. L'Etat lance et contrôle à long terme les grands projets touristiques[272] au sein de villes d'abord très connues, parfois très tôt (Guilin est ouverte à partir de 1973, *Infra*), puis dans d'autres localités un peu plus tard (Beihai, au milieu des années 1980).

1-1-2. Mingsheng et « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale »

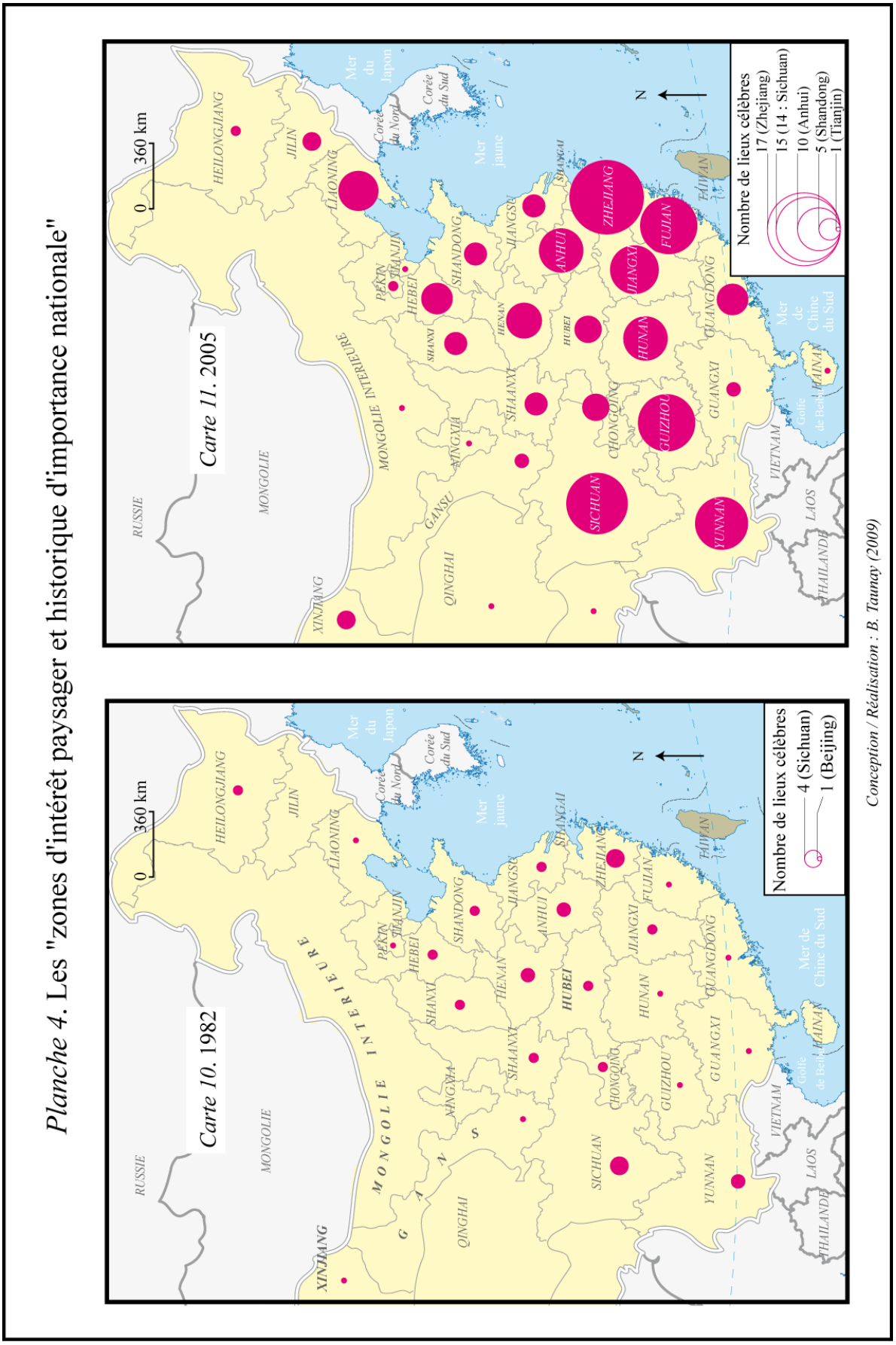
L'Etat ne fait pas que lancer des idées, il aménage concrètement des lieux. Depuis le début des années 1980, le gouvernement mise sur l'aménagement de « parcs nationaux » autour des *Mingsheng* (cf. chapitre 2) afin de mettre en valeur ces derniers. En 1982, l'Etat crée ainsi un système de « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » (*zhongdian fengjing mingshengqu*)[273], dont le nombre n'a depuis cessé d'augmenter (planche 4). De 44 en 1982, ils sont aujourd'hui 187, répartis dans tout le pays.

La répartition des lieux célèbres en 2005 rappelle en de nombreux points la planche 2 (cf. chapitre 2) : les provinces qui reçoivent le plus de touristes sont celles qui regroupent les lieux célèbres. Les provinces du sud chinois comme le Zhejiang, le Sichuan, le Fujian, le Yunnan, le Jiangxi, l'Anhui et le Hunan abritent en effet chacune au moins 10 lieux célèbres (respectivement 17, 14, 13, 12, 11, 10 et 10) ; elles sont en tête quant à la fréquentation de touristes intérieurs.

Dans le cas des deux principales provinces touristiques de l'ouest du pays (le Sichuan et le Yunnan), le développement du tourisme est étroitement lié à la création des « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale ». Dès 1982, l'Etat crée au Sichuan et au Yunnan respectivement 4 et 3 de ces zones. Pékin consolide ensuite la position de « leader » de ces deux provinces dans l'ouest du pays lors des proclamations suivantes de créations de nouvelles zones (1988, 1994, 2002, 2004, 2005) : 2 zones supplémentaires sont crées en 1988, 2 en 1994, 2 en 2002 et 4 en 2004 au Sichuan, pour 3 (1988), 4 (1994), et 2 (2202), au Yunnan (planche 4)[274].

[272] Les aménagements construits pour le tourisme dans les villes de Guilin et Beihai seront analysées dans la troisième partie de ce travail (cf. chapitres 7 et 8).
[273] 重点风景名胜区
[274] Le tremblement de terre du 12 mai 2008 qui a ébranlé l'ouest du Sichuan a eu pour conséquence une baisse radicale du nombre de touristes intérieurs dans cette province. Pour endiguer cette baisse, le gouvernement a rapidement (juillet 2008), crée de nouveaux circuits, baissé parfois de moitié les prix des entrées des sites touristiques et investi beaucoup dans la construction de nouveaux lieux touristiques (au mois de mars 2009, les premiers plans de développement touristique ont commencés à apparaître).

Planche 4. Les "zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale"



Conception / Réalisation : B. Taunay (2009)

Source des données : www.gov.cn (site du gouvernement chinois)

Bien pourvues en *Mingsheng*, ce sont elles qui reçoivent le plus de touristes dans cette partie du pays : le lien entre les aménagements de l'Etat et pratiques touristiques intérieures actuelles semble établi (cf. partie 2). En outre, les sites transformés par l'Etat en « parcs » sont en fait des lieux très « officiels ».

D'autres provinces beaucoup moins dotées en *Mingsheng* accueillent cependant beaucoup de touristes. L'exemple le plus probant concerne la municipalité de Pékin qui compte seulement 2 « parcs », mais ceux-ci sont centrés sur des parties de la Grande Muraille, le lieu touristique le plus connu en Chine[275]. C'est également le cas de la région autonome *Zhuang* du Guangxi qui abrite uniquement 3 *Mingsheng*, mais parmi ceux-ci, le fleuve Li est un lieu que tous les Chinois connaissent et souhaitent visiter (la « zone d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » du fleuve Li a d'ailleurs fait partie de la première liste de parcs en 1982 ; *Infra*). A l'inverse, la province du Guizhou possède 13 parcs mais reste aujourd'hui très peu visitée par les touristes intérieurs. Il faut y voir là un autre rapport aux lieux difficilement accessibles, et un autre rapport à la modernité[276].

1-1-3. Les paysages et le tourisme en Chine du sud-ouest

A l'échelle de ces deux provinces, et plus largement à celle du Sud-Ouest du pays (en rajoutant la province du Yunnan ; cf. Introduction générale), il est intéressant de constater que les *Mingsheng* correspondent tous à des sites de paysage. Des sites que des lettrés (notamment des nobles), de la période classique sont autrefois venus admirer (à partir du milieu de la dynastie des Ming)[277]. Comme à l'échelle du pays (cf. chapitre précédent), l'Etat a utilisé l'ancienne visite des lettrés pour créer des *Mingsheng* dans le Sud-Ouest. La filiation entre les sites visités autrefois et les « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » créées des 1982 à 2005 (carte 12), est donc du ressort exclusif de cet acteur.

Dans le Sud-Ouest, la création de ces zones s'est surtout réalisée à partir des sites visités par le lettré Xu Xiake (1587-1641). C'est en effet un des lettrés/voyageurs les plus

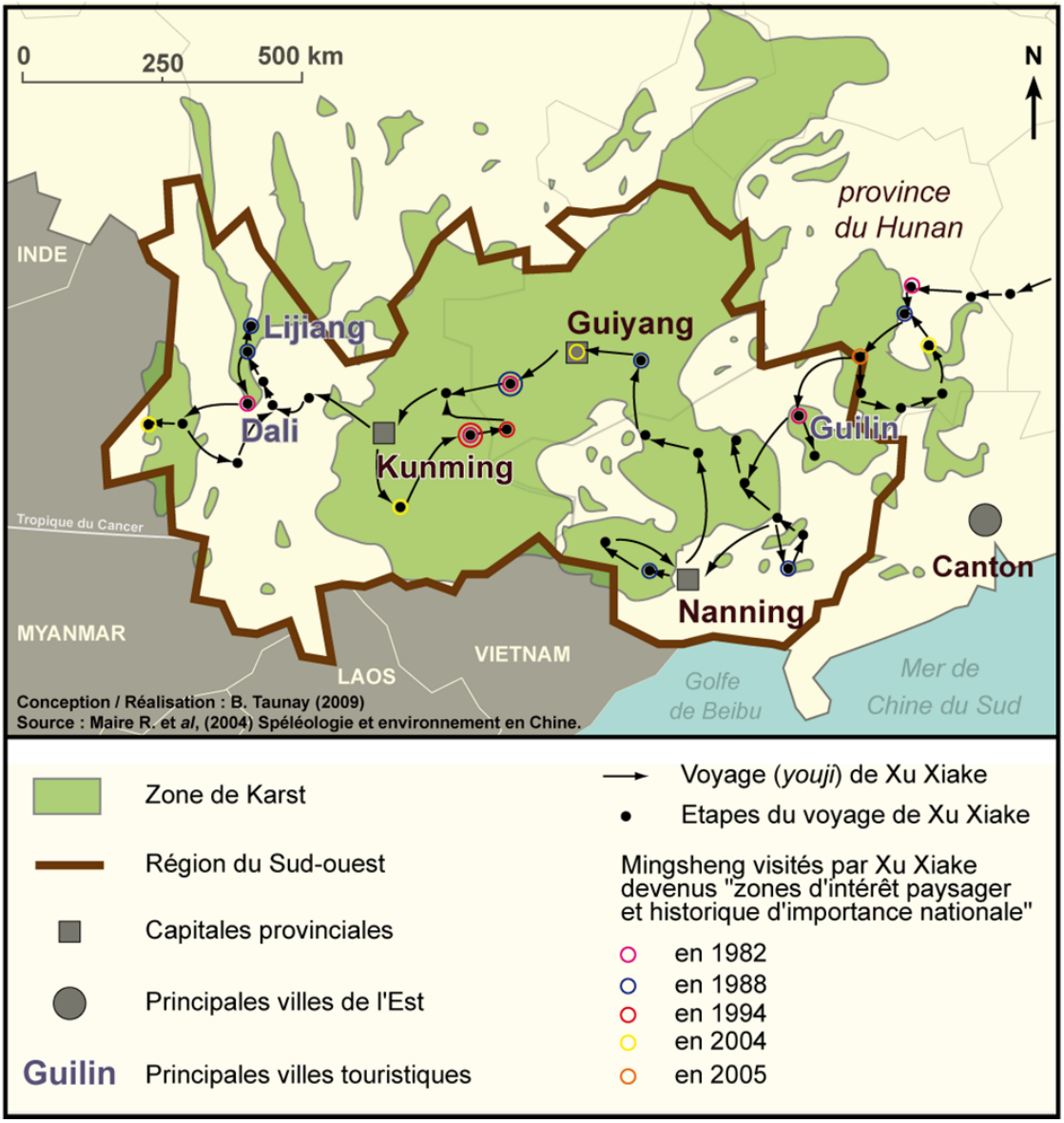
[275] Un proverbe chinois dit d'ailleurs que « celui qui n'est pas allé sur la Grande Muraille n'est pas vraiment un homme » (不到长城非好汉； *Bu dao chang cheng fei hao han*).

[276] Voir le chapitre précédent pour une analyse bibliographique de ce rapport à la modernité. Voir ensuite la partie suivante pour une approche par le terrain de cette question (cf. chapitres 5 et 6). Voir enfin le chapitre 9 pour l'actuel développement du tourisme dans certaines régions du Guizhou.

[277] Ces « nobles » artistes parcouraient le paysage pour l'avoir en mémoire, pour sentir son souffle, et pour que celui-ci les irradie : « Souffle, lumière et rythme font respirer l'espace qui entre alors en extension. Le regard s'est imprégné du paysage et tout à coup, le corps en son entier s'en est trouvé illuminé. Le corps se mue en aile d'espace » [Margat C. (2004) *Poussière du Guangxi : en Chine sur la trace des peintres lettrés*, Editions de la différence, Paris, 224 p.]. Une fois ce processus terminé, ils rentraient chez eux et prenaient le pinceau. L'artiste chinois retransmet ainsi un sentiment, l'écho lointain d'une vision passagère, d'une respiration passée du monde.

connus en Chine. Originaire de la province du Jiangsu, il parcourt 7 provinces dans le cadre d'un voyage dans le Sud-Ouest, entre 1636 et 1640, soit plus de 18 000 km (carte 12). Au cours de ce périple, difficile pour l'époque, il ne fait pas que voyager, mais œuvre aussi en savant en décrivant minutieusement les formations karstiques qu'il rencontre, faisant de lui le premier géographe/karstologue du monde (Maire, 2004)[278].

Carte 12. *Mingsheng* et voyageurs lettrés dans le Sud-Ouest chinois



[278] Maire R., (2004) Développement du tourisme ethno-karstique dans la province du Guizhou, Chapitre 16 **In** : Spéléo-karstologie et environnement en Chine (Guizhou – Yunnan – Liaoning). Voyages en terre chinoise, Karstologia Mémoire n° 9, Fédération française de spéléologie, Lyon, 562 p.

Xu Xiake rédige pendant son périple un impressionnant carnet de voyage (10 tomes). Ce *youji* a, comme de nombreux autres récits de cette époque, été publié en partie par le gouvernement des années 1980 qui souhaitait exhumer les pratiques « touristiques » des lettrés en revalorisant le concept de *Mingsheng* (cf. chapitre précédent)[279]. La relation entre les *Mingsheng* visités par Xu Xiake (carte 12) et la fréquentation touristique actuelle est flagrante : ces espaces sont aujourd'hui parmi les plus visitées dans ces trois provinces. Ceci confirme, comme le souligne Pal Nyíri (2006), la relation entre pratiques des nobles lettrés de la période classique et pratiques touristiques actuelles, par l'entremise d'un Etat détenant les tenants et aboutissants en matière de tourisme intérieur.

1-2. Une « nouvelle »[280] ville pour admirer les paysages

La ville de Guilin est un des « points d'orgue » du voyage de Xu Xiake. Il y a, comme les artistes des siècles précédents, vanté la beauté du paysage. L'Etat des années 1970 et 1980 a repris à son compte ses descriptions et a bâti une nouvelle ville qui pouvait polariser le développement de cette région. Le cas particulier de la ville de Guilin nous offre donc une illustration du cas général évoqué plus haut.

1-2-1. Guilin avant et aux débuts du tourisme

La ville de Guilin jouit d'une notoriété en Chine depuis des temps reculés. Durant la période impériale déjà, la ville était le centre politique, économique et culturel du Guangxi (illustration 3). Son rôle dans l'approvisionnement des régions aux alentours était en effet décisif. Après l'établissement de la république de Chine (1911), Sun Yat-sen passe dans la ville avec l'armée expéditionnaire du nord (1921)[281]. Guilin est alors une place stratégique en raison de sa situation proche de la frontière avec le Sud-Ouest.

Plus tard, en 1936, la ville et ses reliefs karstiques servent de refuge à l'armée nationaliste, battue par les Japonais dans les provinces côtières. Cette présence nationaliste est avérée par l'apparition d'une affirmation patriotique incontestable, la ville devenant un centre intellectuel important avec des maisons d'éditions, des théâtres, des journaux, etc. Le Guomindang fait même de Guilin sa capitale avant d'aller s'établir à Chongqing (1938).

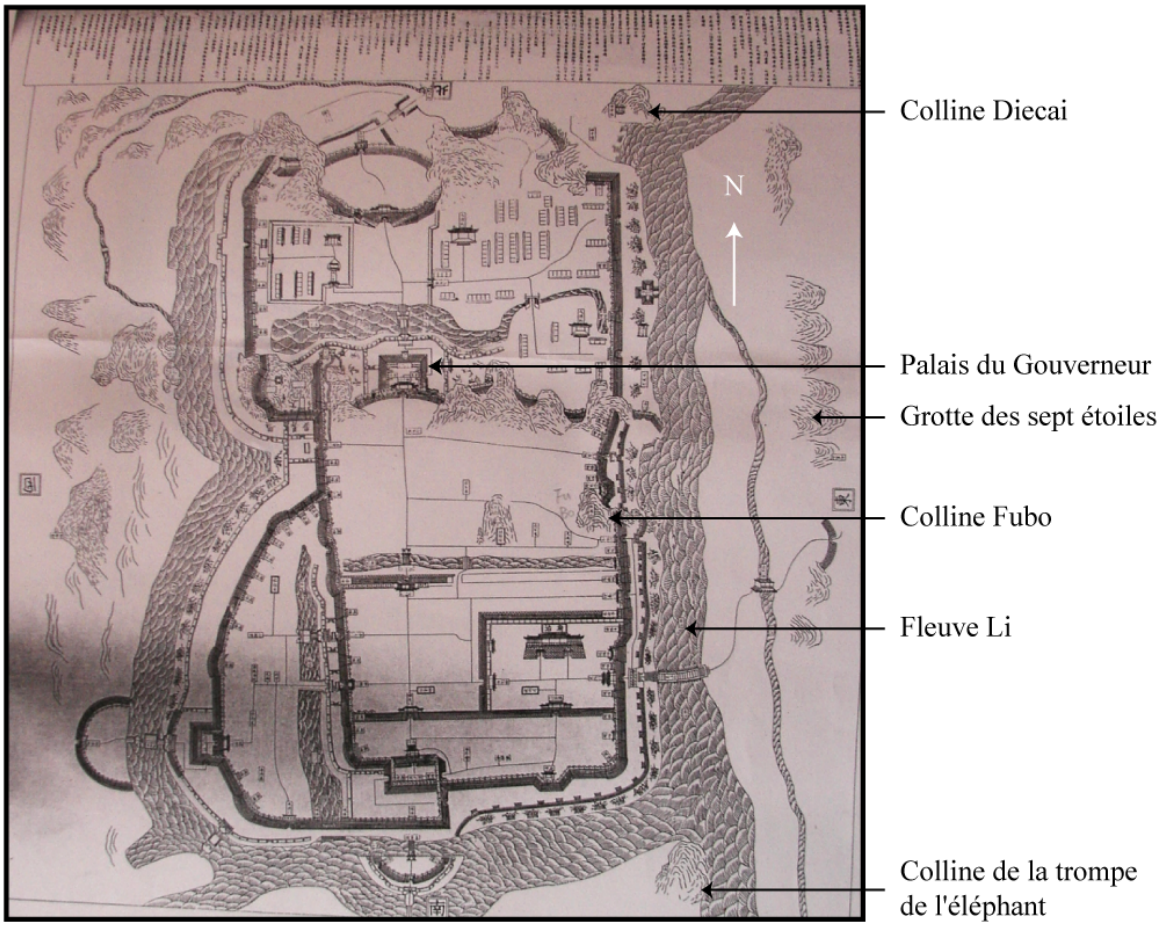
[279] Ce journal a également en partie été traduit en français dans : Dars J., (1993) *Randonnées aux sites sublimes*, (une partie des carnets de voyage du géographe Xu Xiake : 1586-1641), Gallimard, Collection Connaissances de l'Orient, Paris, 391 p.

[280] Nous traiterons ici de la mise en tourisme et du rôle de l'Etat dans celle-ci. Pour une analyse plus approfondie des aménagements liés au tourisme ainsi qu'à l'extension de la ville suite à l'arrivée du tourisme, voir les chapitres 7 et 8.

[281] A cette époque, l'ancien président dirige un gouvernement basé dans le Sud de la Chine, qui vise à réunifier le pays (alors en proie aux seigneurs de la guerre).

Pendant ces deux années, la population de Guilin augmente considérablement à cause du flot des réfugiés. Selon Alain Roux, le nombre d'habitants au début des années 1940 atteint le million d'habitants (Roux, 2002 ; p. 240)[282].

Illustration 3. La ville historique de Guilin



La ville de Guilin aux environs de la dynastie des Song

L'histoire de Guilin remonte à 314 avant J.-C., lorsqu'un hameau est crée sur les berges du fleuve Li. 200 ans plus tard, en 111 av. J.-C., le hameau à grandit et devient un Canton (Xian), nommé "Shi'An". En 507 ap. J.-C., la ville prend le nom de l'actuelle province voisine, "Guizhou". Elle prospère sous les dysnaties des Tang et des Song (plan 1), étant à cette époque un point important pour le gouvernement qui place ici des troupes armées chargées de surveiller la frontière sud-ouest. Sous la dynastie Ming, la ville devient la capitale du Guangxi, de part son rôle économique dans la région.

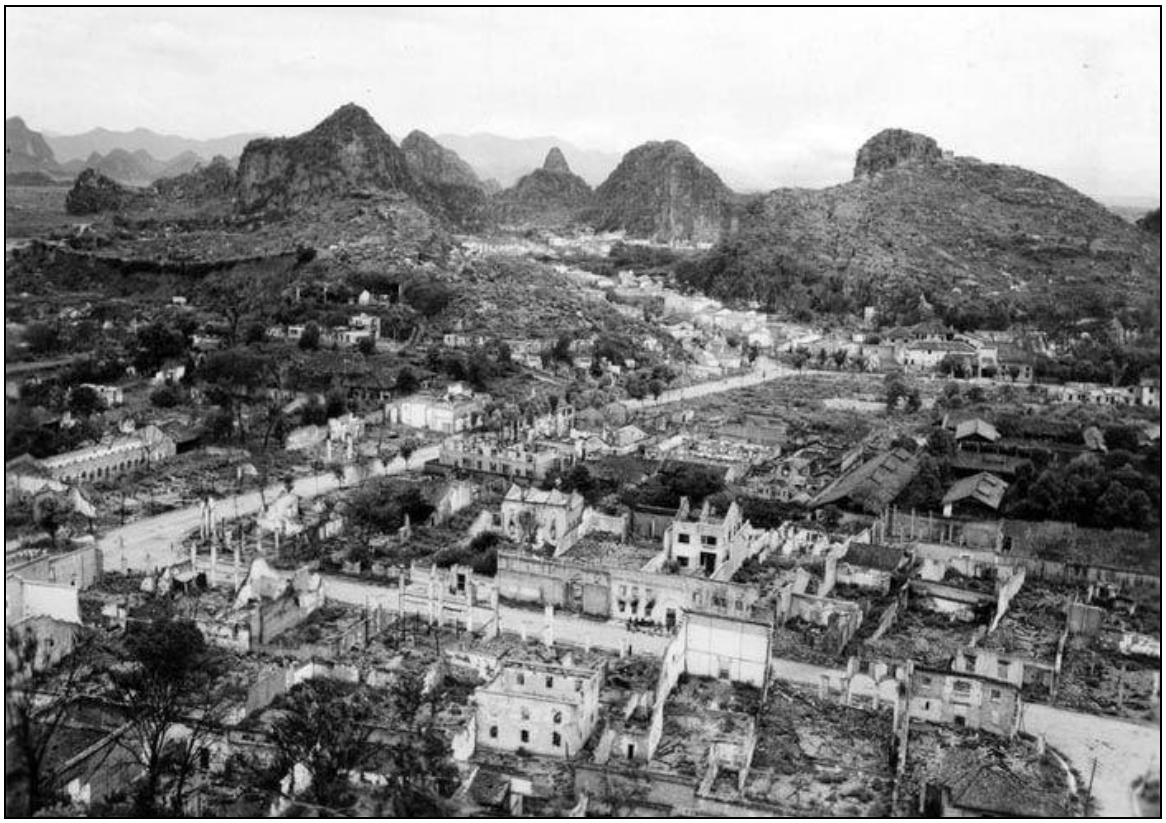
Source du plan : Bureau des annales de Guilin
Source du texte : http://www.guilin.gov.cn/[283]

En 1944, Guilin tombe aux mains des Japonais après un bombardement qui détruit une très grande partie de la ville (photo 5). L'arrivée au pouvoir des communistes et

[282] Alain Roux, dans : Boyer C., (2002) *Chine du sud-ouest : Yunnan, Guizhou, Guangxi*, Hachette Tourisme, Paris, 480 p.
[283] Site officiel de la municipalité de Guilin. Consulté le 13 août 2009.

l'établissement de la République populaire fait revenir Guilin dans le giron chinois, mais la ville est à reconstruire et une grande partie de la population a péri dans les bombardements. A partir de 1949, la ville survit alors de la production agricole des espaces voisins et, à partir des années 1950-1960, tire sa subsistance de petites industries, comme celle du textile, du caoutchouc et de produits alimentaires, mais aussi des entreprises d'Etat construisant des armes (cachées dans les nombreuses grottes logées à la base des collines entourant la ville). Pendant la Révolution culturelle, Guilin devient un lieu de déportation pour les jeunes intellectuels, c'est dire combien la ville était encore « rurale » à cette époque.

Photo 5. Une partie de la ville, bombardée en 1944



Ce cliché, probablement pris depuis la colline des couleurs accumulées, ne nous montre qu'une partie de la ville. On se rend toutefois compte de l'ampleur des dégâts, presque aucun bâtiment ne tenant debout. On remarquera également le relief qui entoure, voire parfois se trouve au cœur de la ville. Grâce aux cavités situées à la base des collines karstiques, nombre d'habitants ont pu se cacher pendant les bombardements et c'est dans ces grottes que le gouvernement établira par la suite des usines de production d'armes.

Source : http://www.guilin.gov.cn/

Ses paysages de notoriété nationale stimulent cependant les premières formes « modernes »[284] de tourisme au début des années 1950, quelques années seulement après l'établissement de la République populaire. La construction du premier hôtel, « la maison de

[284] En comparaison des formes pré-touristiques décrites au chapitre précédent.

cure du Guangxi pour les hauts cadres » (*guangxi gaoji ganbu liaoyangsuo*)[285] s'achève en 1953 (parallèlement à la construction de l'aéroport militaire). Fort de sa réputation de capitale des paysages, ce sont 200 personnes qui vinrent visiter Guilin en 1957 dans le cadre de séjour organisés par le Parti. Sur ces 200 individus, 87 étaient des politiciens originaires d'URSS et les autres des étrangers travaillant en Chine, invités à séjourner dans la ville. Deux ans plus tard, au deuxième semestre 1959, sur les 150 visiteurs de Guilin, seules 11 personnes furent comptabilisées comme venant de leur propre fait et à leur propre charge (Annales de Guilin, 1997). Bien que, dès 1958, des guides touristiques maîtrisant plusieurs langues étrangères proposaient leurs services à Guilin, tous furent employés par l'Etat communiste pour faire découvrir aux hauts dirigeants chinois et étrangers les beautés de la ville. Jusqu'au début de la Révolution culturelle, Guilin était donc un des « jardins de Pékin » pour la « nomenklatura » soviétique et chinoise[286].

1-2-2. Les réels débuts du tourisme à Guilin

La Révolution culturelle bloque cependant les flux de visiteurs vers Guilin dès 1966 et pendant plusieurs années aucun séjour n'est permis dans la ville. Même les principaux cadres du Parti ne peuvent s'y rendre et le seul hôtel de la ville reste vide. Les responsables de la très officielle agence CITS sont d'ailleurs envoyés à la campagne, dans d'autres provinces éloignées du pays (pour être « réformés par le travail paysan »).

Il faut ainsi attendre l'année 1973 pour voir réapparaitre le tourisme dans la ville. De retour d'exil en 1972, Deng Xiaoping mise en effet déjà sur le tourisme pour relancer le développement économique au point mort depuis plusieurs années. Le « Petit Timonier » se rend alors dans les villes les plus connues du pays, dont Guilin. Sa visite rend confiance aux touristes asiatiques, notamment ceux de Hong Kong et Macao, et le tourisme commence à se développer alors que la Révolution culturelle n'est pas terminée (tableau 14).

L'Etat représenté par Deng Xiaoping est donc un acteur majeur. Alors que la ville n'a reçu que 977 touristes lors de son ouverture aux touristes étrangers en 1973, ils étaient 5765 l'année suivante, soit une augmentation de 490% (tableau 14). En 1978, le nombre de touristes dans la ville s'élève déjà à 48155, dont la majorité (environ 25 000) est originaire de Hong Kong. Ainsi, en ouvrant la porte aux touristes étrangers dès 1973, alors que la

[285] 广西高级干部疗养所

[286] Guilin n'est pas la seule ville dans ce cas, quelques autres ayant aussi touchées par ces premières formes de « tourisme ». Les villes de *Hangzhou* et *Beidaihe* (cf. chapitre 6.), sont ainsi d'autres exemples.

Révolution culturelle n'est pas terminée, Deng Xiaoping anticipe de cinq ans le développement du tourisme international en Chine (*Supra*).

Tableau 14. Evolution du nombre de touristes à Guilin entre 1973 et 1978

Année	Nombre de touristes	Augmentation du nombre de touristes par an
1973	977	
1974	5765	+ 490 %
1975	6867	+ 19,1 %
1976	9298	+ 35 %
1977	14724	+ 58,3 %
1978	48155	+ 227 %

Unité : touristes.

Source : annuaire statistique de Guilin, 1997.

Le choix de Guilin est justifié car la ville a déjà une expérience de la réception de « hauts visiteurs », nationaux et étrangers, longue de déjà 20 ans. En conséquence, l'image de la ville bénéficie d'une influence grandissante en Chine et à l'étranger : le président américain Nixon, lors de son séjour en Chine au printemps 1972, en fit la visite et a déclaré : « J'ai visité plus de 100 villes de plus de 80 pays, aucune d'entre elles n'est comparable à Guilin ». Bien qu'ayant, à l'instar de beaucoup d'autres villes, intensément souffert de la politique économique adoptée par Mao pendant la Révolution culturelle, Deng Xiaoping en eu la vision d'une ville susceptible d'attirer de nombreux « amis étrangers » et rapporter des capitaux à l'Etat.

Les investissements voués à cette cause ne tardèrent guère : la construction de nombreuses infrastructures fut entreprise dès la fin 1978[287]. Les résultats furent convaincants : au début des années 1980, les touristes internationaux désireux de se rendre en Chine furent contraints de choisir entre différents circuits imposés par l'Etat[288], dont Guilin faisait partie. Pour répondre à l'augmentation croissante du nombre de touristes dans le pays et à Guilin, l'Etat, relayé par la municipalité, construisit de nombreux hôtels, avenues, etc. Par conséquent, dès les années 1990, Guilin devient un haut-lieu du tourisme international. Pierre Trolliet, en 1993, l'intègre en effet dans sa carte du développement et des dynamiques régionales à l'échelle de la Chine[289].

[287] Pour un développement plus approfondi sur ces aménagements, voir le chapitre 7.
[288] Ce qui n'est pas les cas des touristes originaires de Hong Kong et Macao. Ceux-ci ont alors plus de libertés pour se déplacer à leur guise dans le pays (cf. chapitre 1).
[289] Carte 6 dans : Trolliet P., (1993) *Géographie de la Chine*, Que sais-je, PUF, 126 p.

La ville de Guilin est donc à cette époque incontestablement le lieu le plus connu de la région du Guangxi, loin devant la capitale régionale, Nanning[290]. Les touristes chinois de l'époque, sous réserve d'en avoir les moyens, se rendaient également à Guilin. C'est ce que nous montre la photo 6, datée de 1982 : il y avait bien déjà certaines formes de tourisme intérieur (il ne s'agit pas ici de touristes provenant de Hong Kong).

Photo 6. Le tourisme intérieur à la colline de la trompe de l'Eléphant en 1982

Cette photo montre un touriste chinois qui prend la pose devant la colline de la trompe de l'Eléphant en 1982. Derrière lui, on peut clairement distinguer d'autres touristes, sûrement en visite en groupe avec leur unité de travail. Il faut en effet rappeler qu'à cette époque, le tourisme intérieur était tributaire des unités de travail et que sans autorisation de celles-ci il n'était pas possible de se déplacer dans le pays. Notons que ce ne sont pas de « simples » ouvriers, mais un personnel plus qualifié. On remarquera également des individus aux services des touristes : à droite de la photo un stand propose des souvenirs (protégé par un parasol).

Source : Collection de l'auteur[291].

1-2-3. Guilin : une enclave développée dans une région en développement

De nos jours, les touristes internationaux sont toujours très nombreux à visiter la ville et sa région, et les services destinés aux touristes de plus en plus divers : la visite de la ville

[290] Le caractère *gui* (桂, le premier caractère du mot Guilin) reste ainsi celui identifiant les véhicules de la région, et la ville de Guilin celle qui organise la division touristique de la région : tous les documents traitant de tourisme (recueils de cartes, guides touristiques, documents de planification), évoquent la partie ouest du Guangxi comme la « zone touristique de Guilin ouest » (桂西旅游区), la partie sud comme la « zone touristique de Guilin sud » (桂南旅游区), etc.

[291] Cette photo m'a généreusement été offerte par *Liu Duo*, qui a travaillé pendant les années 1980 et 1990 dans un des grands hôtels du centre de Guilin.

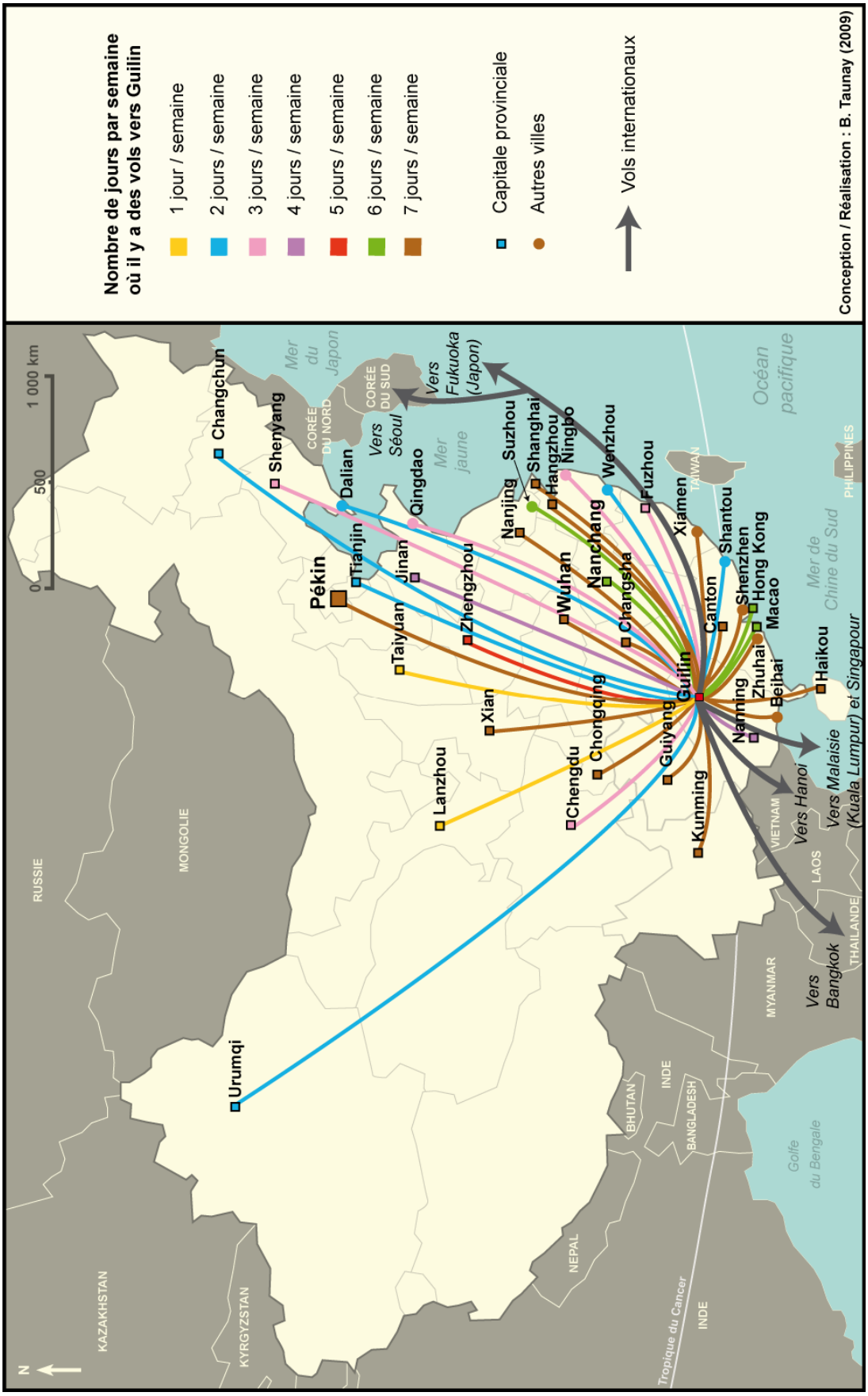
demeure incontournable. En fait, dès que le circuit dépasse une semaine, la ville de Guilin est presque immanquablement insérée dans les lieux à visiter des touristes internationaux non asiatiques. Bien qu'on soit loin de la notoriété de Pékin ou Shanghai (que tous les touristes occidentaux veulent visiter lors d'un séjour dans le pays), il n'est pas excessif de la considérer d'égale importance à Xi'an et son armée de soldats de terre cuite[292].

Ce dernier constat est d'autant plus valable qu'il s'agit des touristes intérieurs. Car si la ville est également inscrite dans des circuits multi-destinations, elle est aussi programmée en tant que mono-destination, et ceci, depuis la plupart des principales villes du pays : sa renommée implique qu'elle soit reliée plusieurs fois par semaine à ces métropoles. L'examen de la carte 13 nous montre qu'à l'exception de six provinces (provinces du Heilongjiang, Anhui, Qinghai, ainsi que les régions autonomes du Tibet, du Ningxia et de la Mongolie intérieure), l'aéroport de Guilin dessert les principales villes des autres provinces du pays.

Les principales villes côtières sont ainsi bien reliées à Guilin. Celles de la province voisine du Guangdong tout d'abord : entre Guilin et Zhuhai, Shenzhen et Canton plusieurs vols quotidiens sont assurés (seule la ville de *Shantou* n'est reliée que deux fois par semaine à Guilin) : trois vols par jour pour Zhuhai, six pour Shenzhen et neuf pour Canton. Les autres provinces côtières sont également bien reliées à Guilin. Shanghai et les principales villes qui l'entourent, Nanjing, Suzhou, Hangzhou sont elles aussi reliées quotidiennement à Guilin (seulement six fois par semaine pour Suzhou). Il y a ainsi respectivement quatre, quatre, cinq et six vols par jour entre Guilin et Hangzhou, Suzhou, Nanjing et Shanghai. Quant à Pékin, elle n'est paradoxalement reliée que trois fois par jour à Guilin, peut être parce que les liaisons touristiques se font d'abord avec d'autres villes. Notamment Xi'an et Kunming, également reliées à Guilin par plusieurs vols quotidiens.

[292] Guilin fait ainsi partie de ce que l'on pourrait appeler le « grand tour » (nous reprenons cette expression de Philippe Violier qui parle également de « grande boucle ») de Chine (à la différence d'un tour plus restreint qui inclue seulement Pékin, Shanghai et parfois Hong Kong), dont les principaux points sont localisés sur la carte 2.

Carte 13. Les liaisons aériennes nationales et internationales depuis Guilin



Source : Bureau municipal du tourisme de Guilin, 2008

Les villes proches sont souvent moins bien reliées à Guilin que les plus grandes villes lointaines : la proche Guiyang ne bénéficie que d'un vol par jour en direction de Guilin (deux vols certains jours), Chengdu que de trois vols hebdomadaires vers le nord du Guangxi. La géographie des flux aériens vers Guilin reflète ainsi la division en trois larges bandes (Ouest / Intérieur / Est) du pays. Les villes les mieux reliées à Guilin sont celles de l'Est, puis viennent celles de l'intérieur (Changsha et Wuhan ont des vols quotidiens vers Guilin), et enfin les villes d'un large « Ouest » chinois. Soulignons également que le nombre de vols par jour augmente pendant les semaines d'or pour faire face à l'afflux de touristes. A ce trafic intense vient se rajouter de nombreuses lignes *low cost* tout au long de l'année : bien que la carte 13 ne montre que 35 lignes nationales en tout (plus deux lignes, une vers Hong Kong et une vers Macao), Guilin est reliée à 48 aéroports dans l'ensemble du pays.

Guilin est donc déjà un lieu d'importance notoire à l'échelle du pays. La ville ne rivalise bien sûr pas avec les grandes métropoles côtières, mais eu égard la taille de la ville (700 000 habitants), le nombre de ses liaisons nationales est déjà considérable. La ville déploie également des efforts remarquables pour améliorer son accessibilité ferroviaire et ainsi faciliter la venue des touristes. A l'échelle du pays, on dénombre 22 lignes ferroviaires (en 2006), qui s'arrêtent à Guilin ou qui ont la ville comme destination. Sur ce nombre total, trois ont été ajoutées en 2006, dont Guilin/Kunming (qui met en relation deux importantes villes touristiques du Sud-Ouest), Guilin/Chengdu (qui ouvre la porte du Tibet - *via* la ligne Chengdu/Lhassa - aux touristes se rendant à Guilin, et qui permet de mieux insérer la ville dans des circuits plus vastes). Deux ans plus tôt, en 2004, Guilin avait vu l'ajout d'un train rapide pour la ligne Pékin/Guilin[293].

Guilin est enfin également reliée à plusieurs villes en Asie, ce qui donne une dimension internationale à son aéroport : vols directs depuis le Japon (ville de Fukuoka, sur l'île de Kyushu), depuis la Corée du Sud (ville de Séoul), depuis le Vietnam (ville de Hanoï), depuis la Thaïlande (ville de Bangkok), depuis la Malaisie (ville de Kuala Lumpur) et depuis la cité-Etat de Singapour[294]. Le nombre des liaisons internationales surpasse même celui des villes proches de taille plus importante comme Kunming ou Chengdu (qui ne desservent que l'Asie du Sud-Est).

[293] C'est un train « très rapide » (*tebie kuai*, 特别快), les trains les plus rapides en Chine après les nouvelles lignes de TGV qui relient par exemple Pékin à Shanghai, Shanghai à *Jinan*, ou encore Pékin à *Tianjin*.

[294] Comme nous le verrons dans la dernière partie de ce travail, les liaisons aériennes avec le Japon et la Corée du Sud sont le fait des nombreux investissements de ceux deux pays à Guilin : nombreux sont aujourd'hui les Japonais et les Coréens qui se rendent à Guilin, mais l'inverse n'est pas vraie. Les liaisons avec les pays d'Asie du Sud-Est sont en revanche de « simples » liaisons à but commercial qui fonctionnent dans les deux sens.

1-3. L'Etat a étendu les limites de Guilin en créant une périphérie touristique

Grâce au tourisme, Guilin est devenue une enclave développée au sein d'une région majoritairement pauvre. La mise en tourisme a d'ailleurs ici si bien « réussie » que la ville est maintenant ceinturée d'une « périphérie touristique ».

1-3-1. La périphérie touristique de Guilin

La carte 14, à l'échelle administrative de la municipalité de Guilin, présente la périphérie touristique de Guilin, du moins les principaux sites touristiques dans la municipalité de Guilin[295]. Ces sites sont les endroits classés par le gouvernement, ordonnés selon un nombre de « A », classement correspondant globalement aux étoiles que l'on attribue en France aux restaurants et hôtels. Les sites les plus importants ont cinq « A », ce sont les « AAAAA »[296], des sites élus « attractions nationales » selon la définition du gouvernement et qu'il faut visiter tant leur « aura symbolique » est forte auprès des touristes chinois.

Dans la municipalité de Guilin, seuls deux sites sont dotés du précieux label (AAAAA ») : une partie du fleuve Li (portion entre le sud de la ville de Guilin et le nord du village de Yangshuo), ainsi qu'un parc d'attractions, le parc « Merryland », au sud de la ville de Xing'An[297]. La portion sur le fleuve Li est d'ailleurs une des trois zones « d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » du Guangxi, zone fondée sur un ancien M*ingsheng* visité par le voyageur Xu Xiake au 17ème siècle (*Supra*).

Les autres sites touristiques labellisés « AAAA » sont principalement concentrés dans la ville de Guilin, ainsi qu'autour du fleuve Li (à l'exception du canal *Lingqu*, au nord de la ville de Xing'An). Quant aux sites « AAA », ils se concentrent surtout autour du village de Yangshuo, ainsi qu'au nord de la ville de Guilin (jusqu'à un peu plus de 100 km au nord pour le site de la rivière *Zi*).

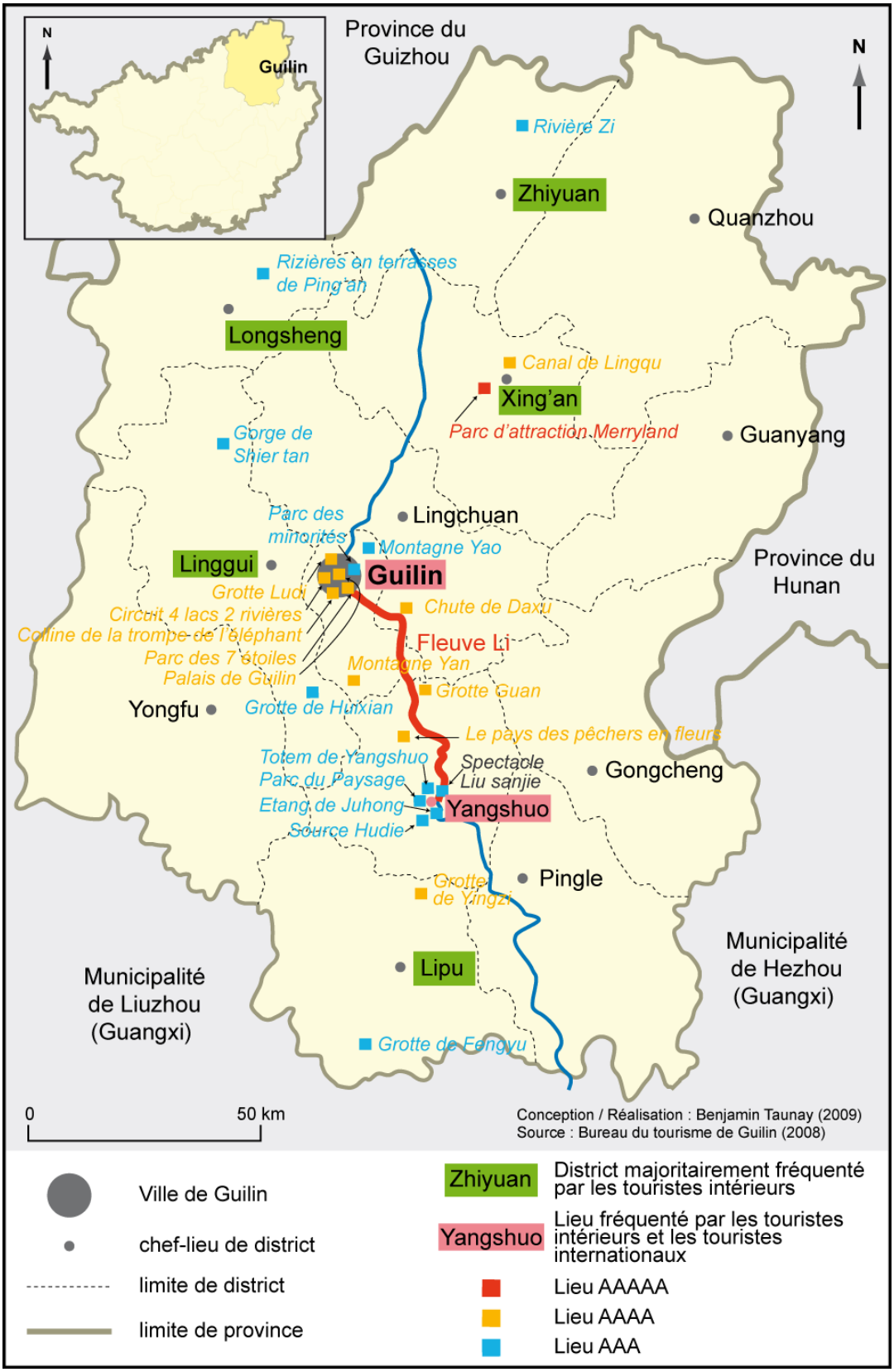
---

[295] Nous verrons par la suite (chapitre 5), que d'autres sites sont référencés dans des guides touristiques et fréquentés par des touristes qui « sortent des sentiers battus ».

[296] Jusqu'en 2007, il n'existait que des lieux AAAA. La création des AAAAA a ainsi permit de réorganiser l'ancien classement et notamment d'insérer de nouveaux sites, ou bien d'en reclasser (vers le haut), d'autres. L'objectif étant de faire augmenter la fréquentation dans les principaux sites.

[297] Le classement de ce dernier parc peut paraître surprenant (l'équivalent serait de classer un parc Disneyland par exemple), mais le système du nombre de A n'est pas en Chine réservé à des sites « naturels ». Au contraire, ce système classe les meilleurs « attractions » touristiques d'une région. Dans ce cas, le parc Merryland n'est pas ici une aberration, car pour le cas français, il est maintenant évident que le parc Disneyland Paris est une des principales raisons de visites touristiques dans le département de Seine-et-Marne.

Carte 14. Les sites et lieux touristiques dans la municipalité de Guilin en 2008



Source : Bureau municipal du tourisme de Guilin, 2008.

L'ensemble de ces sites dessine les limites spatiales de « Guilin » : la plupart des sites sont concentrés dans la ville de Guilin (pôle principal au nord), dans le village de Yangshuo (pôle secondaire au sud) et entre ces deux points (autour du fleuve Li). L'ensemble « Guilin-Fleuve Li-Yangshuo » forme donc l'essentiel de la région touristique de Guilin. D'autres sites, localisés dans le reste de la municipalité, sont minoritaires ; ils sont reliés soit au pôle de Guilin (pour les sites au nord de cette ville), soit au pôle de Yangshuo (pour les sites au sud de ce village).

La géographie de cette périphérie est, une fois de plus, due au rôle de planification de l'Etat[298], décideur de la politique nommée le « Grand Guilin » (*da Guilin*)[299], une politique qui vise à mettre en tourisme des sites dans chacun des douze cantons que comporte la municipalité. La nature des sites touristiques doit également être relevée : une très grande majorité sont des sites de paysage ; Que ce soit des sites AAAA ou AAA, la plupart sont des montagnes, des grottes, des étangs, des sources, des rivières, faisant de Guilin une région paysagère d'importance à l'échelle du pays, de la rivière Zi au nord de la municipalité à la grotte de *Fengyu* au sud.

1-3-2. Une ville et sa périphérie : des lieux différents pour les touristes internationaux et les touristes intérieurs

La région de Guilin n'est pas uniforme. « Guilin » ne se résume pas à la ville au centre de la municipalité (carte 14), mais à une région touristique avec la ville et sa périphérie. Cette périphérie est très développée, surtout vers le sud avec les sites autour du fleuve Li et le village de Yangshuo (*Supra*). Si la ville de Guilin reste cependant le principal espace de réception des touristes (sur les 14 millions de déplacements touristiques intérieurs en 2007, 7,9 millions se sont faits vers la ville de Guilin et 6,1 millions - 43,5 % - dans sa périphérie), notons aussi que c'est l'espace qui reçoit le plus de recettes : sur les 4,8 milliards reçus par la municipalité en 2007, 3,5 milliards sont allés à la seule ville de Guilin (73,9 % du total).

Dans cette région, les incontournables d'un séjour touristique sont la ville de Guilin, la croisière sur le fleuve Li ainsi que le village de Yangshuo. Comme l'indique la carte 10, l'ensemble de ces lieux sont fréquentés par les touristes internationaux comme par les touristes intérieurs. Dans ces lieux, la logique des circuits semble d'ailleurs assez similaire, mais en apparence seulement : les touristes intérieurs arrivent le matin, par train ou par avion (quasiment exclusivement en avion pour les touristes internationaux), passent la journée dans

[298] Pour une analyse de la transformation des lieux dans cette périphérie, voir le chapitre 8.
[299] 大桂林

la ville. Comme les internationaux, ils sillonnent la ville mais visitent plus de sites (deux parcs en moyenne plus la grotte de la flûte du roseau). La soirée est libre pour les internationaux, alors qu'elle ne l'est pas pour les nationaux (car consacrée à un spectacle de minorités dans le théâtre de la ville). Le lendemain matin, touristes internationaux et touristes intérieurs partent pour une croisière sur le fleuve Li, dépensent l'après-midi dans les boutiques du village, mais les touristes intérieurs retournent le soir à Guilin alors que les internationaux passent la nuit à Yangshuo.

Les pratiques du tourisme intérieur à Guilin

Avant de se plonger plus en profondeur dans les logiques de ces circuits, ou dans les pratiques des touristes intérieurs (chapitre suivant), il nous faut souligner que de nombreux sites ne sont fréquentés que par les touristes intérieurs. A de rares exceptions près, les lieux qui se situent au nord de la ville de Guilin ou au sud de Yangshuo ne sont pas visités par les touristes internationaux. Les sites à proximité du fleuve Li sont également absents des circuits des internationaux, au même titre que certains sites dans la ville de Guilin ou du village de Yangshuo. Premier constat : à Guilin, de nombreux sites ne sont visités que par les touristes intérieurs, même dans les endroits fréquentés par les deux populations. Le système touristique de Guilin est donc en grande majorité tourné vers le tourisme intérieur.

2. La mise en tourisme de Beihai pour développer un littoral marginal

A Beihai également, le rôle de l'Etat est fondamental dans la mise en tourisme, du lancement de la ville, jusqu'aux transformations urbaines, en passant par l'aménagement de nouveaux sites touristiques. Cependant, l'échelle concernée par la mise en tourisme y étant sensiblement différente, la stratégie de l'Etat fut adaptée à ces caractéristiques locales. Ce développement veut donc, à travers un autre cas particulier, montrer un autre aspect du rôle de l'Etat dans la mise en tourisme d'un lieu du Sud-Ouest ; un lieu non paysager et littoral.

2-1. Développer la province du Guangxi, notamment son littoral

Dans un premier temps, il convient de montrer la volonté de l'Etat de développer la province du Guangxi, notamment son littoral, à partir du milieu des années 1980. Le tourisme est en effet une des activités embarquées pour réussir le développement ici recherché.

2-1-1. Le Guangxi, la moins développée des provinces côtières du pays

Les régions autonomes en Chine sont à la traîne du développement économique et dans le cas du Guangxi, le constat se vérifie. Cette région, qui a l'étendue d'un Etat (sa superficie est, à quelques kilomètres carrés près, comparable à celle du Laos ; c'est la neuvième plus grande province chinoise), est pourtant une province maritime. C'est cependant la moins développée des provinces côtières.

La raison, pour laquelle le Guangxi est la dernière province littorale à avoir entamé son développement économique, est d'abord historique. Région frontalière avec le Vietnam, la Chine à entretenu de bonnes relations avec ce pays, notamment jusqu'à la Révolution culturelle, parallèle à la guerre du Vietnam, où Pékin envoie des armes au nord du Vietnam *via* le Guangxi. Suite à la proclamation de la République Socialiste du Vietnam en 1976, les relations entre les deux pays se compliquent et le Guangxi devient logiquement (à cause de sa situation géographique), l'espace où se manifestent les différents. Les frontières maritimes et terrestres sont notamment redéfinies en 1979, ce qui entraîne une courte guerre de deux semaines entre les deux pays (100 000 soldats chinois lancent une attaque sur la nouvelle frontière, bataille logiquement gagnée par la Chine à cause du nombre de ses troupes).

Les tensions qui suivent cette courte guerre durent pendant plus de dix ans et ce n'est qu'au début des années 1990 que les relations se normalisent : « *en septembre 1990, le général Giap adressa un message de repentance, alors que l'Europe de l'Est basculait et que*

l'URSS était au bord de l'implosion […] Le commerce frontalier sino-vietnamien a augmenté et commence à atteindre des proportions assez importantes » (Chauveau, 2001 ; p. 59)[300]. Le retard de développement avec les autres provinces côtières est déjà important à cette époque et le gouvernement central engage des réformes pour sortir le Guangxi de la pauvreté. Un nouveau gouverneur plus libéral que son prédécesseur est nommé et Deng Xiaoping, lors de sa tournée dans le Sud en 1992, presse les cadres de mettre en application les réformes économiques déjà en cours dans la province voisine du Guangdong.

Le résultat est la création de nombreuses zones d'investissement, d'abord à Nanning qui a obtenu l'appellation de « ville côtière ouverte » (carte 15) et où les procédures d'investissement ont été simplifiées. Les politiques du gouvernement central ont également voulues faire du Guangxi un débouché pour les provinces du Sud-Ouest sans accès direct à la mer : « *frontalier avec le Vietnam, le Guangxi se situe aussi à moins de 1500 miles nautiques de Singapour, de l'Indonésie et de la Malaisie. Tant sur les plans ethniques que géographique, il est plus proche de l'Asie du Sud-Est que de Pékin. Le gouvernement central a donc appuyé le Guangxi pour qu'il devienne le débouché maritime de l'Asie du Sud-Est pour les provinces du sud-ouest de la Chine qui n'ont pas d'accès direct à la mer* » (Ibid. ; p. 61). L'ensemble du littoral du Guangxi a ainsi été déclaré zone ouverte, notamment le triangle dont les trois sommets sont Beihai, Fangcheng et Qinzhou (carte 16).

2-1-2. Le développement en cours de l'économie du Guangxi

Pour relier ce triangle à Nanning et au reste de la province, un réseau routier a été entièrement bâti (carte 16), dont les principales orientations sont les suivantes :

-l'autoroute Beihai-Qinzhou-Fangcheng ; elle relie les principales villes du littoral entre elles ;

-l'autoroute Nanning- Beihai ; elle relie le triangle littoral à Nanning;

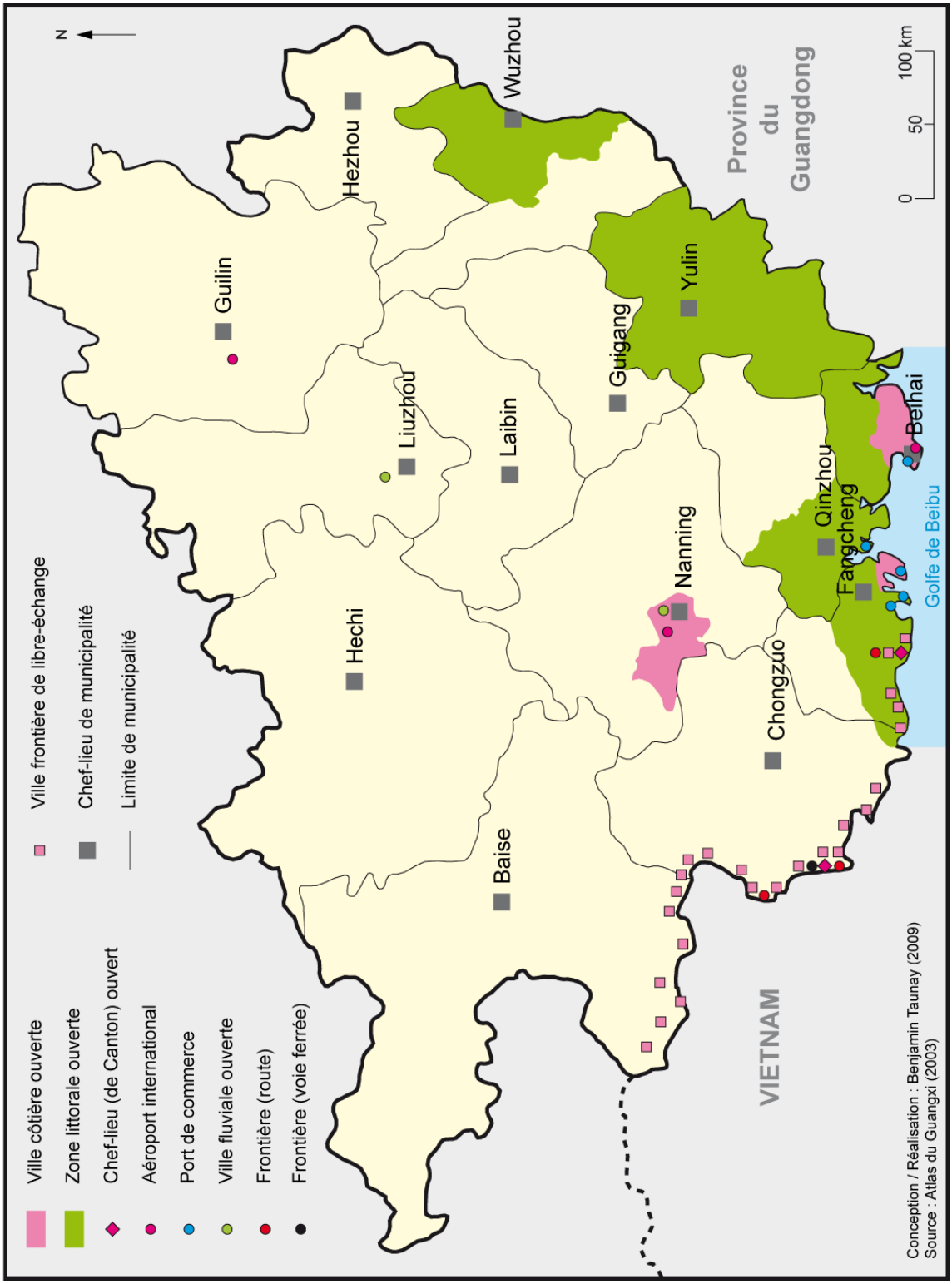
-l'autoroute Nanning-Guilin (principal pôle touristique (*Infra*). Elle relie Nanning aux principaux pôles économiques de la province Cette autoroute se prolonge aujourd'hui en direction du Hunan.

-l'autoroute Nanning-Kunming qui passe au travers de l'ouest de la province et notamment à proximité de la ville de Hechi (zone riche en ressources minérales ; cf. Introduction générale). Elle relie ainsi Nanning au sud-ouest du pays ;

[300] Chauveau C., (2001) *La province autonome Zhuang du Guangxi. Développement et minorités*, Mémoire de maîtrise de LEA (Direction : Patrice Cosaert), Université de la Rochelle, 90 p.

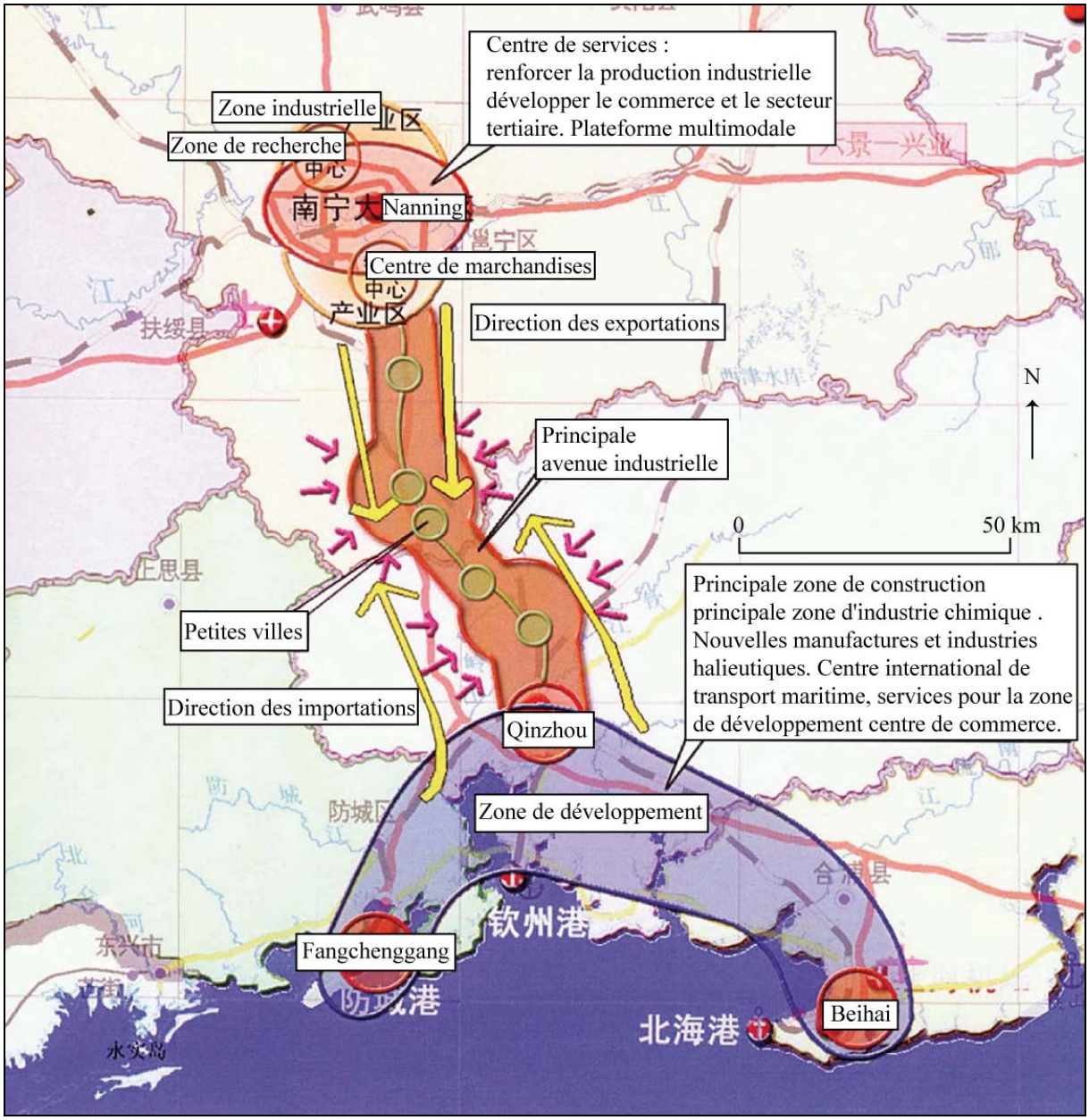
-l'autoroute Nanning-Hanoï, elle est le début des relations du Guangxi avec l'Asie du Sud-Est.

Carte 15. Les réformes et l'ouverture au Guangxi



Source : Atlas du Guangxi (2003)

Carte 16. Les projets de développement du littoral du Guangxi avec le concours de Nanning



Source (traduite) : Municipalité de Nanning, 1995.

Nanning devient ainsi le cœur du Guangxi, une province qui s'appuie également sur un réseau routier secondaire dans l'Est, réseau qui a pour but de relier les villes de cette partie de la province à Nanning d'abord et au littoral ensuite. Nanning polarise alors les productions minérales de l'ouest, est reliée au pôle touristique (Guilin) au nord, commande le développement du littoral au sud et polarise les villes de l'Est, elles-mêmes l'arrière-pays de la province du Guangdong[301]. Nanning est donc, dans les plans de construction d'un « grand

[301] Pour un approfondissement des réformes économiques dans le Guangxi à la fin des années 1990, voir : Goodman D., (1997), *China's provinces in reform*, Routledge, Londres, 296 p.

sud chinois », considérée comme un carrefour important dans les années à venir. Un axe, reliant les provinces du *Yunnan*, du *Guangxi* et du *Guangdong* se met en place et tend à favoriser Nanning qui se retrouve au croisement de plusieurs routes importantes. La route du débouché maritime pour les provinces du Yunnan, du Guizhou, du Hunan, et surtout du Sichuan ; la route Chine du sud/Vietnam et la route Nanning/Canton qui mettrait en relation le Guangxi avec le reste des provinces littorales développées. Cette impulsion de l'Etat central fait que Nanning est une des villes chinoises qui grandit le plus vite, ce qui se voit dans la rapide croissance d'une forêt de gratte-ciels, dans l'est de la ville qui accueille depuis peu le nouveau centre économique (photo 7).

Photo 7. Vue du quartier des affaires de Nanning (arrière-plan) depuis le centre de congrès de l'ASEAN (à gauche)

Ce cliché, pris depuis l'Est du nouveau quartier de Langdong (lui-même situé à l'Est de la ville), montre les nouvelles avenues qui relient ce quartier au centre de la ville (en haut à droite) ; le centre de congrès pour les réunions de l'ASEAN se trouve lui en haut à gauche (le bâtiment avec des drapeaux qui entourent la base du dôme) ; les nouvelles tours qui accueillent des bureaux et des habitants (les tours à droite de la photo). Ce quartier s'agrandit perpétuellement depuis 2005 (date du début de sa construction), entrainant un déplacement du centre de gravité de la ville vers l'Est. A terme, la ville souhaite continuer à grandir, espérant atteindre entre 5 et 7 millions d'habitants (au lieu des 1,5 à 2 millions actuels).

Source : Municipalité de Nanning, 2008.

Nanning est maintenant un des lieux de réunions des pays membres de l'ASEAN, et c'est pourquoi, grâce aux nombreux investissements des pays membres de ce groupe, l'ancienne « zone d'investissements pour les Chinois d'outre-mer » se trouve actuellement en cours de réaménagement pour devenir la « zone économique internationale Chine-ASEAN » (divisée en 10 parties, une pour chaque pays)[302]. Pour attirer les investissements, Le Guangxi a déjà planifié 15 nouvelles routes et autoroutes (5 sont déjà réalisées), et est en train de restructurer son aéroport pour l'ouvrir plus largement sur l'Asie du Sud-Est[303]. Grâce à ces délocalisations et au développement d'infrastructures, le PIB de la province a augmenté de 12,3% en 2004, par rapport à 2003, permettant à la région d'investir d'abord dans l'industrie dans le but de développer les exportations d'aluminium, en particulier sur le littoral[304].

2-2. Beihai : un lieu touristique développé récemment

Le gouvernement du Guangxi a également misé sur le tourisme pour développer son littoral, espace jusque là marginal. La ville principale qui devait polariser le développement par le tourisme est Beihai. Cependant, la mise en tourisme de tourisme, sur laquelle les autorités fondaient beaucoup d'espoir, a été un relatif échec. Ceci montre-t-il les imites du rôle de l'Etat dans la prospérité d'un lieu touristique ?

2-2-1. Beihai avant le tourisme : une petite ville méconnue

Comme à Guilin, le rôle de l'Etat est à Beihai fondamental dans le lancement de la ville : le tourisme a été ici choisi un peu à la manière d'un pays pauvre qui place sa « dernière chance » dans cette activité. La cible des aménageurs était en effet le tourisme international et ses recettes (espérées). Cependant, contrairement à Guilin, Beihai est très peu connue des étrangers. La ville a « seulement » été un comptoir pour les puissances occidentales qui se

[302] Pour plus d'informations sur les liens de Nanning avec l'ASEAN, voir : Zhang X., (2006) *Guangxi Bridges China and ASEAN*, China Today, Volume 55, n° 1, p. 29-30.

[303] Des aéroports ont également été construits dans les principales villes, notamment Guilin, Liuzhou, Wuzhou et Beihai. Dans cette dernière, l'aéroport, vétuste, a été rénové et agrandi. Pour les projets de rénovation et d'expansion, voir : airport-tecnology.com, (2008) *Behai airport expansion (China)*, [en ligne] : http://www.airport-technology.com/projects/behai/

[304] Malgré toutes ces réformes, la région autonome *Zhuang* du Guangxi reste cependant en retard par rapport aux provinces côtières du pays. Notamment parce que le secteur primaire continue de regrouper 22 % du Produit Intérieur Brut en 2006. Même si la part des activités agricoles diminue, l'activité principale du Guangxi reste l'agriculture car elle représente plus des deux tiers des revenus de la population (à 34,6 % urbaine). Notamment dans le Sud tropical de la province, le Sud-Est étant plus modernisé que le Sud-Ouest (carte 15). Le secteur secondaire retient lui encore 37 % du PIB et principalement lié aux industries lourdes, il est centré sur la ville de Liuzhou qui polarise les productions de l'Ouest. Le secteur tertiaire est aujourd'hui le plus important (41 % du PIB en 2005), et c'est celui qui grandit le plus vite (+ 14 % entre 2003 et 2004 ; + 36 % entre 2004 et 2005). Cette croissance est en partie du au développement de la ville de Nanning, mais également à l'importance du tourisme à Guilin, dans le nord-est du Guangxi.

sont partagées Beihai à l'issue du traité de Yantai (1876)[305]. Auparavant, Beihai n'était qu'un petit bourg de pêcheurs se situant à l'est de l'actuel port de pêche[306], et jusqu'en 1965, Beihai fait partie de la province aujourd'hui voisine du Guangdong (c'est d'ailleurs pourquoi aujourd'hui encore les habitants y parlent le cantonnais).

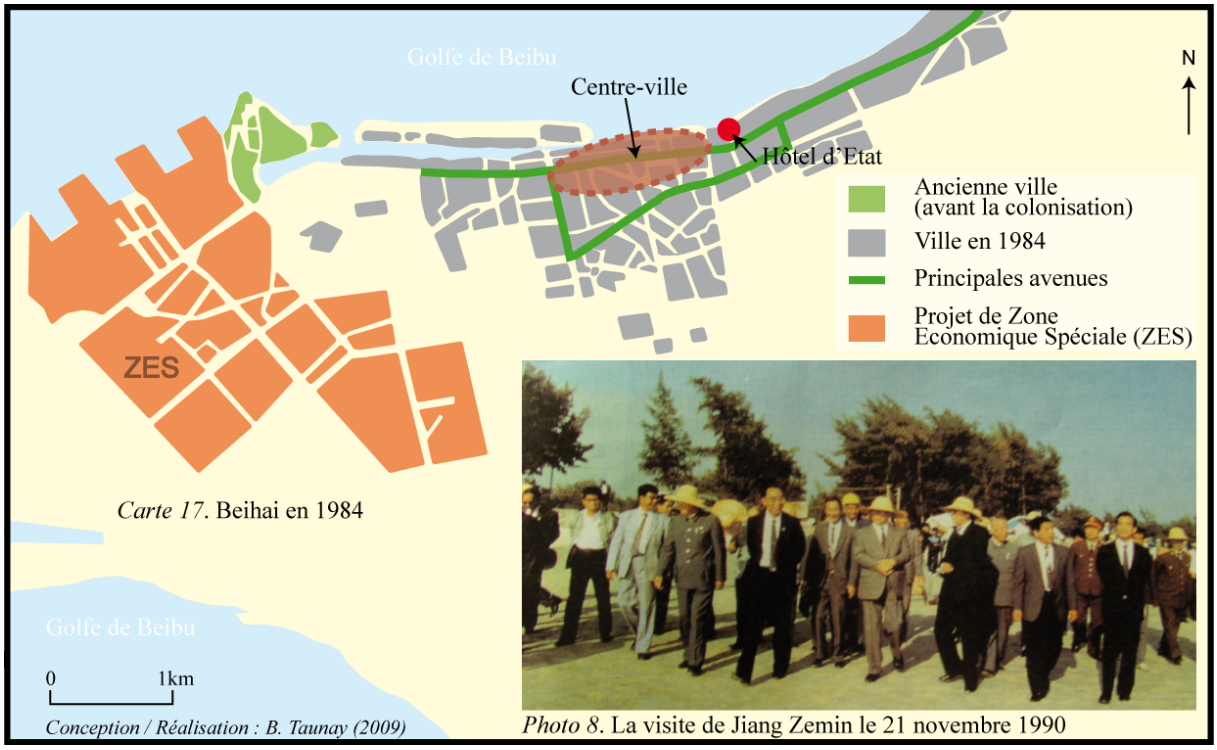
Au début des années 1980, Beihai est donc une ville isolée au bord du golfe de Beibu et elle ne totalise que moins de 100 000 habitants. Les infrastructures liant la ville avec les principales cités les plus proches (Nanning et Canton), sont mauvaises. Pourtant, Beihai est choisie en 1984 comme une des 14 villes ouvertes pour accueillir les capitaux étrangers et développer la Chine à partir de son littoral. Ce choix peu paraître étrange, mais il se justifie par la proximité avec la frontière fermée avec le Vietnam : bien que la guerre contre le Vietnam n'ait durée que quelques semaines en 1979, la frontière demeure encore fermée en 1984 (elle le restera jusqu'en 1989). Il s'ensuit que le littoral du golfe de Beibu, en plus de se situer dans une province rurale, pauvre et peu accessible, est donc « fermé » (de nombreuses troupes militaires se situant à proximité de Beihai).

L'Etat choisi cependant cette ville pour polariser le développement sur le littoral du golfe de Beibu. Le projet original de zone économique spéciale comporte donc une part importante pour la construction d'un nouveau port à l'ouest de la presqu'île. La superficie de cet ensemble (port et zones franches), est en effet supérieure à celle de la ville à cette époque (planche 5). Une part non négligeable est également attribuée au tourisme dans le projet initial. L'idée est de renforcer par de nouvelles constructions le seul hôtel d'Etat, construit en 1958 et donc vieillissant et inadapté à réception d'un important nombre de touristes. C'est pourquoi, dès 1985, un hôtel, construit à proximité du centre-ville de l'époque avec des capitaux de Chinois d'outre-mer, vient épauler le vieillissant hôtel d'Etat. A cette époque, les projets de développement touristique se situent encore au nord de la presqu'île de Beihai, notamment dans la partie nord-est de la ville (planche 5).

[305] Alors que la ville compte 25 000 habitants, huit pays occidentaux (le Royaume-Uni, États-Unis, l'Allemagne, l'Autriche-Hongrie, France, Italie, le Portugal et la Belgique), obtiennent le droit de s'installer à Beihai. Ce sont donc des Occidentaux qui développent la ville à partir de la deuxième moitié du 19ème siècle, comme en témoignent encore les vieux bâtiments à l'architecture occidentale dans l'ancien centre-ville. Jusqu'en 1949, date à laquelle la ville repasse aux mains des autorités chinoises, les « étrangers » vont ainsi aménager un nouveau centre-ville d'où seront exclus les locaux.

[306] Les premières sources dont nous disposons indiquent en effet que si Beihai ne comportait en 1662 que quelques communautés de pêcheurs qui se sont par la suite développées pour arriver au précédent chiffre de 25 000 habitants à la fin du 19ème siècle.

Planche 5. Les projets de transformation de Beihai en 1984



Source du plan : annales de Beihai, 1990.

Source de la photo : Le phénomène Beihai, 1999[307]

En 1988, Beihai est élue une des « villes importantes du tourisme » et trois nouveaux hôtels sont bâtis cette même année. Preuve du soutien de l'Etat, Jiang Zemin, alors président, visite en personne la ville à la fin 1990 (photo 8). Deux ans plus tard, en 1992, *Li Peng*, alors premier ministre vient aussi constater l'avancée des travaux de construction du nouveau centre-ville (*Infra*). En 1993, c'est au tour du vice premier ministre *Zhu Rongji* (il deviendra par la suite premier ministre), de visiter Beihai. C'est dire si l'Etat accorde de l'importance à ses zones économiques spéciales, même celle-ci, pourtant isolée au sud du pays.

Il y a également un important « tapage » médiatique autour du développement de la ville : 1992 est ainsi proclamée l'année de Beihai à l'échelle du Guangxi. Le rôle de l'Etat prend ici toute sa dimension, et est peut être ici encore plus marqué car avant 1984, presque personne ne connaissait la ville de Beihai. Elle était même la deuxième ville de la municipalité de *Hepu*, alors qu'aujourd'hui la ville de *Hepu* est la deuxième ville de la municipalité de Beihai (*Infra*). En tout cas, le résultat au début des années 1990 s'est traduit par l'arrivée massive de migrants à la recherche d'un emploi, d'ailleurs mieux accueillis dans

[307] Zhou G., (1999) *Beihai xianxiang* (Le phénomène Beihai), Huaxia chubanshe, Beijing, 376 p.

ce genre de petite ville en développement que dans les grandes agglomérations de l'Est du pays (Sanjuan, 2007).

2-2-2. Chute et renaissance du tourisme à Beihai (1995-2005)

Fort de ces premières réussites, la municipalité de Beihai lance une politique de grands travaux, l'objectif étant de faire de la presqu'île un seul et vaste ensemble urbain moderne. Une grande ville qui, grâce aux revenus générés par la manne financière des entreprises étrangères nouvellement installées (dans les zones franches, autour du port, à l'ouest de la ville), pourrait bâtir une nouvelle ville et donc accueillir un important secteur touristique. La municipalité donne le rythme dès 1992 avec le début de la construction d'un nouveau centre-ville, au sud du cœur historique[308].

Le centre-ville, ainsi que la première phase de rénovation du port, sont achevés en 1995, mais Beihai connaît un lourd échec à l'horizon 1993 : un investisseur étranger décide, à la moitié des 108 villas de tourisme prévues au sud de la ville (121 ha) et 107ha d'immeubles en plein centre-ville, d'abandonner la poursuite des travaux. Cet abandon fait date car les autres investisseurs étrangers hésitent dès lors à placer leur argent dans la ville : en 2000, 2172 hectares planifiés zone à construire étaient en friche et entre 1994 et 2000, la ville manque de capitaux pour construire la grande ville moderne souhaitée, laissant vide l'espace interstitiel entre la ville au nord et la plage au sud de la presqu'île. Le port reste également trop petit pour supporter le développement économique (5 millions de tonnes en 2007). De nombreux projets destinés aux touristes internationaux sont ainsi restés comme lettre morte (photo 9).

La ville de Beihai connaît pourtant un développement touristique quelques années plus tard. Celui-ci est dû à l'arrivée de touristes intérieurs, dont le nombre ne cesse d'augmenter depuis 1990 (graphique 9). Mais malgré ce développement, la ville n'attire encore que peu de touristes en comparaison d'une ville comme Guilin. La municipalité de Beihai n'a ainsi reçu en 2005 que 6,4% des touristes se rendant dans la province (Annuaire statistique du Guangxi, 2006). En réalité, l'augmentation du nombre de touristes intérieurs à Beihai est même très récente (graphique 9), elle est directement liée au développement des semaines d'or grâce auxquelles un plus grand nombre de Chinois a l'opportunité de faire du tourisme.

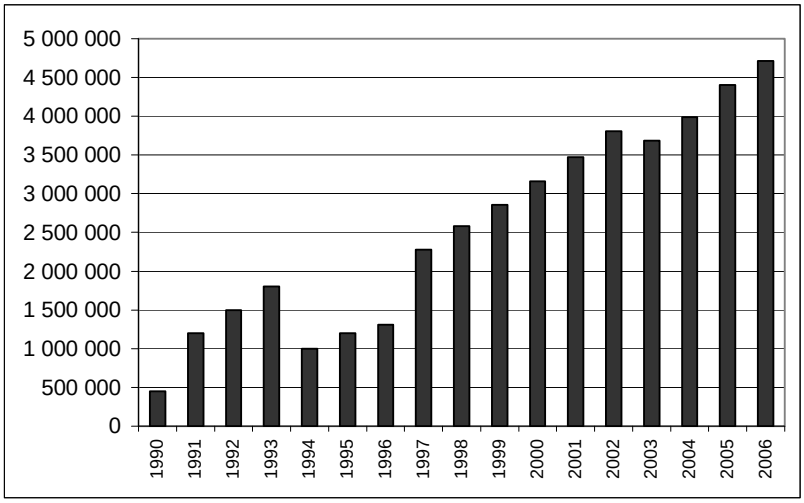
[308] Voir la troisième partie de la thèse pour une analyse des aménagements touristiques ainsi que des extensions urbaines liées au tourisme à Guilin et Beihai.

Photo 9. Un établissement destiné au tourisme international, aujourd'hui laissé à l'abandon

Cette photo nous montre, aujourd'hui laissée à l'abandon, un panneau lumineux sur lequel on pouvait autrefois lire « Disco ». L'utilisation des termes en Anglais directement dans le corps du texte des publicités, des dépliants touristiques est certes assez commune dans de nombreux lieux touristiques. Toutefois à Beihai, cette utilisation est largement répandue, dans de vastes publicités le long des murs du centre-ville, dans les centres commerciaux, etc. Comme si la ville attendait encore les touristes internationaux (occidentaux), qui ne sont jamais venus.

Cliché de l'auteur, 2006.

Graphique 9. Evolution du nombre de visiteurs « nationaux » à Beihai de 1990 à 2006

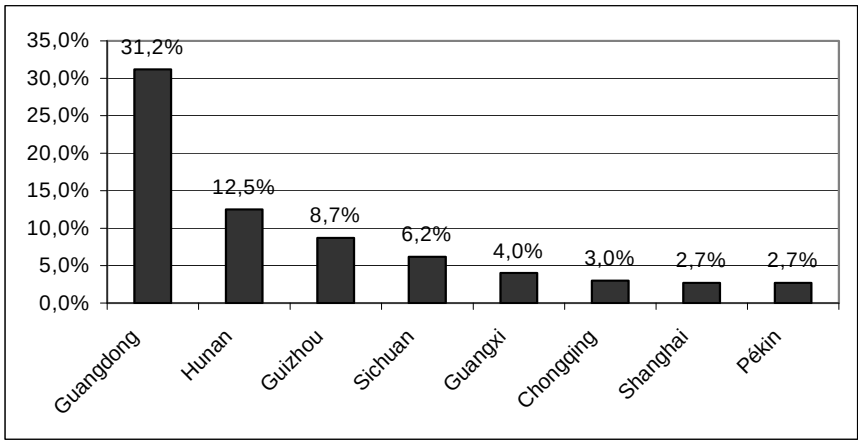


Unité : visiteurs

Source : Bureau du tourisme de Beihai, 2007

Encore une fois, les chiffres officiels doivent cependant être révisés. Tout d'abord, la valeur de 1,88 millions de touristes[309] en 2006 est, à l'échelle de la municipalité, un espace qui comprend d'autres villes que Beihai et tous les visiteurs qui sont venus plus d'un jour n'avaient donc pas tous pour but de faire du tourisme. Ensuite, le tourisme reste toujours polarisé par le foyer cantonnais, loin devant les touristes du Guangxi et de ses provinces limitrophes (graphique 10) : contrairement à Guilin, les touristes ne viennent pas ici de l'ensemble du pays. De plus, bien que ce fut au départ un souhait de la municipalité, quasiment aucun touriste étranger ne se rend à Beihai. Enfin, l'activité touristique reste saisonnière malgré le climat tropical : les touristes commencent à être présents au mois d'avril, sont très nombreux pendant la semaine d'or de mai, mais sont ensuite assez peu jusqu'au mois de juillet, où les étudiants viennent nombreux jusqu'en septembre. Après la semaine d'or d'octobre, presque aucun touriste ne sera présent à Beihai[310].

Graphique 10. Origine des touristes à Beihai en 2006



Source : Bureau du tourisme de Beihai (2007) et travail de terrain (2006)

Malgré toutes ces limites, un certain essor du tourisme intérieur peut être constaté depuis le début des années 2000. Depuis 2003, une autoroute relie Beihai à Guilin. Cet axe, nommé à partir des noms des deux villes (*Guihai*)[311], est surnommé la « route touristique en or » (*lüyou huangjin dai*)[312] par les aménageurs du bureau du tourisme de la province : il permet de faire venir les touristes de Guilin à Beihai, mais aussi leur argent. Beihai mise sur

[309] Les 4,1 millions d'individus que le bureau du tourisme de Beihai appelle « touristes » en 2006 (graphique 9), sont restés pour 60% 1 jour ou moins, une statistique indiquant que seulement 40% des visiteurs sont des touristes ; soit 2,2 millions d'excursionnistes pour 1,88 millions de touristes en 2006.
[310] Source : entretien avec le président de l'association des agences touristiques de Beihai, le 31 mai 2007.
[311] 桂海
[312] 旅游黄金旅带

le rayonnement de Guilin pour faire venir des touristes. La route est d'ailleurs le moyen le plus commode pour se rendre à Beihai, car l'aéroport, même s'il a été agrandi, reste encore modeste et les prix des billets d'avion plus élevés que ceux des destinations plus « attractives » comme l'île de Hainan par exemple.

2-3. L'échec relatif de la création d'une plage au sud de Beihai

L'Etat s'est donc fortement impliqué dans la mise en tourisme de Beihai, mais la réussite n'a été que très tardivement au rendez-vous. Le même cycle de déclin/renaissance s'est vérifié dans l'aménagement touristique principal de la ville, la plage d'Argent.

2-3-1. L'échec de la plage des années 1990

Avant l'échec de la construction d'une nouvelle ville, Beihai, pensant obtenir d'importants capitaux grâce à sa nouvelle fonction de plate-forme multimodale, a commencé dès 1992 à aménager les vastes plages sableuses du sud de la presqu'île. Le projet initial était d'aménager une vaste « zone touristique » (*lüyou dujia qu*)[313] sur tout le littoral sud de la ville. Les aménageurs voulaient y développer ce qu'ils pensaient être une plage à l'occidentale, c'est à dire un petit paradis tropical fait de sable blanc et de cocotiers (photo 10). Le littoral sud est ainsi nommé le littoral d'Argent (*yintan*)[314] en référence à ses plages de sable blanc (qui produit des reflets argentés), et une plage est spécifiquement dénommée « la plus belle plage sous le ciel » (*tian xia di yi tan*)[315].

Mais les immeubles et les villas inachevées dans le centre-ville, ainsi que l'arrêt temporaire des constructions d'infrastructures, font que la nouvelle plage est très tôt isolée de la nouvelle ville. Dans les années 1990, le tourisme international en Chine, cible des aménageurs, ne se dirige pas vers le littoral[316] : à la fin des années 2000, ce tourisme visite encore la Chine dans des circuits stéréotypés qui n'ont de littoral que les très grandes métropoles comme Shanghai ou Hong Kong (cf. chapitre 1). Les aménageurs se trompent donc de cible en pensant que le développement du tourisme international sur le littoral chinois en général sera important.

---

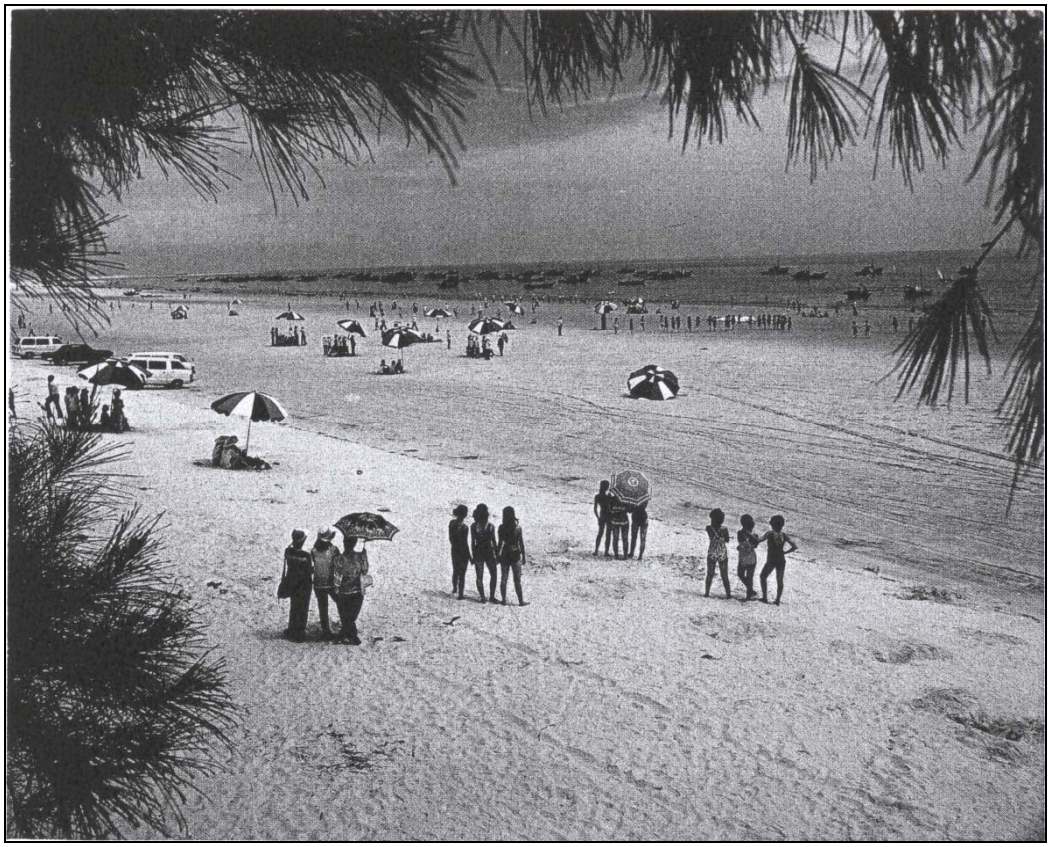
[313]旅游度假区

[314]银滩

[315]天下第一滩. Notons que c'est là une plage « artificielle » : elle a été crée par un système de rechargement.

[316] Dans les années 1990, la plus ancienne plage connue en Chine (Beidaihe, dans la province du Hebei) est presque exclusivement fréquentée par des touristes intérieurs originaires de Pékin et de la Chine du nord-est (Xu Gang, 1999). Voir à ce propos le chapitre 6.

Photo 10. La plage d'Argent dans les années 1990



Ce cliché a été pris aux alentours des années 1995. On y voit une plage vierge d'aménagements touristiques (à l'exception de quelques parasols), ainsi que quelques touristes (premier plan), qui en observent d'autres (arrière-plan, à la limite de l'eau de mer). Les voitures à gauche de la photo témoignent de la difficulté pour s'y rendre à cette époque. Les larges avenues actuelles n'étaient pas encore construites et il fallait louer un taxi pour se rendre sur cette plage. A cette époque enfin, le tourisme était en concurrence avec l'activité de pêche (bateaux en arrière-plan), alors qu'aujourd'hui ceux-ci sont regroupés dans un port nouvellement construit (2001), à l'Ouest de la plage d'Argent.

Source : Annales de Beihai, 1997.

C'est cependant sans oublier la proche île de Hainan, elle aussi aménagée pour devenir le « Hawaï chinois »[317]. Egalement sous statut de Zone Economique Spéciale, Hainan reçoit elle des capitaux étrangers et ses deux principales villes touristiques - *Haikou* et surtout *Sanya* - se développent rapidement dans les années 1990. Chacun de ces deux ensembles urbains est de plus équipé d'un aéroport international facilitant l'accès des touristes. L'île de Hainan est enfin bien reliée à Canton par d'importantes autoroutes et on y parle le mandarin, parce que de nouveaux habitants attirés par le développement touristique de l'île sont venus massivement[318]. A Beihai au contraire on parle le cantonnais et la mise en tourisme de la ville

[317] C'est ainsi que Pékin appelle cette île, notamment depuis (2002) que le concours de Miss Monde s'y déroule à chaque fin d'année.
[318] Consulat de France à Canton :
http://www.ambafrance-cn.org/spip.php?article3788&lang=fr&secteur_virtuel=293

peine à s'envoler. A la veille des années 2000 la plage de Beihai reste encore un espace touristique à dimension régionale, presque tous les touristes étant alors originaires de Canton.

Photo 11. Les espaces pour les touristes internationaux aujourd'hui abandonnés

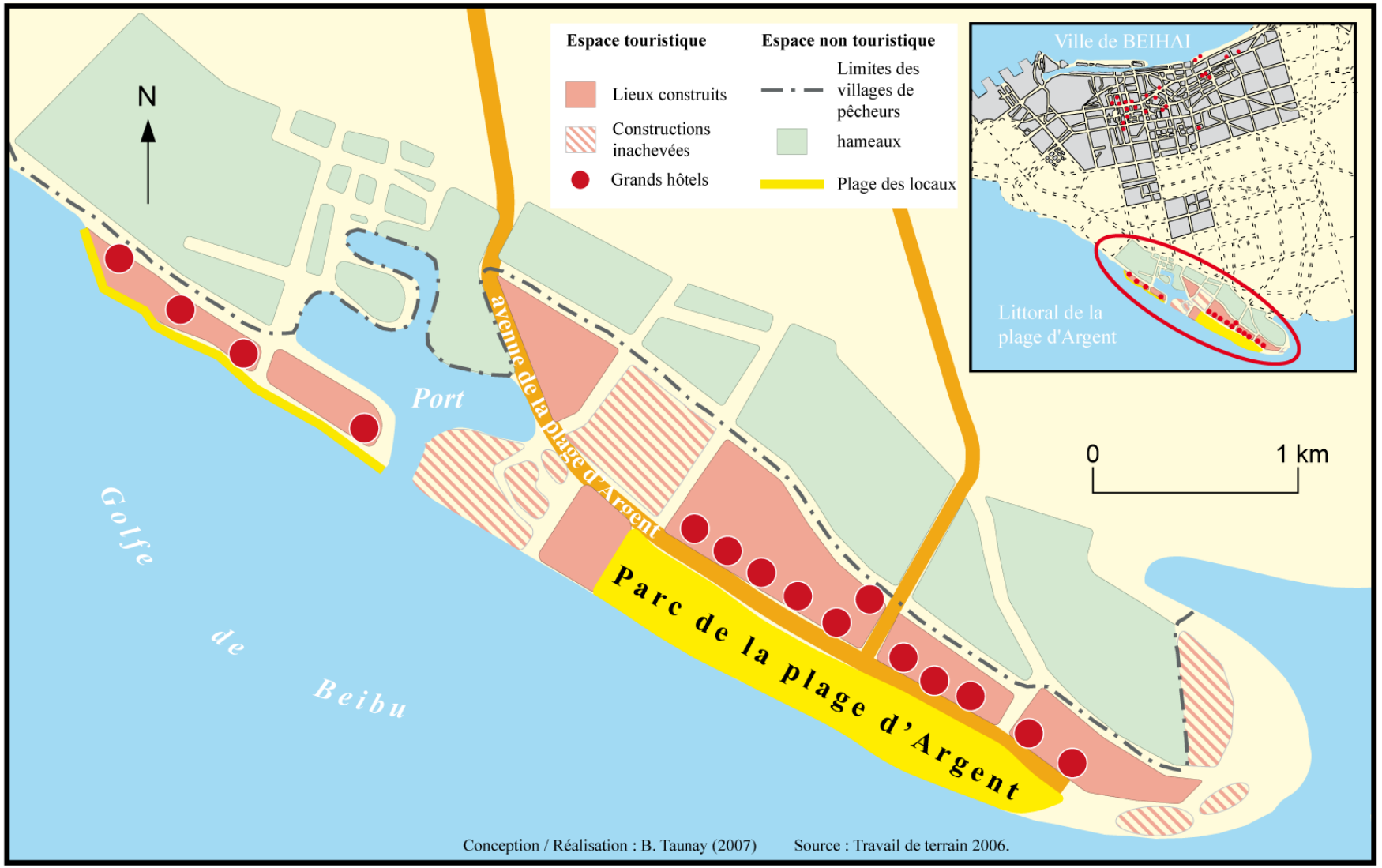
Sur cette photo, nous voyons clairement les projets de la municipalité de Beihai dans les années 1990. Tous les projets étaient dans cette décennie tournée vers les touristes occidentaux. Les aménagements étaient donc fondés sur des espaces « ouverts » avec des aménagements relativement discrets et dispersés. Ce cliché a été pris dans un parc dédié au tourisme à quelques centaines de mètres de la plage d'Argent actuelle, mais cet espace est aujourd'hui laissé à l'abandon. Il en va de même pour deux autres parcs du même type sur le littoral sud de la presqu'île de Beihai.

Cliché de l'auteur, 2006.

2-3-2. La plage est refondée au début des années 2000

Malgré des difficultés à attirer des touristes lors des premières années de son exploitation, ce site est aujourd'hui le plus fréquenté de Beihai, ce qui a produit d'importants aménagements sur cette portion de littoral (carte 18). Bien qu'encore assez éloignée du centre-ville, la plage d'Argent est ainsi aujourd'hui ceinturée par une avenue routière à deux fois trois voies. Au bord de cette avenue, de nombreux grands hôtels font face au littoral et les espaces interstitiels entre ces hôtels sont comblés par des boutiques de souvenirs, des restaurants (cf. troisième partie).

Carte 18. Le littoral de la plage d'Argent, au Sud de la presqu'île de Beihai



Source : Enquête de terrain, 2006.

Le point central de ce littoral nouvellement mis en tourisme est donc le parc de la plage d'Argent, un linéaire d'environ deux kilomètres d'orientation sud-est nord-ouest. Jusqu'en 2004, cet espace était fermé et un droit d'entrée était demandé (les vastes portes aujourd'hui presque en permanence ouvertes témoignent encore de cette époque). La plage d'Argent n'est donc pas une plage « ordinaire », c'est au contraire un espace que l'on peut qualifier de « parc touristique », le terme chinois de parc (*gongyuan*)[319], étant d'ailleurs attribué à cet espace[320].

La mise en tourisme de ce littoral reste toutefois encore incomplète : derrière les grands hôtels et les restaurants qui bordent l'avenue de la plage d'Argent, ce sont encore des espaces ruraux peuplés de communautés de pêcheurs qui montrent la limite avec une ville encore éloignée de son littoral. Les constructions inachevées du début des années 1990 (photo 11), sont également toujours présentes, rappelant au touriste le passé récent de la ville.

2-3-3. Un espace très aménagé, mais des touristes peu satisfaits

Le rôle de l'Etat dans la construction de la plage d'Argent se constate enfin dans les aménagements touristiques. Par exemple, l'indication à l'entrée du parc de la plage d'Argent n'est pas équivoque : « bienvenue au paradis de la plage » (*huanying lai dao haishang leyuan*)[321]. La sémantique employée ici (utilisation du caractère 乐, qui associé avec le caractère 园 forme le mot « paradis », également synonyme de « lieu de délices »), rappelle que la plage est avant tout un espace de divertissement et de plaisir. Ensuite, l'entrée de la plage est clairement indiquée par une imposante pierre sur laquelle est calligraphiée que la plage d'Argent est « la plus belle sous le ciel ». En fait, tout est fait pour attirer les touristes (ces « détails » étant largement reproduits dans les publicités vantant la beauté de la plage), mais ces derniers ne sont pas toujours satisfaits des aménagements de ce parc.

Tout d'abord, les touristes trouvent ce site « pas assez aménagé ». Pourtant, les aménagements sont nombreux. Il est par exemple proposé une excursion en voiturette de 10 personnes dès l'entrée (les voiturettes se situent à proximité immédiate de la pierre calligraphiée indiquant que cette plage est la « plus belle sous le ciel »). Lors de cette excursion des éléments du parc sont nommés et mis en valeur comme points importants de la visite du parc. Les aménagements « singuliers » de la plage d'Argent, montrant un rapport

[319] 公园
[320] Dans cette volonté de fermer l'espace, il faut également voir la volonté de la municipalité de Beihai de retirer des recettes. Il y a donc un objectif de rentabilité économique à ne pas oublier dans l'analyse de cet espace. Voir le chapitre 8 pour les nouveaux plans d'aménagement de ce « parc ».
[321] 欢迎来到海上乐园

particulier à la mer et à la détente, ne se limitent pourtant pas là. De nombreuses boutiques permanentes sont installées à même le sable et pendant les semaines d'or le gouvernement fait installer des restaurants de plein air sur les pelouses jouxtant la plage. Sur la plage en elle-même, les touristes peuvent faire un tour d'ULM pour survoler pendant 5 minutes la plage (pour un coût de 200 yuans, soit 20 Euros), soit conduire quelques minutes un petit buggy. Les touristes peuvent également se rendre sur l'eau avec des Pédalos, soit sur un *jet ski* conduit par un moniteur.

Les touristes intérieurs trouvent pourtant que cette plage n'est pas encore assez aménagée : 42% des interrogés se disent moyennement satisfaits de la plage et des ses aménagements et 30% pas du tout satisfaits (enquête de terrain, 2007)[322]. Le gouvernement de la ville de Beihai planifie donc de nouveaux et nombreux aménagements pour l'avenir. Seul aménageur de la plage, la municipalité a lancé en 2005 un appel à projet sur la mise en tourisme de l'ensemble du littoral sud de la presqu'île. Le projet retenu est américain et sa mise en œuvre programmée pour 2007 dans sa première phase. A terme, le linéaire côtier mis en tourisme devrait passer des 2 km actuels à plus de 15 km (cf. partie 3). La municipalité entend également bâtir une nouvelle ville bordant le linéaire mis en valeur.

Les touristes intérieurs chinois semblent donc apprécier des lieux urbains, très équipés, même quand il s'agit d'une plage.

[322] Voir les annexes.

Conclusion du chapitre. Le rôle de l'Etat et la valeur des lieux

Au cours de ce chapitre, nous avons essayé de montrer l'implication de l'Etat dans les mises en tourisme de villes à l'échelle du pays en général, aux échelles de Guilin et Beihai en particulier. Nous avons ainsi pu constater le rôle fondamental de cet acteur. C'est lui qui lance les lieux touristiques, les promeut à différentes échelles et *via* différents supports et c'est lui qui planifie le développement et le soutient si besoin par de nouveaux aménagements.

De ce développement, retenons la relative ancienneté du rôle de l'Etat, puisqu'à Guilin le soutien commence dès 1973. En terme absolu, cela semble peu, mais à l'échelle de l'histoire sociale du pays, cet écart est notoire. A cette époque, la Révolution culturelle n'était pas encore terminée, et pourtant Deng Xiaoping misait et encourageait le développement du tourisme ; si bien que dans les années 1980, Guilin était déjà un lieu touristique important à l'échelle du pays.

A Beihai, le scénario diffère, la mise en tourisme y débute plus tardivement, et surtout celle-ci ne s'appuie pas sur un site connu depuis la période classique, ou l'Antiquité chinoise. Le soutien de l'Etat est ici motivé par la possibilité de sortir un littoral de sa situation de marge, par la création, presque *ex-nihilo,* d'une nouvelle ville. Toutefois, l'alchimie n'y a pas fonctionné comme à Guilin. Les échecs successifs de Beihai en matière d'aménagement laissent supposer que le succès des mises en tourisme n'est pas systématique, même à grand renfort de moyens. Les lieux ont donc bien une « valeur » touristique, selon ce que les touristes y voient, et les représentations qu'ils s'en font.

Ainsi, la prise en compte des souhaits des touristes et de leurs pratiques est fondamentale pour réussir une mise en tourisme. Nous avons pu rapidement constater dans le cas de Guilin que les touristes intérieurs et les touristes internationaux ne fréquentent pas toujours les mêmes lieux ; certains sites étant inconnus de la deuxième population. A Beihai, nous avons aussi pu remarquer le goût des touristes intérieurs pour les espaces « fortement aménagés ». Il y a donc bien des questions qui se posent sur la nature et les modalités des pratiques touristiques chinoises. Des interrogations auxquelles il faut maintenant essayer de répondre.

Conclusion de la première partie

Encore très peu d'études se sont penchées sur le tourisme intérieur chinois. Ce phénomène est pourtant le plus important dans le panorama du tourisme chinois, loin devant le tourisme international en Chine. Ces quelques pages ont donc essayé de remédier, en partie, au manque de connaissance sur le tourisme des Chinois du continent dans leur pays (hormis Hong Kong et Macao), son importance numérique, ses pratiques et ses lieux. De cette première analyse, quelques premières conclusions peuvent être retenues :

Malgré de nombreuses confusions statistiques, il est évident que le tourisme intérieur chinois dépasse largement le tourisme international en Chine, en nombre de touristes tout d'abord (entre 10 et 15 millions de « véritables » touristes internationaux contre entre 300 et 400 millions de touristes intérieurs) et en recettes liées à cette activité (30 milliards de dollars pour le tourisme international contre 110 milliards de dollars pour le tourisme intérieur). Le terme même « d'intérieur » pose cependant problème : comment considérer les touristes en provenance des régions spéciales et en retour le tourisme des continentaux vers ces régions peut-il être qualifié de tourisme intérieur ? En raison de la persistance d'une douane entre le continent et ses régions spéciales et en raison d'une expérience touristique (et d'une liberté de se déplacer plus grande), nous avons exclu le tourisme en provenance ou vers ces régions spéciales de la définition même du tourisme intérieur chinois.

Le deuxième principal constat est que la très grande majorité des touristes intérieurs sont originaires des plus importantes zones urbaines de l'Est du pays et que le tourisme intérieur chinois est donc d'abord le reflet de l'émergence actuelle de la classe moyenne urbaine des provinces côtières. Ces touristes se rendent principalement dans les grandes villes côtières, mais aussi dans quelques provinces du sud du pays (le nord de la Chine émet plus qu'il ne reçoit de touristes et c'est l'inverse au sud), le Sichuan, le Yunnan, le Hunan, Hainan et bien sûr la province du Guangdong. La deuxième principale destination des touristes chinois à l'échelle du pays est des zones « d'intérêt paysager et historique national », des lieux touristiques centrés sur des sites connus et visités par des nobles depuis l'époque classique. Cette filiation entre les pratiques anciennes et actuelles, qui visitent les mêmes sites, est le fait du rôle de l'Etat qui voyait là un moyen de contrôler le contenu du tourisme, une activité alors en plein essor.

L'Etat justement, est aussi à l'origine des mises en tourisme des principales villes dans le pays. Dans le cas du sud-ouest en particulier, mettre en tourisme Guilin et Beihai était un moyen de les développer et ainsi d'en faire des enclaves « riches » au sein de régions pauvres. C'est pourquoi l'Etat a investi massivement pour bâtir de nouvelles villes et a même parfois développé des « périphéries touristiques », c'est-à-dire la mise en valeur touristique d'un ensemble de sites répartis dans tous les cantons d'une municipalité.

Cette partie pose donc certains constats sur le tourisme intérieur, mais elle pose également de nombreuses questions. Par exemple, une étude historique plus approfondie sur les origines du tourisme intérieur serait nécessaire pour comprendre plus en finesse les pratiques des lettrés à l'époque impériale. Surtout, y avait-il à cette époque déjà une transformation des lieux pour ces visiteurs ? Une géographie historique du tourisme intérieur chinois, étude difficile, serait donc très enrichissante pour comprendre plus précisément si une « autre » forme de tourisme n'est pas apparue en Chine.

Le rôle de l'Etat dans d'autres villes du pays devrait aussi être approfondi. Y a-t-il d'autres scénarii que ceux que nous avons soulignés au travers des exemples de Guilin et Beihai ? Notamment dans l'Est du pays, c'est-à-dire dans des provinces plus développées, le rôle de l'Etat a-t-il été différent si bien que les formes des lieux sont différentes ?

Enfin, quel est le rôle de l'Etat aujourd'hui dans les pratiques touristiques ? Nous avons pu constater au chapitre 2 la volonté du gouvernement de contrôler les lieux mais aussi contenus (écrits et oraux), destinés aux touristes. Du fait de cet acteur, les pratiques touristiques intérieures sont-elles aujourd'hui « stéréotypées », identiques d'un individu à un autre ? Ou bien y a-t-il une ouverture vers des pratiques « différentes », plus individuelles et qui se dirigent vers d'autres lieux pour y découvrir une expérience qui sort des sentiers battus ?

Partie II.

Les pratiques spatiales des touristes intérieurs chinois

Introduction de la deuxième partie

« *Sans touriste, pas de pratiques touristiques, pas de lieux touristiques, pas de tourisme* »
Equipe MIT, *Tourismes 1*, (p. 80).

Après une première partie consacrée à comprendre ce qu'est le tourisme intérieur, depuis quand ce phénomène existe, quels en sont ses fondements ainsi que ses formes, cette seconde partie est employée à l'analyse des pratiques touristiques dans les cas plus particuliers de Guilin et Beihai.

La citation liminaire montre que les touristes sont au centre du système touristique. Notre étude du tourisme intérieur à Guilin et Beihai commencera donc par l'examen de ces acteurs et de leurs pratiques, ce qui présente un grand intérêt : les modes d'habiter les lieux touristiques de cette population sont encore largement méconnus (cf. chapitre 2). Hormis de récentes et passionnantes études anthropologiques sur le sujet, très peu d'auteurs se sont attachés à décrire puis analyser les motivations et les regards de ces touristes qui accèdent depuis peu au tourisme au sein de leur pays.

Cette partie entend donc apporter des matériaux et des réflexions de terrain au débat qui s'ouvre depuis peu sur ces pratiques touristiques chinoises. Notre étude insistera en particulier sur les cas de Guilin et de Beihai, mais aussi sur quelques autres exemples choisis dans les provinces du Guangxi et du Guizhou. Dans un ensemble de lieux en apparence bien différents notre objectif sera alors de repérer des invariants au sein des pratiques spatiales chinoises. L'exercice n'est pas aisé, car distinguer des constantes sociales au sein de pratiques spatiales implique de se situer épistémologiquement à la frontière de la géographie et de l'anthropologie.

Nous aurons donc le souci de toujours comparer ces pratiques avec celles des touristes internationaux occidentaux présents dans les mêmes lieux. Les modes d'habiter de ces derniers protagonistes sont en effet bien décrits et conceptualisés depuis maintenant quelques années (cf. Introduction générale). Réaliser des comparaisons avec des touristes asiatiques aurait été plus pertinent, mais à ce stade de la recherche plus ardu ; leurs pratiques étant moins connues, malgré un certain nombre de travaux récents (cf. chapitre 2).

Cette partie insistera sur quelques interrogations principales. La première est celle de la place de l'individu dans les pratiques intérieures : des touristes commencent en effet à se rendre de manière plus autonome dans les lieux touristiques, rendant primordial de repenser l'image d'un groupe suivant docilement un guide, dans des circuits où l'objectif est de visiter le plus de lieux en moins de temps. Le chapitre 4 proposera donc une présentation générale des pratiques touristiques intérieures à Guilin en particulier : l'origine géographique influence-t-elle les pratiques touristiques ? Ne faut-il pas plutôt insister sur les « générations » de touristes ?

Le deuxième chapitre insistera lui sur les modalités de contemplation de la nature en général, des paysages de Guilin et du Guangxi en particulier. Ce qui permettra d'interroger ce qui est « beau » dans un paysage selon le regard des touristes intérieurs (en scindant l'analyse entre les pratiques des touristes qui voyagent en groupe et celles plus « individuelles »). Le dernier chapitre interrogera quant à lui le goût des touristes intérieurs pour les espaces urbains, modernes et aménagés. C'est en effet dans les villes que se déroule le cœur du tourisme intérieur, les espaces urbains étant les plus pratiqués.

***Chapitre 1*. Les générations de touristes intérieurs chinois**

1. Les caractéristiques d'un voyage réussi
2. Les pratiques du tourisme intérieur : lieux communs

***Chapitre 2*. Les modalités de la contemplation et de la découverte de la Nature par les touristes intérieurs**

1. Les modalités de la contemplation et de la découverte des paysages
2. Les pratiques de la Nature des touristes plus « individuels »

***Chapitre 3*. Les pratiques urbaines des touristes intérieurs : Modernité, Entertainment, Sociabilité**

1. Les pratiques urbaines, entre désir de modernité et « entertainment »
2. Les pratiques de la plage urbaine à Beihai : l'importance de la sociabilité

Chapitre 4. Les générations de touristes intérieurs chinois

« *Chaque bassin émetteur a des caractéristiques qui lui sont propre :*
-les touristes en provenance de Pékin seraient plus attirés par la culture et le mode de vie ;
-les touristes en provenance de Shanghai seraient intéressés par l'atmosphère du pays, l'expérience que représente le voyage, le shopping, la recherche de promotions, les sorties nocturnes ;
-ceux provenant de la région de Canton seraient davantage tournés vers les divertissements et la vie nocturne, particulièrement intéressés par les offres incluant une initiation gastronomique. »
(Florence Akar, 2006)[323]

Les données officielles du tourisme intérieur chinois étant en grande partie biaisés, une mise au point statistique sur les chiffres s'impose à ce stade de l'exposé. Cette partie commence donc par la description des résultats d'une enquête de terrain menée à Guilin au mois de juin 2008[324] : l'analyse des données nous permet en effet d'entrevoir, à partir d'un cas particulier, des logiques générales concernant les touristes intérieurs chinois ; ce qu'aucune étude n'a encore proposée.

Des caractéristiques simples sont d'abord évoquées : les saisons touristiques à Guilin, l'origine des touristes intérieurs. La fréquentation touristique sera également un élément important, sa diversité permettant de considérer Guilin comme un lieu « test », assez représentatif pour l'analyse des pratiques touristiques. Du moins, la fréquentation recouvre ici l'ensemble des provinces, ce qui permet de soulever des questions telles que l'apparition de l'individu, ou bien la persistance des visites en groupe : l'image du groupe à casquettes suivant un guide à fanion, s'efface-t-elle ?

La problématique des générations de touristes sera également centrale. Les pratiques touristiques sont-elles différentes selon l'âge ? Ou bien est-ce seulement l'origine des touristes qui influence leurs comportements, comme semble le suggérer la citation liminaire ? Ces questions seront abordées via le prisme d'une méthode quantitative, fondée sur l'analyse du Khi². Permettant de tester le lien entre deux variables qualitatives, ce procédé statistique essayera d'aller à l'encontre de certains lieux communs liés au tourisme chinois. Les

[323] Akar F., (2006) *Le marché chinois. Un marché émergent atypique*, Revue Espace, n° 237, p. 27-33.
[324] Pour cette enquête, je tiens ici à remercier Renaud Bouret (auteur notamment de : (1997), *Méthodes quantitatives et sciences humaines. Pour prendre la mesure du monde*, Les Editions de la Chenelière, Montréal, 307 p.), qui m'a aidé à concevoir cette enquête, à faire passer les questionnaires sur le terrain, ainsi qu'à analyser les résultats.

mathématiques seront ainsi mises au service des sciences humaines, ce qui est peu courant dans la littérature géographique française, mais l'est plus chez les auteurs anglophones[325].

Une méthode qualitative est également utilisée, comme contrepoids et ouverture. Notamment à Beihai, où nous avons aussi observé les pratiques des touristes intérieurs en 2006 [326] . Au cours de ce chapitre, informations quantitatives et qualitatives seront fréquemment mises en parallèle, afin de mieux appuyer les conclusions : même si Beihai n'est pas un lieu comparable à Guilin, en terme de situation géographique, en terme d'aménagements et d'équipements touristiques, ni même en terme de fréquentation touristique, des invariants apparaissent cependant dans les pratiques observables. La faible importance des pratiques de jeu sportif au profit d'un goût pour la découverte, pour « l'*Entertainment* », etc., seront ainsi quelques éléments mis en valeur.

1. Les caractéristiques d'un voyage réussi

1-1. Les profils des touristes intérieurs

1-2. Groupes et individus

2- Les pratiques du tourisme intérieur : lieux communs

2-1. La méthode du Khi²

2-2. La question de l'origine géographique

2-3. Les générations de touristes intérieurs chinois

[325] Le principe de cette méthode est expliqué dans la deuxième partie de ce chapitre, et précisé dans les annexes. Notons ici que notre démarche se fonde sur un échantillon non aléatoire de 240 personnes (méthode des quottas), représentatif de la population chinoise (données de 2005). Les réponses à un questionnaire de 18 questions (principalement des variables qualitatives), ont été croisées, et, selon la valeur d'un indice calculé entre les distributions statistiques observées et les distributions statistiques théoriques, on peut mesurer le lien entre deux variables. Par exemple, le rapport entre l'origine géographique des touristes et l'aspect important d'un voyage réussi.

[326] Cette enquête se fonde sur des observations systématiques et répétées, dans quatre sites majeurs de la ville, à différents moments de la journée, pendant la semaine d'or de mai 2006. Pour une explication détaillée des sites d'enquête, des choix et des éléments observés, voir les annexes.

1. Les caractéristiques d'un voyage réussi

Le développement suivant tente de répondre à deux questions : y a-t-il un certain conformisme dans les pratiques touristiques chinoises ; ces pratiques sont-elles toujours aussi « collectives » que par le passé, ou bien cette réalité d'un tourisme de « groupe » est-elle en train de disparaître au profit de pratiques plus « individuelles » ? Ce sont en effet là deux images récurrentes associées au tourisme chinois, et il s'agit donc de vérifier leur véracité dans le cas précis de Guilin.

1-1. Les profils des touristes intérieurs

Qui sont les touristes qui se rendent à Guilin, quand, pour combien de temps et de quelle manière, seront les premières questions posées ici. Au travers des profils des touristes intérieurs, nous pouvons en effet placer la question d'un certain « conformisme social » : y a-t-il un stéréotype du touriste chinois dans une société encore très collective ? Ou bien une certaine expérience touristique commence-t-elle à apparaître ?

1-1-1. Les touristes intérieurs : les principaux touristes

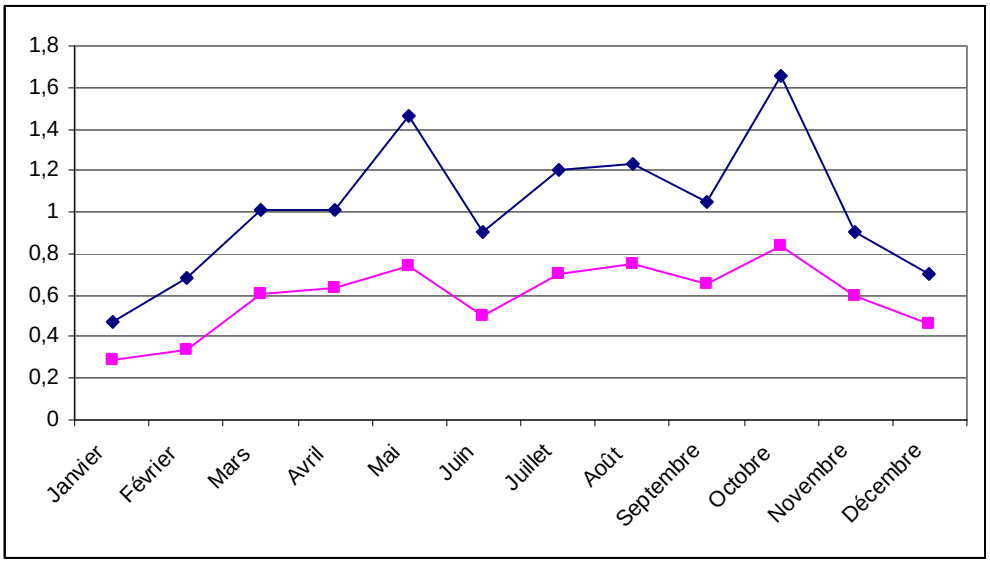
Nous l'avons déjà souligné à de nombreuses reprises, la principale population touristique en Chine est celle des touristes intérieurs. La région de Guilin ne fait pas exception à la règle, car sur les 13,4 millions de déplacements touristiques enregistrés dans la municipalité de Guilin en 2006, 91,7 % sont le fait des touristes intérieurs (12,3 millions). Les autres touristes ne représentent donc que 8,3 % du total de déplacements touristiques : 5 % sont des touristes internationaux, 2,7 % sont des touristes originaires de Taiwan, et 0,6 % proviennent des régions spéciales (Hong Kong et Macao).

Les touristes intérieurs qui viennent à Guilin le font majoritairement pendant les semaines d'or de mai et octobre : 25,4 % de la fréquentation se fait sur ces deux périodes (graphique 11)[327]. Hormis ces deux pics de fréquentation, et même si un premier constat est que Guilin est un lieu où les touristes sont toujours nombreux (au mois 470 000 touristes sont présents chaque mois), deux saisons touristiques se distinguent : de novembre à février, c'est la basse saison à Guilin, le nombre de déplacements touristiques intérieurs oscille alors entre 471 800 au plus bas (janvier) et 903 900 (novembre) ; à l'inverse, la haute saison est une

[327] Ce graphique est antérieur à la modification des semaines d'or par le gouvernement : la semaine du 1er mai a en effet été « raccourcie » au profit d'autres congés plus courts, autour de fêtes traditionnelles chinoises (cf. chapitre 1). Le présent graphique est donc à relativiser, mais la forme générale, 1er mai exclus, ne devrait pas changer : la haute saison est toujours comprise entre les mois de mai et octobre.

période où chaque mois enregistre au moins un million de déplacements touristiques, de 1 006 800 en mars à 1 658 100 en octobre (à l'exception du mois de juin, mois le plus pluvieux de l'année à Guilin, avec 900 500 déplacements touristiques). La haute saison totalise ainsi 77,5 % de la fréquentation touristique annuelle sur huit mois et, entre les mois de mai et octobre, ces six mois reçoivent même 61,1 % de la fréquentation intérieure. Le passage entre les deux saisons est à chaque fois bien visible, le nombre de déplacements augmentant ou diminuant brusquement : entre février, il y a une augmentation de 47,7 % de touristes et en novembre une baisse de 45,9 %.

Graphique 11. La fréquentation de Guilin par les touristes intérieurs en 2007



En bleu : les touristes intérieurs / En rose : les touristes intérieurs se rendant dans la périphérie de Guilin (Unité : million de touristes)

Source : Bureau du tourisme de Guilin, 2008

La courbe de fréquentation de la périphérie touristique de Guilin reprend dans les grandes lignes celles de la ville de Guilin : la basse saison correspond globalement aux quatre mois d'hiver, il y a un important pallier à l'entrée de la haute saison (mois de mars et avril, entre février et avril le nombre de déplacements touristiques augmente de 79 %, de 336 000 à 602 100), le mois de juin reste le moins visité de la haute saison, les semaines d'or de mai et octobre correspondent à d'importants pics de fréquentation touristique, et la basse saison commence à partir de novembre[328].

[328] La courbe de fréquentation de Guilin par les touristes internationaux et par les « compatriotes » (Hong Kong et Macao), ainsi que son analyse, a été placée en annexe. C'est en effet une question intéressante, mais périphérique à notre sujet.

La périphérie touristique de Guilin est donc moins visitée que la ville, et elle reçoit logiquement moins de recettes (cf. chapitre 3) : si tous les circuits des touristes intérieurs passent par la ville, tous ne se rendent pas dans la périphérie. Dans les parcours qui intègrent la visite de la région de Guilin à d'autres parties du pays, la visite de Guilin, la croisière sur le fleuve Li et la visite de Yangshuo ne durent par exemple que deux jours en moyenne. Au matin du troisième jour, les touristes intérieurs partent ensuite pour une autre destination dans le pays, et la périphérie n'est alors visitée que rapidement, voire pas du tout[329]. Dans les circuits qui ne programment que Guilin, en général assez courts (entre trois et cinq jours en moyenne), les deux premiers jours sont souvent identiques à ceux décrits ci-dessus. Ce sont dans les jours suivants que des destinations « nouvelles » apparaissent autour de Guilin[330].

1-1-2. L'origine des touristes à Guilin : l'importance de l'Est du pays

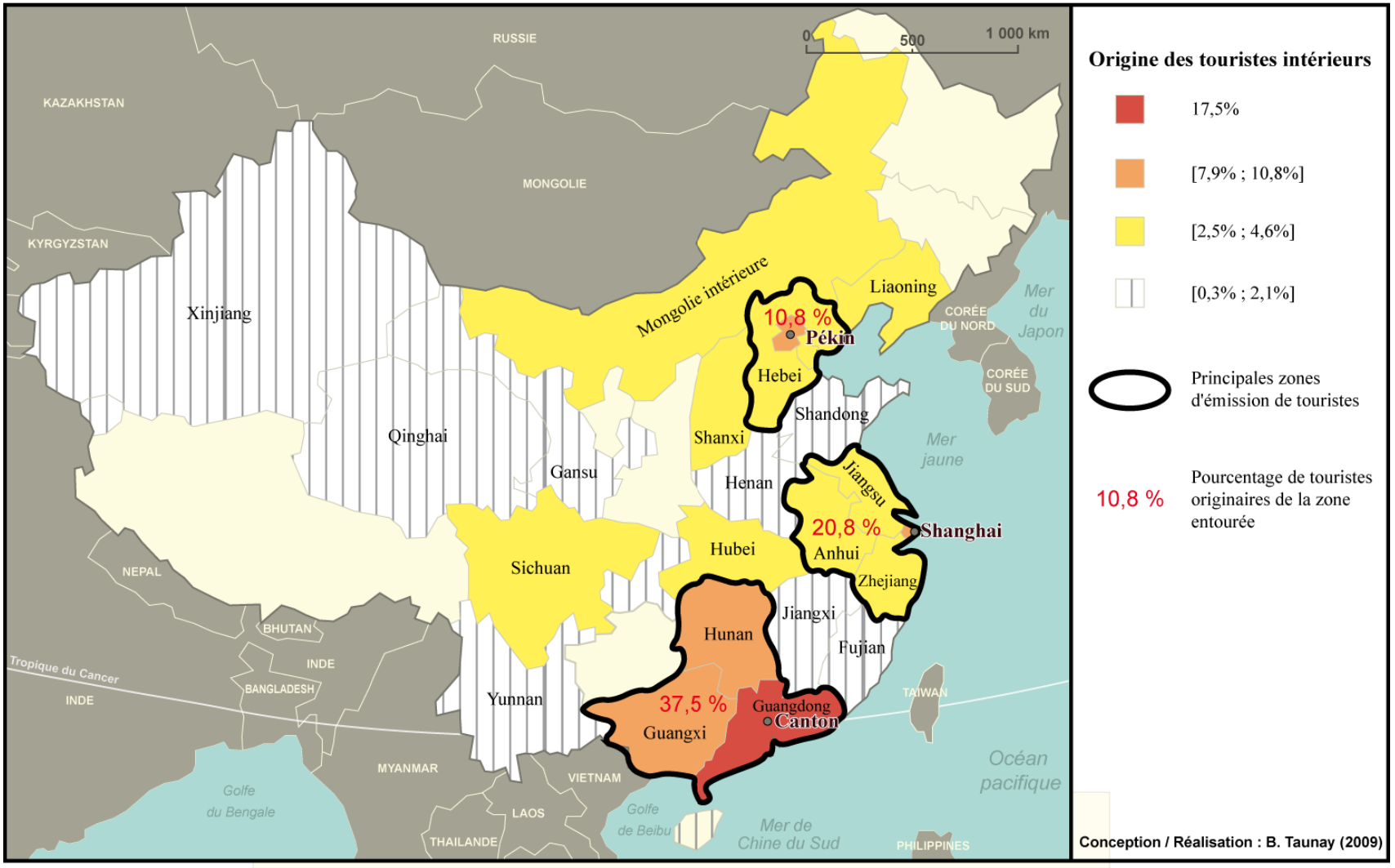
Les touristes intérieurs à Guilin viennent de presque toutes les provinces du pays pour visiter la région (carte 19) : seules six provinces et régions autonomes ne sont pas représentées (provinces du Heilongjiang, du Jilin, du Shaanxi, du Guizhou, ainsi que les régions autonomes du Ningxia et du Tibet). A travers cet exemple, une vision de l'ensemble des pratiques du pays, ainsi que l'analyse du lien entre pratiques et origine géographique, est donc possible.

Les touristes intérieurs en Chine proviennent principalement des grandes métropoles de l'Est du pays (cf. chapitre 2), et Guilin est d'abord visitée par ces touristes. Ces derniers viennent essentiellement des trois plus importantes et riches zones des provinces « côtières ». Ce sont : au nord, la région de Pékin qui concentre 10,8 % des touristes se rendant à Guilin (municipalité de Pékin : 7,9 % et la province du Hebei : 2,9 %) ; au centre Est, la région de Shanghai concentre elle 20,8 % des touristes (municipalité de Shanghai : 10,8 %, province du Jiangsu : 4,6 %, province de l'Anhui : 2,9 % et province du Zhejiang : 2,5 %) ; au sud, c'est la province du Guangdong qui domine, avec 17,5 % des touristes visitant Guilin originaires de cette province. En ajoutant les touristes originaires de la région autonome du Guangxi (9,2 % des touristes) et de la province du Hunan (10,8 %), on obtient alors la principale zone d'émission des touristes : 37,5 % des touristes sont originaires de ces trois provinces (carte 19).

[329] Ce circuit vendu par le CITS (China International Travel Service ; la plus importante agence touristique - d'Etat - du pays), est assez représentatif (concernant le temps et les sites visités à Guilin) des autres catalogues. D'une durée de huit jours, il associe la visite de Guilin à celle de Haikou, sur l'île de Hainan. Voyage coûtant 3750 *yuans* en octobre 2008, un prix conséquent. Pour un séjour de trois jours seulement à Guilin, il faut au moins compter de 1000 à *1500 yuans*.

[330] Voir le chapitre suivant pour une analyse des pratiques touristiques intérieures dans la périphérie de Guilin.

Carte 19. L'origine des touristes intérieurs à Guilin en juin 2008



Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Une fois réunies, les trois principales zones d'émission de touristes intérieurs à Guilin (nommées « Guangxi + », « Shanghai + » et « Pékin + » dans les tableaux suivants), regroupent 69,1 % de l'ensemble des touristes visitant la ville. En limitant le calcul à la province du Guangdong et aux régions de Pékin et Shanghai, le chiffre arrive tout de même à 49,1 %, soit presque la moitié des touristes. Enfin, en restreignant encore le calcul, cette fois aux seules municipalités de Pékin, de Shanghai et à la province du Guangdong, c'est 36,2 %, plus d'un tiers des touristes, qui sont originaires des trois zones les plus riches du pays. Là encore, même si Guilin se situe dans le Sud-Ouest, c'est un lieu touristique important à l'échelle de la Chine.

Ensuite, les touristes originaires des provinces d'un grand « Ouest » chinois sont minoritaires : le Yunnan, le Sichuan, le Gansu, le Qinghai, ainsi que la région autonome du Xinjiang ne regroupent que 7,6 % des touristes se rendant à Guilin, soit moins que la municipalité de Pékin (7,9 %). Le tourisme intérieur en Chine est donc bien le fait de la population citadine de l'Est du pays, une population qui à l'habitude de partir en vacances : 90,8 % des touristes interrogés affirment que ce n'est pas leur premier voyage touristique dans le pays. La très grande majorité des touristes a déjà une expérience touristique, ce se vérifie d'ailleurs par les pratiques de plus en plus individuelles à Guilin, ainsi qu'à Beihai (*Infra*)[331].

1-1-3. Combien de temps restent les touristes intérieurs et à quoi s'intéressent-ils ?

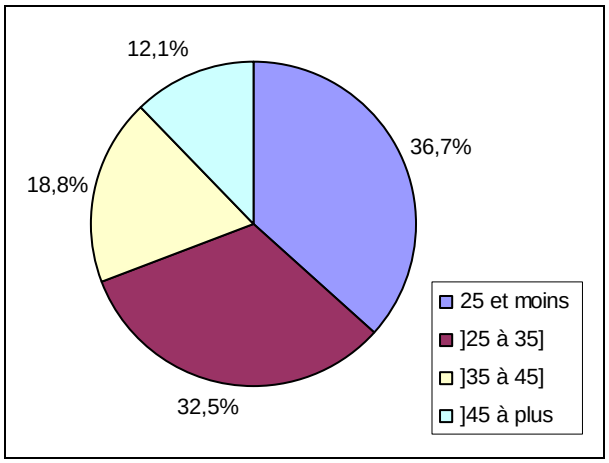
Cette « expérience touristique » se vérifie t-elle dans le temps que passent les touristes à Guilin ? Les touristes intérieurs restent en moyenne 4,4 jours dans la municipalité, ce qui veut dire qu'ils ont du temps pour visiter la ville de Guilin, le village de Yangshuo, mais aussi d'autres sites dans la municipalité. En moyenne donc, les touristes, hors des semaines d'or[332], prennent le temps de visiter les « incontournables » de Guilin, comme certains sites de la périphérie touristique, décrite au chapitre précédent.

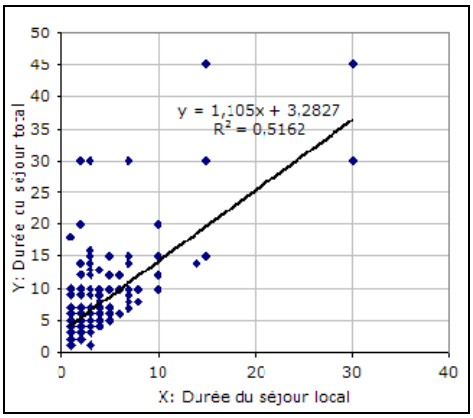
Ensuite, les touristes intérieurs qui se rendent ici le font souvent dans le cadre de circuits plus vastes : les déplacements touristiques des personnes interrogées durent en moyenne 8,1 jours. Ce tourisme est-il donc le fait de retraités, qui ont plus de temps que les actifs, ce que semble suggérer la période de notre enquête ? (réalisée au mois de juin, hors semaines d'or). La moyenne d'âge des touristes interrogés, de 31,7 ans, infirme cette

[331] Ces touristes ont peut être une expérience touristique, mais ils ont surtout des moyens financiers suffisants pour assumer des voyages, dont le coût est parfois assez important. Voir la deuxième partie de ce chapitre.
[332] Notons ici que pour être exhaustif dans ce genre de constats, il faudrait réaliser la même étude que la notre tous les mois de l'année. Il faudrait également comparer les résultats des semaines d'or à ceux des mois sans ce genre de semaines ou sans congés payés.

hypothèse : une importante partie des touristes correspond à la classe active de la population chinoise (seuls 10 % des touristes interrogées ont plus de 49 ans ; graphique 12). Enfin, les durées du séjour « local » (dans la municipalité de Guilin), et du séjour « total » (l'ensemble du déplacement touristique) sont relativement corrélées (graphique 13) : il y a donc bien une relation entre le temps passé à Guilin et le temps total du circuit ; les touristes ici « prennent leur temps », et l'image des touristes chinois réalisant uniquement des courts séjours est donc remise en question par l'exemple de Guilin[333].

Graphiques 12 et 13. Répartition des classes d'âge des touristes intérieurs et Relation entre la durée du séjour local et la durée du séjour total en 2008





Dans le graphique 2, le coefficient de corrélation (R), est ici de 0,718 ($\sqrt{R^2} = \sqrt{0,5162}$). Plus ce coefficient est proche de 1 (ou -1), plus la relation est forte.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Plus de quatre jours, en moyenne, dans une ville éloignée des principales métropoles côtières, semble encore une fois désigner Guilin comme un haut-lieu touristique national. Mais pourquoi les touristes considèrent-ils donc ce lieu comme important ? L'ensemble des touristes intérieurs s'accorde t-il sur les critères qui font d'un voyage touristique un voyage « réussi » ? Nous avons donc posé aux touristes une question qui ne touche pas seulement la municipalité de Guilin, mais qui nous informe sur les représentations de ces individus, ainsi que sur leurs profils : qu'est ce qui est le plus important pour faire un « voyage touristique réussi »[334] ? Inversement, nous avons également demandé ce qui est le moins important. Six réponses étaient proposées aux questionnés : voir des spectacles et des représentations,

[333] Comme nous le verrons ensuite avec l'exemple de Beihai (où les touristes passent peu de temps), le temps passé dans un lieu touristique semble principalement dépendre de la « qualité » de celui-ci. C'est-à-dire de ce que les touristes y voient. Dans notre étude, les paysages de Guilin sont alors plus « attractifs » que ceux de la plage de Beihai.

[334]您觉得一个成功的旅游什么最重要 ？

manger des spécialités locales, voir des beaux paysages naturels, visiter des parcs de divertissement, visiter du patrimoine, des sites historiques, ou se faire prendre en photo (tableau 15).

Tableau 15. Aspects les plus importants et les moins importants pour les touristes intérieurs

Aspects	Le plus important	Le moins important
Voir des spectacles et représentations	0,8 %	50 %
Manger des spécialités locales	8,8 %	5,4 %
Voir des beaux paysages naturels	55,4 %	0,0 %
Visiter des parcs de divertissement	0,4 %	15,0 %
Visiter du patrimoine, des sites historiques	32,5 %	0,0 %
Se faire prendre en photo	2,1 %	29,6 %
Total	*100 %*	*100 %*

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Les résultats montrent que pour un voyage réussi, les deux catégories « voir des beaux paysages naturels » et « visiter du patrimoine, des sites historiques », dominent largement : elles représentent en effet 87,9 % des réponses (55,4 % et 32,5 % respectivement). Si, dans un premier temps, nous pouvons supposer que les réponses sont tronquées par le lieu de l'enquête - la région considérée comme abritant les plus beaux paysages de Chine - l'association de ces deux réponses montre un autre phénomène : au travers de la réunion de ces deux réponses, nous retrouvons le concept de *Mingsheng*, fondation des actuelles « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » (cf. chapitres 2 et 3). Les touristes chinois se dirigent d'abord vers les sites les plus connus, et l'importance de l'imaginaire associé à ce genre de lieu refait ici surface. En ce sens, nous pouvons pencher pour un certain conformisme social dans le choix des lieux touristiques (voir les deux chapitres suivants) : il faut d'abord visiter les lieux les plus connus et s'y faire prendre en photo, même si la catégorie « se faire prendre en photo » ne regroupe que 2,1 % des réponses. Pourtant, tous les touristes se font prendre en photo dans des sites stéréotypés[335].

A l'inverse, les touristes intérieurs interrogés dans la région de Guilin considèrent comme aspect le moins important, dans l'ordre : « voir des spectacles et des représentations »

[335] La prise de photo est une pratique récurrente de tous les touristes, mais la question est ici de savoir que photographie-t-on ? Cette question sera traitée au chapitre suivant, à la suite de l'analyse sur les pratiques dans les paysages du Guangxi.

(50 % des réponses), se faire prendre en photo (29,6 %), « visiter des parcs de divertissement » (15 %) et « manger des spécialités locales » (5,4 %). A la vue de ces réponses, il semble qu'il y ait un décalage entre ce que répondent les touristes et ce qu'ils pensent : à Guilin par exemple, il n'existe pas de circuits qui ne proposent un spectacle le soir après le repas ; rares sont ensuite les touristes pour qui la première pratique dans un lieu n'est pas la prise de soi en photo. Enfin, comme nous le verrons au chapitre 6, il y a un véritable goût pour « l'*Entertainment* » dans les parcs à thèmes (où il y a de nombreuses représentations et spectacles), parc où les dégustations de spécialités locales occupent très souvent une partie du temps de la visite.

L'attrait pour les bons repas dans le cadre du hors-quotidien mérite un petit approfondissement : à Beihai, une île entière (*wai sha dao*)[336], est en effet « recouverte » de restaurants et n'est donc destinée qu'aux repas « luxueux ». Les repas dans ces restaurants sont parmi les plus chers de la ville mais, aux heures des repas, ces établissements sont pleins en permanence, au point qu'il faut souvent faire la queue pour obtenir une table. Pour les touristes intérieurs qui se rendent à Beihai, faire un bon repas fait donc aussi partie du hors-quotidien. Qui sont cependant ces touristes gastronomes ? Les individus originaires de la ville de Nanning par exemple, à près de trois heures de route, venus pour un week-end sont-ils encore « touristes » ? Ne sommes-nous pas déjà dans le loisir ? A l'évidence non, car ces touristes qui « posent problème » ne sont pas majoritaires sur ce site. Ce sont au contraire les touristes originaires de la province du Guangdong, ainsi que ceux du Hunan, qui constituent ici la première population touristique. Manger des spécialités locales est donc un aspect (non « avoué »), important d'un voyage touristique réussi.

Ainsi, sans remettre en cause les résultats de cette enquête, nous pouvons déjà souligner le décalage entre les réponses et les pratiques réelles des touristes. Nous pouvons également déjà esquisser un certain conformisme apparent dans les pratiques touristiques.

[336] 外沙岛

1-2. Groupes et individus

La deuxième question concernant les pratiques touristiques intérieures est celle de l'individu : vient-on majoritairement en groupe ou seulement accompagné de quelques personnes ? Ce qui implique au préalable de définir un critère « d'individualité » dans les pratiques touristiques. Venir par ses propres moyens à Guilin suppose t-il par exemple une pratique individuelle ? Les touristes, une fois sur place, peuvent en effet passer par les services d'une agence locale.

1-2-1. Pratiques individuelles et pratiques de groupe

La société chinoise est celle du nombre et il est souvent difficile d'analyser les pratiques touristiques dans une foule souvent compacte, même hors des semaines d'or (photo 12) : l'individu semble comme « fondu » dans la masse.

Photo 12. La foule au bord du fleuve Li (à droite), à côté de la rue *Binjiang* (à gauche)

Ce cliché nous montre la difficulté d'approcher les pratiques touristiques intérieures en Chine. Même pendant la basse saison, les touristes sont toujours nombreux et, surtout, ils se mêlent à la population locale, rendant difficile leur identification. Celui qui travaille à l'étude de ce tourisme doit donc forger ses propres outils pour approcher cette « société du nombre ». Ici, nous avons choisi une enquête par questionnaire, mais aussi l'observation dans des sites bien circonscrits. Toutes ces informations étant recoupées par des entretiens de responsables locaux travaillant dans le secteur du tourisme.

Cliché de l'auteur, juin 2008.

Avant toute chose, un point sur ce que représente un voyage « individuel » pour les touristes chinois au sein de leur pays s'impose. Une pratique « individuelle » peut ici être le fait d'un groupe d'amis, ou bien d'une famille, qui vient visiter la région. Dans le cas de la famille, cela peut représenter un important nombre d'individus si plusieurs générations voyagent ensemble (enfant, parents et grands parents). En fait, il faut plutôt distinguer la pratique individuelle en l'opposant à la pratique du groupe organisé : ont une pratique individuelle ceux qui ne passent pas par une agence de voyage. Les pratiques touristiques sont-elles maintenant de plus en plus individuelles ? A Guilin en 2008, 70 % des touristes sont venus de manière « individuelle », soit moins d'un tiers qui sont venus en groupe (tableau 16).

Tableau 16. L'importance des pratiques individuelles dans le tourisme intérieur à Guilin

Modalités du voyage	**Pourcentage du total d'individus**
En groupe organisé	30 %
En famille	21,3 %
Entre amis	43,3 %
Seul	5,4 %
Total	*100 %*

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Le tableau 16 montre en effet qu'en regroupant les modalités « en famille », « entre amis » et « seul », les modalités « individuelles » atteignent 70 % du total des voyages touristiques à destination de Guilin. Les touristes intérieurs se rendant à Guilin le font d'abord entre amis : 43,3 % de l'ensemble des touristes viennent de cette manière (soit 61,9 % des modalités individuelles). Viennent ensuite ceux qui se déplacent en famille (21,3 % du total, soit 30,4 % des modalités individuelles), loin devant les touristes venant en solitaire (5,4 % du total, 7,7 % des modalités individuelles). Les femmes voyagent de manière plus individuelle que les hommes : 23,6 % d'entre elles voyagent en groupe organisé, contre 35,1 % pour les hommes. Les femmes viennent notamment plus en famille que les hommes (29,2 % contre 14,9 %), mais ces derniers viennent plus entre amis (44,8 % contre 41,5 %). Les hommes comme les femmes voyagent en revanche très peu seuls : ces pratiques représentent 5,2 % des pratiques des hommes et 5,7 % de celles des femmes[337].

Devant ces résultats, on constate que la pratique du groupe organisé pour se rendre à Guilin recule de plus en plus. Comme à Pékin, où « *les Chinois privilégient donc davantage*

[337] Cette relation est vérifiée par un Khi² de 8,5, ce qui est supérieur à la valeur critique pour un seuil de signification de 0,05 (7,82 pour trois degrés de liberté). Voir la deuxième partie du chapitre pour un approfondissement sur la méthode du Khi².

les voyages en solitaire ou en famille par rapport aux touristes étrangers qui voyagent principalement en groupe » (Wang Xiaoyu, 2008, op. cit. ; p. 67), les touristes intérieurs viennent pour visiter Guilin de manière individuelle. Même si ici, dans le Sud-Ouest du pays, la pratique du groupe est plus importante qu'à Pékin (18 % des touristes intérieurs seulement auraient eu recours à une agence de voyage en 2007 selon Wang Xiaoyu), les pratiques actuelles s'éloignent de plus en plus des descriptions du tourisme intérieur que faisait Xu Gang à Guilin dans le milieu des années 1990 (à cette époque les pratiques touristiques étaient quasiment exclusivement le fait de groupes organisés)[338] : à Guilin, le tourisme est de plus en individuel, pour ce qui concerne le transport tout au moins.

Il faut toutefois relativiser ce caractère « individuel » des pratiques touristiques. Les touristes s'informent en effet encore assez peu sur le lieu de leurs vacances avant leur départ. 58,3 % des touristes répondent par exemple ne pas avoir consulté une carte de Guilin, de Yangshuo, ou de la municipalité (carte papier ou carte sur Internet). Statistique plus importante encore, 72,1 % de l'ensemble des touristes interrogés répondent ne pas avoir consulté un guide touristique (papier ou Internet) avant leur départ. Les touristes expriment en revanche qu'ils ont discuté avec leur entourage (famille ou amis) de leur projet de voyage[339]. La réalité des pratiques « individuelles » est que, si beaucoup de touristes se rendent par leurs propres moyens à Guilin, nombre d'entre eux, une fois sur place, passe par les services d'une agence touristique et rejoignent ainsi un « groupe » (*Infra*).

1-2-2. Les modes de transports utilisés : l'importance des transports collectifs

Les touristes intérieurs se rendant à Guilin, même s'ils viennent de manière individuelle, utilisent d'abord des transports collectifs pour se rendre dans la région (tableau 17). C'est l'avion qui est le plus utilisé par les touristes intérieurs (48,8 % du total des touristes l'ont choisi), devant le train (36,3 %), l'autocar (11,7 %), et la voiture privée (3,3 %).

L'avion occupe une place importante, ce qui semble logique à la vue des distances à parcourir à l'échelle de la Chine : Guilin se situe par exemple à plus de 2000 km de Pékin et à plus de 1000 km de Shanghai. Ce sont là des distances considérables pour un automobiliste, surtout dans le cadre de vacances qui sont, nous l'avons souligné dans la première partie,

[338] Xu G., (1999) *Tourism and local economic development in China, Case studies of* Guilin, Suzhou and Beidaihe, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 p. Voir la première partie (chapitre 1).

[339] C'est un point d'importance car nous verrons dans le chapitre suivant qu'un nombre important de touristes ne passe pas par un hébergement marchand pour ses vacances à Guilin. Au contraire, nombre de touristes logent chez de la famille sur place ou chez des amis, parfois des amis d'amis. La « discussion avec l'entourage » est alors un moyen plus efficace qu'une carte ou un guide touristique pour son séjour à Guilin.

courtes (une semaine au maximum, 5 jours en moyenne). Il semble donc évident qu'il existe une forte relation entre les variables, « région d'origine » et « moyen de transport »[340].

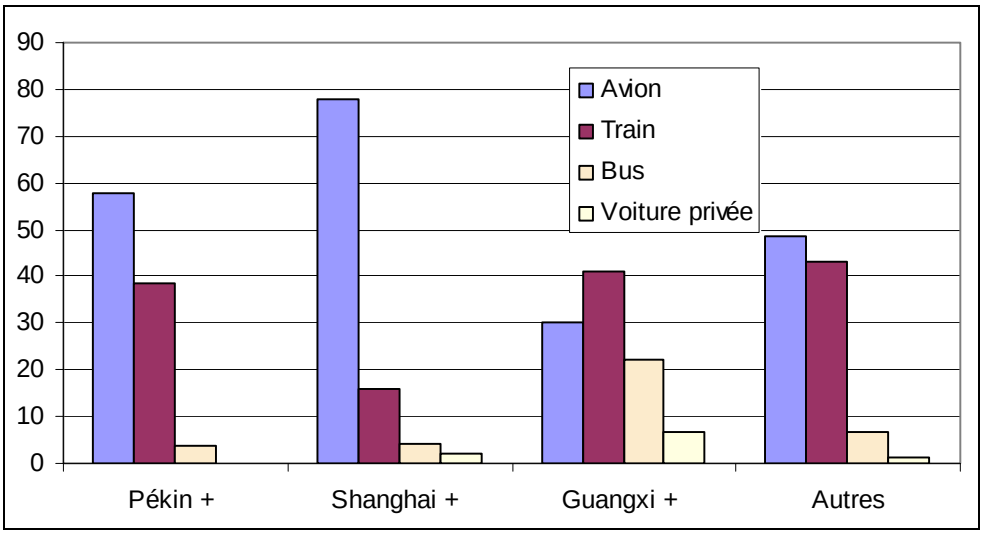
Tableau 17. Les modes de transport utilisés par les touristes intérieurs en 2008

Modes de transport	**Pourcentage du total d'individus**
Avion	48,8 %
Train	36,3 %
Autocar	11,7 %
Voiture privée	3,3 %
Total	*100 %*

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Les touristes originaires de Pékin sont ainsi 57,7 % à prendre l'avion, devant le train (38,5 %) et le bus (3,8 %). Pour la région de Shanghai, la différence entre l'avion et les autres modes de transport est particulièrement importante, puisque ce mode de transport représente 78 % du total des déplacements, loin devant le train (16 %), le bus (4 %), et la voiture privée (2 %). Il n'y a que pour la région « Guangxi + » que le train (42,5 %) distance l'avion (23,1 %), même si ce dernier moyen de transport distance encore le bus (22,2 %) et la voiture (6,7 % ; graphique 14).

Graphique 14. Les moyens de transport utilisés selon la région d'origine



L'axe des ordonnées indique les pourcentages pour chaque moyen de transport.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

[340] Pour 9 degrés de liberté, le Khi² est de 42, soit une valeur largement supérieure à celle requise pour un seuil de signification de 0,01 (1 % d'erreur). Voir la deuxième partie du chapitre pour un approfondissement sur la méthode du Khi².

C'est également cette dernière région qui comptabilise 75 % des déplacements touristiques en voiture vers Guilin, et ce tout d'abord en raison des nombreux habitants de la province du Guangdong qui se rendent à Guilin en voiture privée. L'arrivée de l'automobile, même si elle demeure modeste en terme de volume global, a toutefois un impact non négligeable à l'échelle locale (photo 13). Ceux qui possèdent une voiture privée et qui se rendent à Guilin avec, ont plus d'autonomie et peuvent se rendre plus facilement dans des lieux moins fréquentés par les autres touristes. Dans les villages autour de Yangshuo par exemple, celui de *Xingping*[341] notamment (connu car il abrite le paysage reproduit sur le billet de 20 yuans), la scène est alors la même que sur la photo 13 : de nombreuses voitures investissent les lieux.

Photo 13. Voitures individuelles à l'entrée de la grotte *Guan*

Ce cliché nous montre une file de voitures individuelles qui rentrent dans le parking situé à l'entrée de la grotte Guan (à 30 km au sud-est de la ville de Guilin). L'analyse de l'origine de ces véhicules montre que les touristes en voiture viennent à 60,7% de la province du Guangdong, à 18,8% du Guangxi, 11,8% du Hunan, 8,9% du Guizhou et 9,8% d'autres provinces. Les « touristes individuels » sont ainsi originaires d'abord des provinces voisines, ce qui se comprend au vu des distances en Chine. Les individus voyageant en voiture privée sont des personnes ayant des moyens financiers assez conséquents, comme l'indique la voiture au centre de la photo. Pour eux, les autorités locales ont commencé à construire de nombreuses et vastes aires de parking.

Cliché de l'auteur, mai 2005.

[341] 兴坪

1-2-3. La réaction des touristes une fois sur les lieux touristiques

Les touristes intérieurs viennent de plus en plus de manière individuelle, mais une fois sur place, ils passent majoritairement par les services d'une agence locale, et une faible expérience du tourisme en est peut être la cause. Sur les forums en ligne liés au tourisme, de nombreux aspirants touristes posent par exemple des questions concernant un séjour touristique à Guilin, en particulier : « je souhaite me rendre à Guilin de manière individuelle, comment faire et combien cela va-t-il me coûter ? ». De nombreuses réponses sont postées, mais les commentaires des aspirants touristes sont souvent que « c'est cher ». Ainsi, ces réponses « orientent » les futurs touristes à passer par les services d'une agence locale une fois sur place, car c'est moins onéreux et, surtout, cela permet de « voir plus de sites en peu de temps ».

Photo 14. Touristes individuels et touristes en groupe se confondent à Beihai

Sur cette photo, on voit un groupe de touristes, juste sortis du bus, qui se fait prendre en photo dans le parc qui jouxte la fontaine, emblème du centre-ville de Beihai. Celle-ci, en forme de d'écrin enveloppant une perle (autrefois l'activité principale), est pourtant peu photographiée, les touristes la regardant peu au profit du jardin d'arbre tropicaux. Dans ce dernier, les touristes en groupe et les touristes venus en voiture ont souvent la même pratique de prise de soi en photo. Ce qui semble indiquer que même si les touristes voyagent de manière différente, leurs pratiques une fois dans les lieux se ressemblent.

Cliché de l'auteur, 2006.

Une fois sur place, les touristes qui se déplacent par eux-mêmes jusque sur les sites, ont souvent les mêmes pratiques et parfois les mêmes temporalités que ceux qui viennent en groupe (photo 14). Les touristes intérieurs chinois auraient-ils donc tous les mêmes pratiques spatiales ?

2. Les pratiques du tourisme intérieur : lieux communs

Les pratiques touristiques chinoises ne peuvent se résumer à un examen des flux. Il s'agit donc à ce stade d'approfondir l'analyse, en croisant les différentes variables que nous avons présentées dans le développement ci-dessus. Avec l'aide de la méthode du Khi², nous testerons le lien entre l'origine géographique et les pratiques, puis la relation entre l'âge des touristes et leurs pratiques à Guilin.

2-1. La méthode du Khi²

Pour faire apparaître des résultats intéressants, il est nécessaire de croiser entre elles les différentes variables. Un point sur la méthode statistique utilisée ci-après est donc un préalable indispensable pour mieux saisir le développement suivant.

2-1-1. Comment analyser une relation entre deux variables qualitatives ?

A la différence des variables quantitatives, les variables de type qualitatif n'ont pas de sens quantitatif et il n'existe pas de relation d'ordre entre elles : par exemple, le sexe et le moyen de transport sont difficilement comparables. Il existe cependant un moyen d'estimer la force de la relation entre deux variables qualitatives, c'est à dire l'indépendance ou la dépendance des deux variables. La méthode de l'estimation de la force de la relation entre les variables observées s'appelle le khi carré (Khi²).

Par exemple, considérons deux variables qualitatives (chacune pouvant avoir plusieurs classes) : le sexe et un comportement (fumer)[342]. Nous voulons analyser le lien entre ces deux variables : le sexe exerce-t-il une influence sur le comportement ? La première étape est de considérer les données brutes de l'enquête, ce que l'on appelle les fréquences observées. S'il n'y a pas de lien entre ces deux variables, la distribution des effectifs de garçons ne fumant pas ne doit pas être différente par exemple de la distribution des filles ne fumant pas. Au contraire, si un lien existe, alors le sexe va influencer la distribution dans les différentes classes du comportement.

L'étape suivante est de supposer qu'il n'y a pas de lien entre les deux variables qualitatives (hypothèse « nulle »), et que les effectifs observés dans l'échantillon ne sont pas éloignés des effectifs que l'on obtiendrait si cette hypothèse était vraie (fréquences théoriques) : les variations des distributions des individus dans les différentes classes sont

[342] L'exemple qui suit est tiré de Bouret R., (1997), op. cit.

donc supposées être dues au hasard de l'échantillonnage. Il faut enfin comparer les fréquences théoriques aux fréquences observées en calculant à ce stade l'écart observé (ou écart au carré relatif). La somme de ces écarts nous donne une valeur qui n'est autre que le Khi² : si les fréquences observées correspondaient exactement aux fréquences théoriques, le Khi² aurait une valeur de 0.

2-1-2. L'interprétation du Khi carré

Le Khi carré permet donc de visualiser si les écarts entre les fréquences théoriques et les fréquences observées sont importants, et donc si la relation analysée a du sens. Il permet également de quantifier les chances que nous soyons tombés sur un échantillon non représentatif. Pour mieux appréhender la valeur du Khi² par rapport aux deux variables étudiées, il faut se baser sur un tableau qui prend en compte deux indicateurs : un seuil de signification et un degré de liberté ; tableau 18). Le choix d'un seuil de signification de 0,05 (5 %), « *signifie que nous ne voulons courir le risque de nous tromper qu'une fois sur 20 si jamais nous élaborons l'hypothèse selon laquelle les écarts s'avèrent suffisamment grands pour ne pas être le simple effet du hasard* » (Bouret, 1997 ; p. 280). Quant aux degrés de liberté, ils se calculent selon le nombre de colonnes et de lignes du tableau [Degrés de liberté = (Nombre de colonnes – 1) × (Nombre de lignes – 1)].

Tableau 18. Distribution du Khi²

(Valeur critique selon le seuil de signification et le nombre de degrés de liberté)

	Seuil de signification		
Degrés de liberté	***0,1***	***0,05***	***0,01***
1	2,71	3,84	6,64
2	4,61	5,99	9,21
3	6,25	7,82	11,34
4	7,78	9,49	13,28
5	9,24	11,07	15,09
6	10,64	12,59	16,81
7	12,02	14,07	18,48
8	13,36	15,51	20,09
9	14,64	16,92	21,67

Source : Bouret R., (1997), p. 282.

Dans l'exemple utilisé plus haut (le croisement sexe*fumer), on conclura en disant que les fréquences attendues dans le cadre de l'hypothèse nulle sont très éloignés des fréquences observées, comme le montre une valeur de Khi² élevée (50,08). Cette valeur est bien supérieure à celle nécessaire pour établir que la relation observée n'est pas dû au hasard : la

valeur critique pour un seuil de signification de 0,05 et 2 degrés de liberté est de 5,99 (tableau 18). On rejettera donc l'hypothèse nulle en affirmant qu'il existe un lien entre le sexe et le fait de fumer : le Khi carré obtenu dépasse largement la valeur critique.

2-2. La question de l'origine géographique

La première hypothèse à tester est celle de la corrélation entre origine géographique des touristes et une ou des pratiques « spécifiques ». Ce discours correspond-t-il à une réalité ? Il est vrai qu'eu égard aux distances en Chine, cette hypothèse peut être retenue : dans un pays aussi grand que l'Europe des 27, plusieurs foyers de pratiques peuvent peut être se distinguer.

2-2-1. Y a-t-il un lien entre l'origine géographique et la consultation de documents avant le voyage ?

Nous l'avons constaté, la région d'origine a une incidence sur les moyens de transport utilisés, ce qui, au regard des distances considérables, semble assez logique. Pourtant, la région d'origine n'a que peu d'influence sur le temps passé à Guilin : les touristes de la région « Pékin + » passent en moyenne 4,88 jours à Guilin, ceux de « Shanghai + » 3,55 jours, et ceux de la région du « Guangxi + » 4,15 jours. En ce sens, un parcours touristique à Guilin est assez stéréotypé : il y a des « incontournables » à visiter d'abord, selon un circuit bien défini, peut importe que l'on vienne de près ou de loin[343].

Quel aspect pourrait donc faire pencher en faveur d'un lien entre pratiques touristiques et origine géographique ? Selon Florence Akar (2006), « *les touristes en provenance de Pékin seraient plus attirés par la culture et le mode de vie* » (citation liminaire). Est-ce par exemple vrai ? Le croisement de l'origine géographique et la consultation de cartes ou la consultation de guide touristique avant le voyage est peut être ici éclairant[344]. Le résultat n'est pourtant pas concluant : le premier croisement (origine géographique / consultation de carte), nous donne en effet un Khi² de 4,2 pour 3 degrés de liberté. Ce qui est en dessous de la valeur critique (7,82), pour un seuil de signification de 0,05. Il n'y a donc pas de relation entre ces deux variables. En fait, l'écart observé est tellement faible que l'on ne peut écarter l'hypothèse « nulle », qui considère que les différences ne sont pas prouvées (jusqu'à preuve du contraire).

[343] Nous avons décrit au chapitre précédent les principaux lieux et sites touristiques de la municipalité de Guilin. La ville « renferme » tout d'abord de nombreux sites AAAA, vient ensuite la descente du fleuve Li jusqu'à Yangshuo (AAAAA), où de nombreux « incontournables » sont également présents. Nous analyserons cependant plus en profondeur cet aspect, les pratiques dans des sites naturels, au chapitre suivant.

[344] Si l'on considère que la consultation d'un guide touristique avant le voyage est un élément qui montre un intérêt de comprendre plus en profondeur les lieux visités.

En observant les fréquences observées à l'issue du croisement entre ces deux variables, un autre point infirme l'hypothèse que les touristes en provenance de Pékin sont plus attirés par la culture : ils répondent à 57,7 % « non » quand on leur demande s'ils ont consulté une carte avant de venir à Guilin, alors que ceux originaires de la région de Shanghai répondent « oui » à 54 % (tableau 19).

Tableau 19. Croisement entre l'origine géographique et la consultation de carte

Régions d'origine des touristes intérieurs	**Consultation de carte**		
	Oui	*Non*	Total
Pékin +	42,3	57,7	100,0
Shanghai +	54,0	46,0	100,0
Guangxi +	36,7	63,3	100,0
Autres	39,2	60,8	100,0
Total	41,7	58,3	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Nous ne pouvons bien sûr pas résumer la culture à la consultation d'une carte, et c'est pourquoi il faut effectuer un croisement supplémentaire[345]. Notamment celui entre l'origine géographique et la consultation de guide touristique (qui dispense des informations au moins générales sur la région visitée)[346]. Mais là encore, le Khi² est faible, encore plus que pour le croisement précédent : sa valeur est de 3,0 pour 3 degrés de liberté et un seuil de signification de 0,05, alors que la valeur critique est de 7,82. Le plus intéressant est que même en allant observer les réponses, nous découvrons que 65,4 % des touristes originaires de la région de Pékin répondent ne pas consulter de guides touristiques avant leur départ (tableau 20)[347].

[345] La consultation de guide ou de carte est peut être un indicateur et/ou un outil d'autonomie (ce qui dépend évidemment du contenu du guide) : le touriste qui se laisse guider par le tour opérateur n'a en effet peut être pas besoin de ces documents.

[346] Notons déjà ici que la plupart des guides touristiques que nous avons analysés (voir le chapitre suivant), même à l'échelle de la région du Guangxi, accordent une grande importance à Guilin. De nombreuses descriptions sont faites sur l'histoire de la ville de Guilin et celle du village de Yangshuo ; la descente du fleuve Li est décrite au niveau de chaque colline importante, etc. Le lien entre goût pour la culture et guide touristique est donc important ici.

[347] Le croisement le plus pertinent serait peut être celui qui mêle origine géographique et type de site visité à Guilin. La distinction entre site culturel et site non culturel est cependant difficile à établir.

Tableau 20. Croisement entre l'origine géographique et la consultation de guide

Régions d'origine des touristes intérieurs	**Consultation de guide**		
	Oui	*Non*	**Total**
Pékin +	34,6	65,4	100,0
Shanghai +	26,0	74,0	100,0
Guangxi +	32,2	67,8	100,0
Autres	21,6	78,4	100,0
Total	27,9	72,1	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

2-2-2. L'origine géographique et les aspects importants d'un voyage

L'origine des touristes intérieurs ne semble pas non plus jouer d'influence sur leurs représentations. Pour preuve, les croisements entre l'origine géographique des touristes et leurs réponses aux questions « aspect le plus important », ne donnent pas de Khi² important : 20,7 pour le premier croisement (alors qu'avec 15 degrés de liberté la valeur critique est de 25,0 pour un seuil de signification de 0,05), et 8,4 pour le deuxième croisement (alors qu'avec 9 degrés de liberté la valeur critique est de 16,92 pour un seuil de signification de 0,05).

En examinant de plus près le tableau du premier croisement (origine géographique / aspect le plus important ; tableau 21), nous pouvons cependant analyser plus en profondeur les résultats. Reprenons par exemple l'idée que les touristes « *provenant de la région de Canton seraient davantage tournés vers les divertissements et la vie nocturne, particulièrement intéressés par les offres incluant une initiation gastronomique* » (Akar, 2006).

Tableau 21. Croisement entre l'origine géographique et l'aspect le plus important

Régions d'origine des touristes intérieurs	**Aspect le plus important**						
	Spectacles	Manger des spécialités	Voir des beaux paysages	Visiter des parcs	Visiter du patrimoine	Se faire prendre en photo	**Total**
Pékin +	0,0	11,5	61,5	0,0	26,9	0,0	100,0
Shanghai +	2,0	4,0	62,0	0,0	32,0	0,0	100,0
Guangxi +	1,1	10,0	43,3	0,0	40,0	5,6	100,0
Autres	0,0	9,5	63,5	1,4	25,7	0,0	100,0
Total	0,8	8,8	55,4	0,4	32,5	2,1	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Dans la colonne « Manger des spécialités locales, les touristes originaires de la région « Guangxi + » sont effectivement plus nombreux que « prévu » : ils représentent 10,0 % du total des réponses « aspect le plus important » pour cette région, plus que la moyenne prévue (8,8 %). Cependant, les touristes originaires de la région de Pékin sont également plus nombreux que « prévu » à apprécier les spécialités locales (11,5 % > 8,8 %). Ces derniers touristes sont même plus nombreux à considérer comme le plus important de manger des spécialités locales que les touristes de la région « Guangxi + ». Là encore, l'hypothèse de l'incidence géographique sur l'importance de tel ou tel aspect d'un voyage réussi est fausse.

A la lumière de cette analyse, les considérations telles que « la vie nocturne et le shopping sont importants pour les habitants de Shanghai » (*Supra*), sont donc à revoir. De même, pour l'aspect le moins important d'un voyage, l'origine géographique n'a pas d'incidence. En fin de compte, et c'est une des conclusions importantes de l'enquête, le comportement des touristes chinois (où la perception qu'ils en ont) est particulièrement homogène, peu importe leur sexe, région d'origine, moyen de transport, etc.

2-3. Les générations de touristes intérieurs chinois

Une variable peut agir sur les pratiques touristiques, c'est l'âge des individus : les changements de la société et de l'espace chinois ont été profonds ces trente dernières années depuis la politique de réforme et d'ouverture menée à partir de 1978. Nous tenterons donc plusieurs croisements entre âge et pratiques, et essayerons d'interpréter les résultats obtenus.

2-3-1. Trente ans de politique d'ouverture et de réformes

L'année 2008 a été l'occasion pour la Chine de célébrer « trente ans de politique d'ouverture et de réformes » (selon l'expression officielle du gouvernement). Il nous a donc tout d'abord semblé intéressant d'observer si ce seuil avait une incidence sur les pratiques touristiques : les enfants des réformes ont-ils des pratiques touristiques de celles de leurs aînés ? Il n'est cependant pas possible de croiser une variable qualitative avec une variable quantitative, aussi il est nécessaire de « créer » des classes d'âges afin de croiser ces variables. Avec cette nouvelle variable, la valeur du Khi², pour la plupart croisements, dépasse la valeur critique pour un seuil de signification de 0,05 ; l'âge est donc une variable à prendre en compte.

Par exemple le croisement entre l'âge (moins de 30 ans / 30 ans et plus), et la question « pensez-vous que les jeux olympiques soient une bonne occasion pour faire connaître la Chine à l'étranger ? » donne un Khi² de 14,0 (alors qu'avec deux degrés de liberté, la valeur

critique est de 5,99 pour le même seuil de signification utilisé jusqu'à maintenant). Cette relation validée, nous pouvons alors commencer à examiner plus précisément les résultats. Dans le cas du croisement annoncé ci-dessus, il semble ainsi que les plus de 30 ans soient plus critiques sur l'impact des Jeux Olympiques de Pékin à l'étranger que leurs cadets. En effet, les moins de 30 ans sont 61,1 % à être « très d'accord » avec cette pensée, alors que les plus de 30 ans ne sont que 37,8 % dans ce cas. Ce qui est intéressant, c'est que pour la réponse « d'accord », les réponses s'inversent : 38,9 % des moins de 30 ans ont choisi cette réponse pour 60,6 % de leurs aînés.

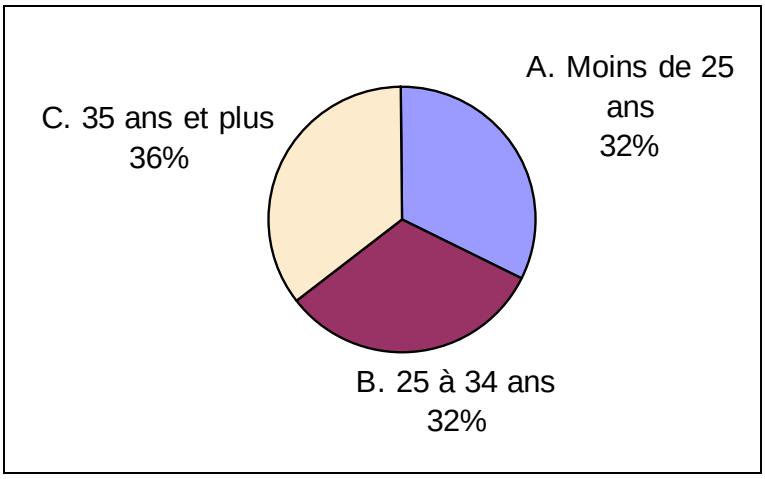
Les moins de 30 ans semblent ainsi plus enthousiastes, peut être plus « nationalistes » que leurs aînés. Ce qui peut se comprendre au regard de ce que les plus âgés ont connu pendant la Révolution culturelle (cf. chapitre 6). De même, pour le croisement entre l'âge et la consultation ou non de carte avant le départ, les moins de 30 ans sont 68,1 % à déclarer ne pas avoir consulté de carte, là où leurs aînés sont 50,4 % à l'avoir fait.

Toutefois, la Révolution culturelle, si elle s'est officiellement terminée avec la mort de Mao (1976), était moins « vive » depuis quelques années déjà. Il est donc intéressant de chercher un autre seuil qui pourrait donner encore plus de sens aux relations entre l'âge et les différentes variables de l'enquête. Nous avons finalement retenu le seuil de 35 ans, soit, par rapport à la date de notre enquête, 1973. Cette année là fait suite à celle qui a vu la première visite d'un président américain en Chine et cette année marque donc le réel début d'un « réchauffement » en pleine Révolution culturelle. Même si Mao est toujours en vie, Deng Xiaoping lance quelques réformes, dont celle du tourisme : celui qui succédera à Mao se rend alors dans différentes villes du pays pour essayer d'y encourager le développement touristique. Guilin est d'ailleurs l'une de celles-ci, et elle voit cette année là une importante augmentation du nombre de touristes étrangers (notamment des Chinois « d'outre-mer ») [348].

Le seuil des 35 ans (1973) est donc intéressant. Il correspond de plus à une répartition des classes d'âge de l'enquête qui va permettre d'affiner les relations étudiées : 32,1 % des interrogés ont moins de 25 ans, 32,1 % ont entre 25 et 34 ans, et 35,8 % ont 35 ans et plus (graphique 15).

[348] Nous développons ce point dans le chapitre suivant. Le rôle de l'Etat est fondamental à partir du milieu des années 1970, en particulier dans le lancement de lieux touristiques, ainsi que dans l'accompagnement à la mise en tourisme de ceux-ci. En particulier pour créer un sentiment d'unité nationale.

Graphique 15. Nouvelle répartition des classes d'âge de l'enquête



Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

2-3-2. La relation entre l'âge, la préparation du voyage et la manière de voyager

L'origine géographique n'a pas d'influence sur les pratiques touristiques, nous l'avons montré. Cependant, il y a une forte relation entre l'âge des touristes et leur origine géographique (Khi² de 35,2 pour une valeur critique de 12,59 et 6 degrés de liberté, 0,05 de seuil de signification). Les moins de 25 ans proviennent en majorité (58,4 %) de la région « Guangxi + », c'est-à-dire du Guangxi ou des provinces limitrophes. En revanche, les plus de 35 ans proviennent d'abord de la région de Shanghai (31,4 %). Dans le détail, les âges se répartissent de la manière suivante : pour la région de Pékin, la majorité des touristes (61,5 %) a entre 25 et 34 ans ; pour Shanghai, ce sont les plus de 35 ans qui sont les plus nombreux (54,0 %) ; alors que pour la région « Guangxi + », la moitié exactement des touristes à moins de 25 ans. Quant aux autres provinces, il y a une répartition assez égale entre les différentes classes d'âge (tableau 22).

Tableau 22. Rapport entre l'âge des touristes et leur origine géographique

Classes d'âges	**Origine des touristes**				
	Pékin +	Shanghai +	Guangxi +	Autres	**Total**
Moins de 25 ans	7,7	14,0	50,0	31,1	32,1
25 à 34 ans	61,5	32,0	22,2	33,8	32,1
35 ans et plus	30,8	54,0	27,8	35,1	35,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Comment ces différentes générations de touristes organisent-elles leur voyage à Guilin ? Tout d'abord, peu importe la classe d'âge concernée, il n'y a aucune relation avec la consultation d'un guide touristique : le Khi² est en effet proche de 0 (0,3), nous indiquant qu'il y a une très forte indépendance entre ces deux variables. En revanche, il y a un lien entre l'âge et la consultation de carte avant le départ (le Khi² est de 7,6, dépassant donc la valeur critique qui est de 5,99). Le résultat de ce croisement est que plus l'âge des touristes augmente, plus ceux-ci consultent une carte : ils sont 31,2 % à le faire avant 25 ans, 40,3 % entre 25 et 34 ans et une majorité (52,3 %) après 35 ans. Il est donc évident que les touristes plus âgés préparent plus leur voyage que leurs cadets.

Une fois le voyage préparé, une autre importante relation statistique existe entre l'âge et le moyen de transport (le Khi² est de 32,6, dépassant donc la valeur critique qui est de 12,59). Les moins de 25 ans prennent en effet d'abord le train, deux fois plus même que l'avion (53,2 % pour le train et 26,0 % pour l'avion). La situation s'inverse entre 25 et 34 ans, où 61 % des touristes prennent l'avion contre 29,9 % qui prennent le train. La relation générale que nous pouvons observer est que plus l'âge des touristes grandit, plus ils utilisent des moyens de transport rapides ou individuels (tableau 23). Les plus de 35 ans sont en effet 7 % à utiliser leur voiture pour venir à Guilin, ce qui est peu, mais ce qui est bien supérieur aux autres classes d'âges (1,3 % pour les moins de 25 ans et 1,3 % pour les touristes qui ont entre 25 et 34 ans).

Tableau 23. Rapport entre l'âge des touristes et leurs modalités de voyage

Classes d'âges	**Modalités du voyage**				
	En groupe	En famille	Entre amis	Seul	**Total**
Moins de 25 ans	11,7	18,2	57,1	13,0	100,0
25 à 34 ans	35,1	27,3	35,1	2,6	100,0
35 ans et plus	41,9	18,6	38,4	1,2	100,0
Total	30,0	21,3	43,3	5,4	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

L'âge des touristes intérieurs a une dernière incidence sur leurs modalités de voyage : plus les touristes sont âgés, plus ils voyagent en groupe, et inversement. Cette relation, qui est analysable (la valeur du Khi² - 32,5 - est bien supérieure à la valeur critique, 12,59), nous indique que 41,9 % des plus de 35 ans voyagent en groupe alors que 57,1 % des moins de 25 ans voyagent entre amis (tableau 23). Dans cette dernière catégorie d'âge, le voyage en groupe organisé ne représente même que 11,7 % du choix des touristes.

2-3-3. La représentation d'un voyage réussi n'est pas la même selon l'âge des touristes

La dernière variable sur laquelle intervient l'âge des touristes est la représentation de ce qu'est pour eux un voyage touristique « réussi » : avec un Khi² de 23,5 (supérieur à la valeur critique de 9,49), cette relation a du sens et peut être prise en compte dans notre analyse. La corrélation de ces deux variables montre que plus l'âge des touristes est élevé, plus ces derniers considèrent que regarder des beaux paysages naturels est le premier aspect d'un voyage réussi : si les moins de 25 ans sont seulement 37,7 % à considérer cet aspect fondamental, le chiffre monte à 62,3 % pour les touristes entre 25 et 34 ans, et 65,1 % pour les plus de 35 ans. On peut ici facilement admettre que les plus de 35 sont plus cultivés que les moins de 25 ans, mais c'est surtout la place des paysages dans les représentations touristiques chinoises qui est remarquable. On comprend également mieux pourquoi Guilin occupe une place si essentielle dans la culture chinoise, et pourquoi cette partie du Sud-Ouest chinois est si fréquentée par les touristes intérieurs.

Visiter des sites historiques, du patrimoine, est également important pour les touristes intérieurs interrogés à Guilin ; quelle que soit la classe d'âge concernée, cet aspect d'un voyage réussi est la première réponse d'environ un tiers des touristes : les moins de 25 ans sont 37,7 % à la choisir, pour 28,6 % des 25/34 ans et 31,4 % des plus de 35 ans. Avec la catégorie des beaux paysages, le patrimoine représentent au moins 75,4 % des réponses (pour les moins de 25 ans), et jusqu'à 96,5 % (pour les plus de 35 ans). Là encore, il faut mettre en valeur l'importance qu'ont les *Mingsheng* pour les touristes chinois (*Supra*). Il n'y a que chez les moins de 25 ans que les autres réponses occupent presque un quart des résultats. Ces derniers touristes sont par exemple les seuls à déclarer que la prise de soi en photo peut être le caractère le plus important d'un voyage réussi (tableau 24). Autant l'aspect disparaît après 25 ans, autant la variable « manger des spécialités locales » diminue avec l'âge : de 18,2 % des réponses pour les touristes de moins de 25 ans, pour 6,5 % des 25/34 ans et 2,3 % des plus de 35 ans.

A l'inverse de la relation âge / aspect le plus important, il n'existe pas de lien entre l'âge des touristes et l'aspect le moins important d'un voyage : la valeur du Khi² de cette relation est de 3,8 alors que la valeur critique est de 12,59 pour les degrés de liberté concernés (six).

Tableau 24. Rapport entre l'âge des touristes et l'aspect le plus important d'un voyage réussi

Classes d'âges	**Aspect le plus important**						
	Spectacles	Manger Des spécialités	Voir des beaux paysages	Visiter des parcs	Visiter du patrimoine	Se faire prendre en photo	**Total**
Moins de 25 ans	0,0	18,2	37,7	0,0	37,7	6,5	100,0
25 à 34 ans	1,3	6,5	62,3	1,3	28,6	0,0	100,0
35 ans et plus	1,2	2,3	65,1	0,0	31,4	0,0	100,0
Total	0,8	8,8	55,4	0,4	32,5	2,1	100,0

Tous les résultats sont indiqués en pourcentage.

Source : Enquête à Guilin, juin 2008.

Il est finalement possible de croiser l'âge des touristes avec leur tenue vestimentaire. C'est même la relation qui obtient la plus grosse valeur du Khi² (27,3 pour une valeur critique de 5,99), de tous les croisements de ce chapitre. La conclusion de cette relation semble cependant assez évidente : plus les touristes sont âgés, plus ils s'habillent en tenue de « ville » et inversement pour les tenues de sport chez les plus jeunes. Toutefois, cela peut également indiquer un conformisme de plus en plus grand avec l'âge des touristes. Le conformisme social est ainsi un aspect qui revient assez souvent dans les analyses menées ci-dessus : les pratiques des différents touristes se ressemblent en fait beaucoup.

Conclusion du Chapitre. L'étude statistique du tourisme intérieur

Grâce à l'exemple de Guilin, ce chapitre a, malgré des méthodes parfois complexes, réussi à montrer plusieurs caractéristiques des pratiques du tourisme intérieur en général. Tout d'abord, les pratiques touristiques se ressemblent, comme s'il existait un certain conformisme social, alors même que des pratiques individuelles se font jour. Cependant, le tourisme intérieur aujourd'hui à Guilin n'a plus grand-chose à voir avec ce que pouvait décrire certains auteurs à la fin des années 1990 : les changements ont été profonds, en particulier dans les moyens de se déplacer et de préparer son voyage.

Des stéréotypes restent pourtant attachés à l'image du tourisme chinois, mais beaucoup d'entre eux sont infirmés par l'étude de terrain. Il n'est par exemple plus possible de dire que les habitants de Pékin ont des pratiques touristiques différentes de ceux habitants dans la région de Shanghai, l'origine géographique n'ayant vraisemblablement pas d'incidence sur les pratiques touristiques. En revanche, l'âge est une variable à prendre en compte : il existe bien des générations de touristes chinois qui ont des pratiques bien distinctes les unes des autres.

L'étude statistique du tourisme intérieur engagée ici, qui fait suite à celle du chapitre 1, reste cependant incomplète. L'enquête menée sur le terrain est encore de dimension trop restreinte, et de nombreux phénomènes demeurent à approfondir pour certains, à explorer pour d'autres. Des croisements entre la variable générationnelle et d'autres pratiques, comme le choix d'un site culturel ou un site naturel, comme le temps passé en fonction du type de site (il faudrait alors établir une grille des types de sites), et bien d'autres encore, subsistent comme des zones d'ombres de la recherche sur le tourisme intérieur chinois. A l'échelle locale, de nombreuses enquêtes devraient être menées pour enrichir notre connaissance empirique du phénomène.

A une tout autre échelle, celle du pays, une autre analyse statistique est nécessaire : afin de comptabiliser réellement le nombre de touristes par province et par type de site, l'analyse devrait se pencher sur les différents registres statistiques et essayer d'en tirer des logiques générales. A l'instar de la fréquentation de la ville de Guilin et de sa périphérie, il faudrait connaître la fréquentation des principaux sites du pays, et de leur ceinture, pour établir une cartographie du poids touristique des différents hauts-lieux du pays. Qui vient ici et de quelle manière ? Un atlas des différents flux du tourisme intérieur serait alors l'objectif d'une telle recherche.

Chapitre 5. Les modalités de la contemplation et de la découverte de la Nature par les touristes intérieurs

« *Le plus beau paysage sous le ciel est à Guilin,*
Le plus beau paysage de Guilin est à Yangshuo »[349].
Expression chinoise.

Après une analyse majoritairement quantitative, ce deuxième chapitre insiste sur des aspects plus qualitatifs des pratiques touristiques chinoises en nous orientant vers les différences de pratiques entre touristes occidentaux et touristes intérieurs. Ces deux populations se regardent souvent sans se comprendre : les Occidentaux essayent de fuir les lieux fréquentés par les Chinois, alors que ces derniers observent avec curiosité les libertés que prennent leurs voisins dans les sites touristiques.

Le champ de recherche est toutefois, dans ce chapitre, restreint aux pratiques de la Nature dans des lieux paysagers. Dans différents sites naturels, comme le fleuve Li, les grottes de Guilin ou d'autres sites de la région du Guangxi (voire du Guizhou), l'examen comparé des pratiques cherchera à déterminer si, chez les touristes intérieurs, une « autre » manière de regarder la Nature et les paysages, singulière et originale, est avérée.

Au-delà des différences, l'exposé cherchera également à établir des analogies au sein des pratiques touristiques. La prise de clichés photographiques, où le touriste est le centre, est par exemple une pratique commune aux touristes chinois et internationaux. Cependant, cette première population semble privilégier une expression différente des pratiques classiques de découverte et de contemplation du paysage. Que photographient donc les touristes intérieurs ? Un paysage ? Soi-même au milieu des autres ?

Les pratiques, de plus en plus individuelles, sont également prises en compte dans l'analyse. Présentent-elles des similitudes spontanées ou fonctionnelles avec celles des touristes voyageant en groupe ? Au contraire, se rapprochent-elles de celles des « *backpackers* »[350] occidentaux ? Quelques éléments de réponse pourront être établis par

[349] 桂林山水甲天下，阳朔山水甲桂林
[350] Nous conservons ce terme en langue anglaise, car la définition en français (« randonneur »), ne convient pas à la pratique observée en Chine : les « *backpackers* » en chine sont des individus qui voyagent « sac sur le dos » dans le pays, souvent pour au moins un mois. Un « randonneur » fait du tourisme en pleine Nature, alors que les

l'analyse des territoires touristiques de chaque population. Il convient de noter également que singulièrement, certains lieux sont uniquement fréquentés par les touristes intérieurs « individuels ». Quelles sont alors les pratiques qui y ont cours ? Est-ce l'envie d'un voyage « authentique », « moderne », ou « individuel » qui prime dans le choix de ce mode de voyage ?

Nous soulignerons enfin l'importance des guides touristiques imprimés avant de conclure ce chapitre : que nous montrent ces nouveaux « passeurs d'altérité »[351] ? Les lieux et leur classification par degré d'importance sont-ils identiques à ceux visités par les groupes ? Un mot sur la méthode : l'observation participante, dans les provinces du Guangxi et du Guizhou, aura été au cœur de notre démarche et de notre réflexion. Au constat visuel d'un phénomène, nous avons systématiquement réalisé des entretiens (annexes), dont nous exhumerons, au fil de notre démonstration, les extraits les plus pertinents. Quant à la méthode d'analyse des guides imprimés, nous reprenons un procédé développé par Philippe Violier[352].

1. Les modalités de la découverte et de la contemplation des paysages

1-1. La galerie de peintures de Guilin

1-2. Les grottes et leurs formes mises en valeur (exemples à Guilin et au Guizhou)

1-3. La question des photos

2. Les pratiques de la Nature des touristes plus « individuels »

2-1. Les différents territoires touristiques

2-2. Les nouvelles formes d'un « Touring Club » à la chinoise ?

2-3. « *Une bonne carte est une bonne aide* » : les guides touristiques imprimés

---

backpackers visitent, comme les groupes de touristes étrangers (mais eux seulement pour une ou deux semaines), les plus grandes villes du pays, mais aussi certains villages (comme dans le cas de la périphérie de Guilin). Un *backpacker* voyage souvent de manière individuel, seul ou avec un/des amis.

[351] Expression de l'équipe MIT désignant les vecteurs qui favorisent l'apprentissage « d'être touriste », qui favorisent la confrontation à l'altérité. Voir l'introduction générale.

[352] Que je tiens à remercier ici, à la fois pour le temps accordé et la confiance témoignée.

1. Les modalités de la découverte et de la contemplation des paysages

Ce premier développement s'attarde sur les pratiques intérieures du paysage de la région de Guilin. En soulignant les différences de pratiques entre les touristes étrangers (notamment occidentaux), et les touristes intérieurs, nous essayerons d'expliquer quel en sont les fondements. Des invariants, dans la contemplation de la Nature et des paysages, pourront ensuite être relevés : les touristes chinois regardent d'abord des sites nommés en fonction de leurs formes (collines du fleuve Li ou les stalactites/stalagmites des grottes).

1-1. La galerie de peintures de Guilin

De toutes les visites dans la région de Guilin, la croisière sur le fleuve Li est considérée incontournable pour les touristes intérieurs comme pour les Internationaux. L'analyse comparée des pratiques entre ces deux populations, durant les quatre heures que dure la croisière, nous informe tout d'abord sur ce que chacun voit.

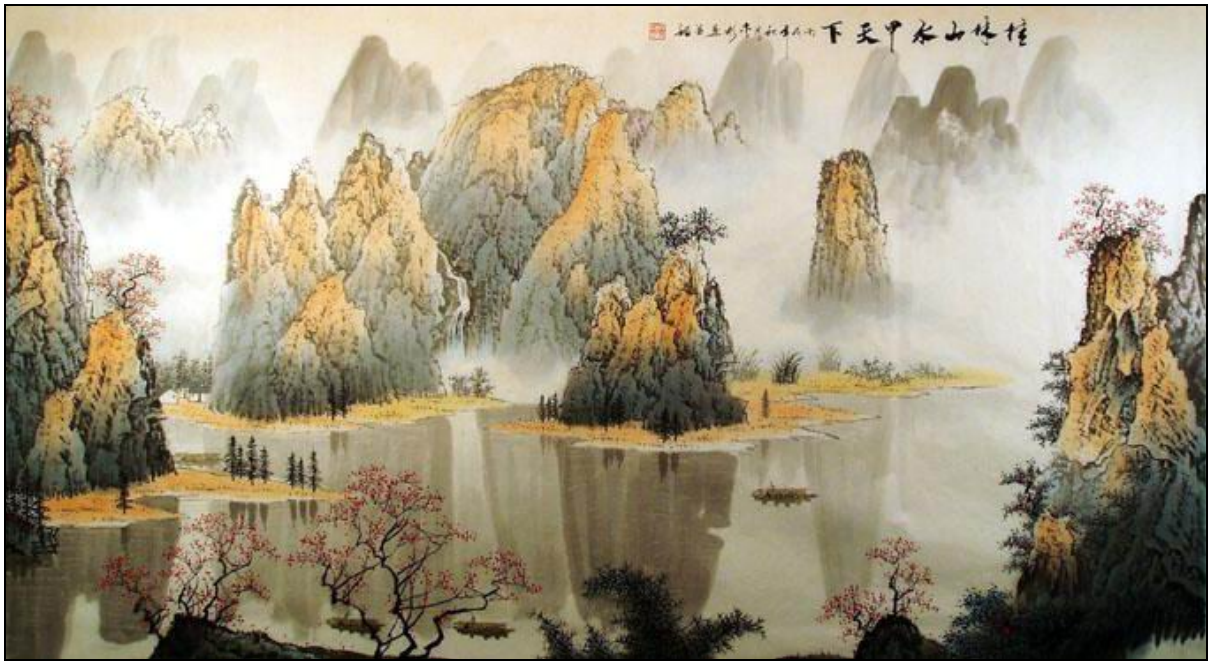
1-1-1. Ce que voient les touristes dans le fleuve Li

Guilin est le point de départ de cette croisière sur le fleuve Li, dont les paysages ont construit la renommée de la région : l'expression « le paysage de Guilin est le plus beau sous le ciel » (*Guilin shanshui jia tian xia*), a été inspirée par ces pics karstiques qui tombent dans le fleuve et s'y reflètent. Nombreux sont les peintres qui furent inspirés par les paysages entre Guilin et Yangshuo (Illustration 4), à tel point que cette partie du fleuve est aujourd'hui considérée comme une « galerie de peintures » (*hualang*)[353].

Les poètes qui ont décrit le paysage du fleuve Li sont également innombrables. *Han Yu* par exemple, un poète célèbre sous la dynastie des Tang (608-907 AP. J-C.), abondamment cité dans les guides imprimés et sur Internet, a vivement chanté la beauté de ce lieu et une de ses phrases est restée célèbre : « *le fleuve Li forme une ceinture de gaze verte, les collines sont comme des épingles à cheveux en jade bleu* ». Les touristes intérieurs associent donc aujourd'hui de nombreuses peintures de paysage avec ce lieu et c'est pourquoi cette croisière est tant briguée par tous ceux qui se rendent à Guilin pour la première fois.

[353] 画廊

Illustration 4. Peinture contemporaine du fleuve Li



La calligraphie en haut à droite de la peinture indique que « le paysage de Guilin est le plus beau sous le ciel ». Ce tableau est peint à la manière des anciennes toiles produites pendant l'époque impériale, où l'important est de jouer sur la « fadeur »[354] des couleurs. Pas de tons vifs, mais plutôt une tendance à utiliser des couleurs pâles qui permettent de saisir une « respiration » du site (cf. introduction générale). Ici, les collines se reflètent dans le fleuve Li, alors que la brume entoure les sommets des pics.

Source : Chinese cultural relics trade market (http://www.ccrtm.com/)[355]

Les touristes internationaux qui se rendent à Guilin sont eux aussi extrêmement désireux d'effectuer cette croisière, mais leurs motivations, ainsi que les thèmes sur lesquels se pose leur regard, divergent sensiblement. D'ailleurs, ces deux populations touristiques sont séparées sur des bateaux différents (le prix n'est également pas le même : environ 300 yuans pour les touristes chinois et 400 yuans pour les internationaux). Une enquête auprès des internationaux mettra en exergue leur préférence pour un temps ensoleillé (photo 15), temps qui convient mieux aux photos de panorama. Les Occidentaux voient d'abord dans les paysages du fleuve Li des formes karstiques, ou formations géologiques couvertes de végétations. Pour ces touristes, les pics sont en apparence noirs, comme une « forêt de pierres ceinturant le fleuve ». Ensuite, ils s'intéressent aux villages de pêcheurs qui bordent le fleuve ainsi qu'à la vie quotidienne de leurs habitants. Ceci montre l'écart remarquable entre le regard occidental et chinois : ce dernier porte peu d'attention à la vie des populations locales.

[354] Jullien F., (1993) *Eloge de la fadeur*, Editions LGF-Livre de poche, 158 p.
[355] L'artiste (contemporain), *Li Bing*, peint des paysages à la manière des peintres de l'époque classique.

Photo 15. Un paysage du fleuve Li apprécié par les touristes occidentaux

Ce cliché nous montre un décor qu'apprécient les touristes occidentaux. Le temps est ensoleillé, faisant ressortir les couleurs des collines qui entourent le fleuve Li. Le vert de la végétation tranche bien avec le gris/marron des collines, ainsi qu'avec le bleu clair du ciel. Une importance est également donnée à la vie locale, manifestée ici par l'élevage de bovins au bord du fleuve et parfois par les villages qui apparaissent au détour des méandres du fleuve.

Cliché de l'auteur, 2005.

Notons maintenant le regard porté sur les paysages du fleuve Li par les Chinois : en premier lieu, ils n'ont rien contre un temps pluvieux, ou nuageux, voire même brumeux. Un temps couvert apporte plus de nuances aux collines et fait ressembler le décor aux peintures anciennes évoquées plus haut (photo 16). Les nuages et la brume font ainsi changer le paysage de minute en minute, faisant apparaître ou disparaître périodiquement des parties de cette peinture/paysage. Le regard des touristes chinois ne se laisse pas capter par les formes géologiques, mais par des représentations stéréotypées du passé. Pour cette raison, tous se prennent en photo au même endroit, dans des poses stéréotypées (*Infra*). Les touristes intérieurs, comme nous venons de le souligner, ne s'intéressent enfin que peu aux populations locales : les maisons des pêcheurs ne sont au mieux que des éléments d'un tableau, et ses habitants sont souvent même considérés comme des populations arriérées (cf. chapitre 2).

Ces premiers éléments croisés permettent donc d'entrevoir la différence qui caractérise le regard des touristes internationaux et les touristes intérieurs sur la Nature en général, et sur le paysage en particulier. Comme l'a indiqué Pal Nyíri dans ses travaux (2006 et 2008), cette différence est pour une large part le résultat d'une forte impulsion de l'Etat qui a publié au

début des années 1980 de nombreux carnets de voyage de visiteurs lettrés venus à Guilin à partir du 16ème siècle (cf. chapitres 2 et 3).

Photo 16. Paysage brumeux du fleuve Li, apprécié par les touristes intérieurs

Le paysage est ici bien différent de celui de la photo précédente. Les couleurs ne sont pas vives, éclatantes, mais « fades ». Ce temps n'est pourtant pas « maussade » pour les touristes intérieurs. Au contraire, la brume donne au paysage un aspect d'une peinture ancienne. Surtout, la brume fait apparaître et disparaître des parties du décor, permettant aux touristes intérieurs de laisser libre cours à leur imagination. Les formes qui naissent et meurent sont alors de longs sujets de discussion sur le bateau.

Cliché de l'auteur, 2005.

1-1-2. Les éléments regardés lors de la visite

Cette impulsion de l'Etat se retrouve également dans une autre modalité du regard porté sur les paysages du fleuve Li. En effet, les touristes intérieurs scrutent attentivement les collines et leurs formes : les visiteurs de l'époque classique avaient largement décrit ce que leur inspiraient les formes des collines le long du fleuve en le consignant dans les carnets de voyage. Les croisières se font donc aujourd'hui toujours au rythme de la découverte des différentes formes associées aux collines.

Les collines des « coqs de combat » sont par exemple « *deux collines en forme de deux coqs de combat* (qui) *se font face de chaque côté du fleuve. La colline sur la rive Est, la colline de Chuan shan, ressemble à un coq ouvrant ses yeux larges et levant sa longue queue. La colline sur la rive ouest ressemble elle à un coq avec sa crête soulevée et est appelé la colline Gamecok. […] En regardant depuis là, le geste de combat de ces deux coqs saute*

directement dans vos yeux. […] Vive et réaliste, cette scène est énumérée en tant qu'une des dix merveilles du fleuve Li »[356]. Ou bien encore la colline des « huit immortels traversant le fleuve », est ainsi comme « *huit crêtes taillées comme des sculptures naturelles. Ce sont les huit immortels. Un jour, à l'issue d'un de leurs voyages, ils arrivèrent au fleuve Li. Trouvant l'endroit magnifique, ils décidèrent d'y rester, mais le faisant ils acceptèrent de perdre leur immortalité et, plutôt que de retourner au royaume des cieux, ils préfèrent être transformés en pierre pour continuer à admirer le spectacle du lieu* »[357]. Ces exemples ne sont pourtant pas isolés, car nombreuses sont les montagnes qui ont été nommées (tableau 25).

Tableau 25. Les collines nommées le long du fleuve Li entre Guilin et Yangshuo

1-Les étranges cimes de la forêt	15-Le lion qui gravit la colline des cinq doigts
2-La grenouille qui se réveille	16-La cage du poulet
3-La meule	17-La tortue qui grimpe sur la colline
4-La falaise de la gorge de bœufs	18-Huit immortels traversant le fleuve
5-Les neufs dragons jouant au dessus de l'eau	19-La queue du poisson
6-Un heureux mariage	20-La fresque des neuf chevaux
7-La grenouille qui traverse la rivière	21-Le lion observant les neuf chevaux
8-La femme qui attend le retour de son mari	22-Le gant
9-Le bac d'Un côté	23-La magnifique jeune fille
10-La broderie	24-Le chameau traversant le fleuve
11-Le meunier au travail	25-L'escargot
12-La vague de pierre	26-La carpe
13-Le porte-stylo	27-La tête du dragon
14-Le grand-père qui regarde la pomme	

Source : Bureau du tourisme de Guilin, 2008.

Ces 27 collines sont les principales attractions de la croisière sur le fleuve Li[358]. Au fur et à mesure de la visite, un haut parleur décrit les formes associées à ces différentes collines, et les touristes basculent périodiquement de droite à gauche du bateau selon le côté où se situe la colline. Tout les touristes écoutent les descriptions faites par le guide et une fois la description terminée, tous se pressent et font la queue pour se faire prendre en photo devant

[356] « *Two hills in shape of two fighting roosters face each over across river. The hill on the east bank is Chuanshan Hill and resembles a rooster opening its eyes wide and holding up its long tail. While the west one looks like a rooster with its crest lifted and is named Gamecock Hill. […] Looking back from there, the fighting gesture of these two roosters jumps directly into your eyes […] Vivid and lifelike, it is listed as one of the ten marvellous spectacles of the Li River* ». Ce commentaire, issu d'un guide en anglais, se retrouve dans d'autres guides, dans différentes langues, ce qui montre le caractère stéréotypé des commentaires des guides. Cela montre donc encore une fois le rôle de l'Etat.

[357] Discours d'un guide Chinois francophone.

[358] D'une certaine manière, ces descriptions ressemblent un peu à celles des sites naturels en France à la fin du 19ème et au début du 20ème siècle : l'intérêt à cette époque n'était-il pas d'observer les formes des grottes, des cheminées de fées, des roches multiformes, etc. ? Dans les deux cas, il faut peut être voir là une volonté de construction nationale par l'Etat. Pour le cas français, voir ainsi : Thiesse A.-M., (1999) *La création des identités nationales*, Editions du Seuil, Paris, 385 p.

ladite scène (les descriptions associent toujours la forme de la colline à une histoire ou à une légende). Rares sont les touristes qui n'écoutent pas les informations données par le guide et de manière générale, tout ce qui est nommé (ce sont toujours des phénomènes naturels, comme les gorges - *xia* - par exemple), est photographié.

Photo 17. La colline de la fresque des neuf chevaux

Ce cliché a été pris non depuis le fleuve, mais depuis sa rive droite. Il permet de souligner l'importance de cette colline, eu égard à la taille des maisons (au premier plan). La colline des neuf chevaux est la plus connue de toutes celles qui jalonnent le parcours de Guilin à Yangshuo. Elle est même considérée comme une peinture, c'est-à-dire une œuvre d'art.

Cliché de l'auteur, 2005.

La réponse des touristes aux explications du guide est à peu près la même pour tous. Les touristes chinois sont admiratifs devant le « plus beau paysage sous le ciel », et ils n'hésitent pas à le manifester par des exclamations à chaque fois qu'ils découvrent une nouvelle colline, et donc une nouvelle scène. Dans l'exemple de la colline de la fresque des neuf chevaux, une des plus connues (photo 17), les touristes doivent parvenir à distinguer neuf chevaux. Le guide explique ensuite que celui qui arrive à tous les voir est un génie, un individu digne d'être classé premier à l'ancien concours impérial : « *la légende raconte que ces neuf chevaux, effrayés par un peintre, en tentant de s'enfuir se seraient retrouvés bloqués dans la pierre, faisant de cette colline une véritable fresque. Il est difficile de distinguer tous les chevaux et on dit que celui qui pouvait identifier chacun des neuf chevaux serait le disciple numéro un, c'est-à-dire le titre conféré à celui qui a obtenu le premier prix à l'examen impérial le plus élevé* ». Tout le monde se presse donc sur le pont (photo 18) pour

observer et essayer de voir, déclarant en avoir vu au moins un certain nombre de ces chevaux. Les discours vont bon train sur celui dont le regard en a capté le plus. Les pratiques sont alors clairement collectives et assez uniformes[359].

Photo 18. Touristes intérieurs sur le fleuve Li

Ce cliché d'un bateau de croisière sur le fleuve Li nous montre des touristes intérieurs attentifs aux collines karstiques et aux explications du guide qui, grâce au haut-parleur placé sur le toit du bateau, allie une description des formes des collines à la légende qui leurs sont associées. Selon l'importance donnée à telle ou telle colline, une file de touristes se constitue alors, pour être pris en photo devant le pic.

Cliché de l'auteur, 2005.

Les pratiques touristiques pendant la croisière ne sont cependant pas homogènes durant les quatre heures que dure la visite. La première heure se passe sur le pont, selon le descriptif que nous venons de préciser (9-10h) : les touristes y prennent beaucoup de photos au rythme des descriptions du guide. Ensuite, pendant la deuxième heure, les touristes commencent à regarder davantage les paysages, à être plus attentif à la Nature et moins attentif au guide (10-11h). Le tournant de la visite intervient alors au moment du repas de midi, servi entre 10h50 et 11h05 : plus de la moitié des touristes préfère rester dans le bateau plutôt que de remonter sur le pont une fois le repas pris. Singulièrement, peu ressortent pour

[359] Il est possible de rapprocher ce phénomène à un certain patriotisme, voire à un nationalisme. Les caractéristiques des pratiques touristiques ressemblent notamment à celles observées par Ku Ming-chun (2006), dans l'Ouest de la Chine : « *for example, a domestic tourist may broach the topic of how foreigners stole the trasure of the Mogao Caves, and immediately the other tourists would add their own comments to this topic … The staff guide had no way to stop the tour group, which turned into something like a forum of patriotism and nationalism* ». [Ku M., 2006, cité dans Nyíri P., 2008, *Between encouragement and control : tourism, modernity and discipline in China* ; voir le chapitre 2]

prendre en photo les environs du village de *Xingping*, site qui a été reproduit sur le billet de 20 yuans (cf. chapitre 2). Cet aspect semble corroborer l'idée que les touristes intérieurs montrent autant d'importance aux commodités matérielles, sinon plus qu'à la découverte[360].

1-2. Les grottes et leurs formes mises en valeur (exemples à Guilin et au Guizhou)

Pendant la croisière sur le fleuve Li, de nombreuse grottes sises au bord du fleuve y sont signalées, nommées, en tant que partie intégrante des paysages. A ce titre, il est intéressant d'y observer les pratiques qui y ont cours. Comme les collines du fleuve Li, de nombreuses formes dans les cavités sont nommées, en plus d'être mises en valeur par un jeu d'éclairage.

1-2-1. Les formes des grottes sont également nommées

En plus des nombreuses collines karstiques ouvertes au tourisme dans la région de Guilin, de nombreuses grottes sont également aujourd'hui ouvertes au public. Là aussi, le regard entre touristes internationaux et touristes intérieurs diffère sur de nombreux points. Les touristes intérieurs n'accordent que peu de valeur à l'origine géologique et à la formation des stalagmites et stalactites. Le discours du guide n'y consacre en effet que quelques phrases au début de ses explications (d'ailleurs souvent à l'entrée de la grotte).

Comme pour les collines du fleuve Li, le point de mire n'est pas l'origine des formations calcaires, mais les formes qu'elles revêtent. L'observation d'une stalactite est pertinente car elle représente un lion, une fleur de lotus, etc. (photo 19). Comme au fil de la croisière, chaque forme est associée une histoire qui fait appel à l'imagination des touristes. Par exemple, dans la grotte de la flûte du roseau se trouve un endroit nommé : « *le soleil du matin au dessus de la forêt des lions* ». *Ceci parce que « il semble ici avoir une forêt vierge. A l'intérieur, vous voyez avec sa tête, le corps et la queue. Il y a aussi des lionceaux, au pied de cette montagne. Chaque matin, quand le soleil se lève, ce groupe de lions viendra et jouera dans cette forêt* ». Les exemples, circonstanciés, diffèrent d'une grotte à l'autre, une liste exhaustive n'est donc pas possible, mais le schéma, basé sur l'analogie, est toujours le même[361].

[360] C'est pourquoi la plupart des séjours touristiques se font dans ou à proximité d'un important centre urbain ; voir le chapitre suivant.
[361] Voir en annexe la traduction du discours d'un guide présentant la grotte de *Zhijin*, dans la province du Guizhou.

Photos 19 et 20. « Bru massant sa belle-mère » / Plan de la grotte de *Yiling*

(Photo de gauche : grotte de *Zhijin*, province du Guizhou / Photo de droite : grotte de *Yiling*, province du Guangxi). La photo de la « bru massant sa belle-mère » est intéressante, l'observateur pouvant regarder une jeune femme (à gauche), coiffée d'un chapeau dont sortent les cheveux. Elle semble agenouillée derrière sa belle-mère, qui, elle, se tient assise, les bras posés sur les genoux et la tête inclinée en avant. Cette « scène » est un des endroits clés de la grotte, un des points où le guide reste le plus longtemps, en partie à cause des stands de photographes qui s'y trouvent. Dans l'exemple de la grotte de Yiling, le visiteur peut dès l'entrée voir les points les plus importants : le village de montagne pendant la nuit, la forêt dense, la neige dans le nord de la Chine, etc.
Clichés de l'auteur, 2008 et 2005.

Parfois le guide demande même aux touristes de prêter l'oreille pour entendre un certain son : « *Au dessus, lorsque nous tournons la tête un peu sur la gauche, il y a une grande cascade descendant de la falaise montagneuse. Il semble que nous pouvons entendre le son de la chute d'eau* ». Cet exemple est intéressant car il montre que les formes données aux formations géologiques ne sont pas attribuées au hasard mais qu'elles correspondent à des visions anciennes de voyageurs du passé : « *Et cela nous fait rappeler un poème très connu écrit par Li Bai, un poète de la dynastie Tang : « la cascade se déversant de trois mille pieds de haut, c'est comme la voie lactée tombant du ciel »* ». Ici encore, les formes regardées aujourd'hui sont celles qui l'étaient hier[362] : les visiteurs empruntent encore les circuits (photo 20) ébauchés par les visiteurs du passé. Dans le Guangxi par exemple, le géographe Xu Xiake a ainsi visité la grotte de *Yiling* (photo 20), ainsi que la grotte de la flûte du roseau (située à Guilin).

[362] On constate donc encore une fois l'influence de l'Etat, qui dicte les contenus transmis aux touristes intérieurs.

Dans de nombreuses grottes pourtant, l'attribution de noms n'a été réalisée qu'assez récemment, c'est le cas de la « statue de la liberté » sise dans la grotte de la flûte du roseau. Ce nom ne provient bien évidemment pas de l'époque classique et de ses visiteurs lettrés, mais de certains touristes qui ont remarqué des formes jusqu'alors passées « inaperçues ». Le guide a alors pris note de cette nouvelle forme avant de l'intégrer dans son discours. Le guide encourage même les touristes à stimuler leurs capacités imaginatives : « *j'espère vraiment qu'ici, vous pourrez utiliser votre imagination lors du parcours* ». C'est pourquoi dans les visites des grottes, les noms anciens correspondant à la culture chinoise (« la gorge de la fleur du soleil », « le roi singe du voyage vers l'Ouest », « un dragon bleu s'enroulant autour de la pagode », etc.), côtoient aujourd'hui des noms plus récents (« la statue de la liberté », « les gratte-ciels de Shanghai », « les chutes du Niagara », etc.). On aura noté la participation active de Chinois friands d'analogies.

Les touristes admirent largement les formes données aux formations géologiques et, là encore, poussent souvent des exclamations à la découverte de nouvelles formes. Egalement très attentifs aux explications du guide, leur regard se déplace au rythme de ses explications, à de rares exceptions près. Un schéma des touristes dans une grotte est donc assez simple à réaliser : ceux-ci forment des points (agglomérations de touristes) autour des attractions, et entre ces points, ce sont des lignes vides : les touristes ne s'arrêtent que devant les sites nommés. Les groupes dans les grottes sont ainsi assez uniformes, les initiatives personnelles ou apartés plutôt rares.

Comme le souligne Pal Nyíri, il faut y voir là le rôle de l'Etat qui a impulsé et stéréotypé les pratiques touristiques. Cet acteur fondamental (cf. chapitre 3), n'a cependant fait que reprendre des caractéristiques essentielles du regard que portaient autrefois les lettrés sur la Nature. On sait par exemple que les pierres dans les jardins classiques étaient choisies pour les images que suggéraient leurs formes étranges. Les roches devaient donc stimuler l'imagination car elles forment un contraste avec les autres courbes des autres éléments naturels ou même les éléments créés par l'homme. L'Etat est donc un acteur important, mais il n'a fait que réactualiser le regard ancestral que des générations chinoises ont porté sur la Nature et les phénomènes naturels.

1-2-2. Les couleurs des grottes et la modernité

Autre étape conférant de la « valeur » à un site : les visiteurs illustres de l'époque contemporaine. Nombreuses sont les clichés photographiques de Deng Xiaoping, prise lors de sa visite de la grotte de la flûte du roseau, postées tout au long du parcours. Pour les touristes

chinois, où « gagner de la face » est une préoccupation constante, c'est là un encouragement évident à visiter cette grotte : si le Petit Timonier est venu observer les formes des cavités karstiques, alors c'est une affaire sérieuse que chaque touriste à Guilin doit également réaliser. La grotte est d'ailleurs maintenant nommée grotte « présidentielle ». Dans une société où le collectif prime sur l'individu (au profit d'une cohabitation, d'une « harmonie »), une telle visite ne fait donc qu'amplifier le conformisme des pratiques touristiques[363].

Est-ce pour autant que les touristes ne portent pas d'attention aux couleurs éclatantes qui éclairent les différentes formes mises en valeur ? (photo 21) Car les grottes de la région de Guilin, de la province du Guizhou, jusqu'à la municipalité de Nanning, sont toutes éclairées par des couleurs qui paraissent exubérantes à première vue. C'est en tout cas la première réaction des touristes étrangers, qui, pour les qualifier, utilisent allègrement l'épithète de « kitch ». Pourtant, les touristes chinois ne s'étonnent guère de ces différentes couleurs, et semblent même les apprécier. Les touristes chinois interrogés trouvent que l'atmosphère sombre et peu accueillante se trouve de suite embellie : la grotte devient chaleureuse, voire magique. Là encore, le guide demande aux touristes d'utiliser leur imagination.

L'enthousiasme chinois pour couleurs éclatantes trouve sans doute son origine dans ce que la civilisation chinoise associe à ces couleurs, la perception du spectre coloré n'étant pas la même que chez les populations occidentales. Pour preuve, chaque grotte se targue d'être la « plus belle sous le ciel » (*tian xia di yi dong*)[364], ce qui laisse envisager la « beauté » des espaces ainsi éclairés. De Guilin à la province du Guizhou, en passant par Nanning, toutes les publicités de grottes font référence à l'expression littéraire « le plus beau paysage est à Guilin ». Comme dans l'exemple du fleuve Li, certaines grottes usent de l'expression « galerie de peintures » (*hualang*), en référence aux effets que diffusent les lumières dans les cavités et sur les murs de celles-ci. Une publicité décrivant la grotte de *Zhijin* va jusqu'à prétendre qu'elle est le « palais des fées » (*shenxian dong fu*)[365].

[363] Les exemples de visites de hauts dirigeants sont nombreux dans les différents sites et lieux touristiques du pays. A chaque fois, le but est de lancer le lieu et de montrer l'exemple. Voir à ce propos le développement sur la mise en tourisme de Beihai dans le chapitre 1 de la partie suivante.
[364] 天下第一洞
[365] 神仙洞府

Photo 21. Les lumières de la grotte *Guan*

Les couleurs de la grotte Guan, située à environ 30 kilomètres au sud-est de la ville de Guilin, sont très vives. Elles contrastent fortement avec la recherche de « fadeur » constatée précédemment dans le cas de la croisière sur le fleuve Li. La totalité des sites « clés » dans les grottes sont illuminés de cette manière dans les provinces du Guizhou et du Guangxi, mettant en valeur un « feu d'artifice », là un « lion rugissant », etc.

Cliché de l'auteur, 2006.

Une autre explication plausible a trait à la quête de modernité des touristes intérieurs visitant ces grottes. Cette quête du moderne est devenu un aspect fondamental des pratiques touristiques chinoises (cf. chapitre 2) : les sites et les lieux touristiques doivent être bien équipés et facilement accessibles. La grotte Guan, par exemple, satisfait pleinement à ces critères : « *équipée d'un système automatique de son et lumière, la grotte est maintenant plus belle que jamais. En outre, les équipements modernes tels qu'un train, un bateau, et un ascenseur panoramique fournissent les commodités* »[366]. En ce sens, ce n'est pas seulement la visite de la grotte qui intéresse les touristes, mais aussi ses à-côtés modernes, les possibles activités de shopping ou les balades en train, bref un certain « entertainment » (voir le chapitre suivant).

[366] « *Equipped with an automatic light and sound system, the cave now looks more enchanting than ever. In addition, modern facilities such as a railaod car, yacht, and sigtseeing elevator provide convenience* ». Guide touristique en ligne « TravelChinaGuide.com ».

1-3. La question des photos

Comme les touristes internationaux, se faire prendre en photo est une pratique abondamment répandue chez les touristes intérieurs. Mais les modalités d'expression du « cliché souvenir » ici encore divergent, à l'instar des pratiques classiques de découverte et de contemplation du paysage. Que photographient donc les touristes intérieurs ?

1-3-1. Le prix d'une photo : une société qui évolue rapidement

L'observateur qui se rend en Chine remarque tout de suite que les touristes intérieurs abusent du cliché. En apparence, aucune logique ni dans les mises au point, ni dans les lieux photographiés ne semble coïncider. Il semble seulement que les touristes chinois aiment se faire photographier en des lieux bien précis, alors que les touristes occidentaux témoignent plus de liberté dans le choix de leurs photos. Bien que les deux populations touristiques enchaînent les prises de vue, les touristes intérieurs dépassent les internationaux en quantité.

Tableau 26. Les prix d'entrée des principaux sites touristiques et des principaux spectacles

Grotte Ludi : 60 *yuans*	Parc de Longsheng : 98 *yuans*
Grotte des sept Etoiles : 35 *yuans*	Rivière Zi : 90 *yuans*
Parc des sept Etoiles : 30 *yuans*	Grotte d'Argent : 50 *yuans*
Colline de la trompe de l'Eléphant : 25 *yuans*	Grotte Fengyu : 60 *yuans*
Colline Fubo : 15 *yuans*	Chutes Gudong : 60 *yuans*
Colline Diecai : 20 *yuans*	**Circuit 2 rivières 4 lacs** : 155 *yuans*
Grotte Guan : 60 *yuans*	Parc de Xing'An : 30 *yuans*
Montagne Yao : 35 *yuans*	Rizières de Ping'An : 50 *yuans*
Forêt du Tigre : 80 *yuans*	Les rêves du fleuve Li : 150 *yuans*
Parc des Pêchers : 50 *yuans*	Parc de la montagne Gui : 100 *yuans*
Parc du paysage de Yangshuo : 30 *yuans*	Parc Liu san jie : 50 *yuans* le jour ; 80 *yuans* la nuit
Parc Merryland : 110 *yuans*	Spectacle Liu san jie : 188 *yuans*
Canal Lingqu : 60 *yuans*	**Croisière sur le fleuve Li** : entre 275 et 380 *yuans*
Montagne du Chat : 50 *yuans*	Croisière sur la rivière Yulong : 160 *yuans*

En gras, les « incontournables » d'un voyage à Guilin.

Source : Bureau du tourisme de Guilin, 2008.

Quelle est la raison d'un tel déploiement ? Une première hypothèse est celle du coût élevé, à l'échelle de la Chine, d'un séjour touristique. Par exemple, un billet de train Pékin-Guilin coûte un peu plus de 400 yuans en couchette « dure » (6 personnes dans un « box » sans porte), et plus de 600 yuans en couchette « molle » (4 personnes dans un compartiment fermé). L'avion est plus rapide, mais beaucoup plus cher, aux alentours de 1300 yuans en plein tarif. Même si Pékin est sûrement une des destinations les plus onéreuses quelque soit

l'origine des touristes, lorsqu'on combine les frais de transport avec les droits d'entrée des principaux sites touristiques (tableau 26), il apparait que faire du tourisme en Chine s'avère être une activité fort dispendieuse.

Le prix des entrées dans les sites « incontournables » de Guilin est ainsi de 575 yuans en 2007 (sites indiqués en gras dans le tableau 26), et ce ne sont là que des sites touristiques situés dans la ville de Guilin uniquement (la croisière sur le fleuve Li exceptée) : les touristes désireux de visiter d'autres sites devront encore se délester de nombreux yuans. Ce coût élevé justifie d'ailleurs les regroupements : les agences de voyages parviennent elles seules à négocier des prix compétitifs. Il n'empêche que le coût total d'un séjour à Guilin dépasse souvent les 1000 yuans, même pour les habitants des provinces voisines. Dans un pays où le salaire moyen des habitants urbains est d'environ 2080 yuans (source : Xinhua[367], 2008), un tel séjour touristique représente au moins la moitié d'un mois de salaire.

Par conséquent, l'idée d'une prise de vue photographique permettant d'immortaliser un moment dont la valeur n'est pas simplement esthétique mais aussi monétaire, semble cohérente. Dans la même perspective, estimer que ces mêmes touristes visitent un maximum de sites pour y faire un maximum de photos est également plausible. Il y a encore trente ans, tous les Chinois n'avaient pas accès à la photo, peu d'individus possédaient des appareils photographiques au début des réformes engagées par Deng Xiaoping (1978-1979). Même si ce constat à largement évolué pendant ces trois décennies, et même si les touristes intérieurs proviennent des principales villes du pays et font partie de la classe moyenne, les pratiques de la société chinoise n'évoluent sans doute pas aussi vite que l'économie nationale. Autre argument, la société chinoise est une société du Statut (Sanjuan, 2007-b), où « gagner de la face » est fondamental : de là à dire que les photos, une fois développées et exposées chez soi sont un moyen de gagner de la considération sociale, il n'y a qu'un pas. Un pas vite franchi et qui, même si les touristes interrogés à Guilin ne sont que 5 % à répondre que la prise de soi en photo est l'aspect le plus important d'un voyage réussi (cf. chapitre 4), ne semble pas excessif. Le seul fait que des touristes considèrent cet aspect comme fondamental est révélateur de ce qu'un grand nombre n'ose pas dire : tous se font photographier dans les principaux lieux touristiques, et c'est même là une de leurs principales préoccupations une fois sur le site.

La dernière caractéristique qui corrobore cette première hypothèse est validée par les éléments qui se trouvent sur une photo. Contrairement aux touristes occidentaux qui privilégient un panorama, un décor, les touristes intérieurs quant à eux n'ont de cesse d'entrer

[367] L'agence de presse officielle.

dans le cadre de la photo. Le décor est repoussé en arrière-plan alors que le ou les individus sont toujours au premier plan, comme s'il fallait apporter la preuve que l'on a effectivement visité le site. Le touriste apparaît démesurément grand sur le cliché, d'une importance égale aux éléments naturels. Les photos de touristes au sommet d'une montagne « tenant » le soleil dans la main sont ainsi monnaie courante. En ce sens, il nous est permis de penser le tourisme intérieur comme expression de la modernité chinoise, l'important étant de voyager, d'être dans le lieu plutôt que de l'admirer[368].

1-3-2. Les photos sont stéréotypées : l'importance de l'Etat

Une seconde hypothèse est, comme le souligne Pal Nyíri (2008 ; op. cit.) concernant les différents produits touristiques, le peu de place aux différences dans le tourisme intérieur chinois : « *dans le contexte actuel et récent du développement du tourisme intérieur chinois, quand le plus grand segment du marché se compose toujours des personnes qui n'ont jamais été des touristes, la différentiation des produits n'est pas une priorité* »[369]. Le tourisme intérieur demeure profondément standardisé malgré l'apparition de pratiques touristiques plus individuelles. Selon cet argument des pratiques stéréotypées, la logique conformiste se retrouve sur les photos.

Les sites de prise en photo sont en effet largement balisés, marquant des endroits précis où la prise de vue est incontournable. Ces sites correspondent à des vues célèbres, apprises par cœur à l'école. Tous les touristes chinois savent par exemple que les plus belles collines à Guilin sont les collines de la trompe de l'Eléphant, la colline Fubo et la colline Diecai (en plein centre-ville)[370]. La prise de photos stéréotypées constituerait donc l'extension de l'éducation et du rôle de l'Etat, ce que montre encore une fois Nyíri (2008). La volonté de « discipliner » les touristes intérieurs, comme nous l'avons précédemment montré, est resté une prérogative de l'Etat par sa stratégie de revaloriser des carnets de voyage (*lüyou ji*), les descriptions ont été apprises par cœur dans la perspective de former dans la tête des élèves l'idée d'une nation chinoise. Les lieux touristiques chinois sont ainsi des lieux de célébration d'une Chine une et indivisible (Nyíri, 2006 ; David, 2007 ; *Infra*).

Une conséquence de cet « endoctrinement » (Nyíri, 2008) est visible sur les sites : l'endroit précis où la photo doit être prise est fléché par de nombreuses indications telles « le

[368] Les touristes, une fois de retour chez eux, placent bien en évidence les photos prisent dans le site touristique. Il est ensuite de bon ton d'inviter ses amis à la maison pour leur faire découvrir les photos du voyage, souvent reliées dans un album.
[369] « *In today's early stage of Chinese tourism development, when the largest market segment still consists of people who have never been tourists, product differentiation is not a priority* ». (p. 28)
[370] Le chapitre suivant analyse les pratiques intérieures dans les espaces urbains, en particulier à Guilin et Beihai.

meilleur endroit pour une photo » etc. Ces sites sont souvent matérialisés par des chaises, où est stipulé le nom du site, ainsi que la date. Sur la photo 22, les phrases suivantes sont inscrites sur les côtés de la chaise où est assise une touriste avec sa fille : à droite, « le beau soleil et le temps doux du golfe de Beibu » (*feng he ri li beibu wan*)[371], et à gauche, « un voyage sur la plage d'Argent est inoubliable » (*zhongshen nan wangji yintan you*)[372].

Photo 22. Prise de soi en photo sur la plage d'Argent, à Beihai

Ce cliché montre que même à la plage, se faire prendre en photo est indispensable. Toutefois, ce qui différencie réellement cette pratique de celle des Occidentaux est le fait de rechercher des lieux facilement identifiables pour leurs photos. En l'occurrence, une « chaise photo ». Cette dernière n'est pas spécifique à la plage de Beihai : au sommet de nombreux sites touristiques de montagne, on retrouve les mêmes chaises. Ainsi, si le décor est différent, le fondement de la pratique reste le même.

Cliché de l'auteur, 2005.

La lecture se fait donc de haut en bas et de droite à gauche, comme dans les poèmes traditionnels. La structure même des phrases est stéréotypée : chaque phrase est constituée de sept caractères, ici plus précisément de deux proverbes (quatre caractères chacun ; *chengyu*) et de trois caractères précisant le lieu. Cette structure grammaticale, deux énoncés parallèles, est connue en Chine pour faire l'éloge d'un lieu, d'un homme, d'une situation. Elle n'est pas exclusive à la plage d'Argent, comme le montre la photo 23, prise dans la grotte de *Zhijin*

[371] 风和日丽北部湾
[372] 终身难忘记银滩游

(province du Guizhou) devant la forme évoquée précédemment de la « bru massant sa belle-mère » (cf. photo 19). Ici le cadre n'est pas celui d'une chaise, mais les mêmes éléments (phrases parallèles), se retrouvent sur la photo une fois développée. Là encore deux énoncés de sept caractères chacun se trouve autour de la photo, vantant la beauté du site : à droite, « ce paysage ne se voit qu'au paradis » et à gauche, « dans le monde, où et combien de personnes peuvent le visiter ? »[373].

Photo 23. Prise de soi en photo dans la grotte de *Zhijin*, au Guizhou

Cette manière d'entourer une photo d'un cadre avec la date et le lieu n'est encore une fois pas spécifique à la Chine. Cependant, le fait que presque tous les lieux touristiques déploient cette possibilité est révélateur. Dans les sites culturels, comme (et surtout) dans les sites naturels, il y a toujours un photographe pour prendre et retravailler rapidement une photo. Les couleurs sont en effet souvent modifiées dans des tons qui paraissent « kitch » pour les touristes étrangers qui observent la scène.

Cliché de l'auteur, 2008.

Celui qui a les moyens de venir ici, s'y faire prendre en photo et montrer celles-ci aux autres, gagnera immanquablement de la « face ». Dans le cas présent, le site est considéré comme la « plus belle grotte sous le ciel » (*tian xia di yi dong*) expression décidément récurrente (*Supra*) : l'utilisation de cette phrase devient tellement galvaudée qu'il devient

[373] Traduire fidèlement ces deux expressions est difficile, car ce sont des expressions littéraires. Nous ne donnons donc ici qu'une traduction approximative. Le sens est toutefois bien celui transcrit ici.

difficile de déterminer quelle est véritablement la plus belle grotte, la plus belle plage, la plus belle colline, etc. La formule trahit l'implication obsessionnelle de l'Etat dans la formation des guides, dans le choix des sites touristiques, dans la définition des sites qu'il faut prendre en photo, etc. Il n'est donc pas étonnant que l'ensemble des paysages et des sites connus (les emblèmes ; *biaozhe*)[374] soient payants.

Cet effort de « construction nationale » a existé également plus tôt en Europe, selon l'analyse d'Anne Marie Thiesse (1999) : l'idée de Nation au sens moderne, politique, du terme n'émerge en fait que dans la deuxième moitié du 18ème siècle. Comme l'indique Isabelle Taboada-Leonetti : « *Anne-Marie Thiesse montre de manière minutieuse et passionnante ces longs processus de construction. Au départ, nous dit-elle, personne ne savait ce que pourrait bien être l'identité de la… Nation. Au moment de la Révolution Française, en Europe, les différences entre un berger breton et un domestique cévenol par exemple étaient plus grandes qu'entre aristocrates de pays différents ; en France, une minorité de gens seulement parlaient francais dans leur vie quotidienne. Il a fallu, au-delà de toutes les diversités, par un long travail qui a duré plus d'un siècle, construire les identités nationales. Nous apprenons ainsi que cette construction a été l'œuvre collective menée par plusieurs pays européens à travers des tâtonnements, des imitations et des échanges croisés, pour aboutir à une sorte de modèle commun, une liste d'éléments de base : des ancêtres fondateurs, une langue, une histoire continue, des héros, des monuments, un folklore à laquelle toute nation émergente doit depuis se conformer* »[375].

Les touristes intérieurs chinois ne montrent aucune réticence à payer l'entrée de ces sites nationalement connus et reconnus : ils sont convaincus qu'il faut se faire prendre en photo à un endroit bien précis. Ainsi, devant tous les principaux sites touristiques, toujours une dense haie empêche continuellement de voir gratuitement le spectacle. Ceci est également valable dans les plus petits villages qui « possèdent » un site connu : les habitants des maisons situées à proximité font payer le privilège de prendre la photo depuis devant chez eux.

[374] 标志

[375] Lecture critique de l'ouvrage d'Anne-Marie Thiesse : Taboada-Leonetti I., (2000) *La création des identités nationales*, Cahiers de l'Urmis, n° 6 [En ligne]. URL : http://urmis.revues.org/index304.html (Consulté le 27 août 2009)

2. Les pratiques de la Nature des touristes plus « individuels »

De plus en plus de touristes se rendent à Guilin et à Beihai de manière individuelle (cf. chapitre précédent). Si la plupart de ces touristes rejoignent ensuite des groupes, certains décident de continuer seuls ou entre amis le voyage touristique. D'autres encore planifient de partir hors des principaux lieux touristiques. Dans ces deux derniers cas, la question des pratiques de ces touristes persiste. Nous analyserons donc ici, de manière comparée, les pratiques individuelles chinoises et celles des *backpackers* occidentaux. Nous analyserons ensuite ce que font les touristes intérieurs une fois sortis des « sentiers battus ». Enfin, nous aborderons le médium innovant que constituent les guides touristiques imprimés, auxquels les chinois ont recours, dans le cadre de déplacements plus individuels.

2-1. Les territoires des touristes internationaux et des touristes intérieurs

Les touristes intérieurs qui voyagent de manière plus « autonome » (sans l'intermédiaire d'un groupe), ont des pratiques qui se différencient encore de celles des touristes occidentaux. Ce constat, en apparence évident, doit toutefois être approfondi. Pour cela, nous prendrons l'exemple des rizières en terrasses de *Ping'An* et *Jinken*, où se côtoient touristes intérieurs (en groupe et en « individuel »), et touristes occidentaux (groupes et *backpackers*).

2-1-1. Les différents touristes à Ping'An et Jinken[376]

Le site retenu pour cette mise en perspective est celui des rizières en terrasses des villages de *Ping'An* et *Jinken*, un site classé AAA (cf. chapitre 3) récemment ouvert au tourisme (en 2001). Situés à deux heures au nord-est de Guilin, ces deux villages étaient encore au tout début des années 2000 des lieux oubliés, difficile d'accès : situés à proximité de la province du Guizhou, ils sont de surcroît des villages de minorités dépendant d'un canton autonome. L'ouverture de ce village au tourisme correspond à la volonté du gouvernement de Guilin (cf. chapitre 8) d'étendre l'espace touristique afin de faire revenir les touristes qui sont déjà venus visiter les incontournables (fleuve Li, ville de Guilin, Yangshuo) (cf. chapitre 9). L'attrait supplémentaire est ici d'observer des rizières en terrasses, qui ressemblent aux rizières aménagées sur les versants des montagnes de l'île de Java, en sus de

[376] Je remercie ici encore une fois Renaud Bouret, pour l'aide qu'il m'a apporté dans le comptage des touristes présents dans les villages de *Longji* et *Ping'An*.

l'engouement suscité par les villages de minorités ethniques (où cohabitent les ethnies *Zhuang* et *Yao*).

Dans ce site, les touristes intérieurs, bien que majoritaires, ne sont pas les seuls visiteurs. Ils côtoient en effet les touristes internationaux (asiatiques et occidentaux) qui rassemblent une population hétérogène : les étrangers se distinguent notamment, en plus de leur nationalité, selon plusieurs critères : touristes individuels ou en groupe, nuitée passée sur place ou non. Les touristes occidentaux se divisent ainsi entre les groupes qui viennent seulement passer la journée à *Longji* avant de repartir vers Guilin, et les *backpackers* qui quant à eux passent souvent la nuit dans un des nouveaux hôtels du site. Cette distinction est également valable pour les touristes chinois, mais il faut noter que la proportion de *backpackers* occidentaux est plus importante que celle des touristes intérieurs.

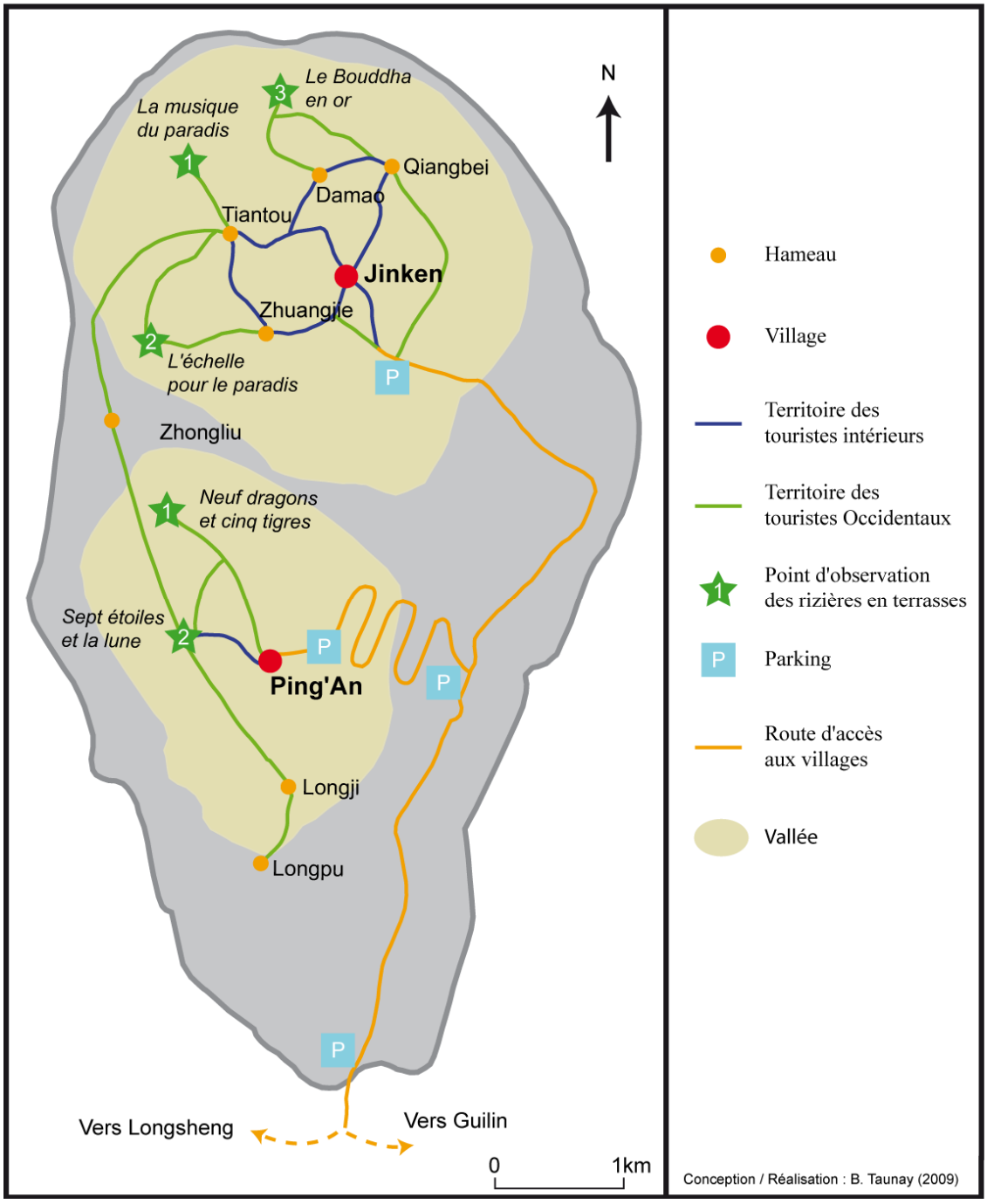
Les modalités de contemplation de la Nature diffèrent selon ces différentes populations, ce qui ressort de l'analyse d'une journée passée sur place : les touristes chinois en groupe arrivent généralement vers midi et se rendent vers le village depuis le site de stationnement des bus. Rares sont les individus qui sortent du groupe pour grimper dans les rizières en terrasses : alors que l'on compte entre 200 et 300 touristes chinois dans le village la journée, ils ne sont que qu'une petite dizaine dans les points d'observation 1 et 2 (carte 20). Ces points ont pourtant été « sinisés » avec des noms chinois, à la manière de ce que nous avons précédemment évoqué (collines du fleuve Li, grottes à proximité de Guilin) : les points d'observation se dénomment le « Bouddha en or », la « musique du paradis », les « sept étoiles sans la lune », etc. Lors d'une journée d'observation (30 juin 2008), nous n'avons par exemple compté que 13 touristes dans les deux points d'observation qui surplombent le village de *Ping'An*. Parmi ceux-ci il y avait 4 Chinois et 9 étrangers (un étudiant hongrois, un étudiant coréen, un couple australien, un touriste canadien et 4 autres personnes), des proportions qui se sont vérifiées les jours suivants.

Quant on s'éloigne encore plus de du village de *Ping'An*, en direction du village de *Longji* (plus à l'écart des chemins de randonnées), le nombre de touristes baisse encore. Les touristes étrangers sont alors plus nombreux que les Chinois. Le même jour, sur ce chemin nous avons seulement croisé une touriste chinoise seule et trois Occidentaux. Les jours suivants étaient à peu près identiques dans les proportions : plus on s'éloigne des chemins tracés, plus le nombre de touristes est faible et la proportion de touristes intérieurs minime, parfois même inférieure à celle des étrangers. Ce constat se vérifie la nuit, où la proportion d'Occidentaux augmente considérablement : d'environ 10 % le jour, elle atteint environ un

tiers des touristes présents. La nuit cependant, la quasi-majorité des touristes sont des *backpackers*, car presque aucun groupe ne décide de passer la nuit.

2-1-2-Des territoires touristiques très différents

Carte 20. Les territoires touristiques à *Ping'An* et *Jinken*



Conception / Réalisation : B. Taunay (2009)

Source : Enquête de terrain, 2008.

L'observation des touristes met ainsi en lumière d'importantes différences dans les sites fréquentés. En systématisant ces observations, nous pouvons dessiner la carte 20, qui nous présente les territoires touristiques de chaque population. Le premier constat concerne le territoire : celui des touristes intérieurs est beaucoup plus « restreint » que celui des Occidentaux. Les premiers restent en effet en majorité à proximité du village, que ce soit pour celui de *Ping'An*, ou bien *Jinken*. Dans les deux vallées, les touristes intérieurs dépassent très rarement les hameaux proches du village. Ce constat est valable pour les groupes qui manquent de temps (arrivés à midi ils repartent vers 16h), mais aussi pour les *backpackers*. Ceux-ci s'aventurent un peu plus loin que les inconditionnels du groupe, mais sur les points d'observations les touristes sont avant tout Occidentaux.

Les Occidentaux, en revanche, sont souvent prêts dépasser les limites du village et prendre de la « hauteur » pour accéder aux points d'observation, ainsi qu'à s'abîmer dans une marche de deux ou trois heures reliant les deux vallées (en passant par le chemin qui traverse le hameau de *Zhongliu*). Ils rencontrent, une fois arrivés dans l'autre village, des *backpackers* chinois à l'hôtel de leur choix. Ceux-ci, mêmes s'ils se déplacent moins, ont pourtant un planning différent de celui des groupes : ils se lèvent en assez tôt et montent alors aux points d'observation pour y contempler le paysage avec la brume (photo 24).

Rapport à la Nature original, chacun selon sa culture : observation des rizières pour les Occidentaux, recherche d'un paysage de type « montagne et eau » (brume) pour les Chinois *backpackers*. En outre, ces derniers ne critiquent pas les lieux touristiques fréquentés par le tourisme de « masse » chinois (ici les groupes se cantonnant aux villages) : « *les discussions en ligne des backpackers ne critiquent ou ne satirisent pas les sites (du tourisme de masse) comme le font les backpackers occidentaux* » (Nyíri, 2006 ; p. 89)[377]. Comme le note également cet auteur, l'expérience moderne prévaut dans les motivations et les pratiques des touristes chinois *backpackers*.

[377] « P*articipants of online backpacker discussions do not criticize or satirize these sites and their practices the way that their Western counterparts do* » (op. cit.).

Photo 24. La brume sur les rizières photographiée par les touristes intérieurs

Ce genre de paysage n'est visible qu'avec la fraîcheur du matin dans cette région montagneuse (altitude d'environ 1000m). Malgré l'heure matinale, les touristes sont très enthousiastes pour prendre en photo ce type de paysage. Ils commencent par prendre une photo avant de se faire prendre en photo ; ce qui dénote un autre regard sur la Nature, du moins par rapport aux pratiques des groupes de touristes intérieurs.

Cliché de l'auteur, 2007.

2-2. Les nouvelles formes d'un tourisme plus individuel

Même si les touristes chinois individuels se dirigent en partie vers les sites connus, d'autres décident de se tourner vers d'autres lieux, dont ils détiennent la fréquentation exclusive. Quelles sont alors les pratiques de ces touristes ? Quelles différences peut-on relever entre les pratiques observées dans ces sites singuliers et celles des sites connus plus connus ?

2-2-1. Les profils et les modèles des touristes individuels dans le Guangxi

Dans la ville de Nanning, plus grande agglomération du Guangxi, ainsi que la plus moderne suite aux réformes menées depuis le milieu des années 1990 (cf. chapitre 3), une nouvelle population touristique émerge. C'est ici que l'on retrouve les populations les plus aisées de la région, susceptibles de s'offrir des voyages originaux et de s'émanciper des pratiques touristiques « débutantes ». Ceci est également vrai dans les autres principales villes du Guangxi, mais dans une proportion moindre, la population y étant moins nombreuse. D'une manière générale, les touristes qui veulent effectuer des voyages touristiques « différents » sont avant tout des jeunes, de 20 à 35 ans environ. Enfants des réformes, ils sont

pour la plupart financièrement assez aisés et ont souvent des parents sur qui ils peuvent compter[378]. Une autre partie de cette population touristique est aussi constituée d'individus ayant temporairement quitté leur travail ou bien qui ont assez d'argent pour ne pas travailler pendant un certain laps de temps.

Un des objectifs avoués de cette catégorie de touristes est de pouvoir partir pendant une période qui ne soit pas celle des semaines d'or pour éviter la foule s'agglutinant dans les principaux lieux touristiques. Mais surtout, leur désir est d'aller à la découverte de lieux inconnus du tourisme de « groupe ». Ces touristes court-circuitent les services des agences de voyage et utilisent d'autres moyens pour communiquer. Ce tourisme hors des « sentiers battus » reste tout de même collectif : rares sont les touristes rencontrés qui se déplacent individuellement. Au contraire, les touristes souhaitent voyager entre amis ou bien cherchent des partenaires avant de se lancer dans un séjour touristique.

Ces petites communautés peuvent alors partir à la recherche de nouvelles sensations à un moindre coût ; en groupe, les tarifs sont avantageux et l'économie réalisée permet de s'orienter vers des destinations peu fréquentées. Les divers moyens de transport à leur disposition permettent aussi de moduler leurs dépenses (transport en commun ou mutualisation des voitures).

Pour se rencontrer, l'offre est à la hauteur des demandes : le principal est le réseau Internet. Des sites spécialisés tout ou partie dédiés au tourisme, qui ont des antennes dans les principales villes du pays, y fluctuent. Les réseaux les plus utilisés sont alors les « BBS », des sites d'annonces locaux[379]. Grâce à ces sites, une personne peut déposer en ligne une proposition de circuit touristique à laquelle peuvent répondre d'autres individus. En plus de ces sites généraux, des sites plus spécialisés, voire des blogs personnels, proposent également leurs circuits touristiques. Certaines publicités, dans des magazines spécialisés dans la Nature, la découverte, « l'extérieur » ou « *outdoor* » (*huwai*), en général (photo 25), « proposent » elles aussi de partir à plusieurs.

Les modèles de pratiques de ces touristes d'un nouveau genre semblent se trouver dans la lecture de magazines spécialisés sur « l'extérieur », où les références aux touristes occidentaux sont assez nombreuses (dès la couverture d'ailleurs ; photo 25). Les touristes

[378] Cette population de jeunes se retrouve surtout dans les plus grandes villes de Chine, comme à Shanghai où vit une « jeunesse dorée ». Plus généralement, ce sont souvent des jeunes qui ont pu voyager à l'étranger ou même y faire des études. Cette population a probablement des pratiques différentes, notamment parce qu'elle est moins « conditionnée » que ceux qui ne sont pas sortis du pays (Nyíri, 2008).

[379] Dans ces sites, il y a toujours plusieurs rubriques, « actualités », « Gouvernement », et bien sûr « tourisme ». En cliquant sur ce dernier onglet, le visiteur accède à des informations générales sur des lieux touristiques et à des annonces pour des circuits touristiques à venir. Voir par exemple le site BBS de Beihai : http://www.bbwjz.com/html/BeiHai_BBS1.htm

étrangers sont ostensibles sur les nombreuses publicités, dans les actualités, ainsi que dans des reportages, comme si le tourisme dit « d'aventure » (trekking notamment), était là un modèle à reproduire. Les reportages sur les touristes qui vont à la rencontre de sites peu connus ou encore peu fréquentés y sont légion. L'Ouest de la Chine, mais aussi l'Inde, l'Asie du Sud-Est et d'autres destinations connues des *backpackers* étrangers sont largement représentées. Pour autant, peut-on dire que cette génération de touristes soit ici moins « engoncée » dans l'histoire, plus libre de se déplacer dans des lieux différents ?

Photo 25. Exemple de magazine chinois dédié à « l'outdoor »

Le titre principal (en jaune) signifie « explorer » (*tanxian*). Cette couverture est intéressante parce que ce sont deux Occidentaux qui figurent dessus. Comme si les pratiques de ces touristes étaient là un modèle à reproduire. Les références aux voyages des étrangers dans différents pays sont ainsi très nombreuses au fil des pages. En revanche, on constate l'intérêt porté à la montagne, en couverture, comme dans les articles. La Nature se conçoit donc d'abord en fonction de cet espace, avant le littoral.

Magazine « huwai », daté de mai 2006.

2-2-2. Les pratiques collectives dominent

Dans le cas de la province du Guangxi, les touristes qui utilisent ce mode de voyage se dirigent plus volontiers vers les sites naturels, notamment dans le nord où se situent les sites

de paysage (« il y a la montagne et il y a l'eau » ; *you shan, you shui*)[380]. Comme dans l'exemple de *Songpan*, dans la province du Sichuan (Nyíri, 2006 ; cf. chapitre 2), ces *backpackers* cherchent une expérience « authentique » dans un lieu où ils peuvent réellement observer la nature ; toutefois les modalités de ces pratiques touristiques là encore ne sont pas le parfait calque de celles des *backpackers* occidentaux.

Prenons l'exemple d'un groupe de 35 touristes qui décida de passer le week-end (mai 2006) à la montagne Xishan (1200 m), à environ trois heures à l'Est de Nanning. Le groupe, constitué grâce aux services du site BBS de Nanning, part le samedi matin depuis le quartier de *Langdong* (le riche et récent quartier des affaires) situé dans l'Est de la ville. Pour réaliser les trois heures de route, les touristes ont mutualisé leurs voitures et se rendent donc directement jusqu'à un village à mi-sommet. Une fois sur place (14h), le groupe entame une marche rapide d'environ deux heures, sans faire de pause, sans regard sur le paysage (photo 26). L'objectif n'est pas d'admirer les panoramas qui s'offrent à eux sur le chemin de la montée, mais de se rendre dans un site où ils pourront camper.

Au bout de deux heures (16h), notre groupe s'arrête dans une clairière et, par groupuscules, monte des tentes pour passer la nuit. Une fois cette opération achevée, ils sortent de leurs sacs un impressionnant matériel : des tables et des chaises pliantes, des ustensiles de cuisine, et même des haches pour couper du bois vivant pour faire du feu. L'objectif de ces touristes n'est donc pas tant de découvrir le lieu que de passer un moment convivial dans un lieu inconnu. Pour preuve, les photos de groupe se succèdent, chacun voulant une photo de soi avec ses amis, ainsi qu'une photo de l'ensemble du groupe. Enfin, la soirée s'égraine en une longue veillée au coin du feu, où chacun chante, mange et boit. Le lendemain matin, pratiquement personne ne décide de se lever tôt pour aller jusqu'au sommet. Au contraire, tous se lèvent tard (11h), et une fois les affaires rangées, repartent directement vers les voitures pour effectuer le voyage du retour vers Nanning.

[380] 有山，有水

Photo 26. Touristes intérieurs à *Guiping*

Sur cette photo, on voit un groupe de touristes qui traverse un petit cours d'eau qui se jette dans une rivière (à droite). Les individus n'en sont qu'au tout début d'une marche de deux heures qui les mènera à mi-hauteur de la montagne de l'Ouest (*Xishan*). Les touristes semblent peu chargés, alors qu'en réalité, chacun transporte un élément nécessaire au camping : ustensiles de cuisine, sièges pliants, etc. Peu d'individus se connaissaient avant ce week-end, la plupart s'étant rencontrés via un site internet spécialisé dans l'organisation de ce genre de sortie.

Cliché de l'auteur, 2006.

Que déduire de cet exemple ? La sociabilité (voir chapitre suivant), et la commodité semblent ici plus importants que l'aventure, voire même plus importants que la découverte. Ensuite, les pratiques de ces touristes sont assez peu « individuelles », puisqu'ils cherchent avant tout à constituer des groupes. Nous pourrions plutôt envisager l'idée d'un tourisme plus « autonome » et moins dépendant des discours stéréotypés des guides touristiques (*Supra*). Enfin, dans ce contexte, l'important n'est pas forcément de visiter des lieux très connus. L'autre point fondamental est la recherche de modernité de ces individus qui sont toujours habillés avec des marques (occidentales) vantées dans les magazines cités précédemment. C'est là encore ce que note Nyíri (2006) : « *le discours des backpackers décrit la randonnée comme une quintessence de la vie moderne, et il tient ainsi sa légitimité par l'image de la modernité Occidentale, ensemble avec les blousons North Face et les chaussures et sacs à dos Timberland* »[381].

[381] « *the backpacker discourse describes backpacking as a quintessentially modern lifestyle, and as such, it derives its legitimacy from the imagery of western modernity, together with North Face fleece jackets and Timberland boots and backpacks* » (p.89).

2-2-3. L'apparition d'un tourisme encore plus local

Cette quête de modernité, ainsi que ces pratiques plus « individuelles », ne sont pas seulement l'apanage des plus jeunes. Au contraire, comme nous le suggérions dans le chapitre précédent, ceux qui utilisent les guides touristiques imprimés ont majoritairement plus de 35 ans ; et, comme les plus jeunes, observent également le paysage.

La photo 27 en est un exemple : elle nous montre, en juillet 2007, un touriste chinois qui prend la pose au sommet de la montagne du "Chat" (un ensemble de 2142 mètres situé au nord-ouest du Guangxi) par une matinée embrumée. En arrière-plan, la brume a encore du mal à quitter les sommets voisins et le décor vert foncé reflète le climat chaud et humide de cette région subtropicale. La température est pourtant fraîche à cette altitude ce matin-là, et le vêtement de pluie du touriste rappelle l'averse tombée à l'aube. Celui qui se fait prendre en photo n'a cependant pas l'air mécontent et arbore même un signe de victoire en prenant la pose.

Photo 27. Touriste intérieur à la montagne du Chat

Ce cliché nous montre que la brume entourant le sommet des montagnes est un élément important de l'esthétique paysagère chinoise dans le Sud-Ouest chinois. Pour prendre cette photo, le touriste a du en effet passer au dessus d'une barrière, ce qui lui a valu de glisser et de remplir sa chaussure de boue (d'où le sac plastique à son pied gauche).

Cliché de l'auteur, 2007.

Nous avons déjà évoqué que les fondements de l'esthétique chinoise sont différents de ceux de la civilisation occidentale : la culture chinoise, culture paysagère par excellence, considère comme plus beaux les "paysages", formés de "montagne" et "d'eau" sous toutes ses formes – rivière, brume, ruisseau, etc. (Berque, 1995 ; voir l'introduction générale). La photo nous rappelle encore cette singularité : le paysage en arrière-plan, quoique brumeux, fait le bonheur du touriste venu ici passer une nuit dans cette montagne pour admirer le lendemain à l'aube le lever du soleil sur les nuages.

Comme nous le montre l'homme sur cette photo, cette forme de tourisme n'est pas réservée à de jeunes Chinois en manque d'aventure. Nombreuses sont en effet les familles (couple avec un enfant), les amis de tous âges, hommes comme femmes, qui se retrouvent au sommet de cette montagne distante de plus de deux heures de la plus grande ville, Guilin. Principale ville touristique de la région du Guangxi, aux sites connus dans toute la Chine, Guilin n'offre pourtant au touriste désirant se rendre à la montagne du Chat qu'une ligne - non directe - de vieux bus. Ce n'est, là encore, pas un frein au tourisme : les visiteurs viennent ici la plupart du temps avec leur voiture personnelle, ou louent des minibus avec chauffeur pour les emmener au sommet le temps d'un week-end. Le village reculé, d'environ 1000 habitants, et situé à mi-chemin du sommet, a ainsi depuis quelques années été transformé par l'arrivée du tourisme national : 10 hôtels au moins (d'autres sont en construction) sont implantés dans ou à proximité du village, soient 500 chambres pour 2 à 4 personnes. La population de ce village peut ainsi doubler pendant les semaines de vacances pour les salariés (mai et octobre), mais aussi pendant les vacances d'été avec les étudiants, sans compter les trois hôtels qui se trouvent en haut de la montagne.

Comme dans l'exemple de Xishan, le touriste de la photo nous laisse supposer qu'un tourisme de plus en plus local est en train de se diffuser en Chine, même autour de villes moyennes ou petites comme Guilin (700 000 habitants). Les autres villes de la région du Guangxi sont le théâtre du même phénomène : nombreux sont les touristes qui mutualisent leurs moyens de transport pour se rendre sur cette montagne. Conséquemment, certains lieux comme le village ci-dessus se développent (cf. chapitre 9).

2-3. « Une bonne carte est une bonne aide »[382] : les guides touristiques imprimés[383]

Les touristes qui se déplacent individuellement, pour pallier cette nouvelle « altérité », utilisent parfois de nouveaux moyens pour se repérer, tels que les cartes ou les guides touristiques papiers. Il peut être utile à notre démonstration d'en présenter les formes, l'origine, et les informations qu'ils contiennent[384].

2-3-1. Des guides touristiques de plus en plus nombreux

Les guides touristiques papiers disponibles dans les principales librairies des villes chinoises sont en vive augmentation, signe du développement rapide du tourisme chinois. Peu nombreux au début des années 2000[385], ces guides existent aujourd'hui pour les principales destinations à l'étranger. Le guide *Lonely Planet* pour l'Europe, ainsi que pour la France, est par exemple maintenant disponible en langue chinoise (depuis 2007). En Chine, chaque province est à peu près couverte par ces guides. Il en existe même plusieurs éditions par province, montrant à quel point ce marché est en pleine expansion.

Sous le thème de tourisme « libre-service » (*zizhuyou*)[386] se cachent en effet différentes publications destinées à différents publics. La première cible est celle des actifs qui ont les moyens de partir avec leur voiture ou bien d'en louer sur place. Il existe d'ailleurs de nombreux Atlas routiers (*jiache zizhuyou dituce*)[387] destinés à l'attention de ces touristes, qui peuvent partir entre amis, mais aussi en famille, comme le suggère le titre de certaines brochures : « Une famille parfaite » (*meiwan jiating*)[388]. Plus étonnant, il existe des guides destinés aux individus d'âge « intermédiaire et âgé », comme le souligne le titre d'un autre guide : la « bible des touristes intermédiaires et âgés » (*zhong laonian lüyou shenjing*)[389]. Ce livre est d'ailleurs, selon la page de garde, un excellent « cadeau pour ses parents » (*song gei fumu de liwu*)[390]. Plus généralement, ces documents permettent d'aller à la rencontre de son

---

[382] *Hao ditu, hao bangshou* (好地图，好帮手).

[383] Je tiens ici à remercier Philippe Violier pour son aide et ses conseils dans l'analyse des guides touristiques qui suit.

[384] Il serait ici intéressant de comparer les informations contenues dans ces guides avec celles d'autres guides publiés dans des pays asiatiques voisins. Les analyses de ces guides sont malheureusement encore assez peu nombreuses, à de rares exceptions près. Voir par exemple : Guichard-Anguis S., (2001) *Tourisme urbain et guides touristiques au Japon*, Géocarrefour, volume 76, n° 2, p. 123-126.

[385] Le plus ancien guide touristique en langue chinoise que nous ayons trouvé a été publié à Guilin en 1990 : He J. (Ed.), (1990) *Lijiang qing* (Un amour de fleuve Li), Lijiang chubanshe, Guilin, 122 p.

[386] 自助游

[387] 驾车自助游地图册

[388] 美完家庭

[389] 中老年旅游神经

[390] 送给父母的礼物

pays, en famille ou entre amis, voire seul, vers les lieux les plus connus, mais aussi vers des lieux plus éloignés[391].

Ces guides touristiques sont assez différents les uns des autres, notamment à cause des publics ciblés, mais, sous certains aspects, présentent des similitudes. Ils comportent presque tous une importante partie « pédagogique » où des conseils sont donnés aux aspirants touristes individuels. Dans un guide de 2005 à l'échelle de la Chine, les quinze premières pages sont ainsi consacrées non pas à une présentation du pays, mais à un inventaire de ce qu'il faut faire ou ne pas faire, à ce qu'il faut emporter ; s'ensuivent les gestes à faire en cas de danger. Comme l'indique le titre de cette introduction, à « une attitude de vie différente » correspond « des choix de tourisme différents » (*bu yiyang de shenghuo taidu, bu yiyang de lüyou xuanze*)[392]. L'évidence et l'apparente naïveté que ces pages mettent en scène montrent que les chinois ne sont encore que peu habitués à voyager de manière individuelle (ce qui semble aussi expliquer que les pratiques plus « autonomes » soient encore assez collectives). Ces pages expliquent par exemple qu'un petit sac suffit en ville, qu'il faut porter des vêtements dans lesquels on est à l'aise, qu'il vaut mieux aller à la plage après 15h, ou bien encore que les chaussures ouvertes sont plus commodes pour marcher dans le sable que les mocassins. Les conseils donnés sont nombreux et vont du coupe-ongles au sac de couchage en passant par la brosse à dents. Ce guide va même jusqu'à expliquer quel est l'intérêt d'un caméscope, d'un appareil photo, etc. Grâce à ce guide, il s'agit donc « d'apprendre à être touriste ».

A l'inverse, dans d'autres guides, nous trouvons parfois des informations plus pertinentes sur l'espace ciblé par la publication. Dans l'exemple d'un guide spécialisé dans les vieilles villes de la province du Guangxi, les premières pages du guide expliquent les différentes architectures que les touristes peuvent rencontrer lors de leur séjour. Dans un autre consacré à un « autre Guilin », les pages introductives présentent l'histoire de la ville de Guilin, la localisation et les modes de vie des minorités ethniques, le climat de la région, etc. Tout dépend en fait du public ciblé, mais aussi de l'éditeur. De nombreuses publications sont en effet éditées sous des presses « officielles », comme les éditions du tourisme chinois (*zhongguo lüyou chubanshe*)[393], qui publient par exemple les statistiques officielles. Les présentations plus spécialisées paraissent provenir d'éditeurs plus indépendants. Si ce point reste toutefois à vérifier par une analyse plus fine sur un grand nombre d'ouvrage à différentes

[391] Par exemple à la « campagne » ce qui est un important changement dans les mentalités : ceux qui ont connu la Révolution culturelle se dirigent rarement vers les espaces ruraux (ayant pour partie été envoyés pour plusieurs années dans ces lieux éloignés de la vie citadine). Voir le chapitre suivant.
[392] 不一样的生活态度，不一样的旅游选择
[393] 中国旅游出版社

échelles dans le pays, nous pouvons toutefois noter que les développements sur les minorités nationales (nombreuses dans le Guangxi), sont ici peu nombreux et plutôt rares. Comme si ce sujet sensible pour la construction nationale n'était que rarement et volontairement abordé.

2-3-2. Des guides qui montrent des visages différents de la province du Guangxi

A l'échelle du Guangxi, de nombreuses publications prolifèrent. Toutes ou presque présentent des sous-titres qui sont autant d'odes à un tourisme « différent » : « Ne pas suivre le chemin ordinaire, n'aimer que les inconnus » (*bu zou xunchang lv, zhi ai mosheng ren*)[394] ; « le livre indispensable pour un tourisme individuel » (*du xing xia bei shouce*)[395], etc. De manière générale, tous proposent une nouvelle manière de voyager, mais pas forcément de nouveaux lieux à fréquenter.

La phrase « un nouveau Guangxi, un nouveau paysage » (*xin guangxi, xin shanshui*)[396], n'est cependant pas vérifiée dans l'ensemble des contenus de ces guides. C'est ce que montre notamment la planche 6 : réalisée à partir du comptage de pages consacrées à chaque lieu pour trois guides touristiques différents, elle expose différentes hiérarchies dans les lieux à l'échelle de la province.

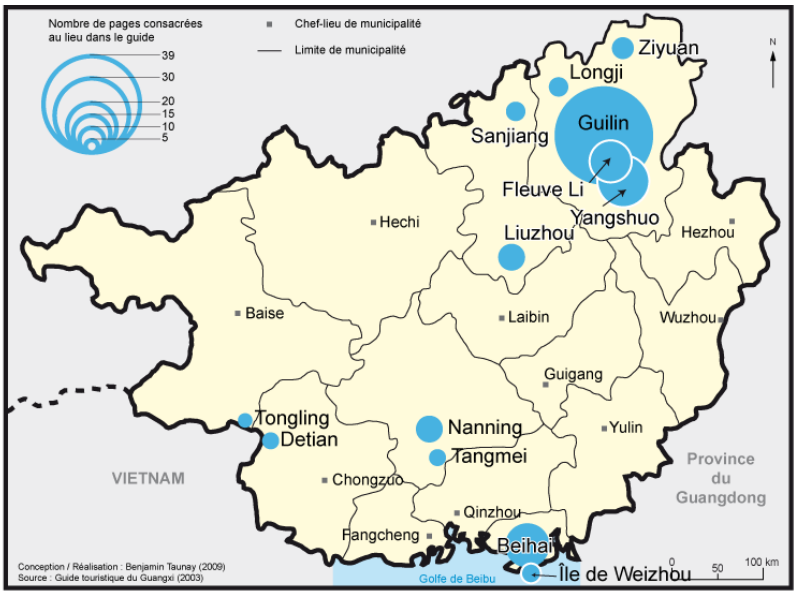
La première carte (carte 21) de ce document nous montre ainsi le poids de la région de Guilin, notamment la ville, le fleuve Li et Yangshuo. Ces trois lieux représentent 47,8 % des pages du guide, c'est-à-dire qu'ici les « incontournables » d'un séjour dans le Guangxi sont fortement mis en valeur. En fait, cette carte reproduit assez fidèlement les principaux lieux touristiques de la province : la hiérarchie montre que Beihai est le deuxième lieu le plus important du Guangxi (15,5 % des pages), devant la ville de Nanning et ses environs (9,9 %), la région frontalière avec le Vietnam (les chutes de *Detian* et de *Tongling* représentent 6,9 % des pages du guide), la ville de *Liuzhou* (6,2 %), et les différents villages de minorités du nord de la province (3,7 % pour le village de *Sanjiang* et 3,7 % pour le site des rizières en terrasses de *Longji*).

[394] 不走寻常路，只爱陌生人
[395] 独行侠必备手册
[396] 新广西，新山水

Planche 6. La hiérarchie des lieux dans trois guides touristiques consacrés au Guangxi

Carte 21

Liu H. (Ed.), (2006) *Guangxi daoyou shu* (Guide du tourisme au Guangxi), Zhongguo lüyou chubanshe, Beijing, 239 p.



Carte 22

Gao Y. (Ed.), (2004) *Dubu zhongguo, Guangxi* (La Chine à pied, le Guangxi), Zhongguo lüyou chubanshe, Beijing, 182 p.

Carte 23

Chen L. (Ed.), (2004) *Guangxi xingzhi shu* (Connaissance du Guangxi), Guangdong lüyou chubanshe, Guangzhou, 214 p.

A l'opposé de cette géographie, qui correspond à la réalité de la hiérarchie touristique des lieux, se place la carte 23. Cette dernière présente de manière égale, presque indifférente, l'ensemble des sites touristiques de la région du Guangxi. Le découpage du guide se fait d'ailleurs par municipalités administratives, voir par groupe de municipalités (*Liuzhou* et *Laibin* par exemple), plutôt que par zones touristiques. Le résultat est une succession « d'étapes » à réaliser dans chaque municipalité, où la région de Guilin n'est pas la première à être présentée (c'est au contraire Nanning, la capitale administrative) : elle ne représente d'ailleurs que 18,5 % du nombre de pages présentant les sites touristiques. En ne prenant que les incontournables que sont la ville de Guilin et le village de Yangshuo, la proportion tombe même à 10,8 %. Plus étonnant encore, la croisière sur le fleuve Li n'est même pas indiquée dans le guide.

La dernière carte (numéro 23) montre une autre réalité, plus complexe que les précédentes. Le fleuve Li est ici bien présenté mais il a été regroupé avec la ville de Guilin, car sa description ne compte qu'une page dans le guide. Dans ce livre daté de 2003, de nombreux sites apparaissent sans pour autant qu'ils soient des sites « officiels » et bien balisés comme c'est le cas dans la carte 23. Ainsi, la ville de Guilin, le fleuve Li et Yangshuo ne regroupent « que » 25 % de l'ensemble des pages. Les trois quarts restants, même s'ils présentent en partie les lieux « officiels » et les principales villes (*Liuzhou*, Nanning et Beihai représentent ainsi 20,6 % du total de pages), n'en laissent ainsi pas moins la place à d'autres lieux. Notamment dans l'Est de la province (autour de *Wuzhou*, *Yulin* et *Guigang*), mais aussi dans l'ouest, à proximité du Yunnan (*Baise* et *Longlin* par exemple). Le guide laisse par exemple une place assez importante aux villages de minorités ainsi qu'aux cantons autonomes : 14,7 % des pages du guide leur sont consacrées.

La hiérarchie des lieux touristiques varie donc (exemple de Guilin notamment), mais les variations s'appliquent également aux contenus des descriptions associées aux différents sites et lieux touristiques. Le cas de Guilin est sur ce point exemplaire. De simple « étape » (9 pages), dans la municipalité de Guilin (carte 23), cette ville est parfois longuement décrite et présentée (26 pages, carte 22 ; 39 pages, carte 21). Dans ce dernier guide, la description, bien que longue, ne dépasse jamais les principaux sites touristiques que sont la colline de la trompe de l'Eléphant, le parc des sept Etoiles, les collines Fubo et Diecai, ainsi que le circuit fluvial « 2 rivières, 4 lacs ». Ce dernier circuit, crée en 2003 (voir la partie suivante), ainsi que le parc des sept Etoiles regroupent d'ailleurs plus de pages (11) que les collines (9). A l'inverse, le guide représenté sur la carte 22, va lui apporter plus de places à la présentation de sites en périphérie immédiate de la ville que les principaux éléments touristiques connus par tous. Il

ya donc véritablement un important choix de visites possibles avec ces guides. Autant pour ceux qui veulent visiter en plus grande autonomie les principaux sites, que pour ceux qui veulent sortir un peu plus des « sentiers battus ».

2-3-3. Aller plus en profondeur : une autre vision de Guilin et de cette région en général

Pour cette dernière catégorie, il existe des guides de plus en plus précis sur des sites encore largement méconnus de la plupart des touristes. Par exemple, dans un guide uniquement consacré à Yangshuo, les descriptions les plus longues concernent des sites localisés dans la périphérie - pas forcément immédiate - du village. Les guides touristiques papiers se diversifient donc progressivement pour cibler d'autres sites moins connus, mais dont la fréquentation se veut grandissante.

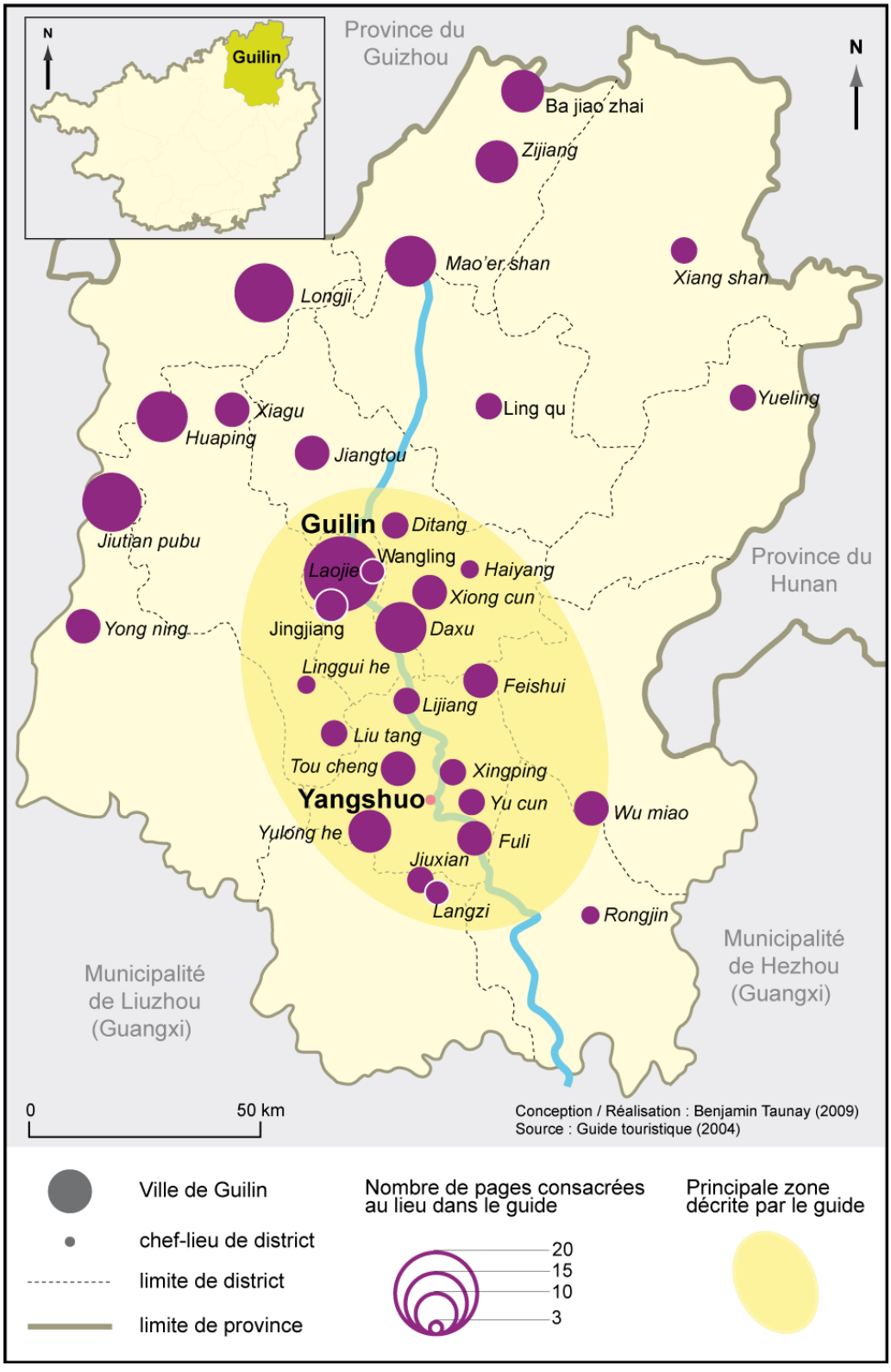
Un exemple intéressant est celui d'un guide qui a fait son titre de la phrase suivante : « un autre Guilin »[397]. Celui-ci commence son introduction en soulignant que Guilin est comme située dans un rêve, un rêve dont il faut aller à la découverte. Selon l'auteur, il convient cependant de prendre le temps de découvrir cette ville vieille de 2100 ans, d'aller découvrir les stèles calligraphiées visibles à la base des principales collines de la ville, de mieux la cerner par l'observation les poèmes classiques ayant trait au paysage, etc. Le Guilin que propose l'auteur est donc un « autre Guilin », qui va de la ville en elle-même à différents sites dans l'ensemble de la municipalité. C'est bien un autre aspect de Guilin que ce guide propose, la description du fleuve Li n'intervient qu'à la page 196 (sur 314), sur une longueur de 6 pages, alors que la description des lieux moins connus, comme les chutes de *Jiutian,* s'étend sur 14 pages (carte 24).

Ce guide permet ainsi à ses détenteurs de découvrir de nombreux sites autour du fleuve Li, qu'ils soient « naturels » ou « architecturaux ». Ce guide concentre en 58 % de ses descriptions pour une zone centrée sur le Fleuve Li, soit la zone de peuplement historique de la région de Guilin (la ville et les villages le long du fleuve, dont Yangshuo). Cette carte de hiérarchisation des lieux contraste donc fortement avec celle des principaux sites touristiques analysée précédemment (sites AAA ou AAAA ; cf. chapitre 3) : les sites décrits dans cet ouvrage ne sont pas des sites avec des droits d'entrée. Une autre part importante de ce guide décrit les sites naturels de l'ouest et du nord-ouest de la municipalité. Ce sont en effet des sites qui ressemblent beaucoup aux paysages du fleuve Li, mais là encore ils sont moins

[397] Wang E. (Ed.), (2004) *Shuiyin Guilin* (Guilin en filigrane / un autre Guilin), Shandong lüyou chubanshe, Jinan, 318 p.

connus et totalement gratuits (à l'exception des rizières en terrasses de *Longji* et de la rivière *Zi*).

Carte 24. La hiérarchie des lieux dans le guide « un autre Guilin » (2004).



Source : Guide touristique « un autre Guilin », 2004.

Loin d'être un exemple isolé, ce guide est au contraire un témoin d'un changement de regard sur le tourisme : s'il y a une offre, c'est qu'il y a une demande. En outre, les guides que nous avons présentés datent maintenant de quelques années : entre 2005, lors de notre premier séjour en Chine, les guides touristiques papiers étaient déjà nombreux dans les librairies, mais la place qui leur est accordée dans les librairies croît démesurément et l'offre devient de plus en plus variée. Comme nous l'avons noté plus haut, une édition entièrement consacrée aux vieux villages de la province du Guangxi a ainsi vu le jour dès la fin 2004 et ses concurrents n'ont pas tardé à rivaliser avec zèle. A la diffusion d'un tourisme de plus en plus local correspond donc une évolution des « passeurs d'altérité » (Expression de l'équipe MIT, 2002), dont ces guides font partie. Ce qu'il est possible de voir dans un séjour touristique au Guangxi est de plus en plus tributaire de la demande : des moyens pour voyager de manière plus autonome sont maintenant disponibles. Même si le groupe reste la caractéristique majeure du tourisme intérieur, d'autres possibilités d'avoir un regard « différent » peuvent aujourd'hui être envisagées.

Conclusion du chapitre. Une manière chinoise de pratiquer la Nature ?

Ce chapitre a permis de mettre en valeur les différents comportements des touristes internationaux, et des touristes intérieurs. D'une manière générale, chez les Chinois, c'est l'aspect formel et la signification imagée de la forme qui prime sur la connaissance, alors que chez les internationaux, c'est l'intérêt pour l'aspect scientifique de la formation des paysages qui est érigé en regard esthétique.

Ces différences engendrent des territoires touristiques différents. A *Longji* par exemple, les groupes chinois restent dans le village et les hameaux, là où les internationaux préfèrent gravir une montagne pour observer les terrasses. Ensuite, que ce soit dans des croisières, dans des visites au fond des grottes ou bien dans les montagnes, les pratiques intérieures et internationales se rejoignent assez peu. Les touristes intérieurs observent ainsi des formes que les étrangers ne voient pas toujours et ces derniers ont du mal à comprendre les logiques de prise en photo stéréotypées des premiers. Comme l'indique un guide à Guilin, « *pour voir les formes des collines de Guilin, il y a 30 % d'observation, 60 % d'imagination et 10 % dans mes explications* ».

Ce chapitre confirme donc les travaux d'Augustin Berque sur la notion de paysage : ce dernier n'existe que par le regard qui lui donne forme et sens. Les touristes chinois ne voient pas le même paysage que les Occidentaux, car leurs regards sont issus de deux civilisations aux fondements différents. Cependant, ce sont les modalités des pratiques qui diffèrent, rarement les pratiques elles-mêmes : les deux populations visitent ensemble des grottes, des montagnes, mais ne le font pas de la même manière. En ce sens, il n'y a pas en Chine de « nouvelles pratiques » touristiques, seulement de « nouvelles modalités » des pratiques existantes.

Il y a donc bien une manière chinoise de pratiquer la Nature, en particulier dans le Sud-Ouest du pays. Là encore, la recherche manque cependant d'analyses empiriques pour aller plus loin dans les conclusions liées à la façon de faire chinoise : y a-t-il des analogies entre les pratiques que nous avons ici décrites et d'autres dans des sites comparables, par exemple dans le nord du pays ? La recherche sur les pratiques du tourisme intérieur chinois devrait donc comparer des pratiques au sein de lieux semblables, mais aussi au sein de lieux en apparence différents. Nous l'avons fait à l'échelle du Sud-Ouest, il reste à envisager cette question à l'échelle du pays.

Chapitre 6. Les pratiques urbaines des touristes intérieurs : Modernité, Entertainment, Sociabilité.

« *Ce n'était pas un alignement de corps immobiles comme sur les littoraux français. L'ambiance était plutôt celle d'une interminable place publique. Les gens étaient assis sur des chaises pliantes ou debout, groupés autour de boutiques sommaires où l'on vendait des glaces, des sodas, des chapeaux, de l'huile solaire, des crabes. […] Dans la foule compacte passaient des motos, des buggies. Tout près du bord, de gros bateaux à moteur frôlaient les baigneurs. Des ULM volaient en rase-mottes, traînant des banderoles publicitaires* ».
Jean-Christophe Ruffin, *La Salamandre*, p. 24-25[398].

Le premier chapitre de cette partie nous a montré, statistiquement, le caractère profondément urbain des pratiques touristiques intérieures à Guilin et Beihai (à plus de 80 % à Guilin). Concentrons-nous maintenant à en déterminer l'origine.

Contrôler les villes en Chine a toujours été une volonté patente, vivement accentuée durant la période maoïste, dont le mot d'ordre était même de privilégier les campagnes. Ce n'est qu'après la Révolution culturelle (et à l'envoi massif de jeunes instruits à la campagne ; Bonnin, 2004), que le rapport s'inverse. Aujourd'hui, comme le suggère Charles McKahnn (cf. Introduction générale), les touristes chinois qui vécurent les tribulations de cette période ont probablement gardé une vision négative de la campagne, et se dirigent donc principalement vers les villes.

Le rapport à la modernité, entrevu dans le chapitre précédent, est peut être une autre raison de ce phénomène : une expérience moderne, dans des lieux confortables, faciles d'accès et où le rapport à l'altérité est minimisé, est vraisemblablement recherché ; même dans son propre pays. Le parc « Merryland », situé à 80 km au nord de Guilin, illustre cet attrait : ce parc d'attraction a, au même titre que la portion du fleuve li qui relie Guilin à Yangshuo, obtenu le critère AAAAA, la plus haute distinction pour un site touristique.

Outre un rapport différent à l'urbain et au tourisme, ce classement indique un intérêt certain, de la part des touristes intérieurs, pour « l'entertainment » : les lieux animés, et parfois très aménagés, sont avidement convoités. Ce chapitre insistera donc sur la question des parcs, des pratiques qui y ont cours, ainsi que les raisons pour lesquelles les touristes

[398] Ruffin J.-C., (2005) *La Salamandre*, Gallimard, Paris, 199 p.

apprécient ce genre d'espace : que peut-on y observer, et pourquoi s'y rendre, alors qu'il est possible d'y « contempler » la même réalité dans son contexte initial hors des parcs ?

Un intérêt particulier sera également porté à une autre pratique, encore méconnue, de la plage urbaine. En plus d'être un espace singulièrement aménagé (cf. chapitre 3), la plage est le théâtre de pratiques encore mystérieuses ; un développement sur la plage de Beihai, ainsi que les pratiques qui y ont cours, permettra enfin de montrer un dernier aspect récurrent du tourisme intérieur : la sociabilité.

Modernité, entertainment et sociabilité, seront donc les trois maîtres mots de ce dernier chapitre clôturant l'analyse des pratiques touristiques chinoises. Une première partie se penchera les questions de la modernité et de l'entertainment, une deuxième s'attardera plus particulièrement sur la sociabilité, au travers des pratiques sur la plage de Beihai.

1. Les pratiques urbaines, entre désir de modernité et « entertainment »

1-1. Les touristes intérieurs et la modernité urbaine

1-2. Le goût pour les parcs à thèmes

1-3. Le parc des sept Etoiles : pratiquer Guilin en miniature

2. Les pratiques de la plage urbaine à Beihai : l'importance de la sociabilité

2-1. La plage, un espace urbain, mais un espace pas assez aménagé

2-2. Les temps de la plage : la découverte prime sur le repos ou le jeu

2-3. Les divisions spatiales de la plage selon les pratiques touristiques

1. Les pratiques urbaines, entre désir de modernité et « entertainment »

La prédilection pour les espaces faciles d'accès, « commodes », nous amène à analyser les types de lieux visités, le goût pour les sites de patrimoine, ou encore la place du shopping dans les pratiques touristiques. Quelle est la part de cette quête de modernité ?

1-1. Les touristes intérieurs et la modernité urbaine

A partir de différents exemples, ce premier développement introduit les pratiques touristiques intérieurs dans les espaces urbains, cherche des invariants dans les comportements, au-delà même des différences entre les lieux d'observation.

1-1-1. A Guilin, des pratiques urbaines de découverte

A Guilin, les pratiques urbaines sont d'abord focalisées sur les sites les plus célèbres. Ceci semble d'ailleurs assez logique, mais à Guilin, ce sont des sites naturels, comme des grottes et des collines, qui attirent le regard des touristes intérieurs et passent pour des « incontournables ».

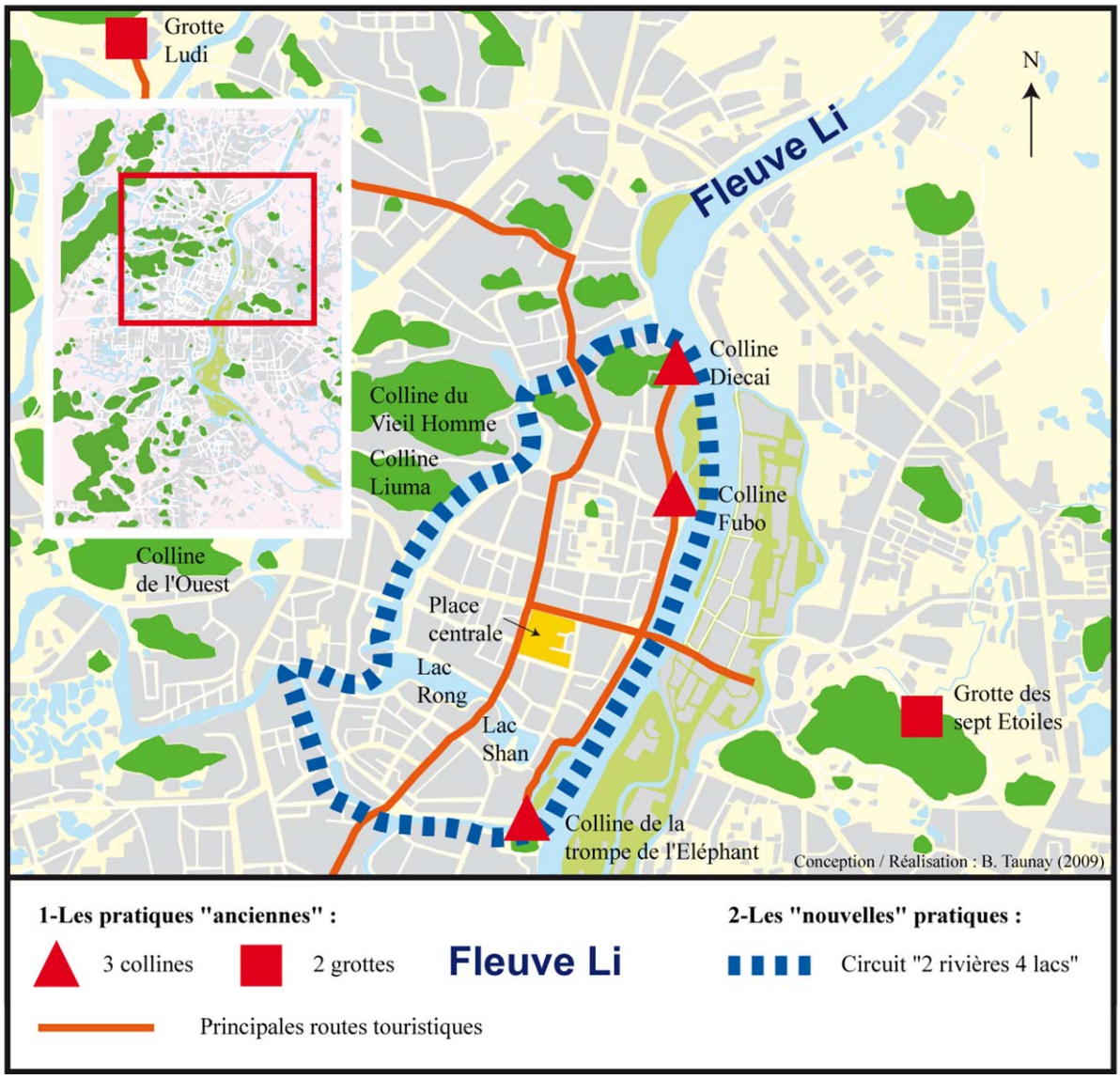
Les sites naturels ne manquent d'ailleurs pas dans la ville (des dizaines) ; quelques sites se distinguent toutefois. Les trois principales collines, tout d'abord, se situent au bord du fleuve Li et à proximité du centre-ville : ce sont celles de la trompe de l'Eléphant, de la colline Fubo et de la colline Diecai (carte 25). Ces trois pics karstiques marquaient autrefois la limite Est de l'ancienne ville fortifiée, selon les vestiges de remparts situés à proximité. Ce sont donc trois ensembles « historiques » connus depuis plusieurs centaines d'années. Quant aux grottes, les plus admirées depuis l'époque classique sont celles des sept Etoiles et de la flûte du roseau (grotte *Ludi*)[399].

L'ensemble de ces sites est relié par un circuit touristique, d'ailleurs le plus ancien dans l'histoire du tourisme de la ville. Nommé « trois collines, deux grottes, un fleuve » (avec le fleuve Li), ce parcours regroupe les sites admirées depuis que les visiteurs lettrés de l'époque classique se rendent dans la ville. Le rôle de l'Etat se manifeste donc ici d'une autre manière, celui de l'insertion du paysage (du regard ancien sur celui-ci), dans l'espace urbain : parce que symbolisant parfaitement l'expression « le plus beau paysage sous le ciel est à Guilin », toutes les brochures touristiques décrivant Guilin, brosse ce circuit comme devant

[399]芦笛岩

être « obligatoirement mentionné » (*jiu bu neng bu ti*)[400]. Sans ces sites, Guilin ne serait même pas Guilin (*meiyou san shan liang dong yi jiang, guilin ye jiu bu zai shi « guilin »*)[401], selon ces mêmes publicités.

Carte 25. Les principaux sites touristiques dans la ville de Guilin



Source : Travail de terrain.

Que sont donc censés voir les touristes intérieurs qui viennent visiter ces sites ? Voyageant pour la très grande majorité en groupe, ils voient d'abord ce que le guide leur montre. L'accompagnateur explique clairement que ces sites sont incontournables, les collines étant : le symbole de la ville (colline de la trompe de l'Eléphant), l'ange gardien du fleuve Li

[400] 就不能不提
[401] 没有三山两洞一江，桂林也就不再是 « 桂林 »

(colline Fubo), et le modèle du paysage de Guilin (colline Diecai). Les collines sont donc soient nommées (comme pour le fleuve Li), soit associées à des légendes que les touristes écoutent avec attention (comme pour les grottes). La colline de la trompe de l'Eléphant est par exemple décrite comme l'emblème de la ville, mais la cavité qui la traverse est aussi dépeinte comme celle de la lune sur l'eau : de forme ronde, cette cavité une fois éclairée ressemble en effet, avec un peu d'imagination, à la lune qui flotterait sur le fleuve Li. Les descriptions sont nombreuses et une liste exhaustive n'est pas utile ici. En revanche, noter que ces collines sont souvent présentées comme étant des paysages de Guilin en miniature est fondamental : la colline Fubo regroupe tous les éléments du paysage (eau, grottes, rochers, jardins, stèles calligraphiées), alors que depuis le somment de la colline Diecai, le visiteur peut observer tous les types de paysages qui ont inspirés les peintures célèbres.

Quant aux grottes, la rhétorique du « plus beau », du « plus grand », revient une nouvelle fois. Leurs formes évoquent des personnages, des animaux, des situations, des légendes, etc. ; aux yeux des touristes chinois, ce sont donc des grottes magnifiques. A ces « beautés » s'ajoutent les visites de personnages nationalement ou internationalement connus : 180 membres du Parti communiste, ainsi que 120 personnalités politiques étrangères ont visité la grotte Ludi, lui conférant aujourd'hui le nom de grotte des « hôtes gouvernementales distingués » (*guo bin dong*)[402]. Quant à la grotte des sept Etoiles, le fait marquant est la visite du président Clinton en 1998. Les visites de ces illustres personnages s'ajoutent ainsi à la longue liste des lettrés, venus depuis l'époque classique, rendant ces sites encore plus « incontournables » pour les touristes intérieurs. Le circuit « 3 collines, 2 grotte, un fleuve », est d'ailleurs auréolé de la catégorie « AAAA », anciennement la plus haute distinction pour un site touristique[403].

1-1-2. Les « nouvelles » pratiques urbaines et la modernité

La découverte prime est donc la modalité qui prime dans les pratiques urbaines à Guilin. Les modalités de la contemplation des sites naturels sont, de plus, les mêmes que celles que nous avons pu décrire au chapitre précédent. Cependant, ces pratiques urbaines, qui vont à la rencontre de sites naturels, s'inscrivent dans un cadre « commode » : l'accès aux sites est facilité par de nouvelles routes (cf. chapitre 7), et l'altérité est donc réduite.

Dans la municipalité de Guilin, nous constations ainsi au chapitre 4, que plus de 80 % des pratiques s'effectuent en ville. Hormis le fleuve Li et la visite de Yangshuo, le temps

[402] 国宾洞

[403] La colline de la trompe de l'Eléphant devrait, selon les autorités de la ville, bientôt devenir un site AAAAA.

d'une demi-journée, les touristes intérieurs ne sortent que peu de la ville de Guilin. Ils ne sont que peu enclins à avoir des pratiques dites « d'aventure », et quand certains se « risquent » à ces pratiques, c'est d'abord en groupe, même au sein de son propre pays (cf. chapitre 5). La municipalité de Guilin a bien compris ce goût pour les lieux urbains, et, pour attirer encore plus de visiteurs, la nécessité de mettre en tourisme la ville de Guilin en elle-même. La municipalité a donc crée un nouveau circuit dans la ville, qui associe le regard sur le paysage à la vision de la modernité recherchée par les touristes. Ce circuit fluvial fait en effet le tour de la ville historique (carte 25) : il permet aux touristes d'observer les collines du circuit précédent (plus d'autres, à l'ouest de la ville) tout en regardant les aménagements urbains crées pour ce circuit, des équipements qui donnent à Guilin l'image d'une ville moderne.

Les aménagements du système d'eau de Guilin sont assez divers. Si la plupart évoquent la période classique chinoise, quelques-uns sortent « du cadre » : notamment un pavillon de style thaïlandais, un pont semblable à celui de San Francisco (de 100m de longueur ici), une arche rappelant celle des Champs Elysées (à l'échelle ½), des statues copies de celles de la Renaissance. Le manque d'unité architecturale dans ces aménagements[404] ne semble pourtant pas préoccuper les touristes intérieurs : comme dans les grottes, ils suivent, attentifs, les descriptions du guide. Tous les aménagements, et même les collines karstiques environnantes, sont mises en valeur par des illuminations de couleurs variées et diverses : rouge, jaune, vert, bleu, rose, etc., effets d'éclairage « lumineux et multicolores » (*wu guang shi se*)[405] selon les touristes. Les publicités de la ville en notifient souvent le bénéfice : grâce à ces éclairages, les touristes peuvent simultanément contempler la modernité de la ville, observer la culture de la ville (les collines karstiques), et découvrir l'histoire de la ville.

Les touristes intérieurs se représentent donc les lumières multicolores durant les périodes nocturnes comme un symbole de modernité. Parfois ils osent le rapprochement entre ces lumières et les images de Hong Kong nocturne : c'est beau, parce que c'est « moderne ». Pas systématiquement avouée mais néanmoins visible, cette motivation envers la modernité est une des clés du comportement touristique à Guilin. Descriptions officielles, publicités au sein de l'espace urbain, etc., toute occasion est saisie pour exalter la vie moderne (voir le chapitre suivant) : pour exemple, prenons celui de la publicité pour la « banque chinoise de construction ». Elle dévoile, en arrière-plan (10 mètres sur 4), le paysage nocturne de Hong

[404] Voir la partie suivante pour une discussion des aspects spatiaux de ces nouveaux aménagements urbains. Ce circuit fait en effet partie d'une politique urbaine plus vaste pour faire revenir les touristes déjà venus à Guilin.
[405] 五光十色

Kong vu depuis la plus grande place du centre-ville, et titre : « la banque chinoise de construction, la banque de la vie moderne » (*zhongguo jianshe xiandai shenghuo*)[406].

Cette insistance mise sur la « modernité » a imprégné les esprits jusqu'à influencer les pratiques des touristes, même jusqu'à Beihai. Très peu de touristes cherchent à sortir de la ville et, même lorsqu'ils se rendent à la plage, c'est vers une plage urbaine qu'ils portent leur dévolu (*Infra*). De plus, cette vision du tourisme est encore une fois collective, comme constaté lors du circuit « 2 rivières, 4 lacs » : malgré la possibilité de louer un bateau individuel, presque aucun touriste n'en saisit l'opportunité.

1-1-3. Le patrimoine intéresse peu les touristes intérieurs : l'exemple de Qingyan (Guizhou)

L'obsession, sinon la vive inclination des touristes chinois pour tout « déploiement » de la modernité présente une conséquence que le regard occidental serait tenté de qualifier de manière péjorative : un regard distant sur le patrimoine, au sens du patrimoine matériel, bâti. Aucun commentaire de leur part ne fuse sur l'association ou la juxtaposition, parfois malheureuse, des nouvelles constructions et des édifices anciens « authentiques ».

Pour étayer cet aspect des pratiques touristiques intérieures, nous avons choisi de présenter deux planches (pages suivantes) qui analysent d'une part, la reconstruction d'une ancienne cité fortifiée, et d'autre part, le regard des touristes qui s'y rendent. Situé à environ dix kilomètres au nord-ouest de la ville de Guiyang, le Bourg de *Qingyan* existe depuis 600 ans, mais, en mauvais état, des rénovations ont été effectuées entre 1997 et 2003. Le visage de la cité en a été profondément transformée (planche 7), mais comme à Guilin, cela ne semble pas choquer les touristes (planche 8). Au contraire, ces touristes ignorent passablement les sites où les bâtiments de la cité sont « d'époque » ; ils préfèrent se rendre dans des rues où le bâti a été en très grande partie reconstruit, parfois selon des plans qui diffèrent largement des originaux (planche 7).

[406] 中国建设现代生活

Planche 7. Faire du vieux avec du neuf

Photo 28. La porte Nord de la cité

Une nouvelle porte pour une nouvelle cité ?

La porte Nord était autrefois secondaire mais est aujourd'hui la principale porte d'entrée pour les touristes. Cette porte est à l'image d'une grande partie de la cité, fausse : cette porte n'a jamais existée dans cet état. Au contraire, elle reprend l'architecture de villes du Nord de la Chine. Qingyan est donc un espace artificialisé, un peu à la manière dont pensait Violet-Le-Duc l'idée de la "restauration" :
« Restaurer un édifice, ce n'est pas l'entretenir, le réparer ou le refaire, c'est le rétablir dans un état complet qui peut n'avoir jamais existé à un moment donné » (la scientificité en moins).

Photo 29. Une "ancienne" maison de Qingyan

Sur quoi repose la reconstruction de Qingyan ?

Le discours des guides touristiques sur la beauté de ce lieu rempli de plus de 600 ans d'histoire a beau être rodé, il n'en reste pas moins que la plupart des bâtiments ont été reconstruit. Comme le montre la photo ci-contre, si la base du bâtiment est d'époque (en gris), la partie supérieure (en blanc), a été totalement reconstruite. Le plus souvent, les spécialistes locaux de cette cité sont incapables de produire des documents d'époque qui montrent le visage ancien de la cité. Là encore, on constate que Qingyan a été reconstruite selon la seule appréciation de quelques individus...

Photo 30. Les vieilles pierres, jetées à l'abri des regards

Protéger le patrimoine nuit au tourisme

Le décor de carte postale importe donc plus que l'authentique dans la stratégie de restauration (1997 - 2003) de Qingyan. Le gouvernement communiste continue de restaurer des fausses "villes-musées". Des villes qu'il faut vite reconstruire rapidement, ce qui coûte moins cher qu'un véritable travail de conservation et de préservation du patrimoine bâti existant : "(en Chine) *Il n'y a pas encore un vrai changement intellectuel dans les champs de la conception architecturale et urbaine hors des zones protégées (...) Cette tâche reste encore à accomplir*." (Perspectives Chinoises, n°92, p. 59)

Conception / Réalisation : B. Taunay (2008)

Planche 8.
Les pratiques touristiques en réponse à ces aménagements

L'aveue commerçante attire les visiteurs

La question du vrai et du faux semble donc peu préoccuper les visiteurs de Qingyan; Pour preuve, les plus grosses concentrations de visiteurs se retrouvent dans l'avenue principale, ancienne rue commerçante aujourd'hui transformée en un lieu de consommation pour la nouvelle société de loisir chinoise. Découvrir Qingyan se résume le plus souvent par une balade entre la porte Nord et la porte Sud, le long de cette allée. Les bâtiments de cette avenue sont pourtant tous récent et propose tout d'abord des qualités récréatives (boutiques de souvenirs, restaurants, etc.).

Photo 31. L'avenue commerçante de Qingyan

Le hors quotidien importe plus que l'authentique

Les ruelles perpendiculaires à l'avenue principale sont elles vides de visiteurs, à l'exception des quelques bâtiments reconstruits qui s'y trouvent. Pourtant, ces ruelles abritent ce qu'il reste de "véritable" dans la cité. Pour les touristes intérieurs chinois, l'important pour un site touristique est donc qu'il associe des qualités récréatives aux qualités historiques. Les espaces du "patrimoine urbain" ne sont donc pas les survivances d'une histoire ancienne ou des lieux de résistance face à l'uniformisation amenée par la modernité. Ils sont au contraire les produits même de cette modernité, recherchée par les aménageurs et par les touristes.

Photo 32. Une ruelle perpendiculaire à l'avenue principale

Les pratiques de découverte dominent ce tourisme

Le développement économique a été très rapide depuis 1978 et la plupart des touristes chinois n'ont accès au tourisme depuis assez peu d'années. Dans ce tourisme "débutant", où la plupart des touristes partent pour la première fois en vacances (Nyiri, 2008), tous n'ont pas encore intériorisé l'idée de se détendre pendant leur séjour touristique. "Je me sens 10 ans plus jeune" disait ainsi encore en 2005 un homme de 53 ans qui prenait pour la première fois des vacances. L'abnégation et la dévotion communiste envers les autres disparaît peu à peu, mais les pratiques sont toujours une expression d'une modernité recherchée.

Photo 33. Prise en photo devant une porte récemment reconstruite

Conception / Réalisation : B. Taunay (2008)

Le regard chinois laisse donc peu de place à la question du vrai et du faux, de l'authentique et de l'artifice, et la déférence pour le bâti est donc ici moins grande qu'en Occident. Les logiques d'aménagement - observées à Qingyan et dans les autres lieux d'enquête - répondent là encore aux souhaits des touristes de vivre une expérience moderne, plutôt qu'une expérience « authentique ».

1-2. Le goût pour les parcs à thèmes

Une deuxième tendance des pratiques touristiques chinoises en ville (ou ses périphéries) est l'engouement des parcs à thèmes. Quelle en est la raison ? Il nous faut remonter à la genèse des parcs pour tenter d'y trouver des éléments de réponse.

1-2-1. Les parcs à thèmes en Chine : développement et objectifs

Pendant les années 1990, de nombreux parcs à thèmes ont été construits dans la plupart des plus grandes villes chinoises de l'Est du pays. Ces espaces, destinés d'abord aux loisirs des citadins, puis aux visites des touristes, reposent sur différents thèmes, dont les « *coutumes folkloriques et les légendes (comme le parc de voyage vers l'Ouest), l'histoire et la culture (la Chine magnifique), les animaux (les aquariums et les parcs « safari-nature »), les sports et les compétitions, la science, les technologies, et l'amusement / fantaisie (la vallée heureuse)* » (Ap, 2003 ; p. 196)[407]. De manière générale, « *ces parcs sont les lieux d'une consommation ludique du patrimoine historique et culturel. Cette dimension contribue fortement à la popularité, auprès des touristes chinois, de ces espaces de loisirs peu visités par les touristes occidentaux en quête d'une autre image de la Chine, celle qui satisfait mieux la fiction d'authenticité recherchée* » (David, 2007 ; p. 145).

Le rôle de l'Etat est prépondérant dans la construction de ces parcs, notamment parce qu'ils permettent de créer un sentiment de cohésion nationale chez le visiteur. L'exemple le plus démonstratif, et repris par les deux précédents auteurs, est celui du parc à thème « Chine magnifique » (*Jinxiu Zhonghua*, ouvert en 1989), qui recrée une Chine en miniature dans le centre de la ville de Shenzhen : « *Site d'un patrimoine et d'une identité magnifiés, le parc est une ode célébrant la grandeur de la nation chinoise, la longue durée de son passé, la beauté de ses paysages naturels et sa diversité ethnique. La brochure du parc ne fait l'économie*

[407] « *Folk and customs and legends (e.g., Journey to the West parks), history and culture (e.g., Splendid China and ethnic folk culture villages), animals (e.g., sea worlds and wildlife safari parks), sports and competitions, science, technology, and fantasy/amusement (e.g., Happy Valley)* ». Ap J., (2002) *An assessment of theme park development in China*, Chapitre 11 **In** : Lew A. et *al*, (2002) *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, p; 195-214.

d'aucun des clichés magnifiant la richesse du patrimoine historique, culturel et naturel chinois » (David, p. 145).

Pour célébrer cette Chine millénaire, la forme du parc reprend celle du pays, ce qui donne aux touristes l'impression de parcourir le pays et ses principaux « hauts-lieux », représentés par des emblèmes : à l'Ouest, la réplique du palais du Potala montre l'appartenance, non contestable, de la région du Tibet à la Chine, de même que l'île de Taiwan à l'Est. Au sud-ouest, la logique est la même avec des répliques de villages de « minorités nationales », ainsi qu'une reproduction de la forêt de pierre de Kunming, qui « *insèrent le patrimoine des populations de langues tai et tibéto-birmanes dans ce cadre national* » (Ibid.). Ainsi, « *derrière le projet culturel d'exposer un patrimoine culturel et naturel se profile un projet politique de légitimation territoriale des frontières politiques de la Chine* » (David, p. 146)[408].

1-2-2. L'affirmation de soi dans un monde moderne

De nombreux parcs parsèment aujourd'hui la Chine (ils étaient environ au nombre de 2500 en 2002), et Guilin, bien que dans le Sud-Ouest du pays, ne fait pas exception à la règle. Tim Leicester a étudié un exemple particulièrement instructif, situé sur la route reliant Guilin à Yangshuo (2007)[409] : l'étude de ce parc nous permet de mieux comprendre l'importance qu'y attachent les touristes intérieurs, comment s'exprime une certaine aversion pour la campagne, ainsi que la supériorité de la population Han sur les autres minorités.

Nommé « la source aux pêchers hors de ce monde » (*Shiwai taoyuan*)[410], ce parc a été crée en 1997 par un joint-venture entre un entrepreneur taïwanais et le gouvernement local. C'est aujourd'hui, dans la périphérie de Yangshuo, un site qui attire les foules : comme l'annonce l'auteur, ce site peut accueillir jusqu'à un million de touristes par an. Le parc est de surcroît un site classé AAAA, mais, bien qu'il soit très visité, il n'a aucun lien direct avec les paysages de Guilin : « *Il s'agit d'un parc à thème inspiré du texte « note sur la source aux fleurs du pêcher » (taohua yuan ji), de Tao Yuanming […] Il s'agit de l'un des textes les plus célèbres de la littérature chinoise, connu de tous […] Tao Yuanming n'a aucun lien avec le Guangxi, et la décision de construire ce parc dans ce lieu reflète surtout l'opportunisme et le sens des affaires de l'entrepreneur qui a saisi la résonance que ce texte pouvait avoir dans l'imaginaire de touristes urbains modernes* » (Leicester, 2008 ; p. 233).

[408] Là encore, voir l'ouvrage d'Anne-Marie Thiesse, sur la « construction des identités nationales » (*op. cit.*), où l'auteur décrit des éléments tout à fait comparables dans l'Europe du 19ème siècle.
[409] Leicester T., (2007), *Le tourisme à Yangshuo*, mémoire de Master 2 recherche, Université de Paris 7.
[410] 世外桃源

Tout le parc n'est qu'une vaste mise en scène qui place les touristes (qui visitent ce site uniquement en groupe), en position « supérieure » par rapport aux diverses populations de minorités ethniques rencontrées au cours de la visite. La visite traverse en effet différents villages (recrées), de celui où vie une « tribu primitive » (mots du guide selon Leicester), à un village de la minorité *Dong* (minorité habitant entre le nord du Guangxi et le sud du Guizhou), pour arriver à la maison d'un lettré chinois, celle de *Tao Yuanming*, lors de sa retraite à la campagne. Ce parc, de manière générale « *démontre une tendance plus spécifiquement chinoise qui consiste à « primitiviser » les minorités ethniques. […] Par opposition, la majorité han se situe vers le haut de cette chaîne d'évolution sociale. En observant les minorités ethnique dans le parc, présentées par les guides comme étant des « fossiles vivants », les touristes renforcent leur propre sentiment d'appartenir à la société « moderne »* » (Ibid. ; p. 235).

La visite de ce parc permet aux touristes d'avoir une version édulcorée de la réalité paysanne. Beaucoup de touristes font en effet partie de la « génération perdue » (Bonnin, 2004), ces jeunes instruits envoyés à la campagne entre 1968 et 1980, et, pour eux, l'expérience fut traumatisante : elle en a marqué les individus de façon indélébile (McKkann, 2001). Ce point est également souligné par Leicester : « *la mentalité modernisatrice, encouragée par l'Etat, fait que même pour les touristes qui n'ont pas connu directement ce mouvement, les réalités des campagnes sont trop souvent vécues comme un triste rappel de l'arriération du pays. Il est alors préférable, comme l'un des guides du parc me l'a fait remarquer, de visiter la version édulcorée et exotique de la vie villageoise présentée à Shiwai taoyuan que les vrais villages « arriérés » (luohou)* » (Ibid. ; p. 235-236).

1-3. Le parc des sept Etoiles : pratiquer Guilin en miniature

Pour illustrer l'intérêt pour les parcs à thèmes, nous avons ici choisi d'étudier le plus grand et le plus visité des parcs à Guilin, le parc des sept Etoiles. Situé à l'Est du centre-ville, il a été rénové au début des années 2000, et il offre maintenant aux visiteurs la possibilité de découvrir les paysages de Guilin en miniature.

1-3-1. Un site connu des visiteurs lettrés, reconstruit à la « gloire de la Chine »

Le parc des sept Etoiles est un ensemble de 120 hectares situé sur la rive gauche du fleuve Li. Bien que situé à l'extérieur de la ville historique, il est très connu en Chine : les sept pics montagneux qu'il regroupe semblent reproduire la constellation de la Grande Ourse. Le parc a accueilli 936 000 touristes en 2007 (bureau du tourisme de Guilin, 2008), le plaçant en

deuxième position, derrière celui de la colline de la trompe de l'Eléphant (2,3 millions de touristes), mais devant la grotte de la flûte du roseau (863 000 touristes).

Les collines et les grottes du parc sont admirées depuis l'époque classique, comme en témoigne le pont des fleurs (*hua qiao*)[411] construit sous la dynastie des Song (960-1279), ou les différentes stèles calligraphiées dans les nombreuses cavités à la base des collines. La plus connue de ces cavités est d'ailleurs nommée la « forêt de stèles de *Guihai* » (*Guihai bei lin*)[412], elle témoigne du nombre conséquent d'artistes venus admirer ce lieu : outre les visiteurs lettrés de l'époque, de nombreux hôtes connus sont venus visiter ce parc fréquenté depuis le 16ème siècle. Parmi ces illustres visiteurs, Sun Yat-Sen (le premier président de la République de Chine) en foula le sol au tout début des années 1920. Plus de 50 ans plus tard, Deng Xiaoping lui emboitera le pas, dans le contexte de la politique de développement du tourisme international qu'il souhaitait entreprendre. Il y retourne en 1986 et déclare alors : « venir à Guilin et ne pas visiter la grotte des sept Etoiles, c'est comme ne pas être venu à Guilin » (*dao guilin bu jin qixing yan, dengyu mei dao guilin*)[413]. Encore plus tard, en 1998, le président Clinton prononce un discours sur l'environnement depuis l'intérieur du parc, augmentant encore sa renommée (les intitulés publicitaire tirent leur jeu de cette visite : elles clament que, puisque le président Clinton ne s'est rendu que dans celui-ci, c'est le parc à visiter de Guilin).

Le parc des sept Etoiles a été, à la fin des années 1990, complètement rénové. D'un site paysager, il est ainsi devenu un véritable parc à thème, avec des éléments rajoutés qui n'existaient pas autrefois : les allées ont été repavées et élargies pour que des voiturettes transportant des touristes puissent y circuler (photo 34) ; un temple bouddhiste à été construit de toute pièce à l'entrée nord du parc ; enfin, un zoo a été aménagé au centre du parc. La principale attraction de ce dernier (comme dans les autres parcs animaliers du pays), est un panda, nommé « lune lune » (*yue yue*)[414], en référence à la forme des piliers du pont à l'entrée sud du parc (ces piliers sont censés représenter quatre demi-lunes). En fait, le parc n'est plus seulement un site pour observer les principales caractéristiques de Guilin (grottes, collines, eau, rochers, stèles calligraphiées), c'est au contraire devenu une sorte de parc d'attraction, avec des circuits tracés pour les touristes. Les éléments nouveaux cités ci-dessus étant les étapes principales d'une visite, au détriment des éléments anciens. Le parc des sept Etoiles a donc été classé, depuis 2000, site AAAA.

---

[411] 花桥
[412] 桂海碑林
[413] 到桂林不进七星岩，等于没到桂林
[414] 月月

Photo 34. Une des allées principales du parc des sept Etoiles

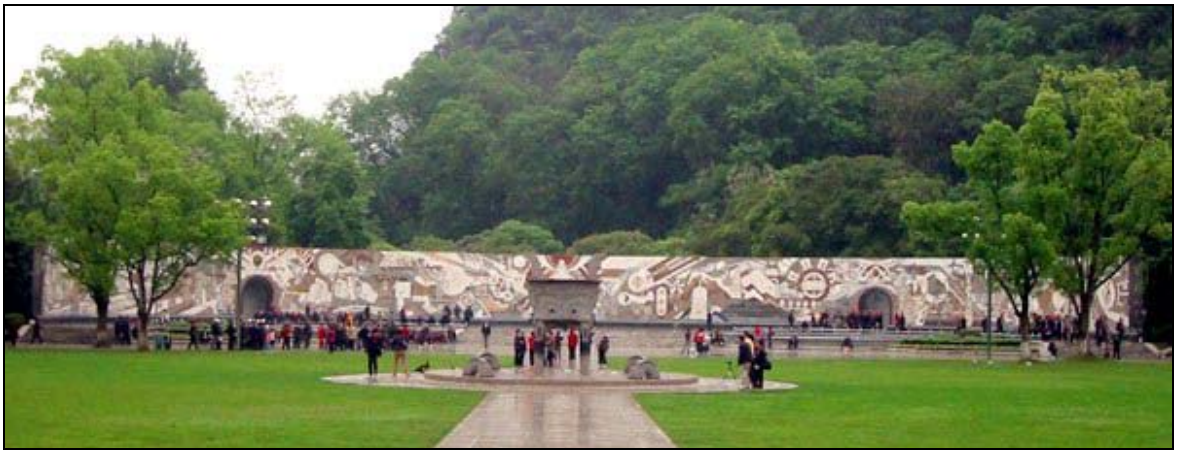
Cette photo a été prise pendant la semaine d'or d'octobre 2007, ce qui explique les nombreux fanions et autres décorations entre les arbres de cette allée. Sur ce cliché, on peut constater l'important nombre de visiteurs dans le parc. Certains se déplacent à pied, d'autres dans des voiturettes telles que celle au milieu de la photo. Le parc est également accessible gratuitement aux habitants de Guilin, mais ce sont en général des personnes âgées qui viennent seulement tôt le matin. En milieu de matinée (moment du cliché), il n'y a donc presque que des touristes.

Cliché de l'auteur, 2007.

Ici, la principale logique d'aménagement n'est pas de permettre aux touristes de s'affirmer comme « supérieurs » par rapport à des populations minoritaires considérées « arriérées ». Le but est, au contraire, de donner au visiteur l'impression de parcourir un espace familier (le temple, le panda, l'architecture ancienne du pont), tout en donnant à voir du hors-quotidien avec les collines, les stèles, les rivières qui traversent le parc. Un vaste monument à la « gloire de la Chine » (*huaxia zhi guang*)[415], constitue le premier élément de la visite et sert à montrer que cette visite s'inscrit dans un espace national, immuable. Vaste mur en forme de demi-cercle de plus de cinquante mètres de long (photo 35), il raconte, au travers de plusieurs fresques, l'histoire de la ville, lieu de la culture paysagère chinoise, mais aussi lieu de résistance face à l'envahisseur japonais (la ville a été bombardée et ainsi en partie détruite par l'armée japonaise en 1944 ; cf. chapitre 3).

[415] 华夏之光

Photo 35. Mur à la « gloire de la Chine »



Ce long mur est intéressant car il relate l'histoire de Guilin en insistant sur la résistance face à l'armée japonaise au début des années 1940. C'est donc un mur à la gloire de la Chine, en particulier à l'armée communiste. Devant cette construction, au milieu de la photo, se dresse un imposant vase tripode (鼎), symbole de la Chine ancienne (vase qui servait pour les offrandes et les sacrifices). Cette association est intéressante, car elle montre un parallèle entre la Chine ancienne et le pouvoir communiste actuel, dépositaire de la culture ancienne, d'où sa « gloire ».

Cliché de l'auteur, 2007.

1-3-2. Une visite de Guilin en miniature

L'étude de ce parc est intéressante car représentative, selon Xu Gang (1999), des touristes qui se rendent dans les autres sites touristiques de la ville : « *des enquêtes parallèles dans d'autres sites touristiques ont prouvé que la composition des visiteurs du parc de Qixing est représentative de beaucoup d'autres sites touristiques dans Guilin* » (p. 84)[416]. On retrouve en effet ici toutes les catégories de touristes se rendant dans la ville, des plus jeunes aux plus âgées.

Les visites s'effectuent, ici encore, le plus souvent en groupe, soit à pied, soit dans des voiturettes (photo 34). Les circuits sont eux aussi stéréotypés, avec des points qu'il faut absolument observer, et d'autres sur lesquels les touristes peuvent passer plus « vite ». Le principal circuit proposé par les dépliants et les guides commence immanquablement à la porte Ouest, franchit le pont des fleurs, et arrive ensuite au mur célébrant la « gloire de la Chine ». De là, les touristes se dirigent vers le temple nouvellement construit, et écoutent le guide leur expliquer l'histoire de ce temple pourtant complètement « faux ». Encore une fois, pour les touristes intérieurs, l'important n'est pas « l'authentique », mais bien l'expérience vécue, tout autant que la poésie associée au site : le guide explique en effet que ce temple est

[416] « *Parallel surveys in other major tourist spots have shown that the composition of visitors at the Qixin park is representative of many tourist places in Guilin* ».

comme la ville de Guilin, inséré dans les paysages qui le surplombent (collines), et l'entourent (eau). Le nom du temple signifie d'ailleurs le temple « perché dans les nuages » (*qi xia*)[417].

Ensuite, le circuit continue au travers de la grotte des sept Etoiles. Au cœur de celle-ci, la logique de nommer les formes géologiques reste la même que décrite précédemment (cf. chapitre 5), et il en va de même pour les couleurs et les stands de prise en photo. A la sortie de la grotte, les touristes arrivent devant la colline la plus connue du parc. Ce n'est pas une des sept censées représenter la constellation de la Grande Ourse, mais une colline de vingt mètres de haut, qui, par ses « formes », ressemble à un chameau (photo 36). C'est un site anciennement connu, décrit notamment dans les carnets de voyage de Xu Xiake, et devant lequel, plus récemment, Bill Clinton a prononcé un discours.

Photo 36. La colline du chameau

La colline du chameau est un des points « hot » (en anglais dans les dépliants), du parc des sept Etoiles. Ce ne sont pas les touristes actuels qui ont donné son nom à cet ensemble karstique, mais bien les anciens visiteurs lettrés de la période classique. Aujourd'hui, il y a toujours une importante animation devant la colline : des touristes qui veulent se faire prendre en photo, des chaises à photo comme celle de Beihai (avec un paon de chaque côté de la chaise), des boutiques, etc. Sur la pelouse devant la colline, il y a une plaque qui rappelle le discours prononcé ici par le président Clinton.

Cliché de l'auteur, 2006.

[417] 栖霞

Le circuit se poursuit ensuite dans le zoo au centre du parc, avec le panda comme attraction principale : les touristes intérieurs passent rapidement devant les animaux mais restent plusieurs minutes devant la cage de « *yue yue* » : selon les touristes interrogés ici, s'il n'y avait pas un panda, ils ne visiteraient pas le zoo (et probablement pas le zoo). A la sortie de ce dernier, tous se dirigent vers des chutes d'eau (les « chutes du Plaisir » ; *le shui pubu qun*)[418], qui sont en apparence vraies, mais en réalité totalement fausses (photo 37) : les pierres, l'aménagement des arbres, l'arrivée de l'eau, tout a été créé au début des années 2000. En plus de ces aménagements, des femmes, habillées avec des costumes de minorités (mais n'étant pas elles-mêmes issues de familles de minorités), attendent à proximité des chutes pour être prises en photo avec les touristes. Pour ceux qui ne se rendent pas dans ces villages, c'est là un moyen de prouver que l'on est allé à Guilin, et que l'on y a vu des minorités.

Photo 37. Les « chutes du Plaisir »

Sur cette photo, les chutes (vues partiellement sur la gauche) paraissent vraies ; pourtant, il ne faut pas s'y tromper, elles sont « fausses ». D'autres chutes dans le parc, mais aussi dans différents lieux de la ville, ont été crées pour le tourisme et pour faire « vrai ». De toute manière, ce qui importe vraiment pour les touristes ici, c'est de se faire prendre en photo, soit dans les « chaises photos » (à gauche), soit avec une des employées déguisées en « minorités nationales ». Pendant la haute saison touristique, les photographes y ont toujours du travail.

Cliché de l'auteur, 2008.

Ce qui est remarquable lors de cette visite, c'est que les allées secondaires, ainsi que les chemins menant au somment des collines, sont vides, même de touristes individuels : seules les principales allées du parc sont parcourues. De même, les principaux éléments

[418] 乐水瀑布群

anciens du parc, comme les stèles calligraphiées, à l'écart des grandes allées, restent des sites vides de touristes. Au contraire, les nouveaux sites comme les chutes sont des incontournables de la visite, et sont indiqués sur le plan de la visite comme des points « *hot* » (en anglais sur les dépliants en Chinois). Ce sont en effet les pratiques de groupe qui dominent, et ces pratiques sont largement « encadrées » : tout au long de la visite, les monuments à la gloire de l'Etat communiste bordant les allées principales sont abondamment commentés (monuments qui célèbrent des combattants morts en martyrs (*lieshi*)[419] par exemple), contrairement aux autres, qui ne le sont pas, ou peu.

Le parc des sept Etoiles ressemble donc à une miniature de Guilin : les touristes intérieurs peuvent y admirer le paysage de la région, que ce soient les grottes ou les collines, et ils peuvent se faire prendre en photo avec des individus habillés en costume des minorités nationales du nord de la région. En ce sens, c'est un Guilin accessible à tous : il est plus facile de se rendre dans ce parc que de visiter différents sites de la municipalité. Hormis la visite du fleuve Li, incontournable lors d'un séjour à Guilin, les touristes intérieurs peuvent donc ne se rendre « que » dans les parcs de la ville, et pourtant affirmer « être venu » à Guilin.

Un tourisme dont la principale modalité reste la découverte

Les pratiques touristiques en ville ressemblent à celles visibles dans d'autres sites à l'extérieur de Guilin, du moins dans la manière de contempler les sites « naturels ». C'est donc encore la découverte qui prime dans les pratiques du tourisme intérieur. Dans le désir de modernité des touristes intérieurs, les parcs sont faciles d'accès, confortables à visiter (avec de nombreux services à disposition), contrairement à la périphérie. Pratiquer le tourisme en ville présente donc de nombreux avantages, si ce n'est qu'éviter la campagne « arriérée »… Les touristes chinois ont donc développé un rapport au hors-quotidien qui leur est caractéristique, même au sein de leur propre pays.

[419] 烈士

2. Les pratiques de la plage urbaine à Beihai : l'importance de la sociabilité

Bien qu'elle n'ait pas cours dans tous les lieux touristiques chinois, la pratique de la plage est intéressante ; et ce pour plusieurs raisons. La première est d'apporter des éléments de discussion sur ces pratiques encore non couvertes par la littérature spécialisée. La seconde est d'insister sur l'importance de la sociabilité dans les pratiques touristiques chinoises : les touristes intérieurs aiment les lieux « bruyants et animés » (renao), ce qui transparait sur la plage de Beihai.

2-1. Le tourisme intérieur sur la plage est ancien

Avant d'aller plus en profondeur dans les pratiques touristiques sur la plage de Beihai, un rapide point historique sur l'histoire de la plage en Chine nous apportera quelques éclaircissements. Beihai n'est pas la première ville en Chine à avoir ouvert une plage pour les touristes intérieurs. Au contraire, des photos et des témoignages attestent que *Beidaihe*[420], une « station » située dans la province du *Hebei*, sur le littoral de la mer de *Bohai*, à 250 km à l'Est de Pékin, est visitée depuis les années 1950. A cette époque, les photos existantes montrent des cabines de plage, qui ressemblent à celles existantes en France au 19ème siècle. A certains égards, les pratiques de ces touristes ont de grandes chances de se limiter à celles de la classe politique dirigeante de l'époque. Si tel est le cas, les pratiques touristiques de *Beidaihe* pourraient être comparées à celle de la Mer Noire, car l'inspiration de l'époque y était clairement « soviétique »[421].

La plage de *Beidaihe* fut rendue célèbre dans les années 1960 par les fréquentes visites de Mao qui venait y méditer. La station était même un lieu de réunion pour les hauts dirigeants du parti, et, c'est pourquoi, jusqu'au début des années 1980, le littoral et les pensions d'Etat restèrent strictement réservées aux seuls cadres du parti. Avec la légère détente du régime au début des années 1980, la station et sa plage se sont ouvertes à tous les Chinois. Il s'entend que, à cette époque, seules les unités de travail envoyaient leurs meilleurs employés passer quelques jours au bord de la mer, ceux qui venaient par leurs propres moyens

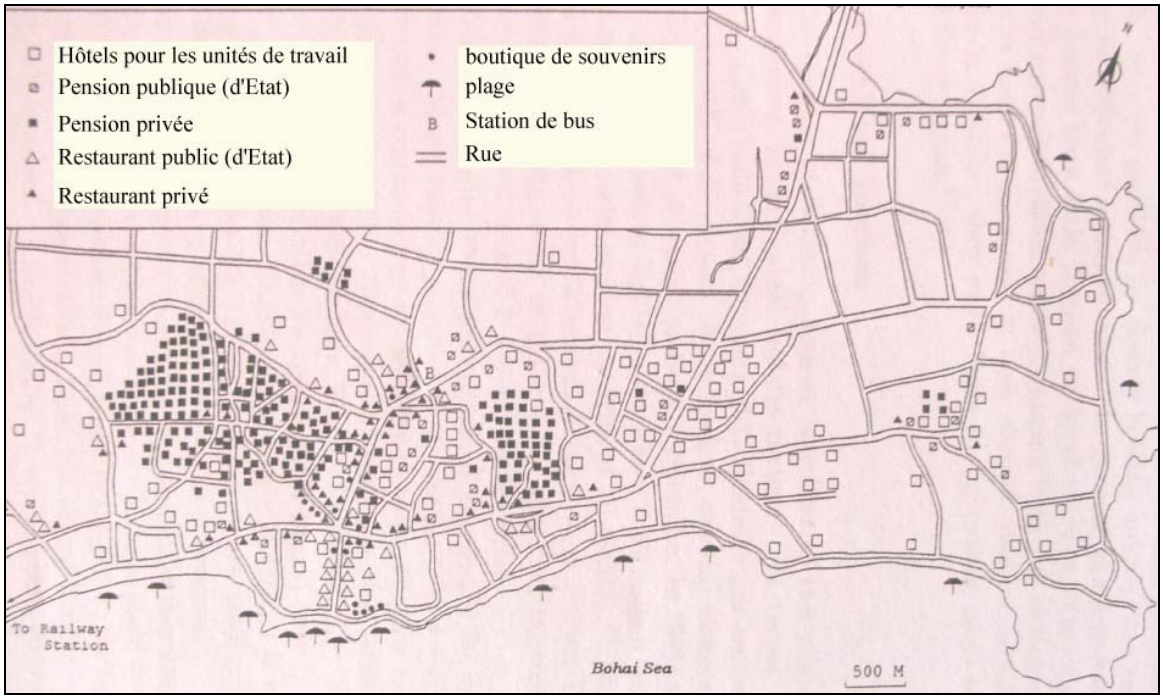
[420] 北戴河

[421] C'est ici un point à approfondir pour aller plus loin dans la compréhension des pratiques de la plage en Chine. Nous remercions un correcteur anonyme de la revue Géographie et Cultures pour nous avoir fait remarquer cet élément tout à fait passionnant.

étaient extrêmement rares, ne serait-ce qu'au regard du coût des vacances : « *la semaine en pension complète coûte cent yuans, plus d'un mois de salaire* » (Boulet, 2006)[422].

Les cadres du parti représentent donc encore 60% des touristes sur la plage en 1991, le reste (34%), étant des ouvriers dont les vacances sont payées par les unités de travail. Originaires à 80% de Pékin et de ses environs, les « touristes » viennent à 60% pour une seule journée (Xu Gang, 1999). Ce qui nous montre également qu'au début des années 1990, le tourisme intérieur sur le littoral s'assimile encore à une certaine forme de « loisirs ».

Carte 26. La station de *Beidaihe* dans les années 1990



Source (traduite) : Xu Gang, 1999 (p. 103).

En 1984, *Beidaihe* reçoit tout de même 3 millions de visiteurs. Dans les années qui suivent, la station se développe assez rapidement : elle s'étend sur plusieurs kilomètres au milieu des années 1990 (carte 26). A cette époque, au tournant du tourisme intérieur (*Supra*), les pensions privées commencent à être nombreuses. Elles constituent même le cœur de la station, entre les pensions et les restaurants publics (d'Etat). Au moment où Beihai commence seulement à se développer pour le tourisme (cf. chapitre 3), la station de *Beidaihe*, elle, est déjà un lieu urbain dédié au tourisme (carte 26).

[422] Les descriptions de Boulet en 1986, même si ce sont celles d'un journaliste, correspondent aux observations de Xu Gang dans les années 1990. C'est donc un auteur intéressant et fiable.

2-2. Les temps de la plage : la découverte prime sur le jeu ou le repos

Le développement qui suit entend analyser les pratiques touristiques qui y ont cours sur la plage de Beihai aujourd'hui. Pour cela, nous adoptons une approche assez « classique », qui insiste sur les temps des pratiques au travers d'une journée « type ».

2-2-1. Qui vient sur la plage de Beihai ?

Un séjour sur la plage est toujours assez court : pendant la semaine d'or du mois de mai 2006, la durée moyenne des séjours touristiques des 300 000 touristes s'étant rendus sur la plage d'Argent (en cinq jours)[423], était de 1,65 jour en moyenne. Cette faible moyenne est dû au fait que 207 900 individus ne sont restés qu'une seule journée (68,5% du total). Ces « visiteurs » comptabilisés comme touristes font ainsi baisser la moyenne, nous pouvons donc considérer que les touristes (95 400), passent en moyenne entre 3 et 5 jours à Beihai.

Les touristes restent donc assez peu de temps, ce qui se comprend aisément : ils sont pressés par le temps. Qui sont-ils ? Au travers d'une foule assez compacte à l'entrée de la plage, deux types de touristes apparaissent une nouvelle fois : ceux en groupe, et ceux qui viennent de manière plus individuelle. Au sein de la première population se distinguent les touristes à « temps plein », des « touristes de congrès ». Beihai est en effet un lieu reconnu pour les réunions, et les congrès y sont nombreux. C'est d'ailleurs une stratégie de la municipalité pour remplir les hôtels pendant les (nombreuses) saisons creuses du tourisme. Ces congressistes - une population assez importante mais difficilement mesurable (elle est plus visible le soir) - viennent donc à Beihai le temps de quelques jours, et espèrent terminer en « avance » pour passer un peu de temps sur la plage[424].

Quant aux touristes en groupe à « temps plein », selon les observations que nous avons pu mener de 2005 à 2007 (cf. chapitre 3), ils sont d'abord originaires du Guangxi, puis des provinces voisines qui n'ont pas accès à la mer. Pour ces provinces du Sud-Ouest et du « centre » chinois (Hunan, Guizhou et Yunnan), la plage de Beihai est donc la plus proche, et c'est la découverte qui prime : c'est pour ces touristes bien souvent la première fois qu'ils se rendent sur une plage et voient la mer. Leurs pratiques une fois sur le sable sont d'ailleurs bien différentes des touristes qui voyagent de manière plus individuelles (*Infra*).

La dernière population à se rendre à Beihai et sur sa plage est sûrement la plus importante. Il s'agit des touristes qui se rendent en ville de manière individuelle, et se dirigent ensuite vers

[423] Journal de Beihai du 8 mai 2006, journal qui s'appuie sur les chiffres du bureau du tourisme de Beihai.
[424] Cette population est à la limite de la définition du tourisme. C'est l'épineuse question du voyage/tourisme d'affaires : si la réunion n'est pas terminée, alors il n'y a pas de pratiques touristiques.

la plage de la même manière. Contrairement à Guilin, où les sites touristiques sont nombreux, et où passer par les services d'une agence locale s'avère souvent nécessaire, la taille de Beihai et le nombre de ses sites est beaucoup plus limité. Ainsi, de nombreux touristes n'utilisent pas par les circuits classiques du tourisme, préférant louer par eux-mêmes les chambres d'hôtels, voire parfois des locations chez l'habitant, échappant ainsi aux statistiques[425]. Une importante partie de ces touristes est constituée de jeunes actifs (entre 25 et 35 ans), dont une grande majorité n'a pas d'enfants.

Enfin, beaucoup de touristes se rendent à Beihai par la route : ceux qui prennent l'avion restent en effet encore marginaux car la fréquence des liaisons avec les principales villes du pays est faible et le coût du trajet assez élevé (le trajet Pékin – Beihai coûte autant que le Pékin – île de Hainan ; la deuxième destination étant plus connue que la première, et les promotions plus fréquentes sur le prix du deuxième trajet). On arrive donc à la plage d'Argent par la route, ce qui rappelle que le tourisme est ici à dimension régionale, voire provinciale (cf. chapitre 3). Le train n'est également pas commode : pas de ligne directe entre Canton et Beihai, ni entre Beihai et les principales villes du Sud-Ouest chinois (il faut changer de train à Nanning et le train est moins rapide que le bus ou la voiture) etc.

2-2-2. L'importance des pratiques de découverte

Une fois à Beihai, les touristes se dirigent massivement vers la plage d'Argent. Décortiquer les temps d'une journée à la plage, pour comprendre les différences de pratiques entre les touristes en groupe et les touristes plus « individuels », est alors un exercice intéressant ; ce que fait le tableau 27, présentant un exemple d'une journée « type » sur la « plus belle plage sous le ciel », de 10 heures du matin à 23 heures le soir. Il a été établi à partir d'observations répétées tous les jours, deux fois par jour, à différents moments de la journée, pendant la semaine d'or du mois de mai 2006 (cf. chapitre 4). Les observations ont été menées à deux, voire à trois individus, afin de noter le plus de phénomènes possibles. Les informations ont ensuite été recoupées.

[425] Entretien avec le responsable du bureau du tourisme de Beihai le 07 mai 2006.

Tableau 27. Une journée à la plage

Horaires	Groupes de touristes	Touristes individuels
10 heures	Aucun bus n'est présent sur les parkings. Mais deux ou trois groupes (à 30 % habillés avec des chemises à fleurs), sont présents. Ce sont sûrement des groupes présents pour 2 jours, venus la veille l'après-midi, et profitant encore de la plage. On les retrouve au centre de la plage, au « cœur touristique ».	Des amis et des familles se situent au centre de la plage (groupes de 10 à 15 personnes), en face de l'entrée. Ils semblent également déjà venus la veille. Mais d'autres groupes, aux effectifs plus réduits (4 à 6 personnes) se retrouvent éloignés du centre, toujours assis à des tables, mais semblant moins intéressé par la mer.
12 heures	A l'heure du déjeuner, les groupes du matin (arrivés la veille donc) ne sont plus là. Nombreuses sont les chaises vides au centre touristique de la plage. L'entrée de la plage est également vide et les voiturettes de visite du bord de mer sont en attente.	C'est l'heure où se croisent différents touristes individuels. Ceux arrivés la veille sont allés visiter la vieille ville pendant la matinée et arrivent maintenant massivement à la plage. Ils sont accompagnés par les nouveaux touristes de la journée fraîchement arrivés en voiture. Tous croisent les touristes ayant profités de la quiétude de la plage du midi.
14 heures	Peu avant 14 heures et jusqu'à 16 heures, c'est le moment de la découverte pour de nombreux groupes. L'entrée de la plage est saturée de groupes voulant se faire prendre en photo devant la pierre calligraphiée, tandis que les groupes assis au centre de la plage côtoient ceux qui, tous habillés en costume de ville, se font prendre en photo au bord de la mer. Tous suivent leur guide.	La plage devient remplie de touristes qui choisissent de s'éloigner du cœur touristique très animé et « *renao* » (*Infra*). Ils s'installent donc dans les périphéries plus ou moins lointaines du centre, là où les tables sont installées moins densément. Mais l'endroit reste très animé, avec notamment la proximité des touristes qui louent (5 mn) un buggy pour conduire sur la plage, et ceux qui choisissent un tour en ULM (dont la piste d'atterrissage est à côté des tables les plus éloignées).
16 heures	Pour certains, c'est déjà l'heure de partir : les groupes arrivés la veille sont déjà dans le bus pour rentrer, tandis que ceux arrivés le jour même, suivant leur guide, rentrent à l'hôtel pour déposer leurs affaires. Les groupes de la veille diront ce que l'on entend couramment à Beihai : « à Beihai, hormis la plage, il n'y a rien à voir ».	La plage est peu à peu rendue aux groupes d'amis et aux familles. Tous sont à ce moment de la journée en contact plus ou moins direct avec l'eau. C'est l'heure où les bouées, louées à l'entrée de la plage sont les plus visibles : la mer en est remplie car, même si tous veulent découvrir les joies de l'eau, peu savent nager. Il s'ensuit qu'un gradient est visible : dès que l'eau dépasse les genoux, il reste peu d'individus.
18 heures	Toujours à l'hôtel, les groupes mangent. Les plus rapides parmi ces groupes commencent déjà à revenir pour profiter de la plage. C'est notamment l'heure ou les congressistes arrivent. Les voiturettes continuent de tourner.	Ces touristes aussi mangent, mais souvent dans les stands installés pour l'occasion de la semaine touristique, à proximité immédiate de la plage (les espaces verts bordant le sable. Les touristes ne quittent donc pas la plage et reviennent directement après le repas à leur table louée pour la journée.
20 heures	Les groupes sont revenus, mais ils se sont changés : arborant souvent le costume à fleurs acheté l'après-midi, ils reviennent soit en groupe entier, soit en parties de celui-ci. Ceci pour profiter le plus possible de la plage. Ils resteront jusqu'à tard le soir (parfois 23 heures), car le lendemain matin, ils n'auront que peu de temps (notamment les congressistes), pour retourner ici.	Là aussi, tous sont de retour sur la plage, et la plupart sont dans l'eau, même quand la nuit tombe et après. Ils semblent tous plus à l'aise à en croire le nombre de bouées qui a diminué de manière significative. Tous jouent et crient dans les petites vagues du bord dans une atmosphère plus « *renao* » (*Infra*), que jamais. Les activités secondaires, comme l'ULM ou les Buggy ont été délaissées au profit des seules joies d'un bain. Les pratiques de découverte laissent alors la place à celles du jeu.

Source : travail de terrain, 2006.

Là encore, la découverte prime. Souvent, c'est la première fois qu'ils se rendent sur la plage : une importante partie du temps est passée à observer ce décor fait de sable et d'eau,

ainsi qu'à se faire prendre en photo[426]. Les groupes de touristes (photo 38) qui arrivent en début d'après-midi, se rendent directement au bord de la mer et se reposent ensuite environ une heure en arrière du cœur de la plage.

Photo 38. Groupe de touristes en arrière du cœur de la plage

Les groupes de touristes ne viennent pour la plupart sur la plage qu'une partie de l'après-midi. C'est le moment de la découverte, mais rarement de la baignade parce qu'aucun de ces touristes n'est venu avec son maillot : l'objectif premier étant de découvrir cet espace. Nombre d'individus reviendront cependant le soir, après le repas, pour acheter un maillot et découvrir les joies du bain de nuit ; la plage étant éclairée par des lampadaires jusqu'à 22h30.

Cliché de l'auteur, 2006.

Les pratiques de découverte sont moins visibles aux extrémités de la journée, le matin et le soir, quand les groupes ne sont pas/plus là. Il y a en effet deux croisements principaux de touristes, un en fin de matinée, et un autre aux alentours du repas vers 18h. Hormis ces deux périodes « extrêmes », les pratiques de découverte dominent l'espace de la plage d'Argent. Pendant l'après-midi, c'est ainsi un défilé incessant de groupes de touristes, qui viennent en moyenne une à deux heures, pour se faire prendre en photo au bord de l'eau et devant la pierre calligraphiée de l'entrée. Parallèlement, les touristes individuels qui viennent eux aussi découvrir le parc de la plage, arrivent de plus en plus massivement, mais vont s'installer plus loin, à l'écart des touristes de groupe. Une géographie particulière des pratiques touristiques est ainsi perceptible sur la plage tout au long de la journée.

[426] Notons ici que la plage est un espace qui peut être visité grâce à des voiturettes à l'entrée du parc. Le visiteur qui choisi cette option pourra alors écouter les commentaires d'un guide présentant l'histoire de cet espace, ses transformations, ainsi que la présentation des plus beaux sites de la plage.

2-3. Les divisions spatiales de la plage selon les pratiques touristiques

L'analyse précédente, trop restrictive, ne rend pas compte de ce que représentent spatialement les pratiques touristiques sur la plage d'Argent. Différents espaces, qui correspondent à différentes pratiques, peuvent être distingués. La sociabilité prend ici toute sa place, modalité des pratiques touristiques intérieures percevable dans d'autres sites touristiques.

2-3-1. Le cœur de la plage : un espace « animé »

Sur la plage d'Argent, la foule est compacte à partir de 14h, il devient alors difficile de distinguer les différents sous-espaces de la plage. Une typologie de la plage est pourtant possible : même au sein d'une foule dense, de multiples unités apparaissent. Ce ne sont pas des individus ou des groupes d'individus qui s'allongent à même le sable. Au contraire les touristes intérieurs s'assoient à des tables protégées du soleil par de vastes parasols aux couleurs uniformes (photo 39)[427]. C'est déjà là une différence de taille avec les plages des sociétés occidentales, ou bien celles crées à leur attention.

Photo 39. L'entrée de la plage d'Argent

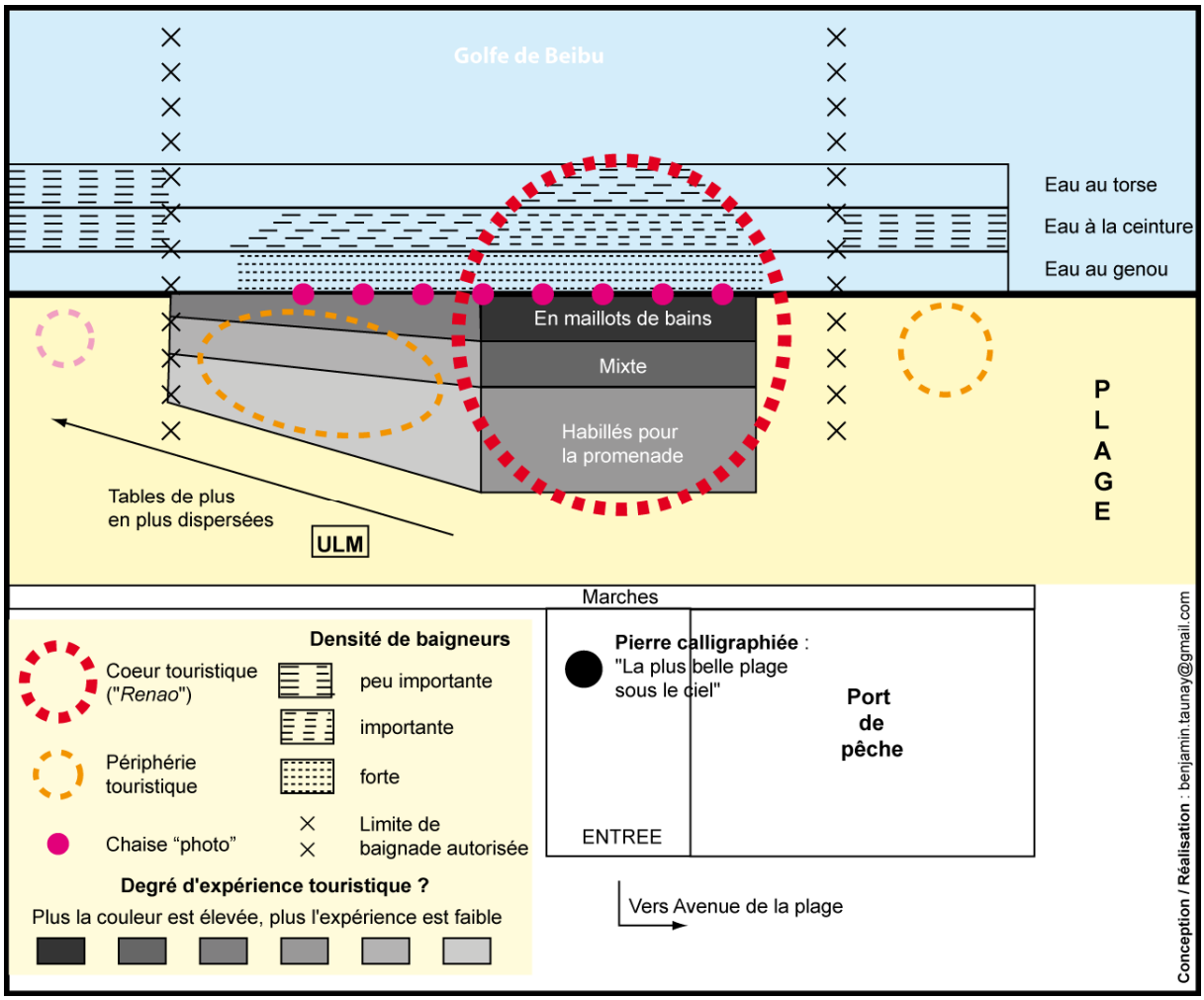
Cette photo nous montre le contraste entre les groupes de touristes (ceux avec les casquettes, sur la gauche), et les touristes plus « libres », plus « individuels ». Les premiers ne font que regarder la plage, bien habillés, alors que les seconds sont installés sous les parasols, voire se baignent. La photo a été prise à marée haute, mais on distingue un grand nombre d'individus dans l'eau, notamment sur la gauche, hors de la zone surveillée.

Cliché de l'auteur, 2006.

[427] L'accès à ces tables n'est pas libre et coûtera environ 30 *yuans* pour un groupe de 4 touristes le temps d'une demi-journée.

Les parasols sont un moyen de conserver une peau blanche, un canon de beauté en Chine, et leur disposition nous aide à « découper » la plage. Une première division peut être effectuée en fonction des limites des zones de baignade : c'est en effet là que l'on retrouve la plus forte concentration de tables et de touristes. Détail d'importance : ces limites ne sont pas franchies par les touristes qui viennent en groupe. Ensuite, c'est dans cette zone que se retrouvent les chaises photos. Enfin, c'est là que l'on remarque la plus forte concentration de touristes (croquis 1).

Croquis 1. Les pratiques touristiques sur la plage d'Argent



Source : Enquête de terrain, 2006 et 2007.

Deux principales zones se distinguent au sein de ce premier espace. En face de l'entrée de la plage d'Argent, les touristes s'agglutinent, venant chercher ce qu'ils appellent un espace « animé » (*renao*)[428], au sens chinois du terme, c'est-à-dire bruyant, mais qui « détend

[428] 热闹

l'esprit ». Ces touristes sont donc attirés par la foule et surtout par l'ambiance qui s'en dégage. Car c'est ici réellement l'endroit le plus « animé » de la plage, le lieu où l'on retrouve les familles avec leurs enfants, les familles élargies (plusieurs générations), ainsi que les groupes. Ces derniers n'iront, au demeurant, pas au-delà de cette zone. Ceci nous donne un moyen de délimiter un « cœur » de la plage : c'est l'espace le plus « animé », l'espace que ne dépassent pas les groupes, et l'espace où la sociabilité est la plus forte.

Au sein de ce cœur, trois sous-ensembles « vestimentaires » semblent définir un degré « d'expérience touristique », tout du moins un rapport différent à la plage et à la mer : plus l'on se rapproche du bord de la mer, moins les touristes sont habillés. Les touristes les plus proches de l'entrée de la plage sont habillés en costume de ville et ne portent en aucun cas des maillots de bains. Modèle, pour les hommes : le complet « urbain » (pantalon et polo de couleurs foncées, chaussures de ville et un sac sur l'épaule), et pour les femmes, une robe légère de ville, chaussures prises à la main. Pour se protéger du soleil ennemi du teint blême, les femmes vont parfois jusqu'à rajouter une fine veste protégeant leurs bras et leur cou. Mais pour la majorité des touristes, rester sous le parasol le temps de l'après-midi déterminera l'écran solaire. Cependant, les groupes ne constituent pas la seule population touristique à s'y asseoir, bien qu'ils occupent une majorité des tables. Des familles, voire des petits groupes d'amis y trouvent également leur bonheur.

A l'inverse, les touristes les plus proches du bord de la mer (dans le cœur touristique) porteront en grande majorité un maillot de bain (acheté pour la journée, il finira souvent jeté dans la soirée dans les douches publiques de la plage). Les groupes sont ici beaucoup moins nombreux qu'à l'entrée et, quand ils se rendent dans cette partie du cœur, c'est pour se faire prendre en photos, soit dans les chaises, soit au bord de la mer. Quant à la partie qui se situe entre ces extrêmes, c'est une zone que nous pourrions qualifier de « mixte » : elle est composée des deux types de touristes présentés ci-dessus.

Les baigneurs, et la profondeur de l'eau dans laquelle ils s'aventurent, sont une autre caractéristique utile pour définir le cœur « *renao* ». Cette zone est dans un certain sens un miroir de la plage : les touristes à avoir de l'eau au genou sont les plus nombreux, alors que ceux qui s'engagent jusqu'au torse sont très peu nombreux (croquis 1). Entre les deux, un nouvel espace « mixte » apparaît, avec une concentration intermédiaire de touristes à avoir de l'eau à la ceinture.

2-3-2. Vers des pratiques plus « occidentales » ?

Toujours au sein de la zone de baignade, scrutée depuis l'entrée de la plage, nous observons un espace périphérique qui se distingue à gauche du cœur. Les différenciations vestimentaires observées dans le centre restent ici les mêmes, bien que moins franches ; d'autant que l'épaisseur de la zone touristique diminue au fur et à mesure que l'on s'éloigne du cœur « *renao* » (croquis 1). Cette zone périphérique, bien que moins dense en touristes que le cœur, est cependant plus étendue spatialement, mais les chaises photos y sont moins nombreuses, comme si les touristes qui se placent dans cette partie de la plage avaient d'autres objectifs que la découverte, et la prise de soi en photo (photo 40).

Photo 40. Section « mixte » de la zone touristique périphérique

Cette photo nous montre les différences vestimentaires dans la section dite « mixte » de l'espace périphérique de la plage d'Argent à Beihai. Des touristes sont en maillot de bain (arrière-plan, à gauche), alors que d'autres sont seulement en tenue de détente. Au premier plan, ce sont deux couples qui passent une après-midi à la plage (les sacs sur la table témoignent du pique-nique de midi), alors que derrière, ce sont majoritairement des amis qui se sont installés (ils alternent entre le bain et les jeux de cartes). On distingue également les impressionnantes bouées, louées pour une demi-journée, preuve que la plupart des touristes ne savent pas nager. D'ailleurs, plus qu'un outil pour apprendre à nager, ces bouées sont utilisées pour jouer là où les baigneurs ont de l'eau à la ceinture.

Cliché de l'auteur, 2006.

Dès lors que l'on observe les touristes dans l'eau, l'hypothèse de l'expérience touristique semble se confirmer : moins encadrés par les sauveteurs, et moins nombreux, les touristes de la périphérie proche sont proportionnellement plus nombreux à se baigner que ceux du cœur. Ils restent également plus longtemps dans l'eau que les autres. Ceci se vérifie d'ailleurs dans une deuxième zone périphérique, à droite cette fois-ci. Ce cas un peu particulier - notamment

parce que nous sommes ici en dehors de la zone de baignade et que la plage est limitée à droite par une jetée (croquis 1) - est toutefois intéressant : les touristes, même s'ils sont peu nombreux, se baignent tous, et leur temps de baignade dépasse lui aussi celui de leurs voisins du cœur.

Au-delà de la périphérie située à gauche, une zone encore plus « marginale » doit être remarquée : c'est la périphérie la plus éloignée du cœur (située en dehors de la zone de baignade autorisée). Elle peut être envisagée comme le signe d'une expérience touristique étendue : les touristes sont ici très clairsemés, les tables très espacées (alors qu'elles sont côte à côte dans l'espace « *renao* »). Pourtant, alors que la baignade est ici non surveillée et théoriquement non autorisée, les baigneurs sont les plus nombreux à se baigner dans la zone « eau au torse ». Autre observation : si la quasi-totalité des groupes de touristes chapotés par un encadrant se trouve au centre de la plage, les touristes constituent dans cette dernière zone des petits ensembles d'amis ou des jeunes couples, tous en maillot de bain. Cette « lointaine » périphérie ne comporte aucune attraction pour les touristes (pédalo, jet-ski, ULM, etc.), ni aucun aménagement (restaurants sur la plage, boutiques de souvenirs, douches publiques, etc.).

Un autre aspect notoire est la proximité de cette zone avec les anciennes constructions réalisées à la fin des années 1990 à l'endroit des touristes internationaux. Pour ces derniers, attendus mais jamais venus, la municipalité de Beihai avait construit des sortes de bungalows individuels, ainsi que des espaces de détente (tables de pique-nique espacées les unes des autres par exemple ; cf. chapitre 3). Que les touristes intérieurs se rapprochent de ces anciennes constructions aujourd'hui à l'abandon est intéressant : cela pose la question du rapprochement entre évolution des pratiques réelles des touristes intérieurs et pratiques supposées des touristes internationaux, notamment occidentaux. Toutefois, il semble difficile d'évaluer si les pratiques touristiques des Chinois sur la plage se rapprochent de celles de leurs homonymes occidentaux. Seule une faible minorité des touristes intérieurs cherche en effet à sortir du cœur et des zones périphériques « sociales » de la plage.

A l'image du tourisme intérieur chinois dans son ensemble, les pratiques restent donc très stéréotypées, en recherche de modernité, « d'entertainment », mais aussi comme nous venons de l'analyser, de sociabilité.

Conclusion du chapitre. Les pratiques urbaines du tourisme intérieur

En résumé, rappelons que les touristes intérieurs se dirigent d'abord vers les villes. Ils y recherchent une certaine forme de modernité, recherche souvent dissonante avec la considération du patrimoine : à Guilin, et dans d'autres lieux du Guizhou par exemple, les touristes intérieurs ignorent les vieilles pierres au profit des reconstructions à l'identique, différentes de l'ancien, artificielles. En ce sens, les pratiques touristiques chinoises sont asymétriques à celles des sociétés occidentales.

Dans les espaces urbains, les touristes chinois sont « friands » des parcs, espaces faciles d'accès et commodes, parce qu'ils évitent aux visiteurs la fréquentation de lieux situés à la « campagne ». Le parc des sept Etoiles permet ainsi de visiter un Guilin en miniature, où sont présents les paysages, mais aussi les villages de minorités. C'est là une certaine forme d' « entertainment », mais aussi un moyen pour l'Etat de bâtir une identité nationale. Ce phénomène n'est cependant pas propre à la Chine contemporaine puisque des exemples similaires se retrouvent dans l'Europe du 19ème siècle.

Quant à la dernière modalité des pratiques urbaines, la sociabilité, elle est particulièrement visible sur la plage de Beihai, où les touristes recherchent des lieux « bruyants et animés ». Toutefois, cette spécificité ne se retrouve pas que sur cet espace littoral : dans bon nombre d'espaces urbains, les touristes arpentent des sites bruyants, comme les nouvelles et larges avenues destinées à la pratique du shopping. Nous n'avons que trop peu souligné cette dernière modalité, eu égard à l'aspect fondamental qu'elle revêt au sein du tourisme chinois. Découverte tardivement sur le terrain, l'étude des aménagements liés à cette pratique a elle aussi été tardive (cf. chapitre 7).

L'examen des pratiques urbaines du tourisme intérieur reste donc un vaste chantier de recherche qui, là encore, devrait être étendu à d'autres études de terrain. La majeure partie des touristes intérieurs se dirigeant vers les villes, une étude approfondie sur ce « seul » thème mériterait d'être entreprise. Le corollaire des pratiques touristiques concernerait alors l'aménagement des lieux destinés à ces touristes, ainsi que les politiques d'urbanisme liées au tourisme. Sur ces deux dernières questions, la partie suivante lance cependant quelques pistes.

Conclusion de la deuxième partie

La méconnaissance des habitudes touristiques, due à la rareté des expertises sur ces loisirs émergents, peut être pondérée par une analyse axée sur les habitudes et les préférences des touristes chinois ; analyse qui nous renseigne également sur le regard que ceux-ci portent dans le contexte des destinations internationales. De ces principales caractéristiques et de leurs fondements, nous pouvons retenir les observations suivantes :

Au travers d'une analyse statistique en apparence compliquée, nous avons pu affirmer et infirmer des « lieux communs » liés au tourisme chinois en général. L'origine géographique n'est par exemple pas un élément qui influence les pratiques touristiques chinoises, du moins dans l'espace national : que les touristes soient originaires de Pékin, de Shanghai ou d'une autre région de Chine, les mêmes pratiques seront observées dans un même lieu. En revanche, l'âge des touristes est une donnée fondamentale pour la compréhension des comportements. Les différentes « générations » de touristes n'ont pas connu les mêmes événements tourmentés de l'histoire récente de la Chine, la Révolution culturelle ayant indubitablement marqué les esprits de l'époque, et orienté les regards de ces voyageurs aujourd'hui quinquagénaires.

Ensuite, l'assertion fermement établie sur l'idée d'un tourisme grégaire est à considérer avec précaution : elle n'est ni totalement vraie, ni totalement fausse. La tendance à se rendre dans les lieux de séjour de façon individuelle, en sollicitant les services d'une agence locale une fois sur place, est à la hausse. Les chinois rejoignent alors un groupe d'individus, donnant ainsi « l'illusion » de voyager uniquement en groupe. L'affirmation que le tourisme intérieur devient de plus en plus autonome et que de nouvelles pratiques y voient le jour est ainsi plus réaliste, comme nous l'avons décrit dans un deuxième temps.

En effet, des différences de plus en plus considérables interviennent entre les touristes autonomes » et « grégaires ». Ces derniers ne visitent uniquement que des « hauts-lieux touristiques », connus de tous, et dans lesquels l'incontournable cliché photographique est formaté, pose et arrière-plan bien définis. Même dans des sites naturels, les touristes en groupe suivent avec attention les explications du guide, repérant des détails dans le paysage que les touristes internationaux ne remarquent pas. Comme nous l'avons vu, dans le cas des paysages de Guilin, les collines sont ainsi nommées et les formes des cavités dans les grottes suggèrent aux aménageurs - suivant en cela les descriptions des visiteurs de l'époque classique - des scènes qui avec des jeux de lumières et d'ombre « prennent forme ».

Quant aux touristes plus autonomes dans le choix de leurs lieux de vacances, si les qualifier « d'individuels » semble prématuré (ils partent d'abord avec de nombreux individus et rarement « entre amis », ou même seuls), ces « nouveaux » touristes ont néanmoins des « réflexes » touristiques originaux, en se dirigeant par exemple vers des lieux ignorés du tourisme de masse. Cet écart n'est cependant pas systématique, cette catégorie de touriste ne cherchant pas forcément à sortir des lieux les plus fréquentés. En cela ils se démarquent encore nettement des *backpackers* occidentaux, démontrant que le tourisme des sociétés occidentales et le tourisme chinois prennent encore des voies différentes dans les lieux où ils se rencontrent.

Les touristes qui ont par exemple connu la Révolution culturelle, notamment ceux qui ont été envoyés à la « campagne », préfèrent éviter de se rendre dans les espaces ruraux. Un préjugé qui s'est diffusé dans l'ensemble de la société chinoise, société aux aspirations d'abord modernes, et dont la conséquence sur le tourisme se révèle par une préférence envers la ville et les parcs à thèmes qui proposent une vision « édulcorée » de la réalité paysanne. De manière générale, les touristes intérieurs apprécient ces espaces, lieux d'un certain « *entertainment* ». Les touristes occidentaux, eux, préfèrent les espaces « authentiques », sans transformations majeures ni visibles.

La plage de Beihai est donc un espace pour les touristes intérieurs, les aménagements y étant nombreux et singuliers. Les Chinois veulent d'ailleurs ce site bruyant et animé (« *renao* »), ce qui y favorise la sociabilité. Ils y viennent cependant de manière individuelle, attestant que les plaisirs de la plage restent une pratique importée de l'extérieur et ne convenant pas au goût de tous. Une « réinterprétation » des pratiques occidentales est ici nécessaire, ce qui produit de nouvelles modalités des usages de cet espace.

Toutefois, dans la plupart des cas observés au cours de cette partie, ce sont les modalités des pratiques qui diffèrent, pas les pratiques en elles-mêmes : Occidentaux et Chinois se retrouvent bien ensemble pour descendre le fleuve Li le temps d'une croisière, pour visiter la ville de Guilin, etc. Une partie de l'explication de ces dissemblances tient au regard de chaque population, une autre à celle du rôle de l'Etat qui veut, grâce au tourisme, construire un sentiment d'appartenance à la Nation. Les sociétés occidentales ont aussi connu, en leur temps, ce même phénomène, qui est aujourd'hui révolu. Les temporalités de chaque forme de tourisme sont donc différentes : les Chinois apprennent à être touristes en observant les règles fixées par l'Etat, et en réinterprétant ce qu'ils observent chez des sociétés à histoire touristique plus ancienne.

Partie III.

Le tourisme intérieur chinois, outil de développement

Introduction de la troisième partie

« *Un nouveau Guilin, un nouveau souffle* »[429].
Publicité promouvant la ville de Guilin, 1997.

Le 06 novembre 2004, à la gare de Guilin, sont présents le Maire de la ville ainsi que de nombreux officiels. Une nouvelle ligne de train rapide reliant Pékin à Guilin est inaugurée en grande pompe : 22 heures seulement sont désormais nécessaires pour relier la capitale au nord-est du Guangxi, contre 28 heures jusqu'alors. Le gain de six heures permettra aux touristes intérieurs de passer un peu plus de temps dans la ville de Guilin, ainsi que dans sa périphérie.

Cet exemple, parmi d'autres, montre l'effort constant de la municipalité de Guilin à s'adapter aux évolutions du tourisme intérieur. Dans notre exemple, l'amélioration de l'accessibilité est à l'honneur ; d'autres cas verront la création de nouveaux sites touristiques, l'extension urbaine pour loger le nombre croissant de touristes, des aménagements toujours plus importants… Les dynamiques spatiales, qui ont traversé et traversent encore aujourd'hui cette ville, doivent donc à ce stade du développement faire l'objet d'une analyse soigneuse : tel est l'objet de la dernière partie de ce travail, dont l'exposé sera principalement centré sur les villes de Beihai et Guilin.

Dans l'exemple de ces deux espaces urbains, le tourisme a été utilisé comme un outil de développement : ce que nous avions souligné au chapitre 3 appelle maintenant quelques précisions. Tout d'abord, l'arrivée de l'activité touristique a conduit à la mise en place d'aménagements pour les touristes. Des hôtels ont été bâtis, des axes de communications ont été élargis, des quartiers parfois ont même été déplacés. Dans les deux villes traitées, les logiques d'aménagement sont-elles les mêmes ? Nous avions déjà relevé le peu d'intérêt des touristes intérieurs pour le patrimoine, quelle place est donc attribuée à celui-ci dans les nouveaux aménagements touristiques ? Les aménageurs ont-ils laissé de l'espace pour les anciennes constructions, ou leur a-t-on préféré des espaces récents et modernes où peuvent s'exprimer les pratiques touristiques liées à la modernité ? Autant de questions que nous souhaitons aborder dans le chapitre 7.

Le chapitre suivant s'intéressera au phénomène de l'extension urbaine liée au tourisme. Nous avons en effet constaté à la fin de la première partie l'envie des aménageurs de bâtir de

[429] 新桂林新气象

nouvelles villes fort vastes. Ont-ils atteint leurs objectifs ? Le cas échéant, quelles formes prend aujourd'hui la structure de ces espaces urbains ? Pour répondre à ces questions, la thèse se penchera sur des cas précis, à une échelle infra-urbaine tout d'abord. Ensuite, si les villes se sont développées, il faudra également souligner qu'elles ont parfois planifié des périphéries touristiques, véritables ceintures spatiales intégrant des sites et des lieux touristiques plus ou moins éloignés du centre urbain. Dans ces périphéries, formes les plus abouties de l'extension urbaine, des transformations spatiales ont actuellement cours, ce qu'il faudra également analyser.

Le dernier chapitre abordera quant à lui la question de l'actuelle diffusion spatiale du tourisme à une échelle régionale, autant dans les zones à proximité des villes de Beihai et Guilin, que dans la région du Guangxi. De nombreuses localités, autrefois en situation de marge économique et géographique, sont aujourd'hui le théâtre d'un tourisme intérieur notoire. Ces localités, ayant saisi le tourisme comme prétexte au développement, peuvent à leur tour devenir des relais du tourisme intérieur. C'est par exemple le cas de Yangshuo sur lequel portera notre analyse dans un premier temps. Nous élargirons ensuite cette thématique à l'échelle de tout le Guangxi, et enfin à celle du Guizhou, pour mieux entrevoir les logiques du tourisme intérieur dans le Sud-Ouest chinois.

Chapitre 7. Des lieux touristiques fortement aménagés

1. L'hébergement de touristes de plus en plus nombreux
2. Mettre en scène les pratiques de découverte
3. Favoriser la pratique du shopping

Chapitre 8. Tourisme intérieur et extension urbaine

1. Des villes qui s'étendent et rejettent leurs habitants en périphérie
2. Les transformations de la périphérie de Guilin
3. Les projets d'extension de Beihai

Chapitre 9. La diffusion spatiale du tourisme intérieur à l'échelle régionale

1. Yangshuo, une ancienne périphérie au cœur de nouvelles dynamiques spatiales
2. De nouvelles périphéries apparaissent

Chapitre 7. Des lieux touristiques fortement aménagés

« Le circuit 2 rivières et 4 lacs est la perle nocturne de Guilin.
Il est comparable au canal d'Amsterdam, à la Seine à Paris, et aux canaux de Venise.
C'est un circuit avec des milliers d'années d'histoire ».
Publicité promouvant ce circuit, 2005.

Après avoir mentionné le goût des touristes intérieurs pour les espaces très aménagés, il convient maintenant d'analyser ce qui a été édifié en faveur de cette nouvelle population touristique. Bien que les deux principales villes étudiées ici, Guilin et Beihai, aient d'abord été modelées pour les touristes internationaux, les aménagements de ces deux centres urbains sont aujourd'hui orientés vers le tourisme intérieur (chapitre 3). Le passage d'une vocation internationale à un tourisme majoritairement intérieur se traduit tout d'abord par la construction de nouveaux hôtels. Les premiers hôtels, d'abord utilisés par les touristes internationaux, sont depuis 2000 investis majoritairement par les touristes chinois et leur capacité d'accueil est devenue insuffisante. Dans ce chapitre, nous nous interrogerons sur les logiques spatiales de ces aménagements en nombre toujours croissant (axe 1).

Nous mettrons également en évidence (axe 2) les aménagements liés à la « modernité », vu le faible goût des touristes intérieurs pour le patrimoine bâti, au sens occidental du terme. L'absence, de la part des aménageurs, d'un regard romantique sur les vieilles pierres a conduit à la construction de villes « saines et rationnelles », mais surtout « modernes ». Pour cela, les deux municipalités n'ont montré aucune hésitation à déplacer leur centre-ville, à reconstruire des parties entières de la ville en se lançant dans des politiques de « grands travaux », et en traçant de nouvelles et larges avenues pour des touristes de plus en plus nombreux.

Enfin nous présenterons (axe 3) des aménagements particuliers, destinés à la pratique du shopping. Pratique clé au sein de l'ensemble des pratiques touristiques, le temps qui y consacré étant considérable. Seront plus spécifiquement étudiés les aménagements destinés à cette pratique du shopping, par l'étude de l'accroissement des centres commerciaux et des rues commerçantes. Quelles sont les spécificités de ces aménagements ?

Ce chapitre conduira à se poser des questions générales sur l'aménagement des lieux touristiques en Chine. Y a-t-il des points communs dans les politiques liées aux aménagements touristiques ? Pourquoi les touristes chinois ne se soucient-ils pas du « fort » aménagement des lieux (du moins plus visibles que dans les lieux touristiques des sociétés occidentales) ?

1. L'hébergement de touristes de plus en plus nombreux

1-1. L'importance des hôtels et des grands hôtels à Guilin et Beihai

1-2. Guilin a édifié de nombreux hébergements au sud de l'ancien centre-ville

1-3. Le cas de Beihai : la différence entre le nord et le sud de la presqu'île

2. Mettre en scène les pratiques de découverte

2-1. Le déplacement du centre-ville pour donner plus de place au tourisme

2-2. Des aménagements qui témoignent d'une volonté de modernité

3. Favoriser la pratique du shopping

3-1. Les pratiques du hors-quotidien telles que le shopping et les repas sont importants pour les touristes intérieurs

3-2. Les rues et les centres commerciaux à Guilin

3-3. Les aménagements de l'île *Waisha* à Beihai

1. L'hébergement de touristes de plus en plus nombreux

Le premier aménagement important dans les deux villes étudiées concerne les hôtels, caractérisés par leur évolution, leurs formes, leur localisation dans les plans urbains, et les acteurs responsables de leur développement.

1-1. L'importance des hôtels et des grands hôtels à Guilin et Beihai

Avant d'engager la discussion sur les localisations des hôtels dans les villes étudiées, il convient de souligner l'évolution du statut des hôtels ainsi que la fonction sociale de ces établissements. Que représentent ces hôtels pour les touristes et que viennent y chercher ces derniers ?

1-1-1. La fin de la distinction entre hôtels pour internationaux et hôtels pour intérieurs (2000)

A Beihai comme à Guilin, jusqu'en 2000, les touristes internationaux et les touristes intérieurs ne pouvaient loger dans les mêmes hôtels. Comme à *Beidaihe* (chapitre précédent), il y avait également une distinction entre les hôtels pour les cadres et ceux pour les unités de travail. Quant aux hôtels destinés aux touristes internationaux, il existait un système d'étoiles (de une à cinq). Certains hôtels destinés aux « étrangers » ne possédaient toutefois pas d'étoiles.

Au lendemain de l'attribution des semaines d'or aux salariés (1999), ces anciennes distinctions héritées de la période maoïste (hôtels pour internationaux / hôtels pour intérieurs), ont disparu. L'abolition de cette distinction devait permettre un développement économique plus important avec l'augmentation du nombre de touristes intérieurs, cette dernière population ayant de plus en plus les moyens de se payer un hôtel international. De plus, ces hôtels renferment de nombreuses boutiques dont les touristes chinois du Continent sont friands.

A Beihai comme à Guilin s'est donc développée une importante capacité hôtelière, notamment une hôtellerie sans étoile. Cette catégorie d'hôtels permet à tous de venir à Beihai, mais les touristes intérieurs privilégient dans la mesure du possible les hôtels classés pour leurs vacances. En effet, comme nous l'avons noté dès la première partie de ce travail, les touristes intérieurs sont d'abord originaires des principales villes de l'est du pays et ont maintenant les moyens de faire du tourisme dans leur pays. Pour eux, il est important d'aller vers des lieux accessibles, modernes et confortables.

Parmi les hôtels construits pour le tourisme intérieur, le nombre d'hôtels non classés domine pourtant. Cela s'explique par le nombre réduit de chambres des hôtels non classés. Les hôtels classés sont en revanche plus grands, plus imposants et même avec moins d'établissements, ils regroupent presque autant que chambres que les autres hôtels. À Beihai par exemple, les hôtels classés ne représentent qu'une capacité de 9090 lits. Pourtant, même en réajustant dans une fourchette basse le nombre de touristes, nous arrivons à au moins 18 000 touristes par jour pendant la semaine d'or de mai 2006[430]. C'est-à-dire que l'hôtellerie non classée représenterait environ la moitié de la capacité d'accueil de la ville.

Toutefois, c'est bien l'hôtellerie classée qui fait l'image de la ville et de nombreux hôtels à étoiles ont donc été construits pour donner une image « moderne », et donc attirante, aux deux villes ici étudiées. Bien que contrairement aux principales villes de l'est du pays il n'existe pas à Guilin et Beihai de grands hôtels internationaux construits à la fin du 19ème ou au début du 20ème siècle, les municipalités ont essayé de rattraper leur retard en bâtissant ce genre d'hôtels dans les années 1980 et 1990.

1-1-2. La fonction sociale des plus grands hôtels à Guilin et Beihai

Comme pour les plus anciens situés à Pékin, Shanghai ou Canton, les grands hôtels à Guilin, et dans une moindre mesure à Beihai, « *marquent l'identité de ces villes* » et ils « *utilisent à leur profit leur place dans l'histoire et l'espace de la ville comme outil de promotion publicitaire* » (Sanjuan, 2001 ; p. 152)[431]. Le premier hôtel construit à Guilin, « la maison de cure du Guangxi pour les hauts cadres » (*Guangxi gaoji ganbu liaoyangsuo*[432] ; construit en 1953), a par exemple malgré ses quatre étoiles une réputation plus importante que les autres cinq étoiles. C'est en effet là qu'est descendu Zhou Enlai en 1960 et nombre de cadres du parti dans les années qui suivirent. Le choix de recevoir Bill Clinton dans cet hôtel lors de son passage dans la ville en 1997 n'est également pas anodin, l'hôtel jouissant d'une meilleure réputation que ses concurrents. Cet hôtel se situe enfin à proximité immédiate du

[430] Ce chiffre est obtenu en divisant les 90 000 touristes qui ont passés plus d'une nuit à Beihai pendant les cinq jours de la semaine d'or du mois de mai 2006. Il faut toutefois noter que des touristes ne passent également pas par l'hôtellerie « classique », classée ou pas. Au contraire, il est maintenant possible à Beihai de louer un appartement à la nuit, à la semaine et même au mois. Sur le chiffre total de touristes, il y en a donc un nombre difficile à évaluer qui ne loge pas à l'hôtel. Il faut ajouter à ces limites les touristes qui logent chez des amis lors de leur séjour à Beihai. Au final, il est même possible de penser que les hôtels classés représentent une capacité d'accueil supérieure à celle des hôtels sans étoile.

[431] Sanjuan T., (2001) *Le grand hôtel en Chine, perception et organisation de l'espace urbain*, **In** : Hagelstein R. et Servais P., (Dir.) *Perception et organisation de l'espace urbain. Une confrontation Orient-Occident*, Academia Bruylant, Louvain-La-Neuve, p. 145-163.

[432] 广西高级干部疗养院

nouveau circuit fluvial « 2 rivières, 4 lacs » et lors de la visite, cet établissement est nommé par les guides et mis en valeur par des jeux de lumières.

Le plus grand des hôtels cinq étoiles de Guilin, le *Lijiang da pubu*[433] (la grande chute du fleuve Li ; photo 41), marque également l'image de la ville grâce à sa façade qui forme la plus grande cascade artificielle construite au monde, inscrite au Livre Guinness des Records. À Beihai, un hôtel trois étoiles situé dans le centre-ville se nomme l'hôtel du « plus beau paysage sous le ciel ». Ces exemples nous montrent qu'une partie importante des grands hôtels de Guilin et Beihai privilégie une identité spécifiquement chinoise, une identité devant laquelle les Chinois « *aiment se faire photographier* » (Ibid. ; p. 152). La chute artificielle du *Lijiang Da pubu* attire ainsi de nombreux touristes et visiteurs le soir entre 20h et 20h30, heure à laquelle la cascade est mise en place. De même, les différents tableaux, kiosques et autres décors dans l'hôtel sont des lieux de prises de photos. Les hôtes prestigieux qui sont passés par les grands hôtels sont ainsi également mis en valeur.

Photo 41. L'hôtel *Lijiang Da pubu*

Cliché de l'auteur, 2008.

A l'instar des constats de Sanjuan sur les grands hôtels (2001 et 2003) dans les grandes villes du pays, les hôtels à Guilin abritent également « *plusieurs restaurants de haut standing […] des bars, des boîtes de nuit, des karaokés ou des billards* » (Ibid. ; p. 152). Surtout, ces grands hôtels ont aussi la fonction d'accueillir « *des salles de conférences ou*

[433] 漓江大瀑布

d'exposition » (Ibid. ; p. 153), réservant parfois des étages entiers aux conférenciers, à leurs chambres et aux salles de réunions. C'est particulièrement vrai à Guilin qui au fil des ans est devenue une destination importante pour les conférences (sur le tourisme notamment), mais aussi pour les voyages d'affaires. À Beihai également ce phénomène est assez conséquent, l'hôtel cinq étoiles *Fulihua* possédant par exemple six salles de conférences, dont trois de grande taille. Dans les deux cas, les conférenciers pourront profiter d'une journée ou deux de tourisme dans la ville et ses environs. À Beihai également, cette population à moitié « touristique » est assez conséquente[434].

1-2. Guilin a édifié de nombreux hébergements au sud de l'ancien centre-ville

Guilin accueille de « véritables » touristes depuis les années 1970, permettant une étude de la transformation des hôtels sur le long terme. Les hôtels se sont donc transformés, leur nombre a considérablement augmenté et leur localisation s'est diversifiée.

1-2-1. Des zones franches pour construire des hôtels

Au début des années 1970, la ville de Guilin ne comportait qu'un seul hôtel pour les cadres du parti. Toutefois, l'augmentation rapide du nombre de touristes a abouti à la construction d'un deuxième hôtel dès 1976, l'hôtel *Lijiang* (reconstruit en 2000 et renommé *Lijiang da pubu*), qui se situe à proximité de la colline de l'Eléphant, la plus connue de la ville. Le rythme de construction hôtelière s'accélère ensuite au début des années 1980. En effet, fin 1978, Deng Xiaoping veut dans quatre villes pilotes, dont Guilin, utiliser les investissements étrangers afin de construire des hôtels de grand standing pour les étrangers et permettre à ces villes de porter une partie du développement économique chinois. Pour cela, la municipalité met en place un véritable système de zones franches avant l'heure. Les entreprises qui s'installent bénéficient en effet d'exonérations d'impôts pendant les premières années de mise en service des hôtels construits.

Ces entreprises ne s'installent souvent pas seules mais choisissent de coopérer avec les acteurs locaux (la municipalité de Guilin) pour la construction des hôtels. Ainsi entre 1980 et 1990 15 hôtels à capitaux mixtes sont construits à Guilin. Dans 12 cas sur 15, les capitaux proviennent d'entreprises hongkongaises, du fait de la proximité de cette métropole très riche. De plus, les Hongkongais sont des « compatriotes » et il est plus facile pour eux de

[434] Il nous est malheureusement impossible de quantifier le volume de ces visiteurs, car aucune statistique n'est disponible sur ce sujet. Seule une enquête hôtel par hôtel pourrait nous donner des indications. Nous avons ainsi entrepris cette enquête à Beihai, mais sans succès, n'obtenant que peu d'entretiens et quasiment jamais d'informations (et pas chiffrées), lors des rares entretiens qui nous ont été accordés.

s'implanter. Les trois autres hôtels construits avec le système de mutualisation des capitaux sont le fait d'une entreprise australienne et de deux entreprises japonaises. À l'exception du *Lijiang da pubu*, les deux autres hôtels cinq étoiles de Guilin sont ainsi le résultat de coopérations entre la municipalité et des entreprises étrangères.

Dans le même temps, dans les années 1980, entre la gare ferroviaire et l'ancien centre-ville (sur 1,5 km), le développement des hôtels internationaux a attiré de nombreux acteurs (notamment des Cantonnais) venus construire d'autres hôtels. En 1987 (où la barre des 500 000 touristes étrangers est dépassée), 55 hôtels pour étrangers ont déjà été construits dans cette zone (cf. planche 9), et il y en a plus d'une centaine aujourd'hui[435] (en 2008).

Ainsi, dès la fin des années 1980, Guilin constitue un des principaux lieux touristiques après Pékin, Shanghai ou Canton : Guilin accueille 480 000 touristes en 1988, alors que Hangzhou (province du Zhejiang), l'ancienne capitale des *Song* n'en reçoit que 350 000 et Kunming (province du Yunnan) 120 000. Le choix de la périphérie de l'ancienne ville comme zone de construction d'hôtels va en outre permettre à Guilin d'étendre continuellement sa capacité d'accueil. À cette époque, la ville de Guilin ne s'étendait en effet encore que peu dans cette direction.

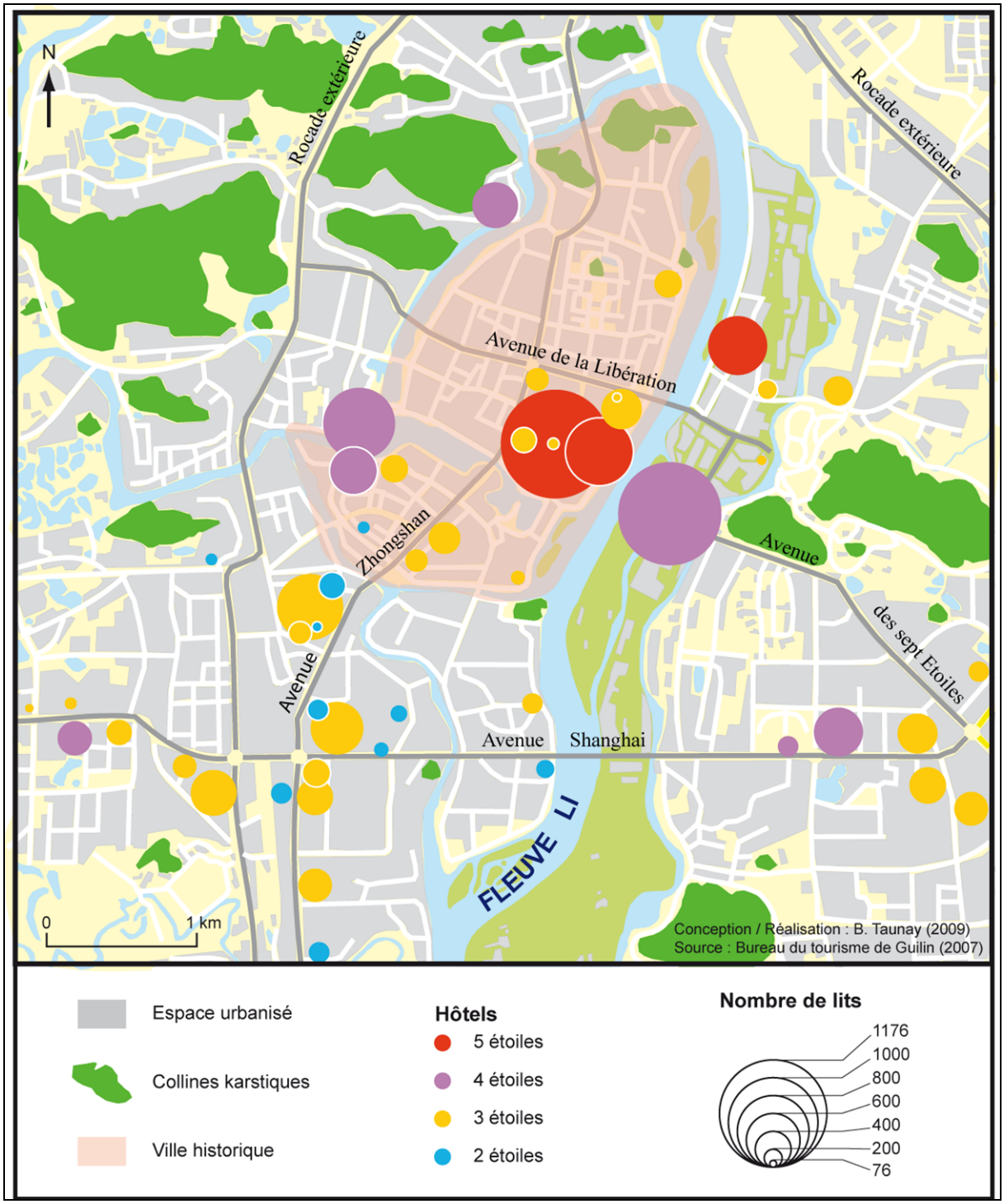
1-2-2. Les hôtels sont aujourd'hui au cœur de la ville

Les plus grands hôtels construits dans les années 1980 puis 1990 se situent aujourd'hui le long des plus grands axes rénovés de la ville principalement sur l'axe qui court depuis deux kilomètres à l'ouest de la gare ferroviaire jusqu'au rond-point de *San lidian*, à trois kilomètres à l'est du fleuve Li (carte 27). Le deuxième axe important part de la gare ferroviaire et s'étend jusqu'à l'ancien centre-ville.

Cependant, les plus grands hôtels de la ville se situent au cœur même de la ville ou dans sa périphérie proche. Deux des trois hôtels à cinq étoiles se situent ainsi sur l'avenue Binjiang et deux autres hôtels importants (un quatre étoiles et un cinq étoiles), se situent en face de cette même avenue, de l'autre côté du fleuve (carte 27). La ville de Beihai est donc une ville « touristifiée », c'est-à-dire une ville qui loge le tourisme en son cœur (Equipe MIT, 2001).

[435] L'ensemble de ces hôtels ne figure pas sur la carte 27 car sur cette dernière ne sont indiqués que les hôtels classés, c'est-à-dire ayant au moins une étoile. Comme à Beihai, il faut donc ici également noter l'importance de l'hôtellerie non classée à Guilin dans la capacité d'accueil totale de la ville.

Carte 27. Les hôtels classés à Guilin en 2007



Source : Bureau du tourisme de Guilin, 2008.

En revanche, les hôtels qui ne possèdent que deux ou trois étoiles se situent en marge du centre, et même en marge de l'ancienne ville (à une exception près) : ils sont localisés en effet dans la partie sud de l'avenue Zhongshan et autour de la gare ferroviaire. Ces hôtels deux et trois étoiles ne sont certes pas aussi luxueux que ceux du centre-ville, mais ils

possèdent comme les plus grands des salles de réunions pour les congressistes. Dans les mois les plus remplis de la haute saison (en juillet et septembre notamment), ces hôtels se remplissent ainsi grâce à cette population qui a des pratiques touristiques en marge des séminaires et des réunions.

Plus l'on se rapproche de la ville historique et surtout du centre-ville, plus le nombre d'étoiles des hôtels augmente et plus la capacité d'accueil de chaque hôtel est importante (carte 27). Toutefois, les plus petits hôtels décrits dans le paragraphe ci-dessus (deux et trois étoiles), sont aujourd'hui au cœur même de la ville, car cette dernière a grandi grâce au tourisme (cf. chapitre 3). Autour des hôtels, la ville s'est développée et de nouveaux quartiers sont nés (voir le chapitre suivant).

1-3. La différence entre le nord et le sud de la presqu'île à Beihai

Dans le cas de Beihai, la mise en tourisme est plus tardive qu'à Guilin et les constructions d'hôtels en nombre n'interviennent donc qu'à la fin des années 1990 (tableau 28). Les premières constructions d'hôtels pour internationaux datent en effet de 1988, mais c'est seulement à partir du milieu et de la fin des années 1990 que les constructions s'accélèrent. C'est donc véritablement le tournant du tourisme intérieur qui a donné un nouveau souffle à la ville et à ses constructions après l'échec du début des années 1990 (cf. chapitre 3).

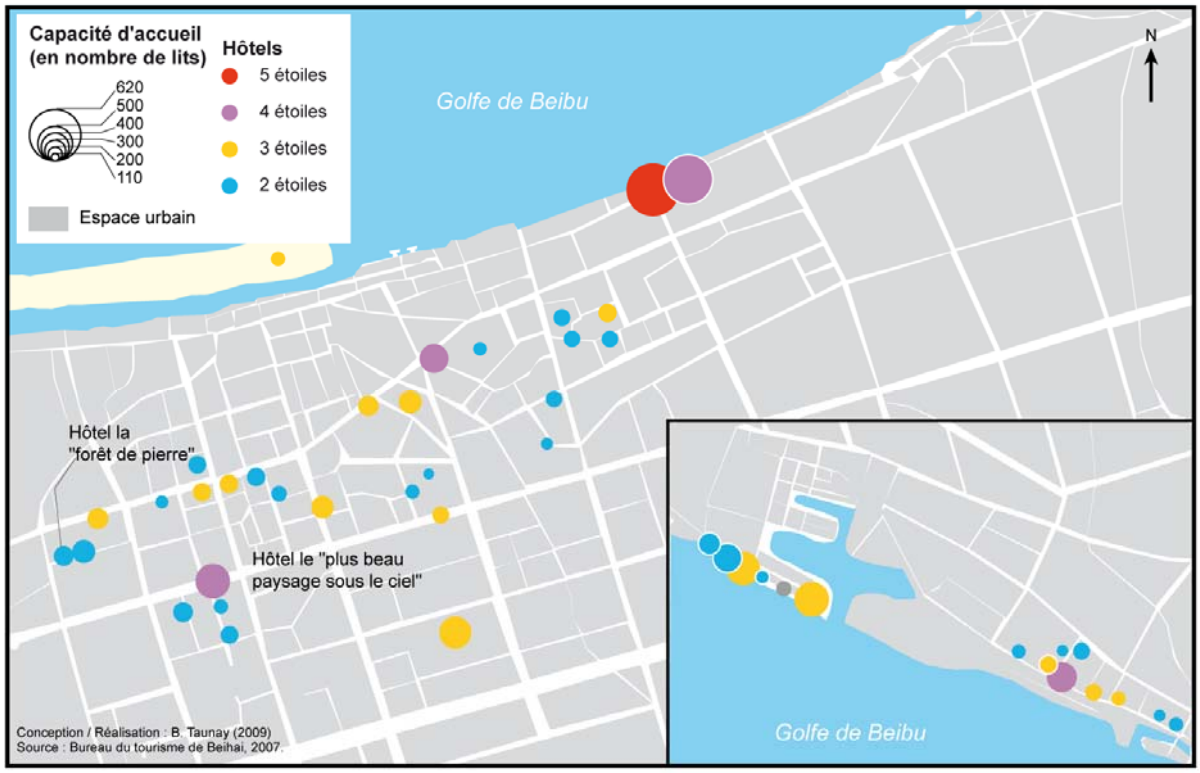
Tableau 28. L'attribution des étoiles aux hôtels de Beihai (1997-2006)

Année	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Attribution	1	1	2	4	7	4	6	3	8	1

Source : Bureau du tourisme de Beihai, 2007.

On y retrouve comme à Guilin une logique d'implantation autour des nouvelles avenues : le principal axe du nouveau centre-ville est celui qui voit le plus de constructions (carte 28). La plus grande partie des hôtels initialement construits pour les touristes internationaux se trouvent dans la partie nord de la ville actuelle, avec 80 % des hôtels. Comme à Guilin, le tourisme a conquis le centre-ville, qui reçoit également la très grande majorité des agences de voyage. Même si la ville de Beihai ne peut pas encore être qualifiée de « touristifiée » (centre-ville principalement orientée vers l'activité touristique), le centre-ville concentre la majeure partie des services touristiques.

Carte 28. La capacité d'accueil des hôtels classés à Beihai (2006)



Source : Bureau du tourisme de Beihai, 2007.

Le centre-ville reste cependant un espace dortoir pour les touristes. Il est éloigné du littoral de la plage d'Argent, actuel cœur touristique de Beihai et un pôle emblématique du développement hôtelier pour le tourisme intérieur. Tout d'abord, bien que seulement 21 des 282 hôtels de Beihai se situent sur ce littoral, tous sont de l'hôtellerie classée (2 à 4 étoiles) et sont récents, construits après 1997[436]. Ce sont de grands hôtels, regroupant près de 4000 lits, constituant 20% de la capacité d'accueil de la ville. Surtout, ces quelques hôtels représentent 80% des hôtels classés de la ville. Signe des temps, la plupart de ces hôtels acceptent les réservations en ligne, entraînant la diminution du nombre d'agences touristiques à Beihai depuis 2003 (de 38 à 26 en 2006)[437].

Les collaborations pour construire les premiers grands hôtels à Guilin ont été ici moins nombreuses : si les trois premiers hôtels construits à Beihai dans les années 1980 ont mobilisé

[436] Seulement 15 de ces hôtels sont représentés sur la carte 28, car les données dont nous disposons datent de 2006, année pendant laquelle les six autres hôtels étaient encore en construction.
[437] Le nombre d'agences diminue également à cause du nombre de plus en plus important de touristes qui se rendent à Beihai de manière individuelle (partie 2, chapitre 1). Ces touristes n'utilisent les services des agences locales que pour se rendre sur l'île de Weizhou ou dans quelques autres rares sites autour de Beihai. Il faut aussi dire que les agences touristiques de Beihai ont tendance à être de plus en plus liées à de plus grands établissements situés dans la ville de Nanning, ville où transitent la très grande majorité des touristes se rendant en groupe à Beihai.

des capitaux mixtes de la municipalité et d'entreprises hongkongaises, ceux construits ultérieurement ont été réalisés exclusivement avec des capitaux de Chinois du Continent. Bien que la ville au début des années 1990 ait eu du mal à attirer des capitaux étrangers, elle a ainsi réussi à encourager des flux de capitaux chinois et de travailleurs à la fin de cette même décennie. En outre, 59 % (23) des responsables des hôtels avec étoiles sont des Chinois originaires d'autres villes que Beihai, seulement 41 % des responsables (16) étant des locaux[438].

Pour les agences de voyages, cette proportion « extérieurs/locaux » est de « 50/50 » (14 et 14). Ce qui indique donc que si la ville a connu un lourd échec au début des années 1990, elle a réussi quelques années plus tard à attirer de plus en plus d'individus, notamment au début des années 2000, date du véritable début de l'expansion du tourisme dans la ville. Auparavant, la place des voyages d'affaires était considérable[439]. Différents témoignages recueillis dans la ville en 2007 expriment ainsi que le tourisme se développe surtout depuis 2002. Le premier véritable plan de développement touristique de Beihai (*Infra*) date d'ailleurs de 2007.

Des aménagements pour des touristes de plus en plus nombreux

Les aménagements hôteliers se sont donc adaptés aux évolutions urbaines ainsi qu'à l'évolution de la fréquentation touristique, d'abord internationale, maintenant principalement intérieure. Les hôtels ne constituent cependant qu'une partie des aménagements réalisés pour le tourisme.

[438] Il est difficile de retracer le parcours social et spatial avant d'arriver à Beihai de chacun de ces responsables (parcours pourtant sûrement très instructif sur les jeux d'acteurs dans le domaine de l'hôtellerie mais aussi dans celui du tourisme en général), car ils n'accordent que peu d'entretiens. Le recueil des informations sur l'origine locale ou « extérieure » à Beihai, a par exemple été réalisé auprès du bureau du tourisme de la ville, mais aussi auprès du responsable de l'association des agences de voyage de Beihai.

[439] Les voyages d'affaires continuent toutefois aujourd'hui de représenter une part importante des séjours dans les hôtels de Beihai.

2. Mettre en scène les pratiques de découverte

Dans les deux cas étudiés, l'Etat, relayé par la municipalité, a mis en place une politique de grands travaux pour faire de la place aux touristes qui viennent découvrir ces espaces urbains. Ce sont les aménagements qui résultent de ces politiques que nous étudions dans ce second point. Nous verrons notamment le déplacement, voir la création des centres-villes, dans le but de donner plus de place au tourisme, mais aussi de mettre en place des aménagements qui donnent aux villes une image « moderne ».

2-1. Le déplacement du centre-ville pour donner plus de place au tourisme

Le premier et le plus important des aménagements réalisés dans les deux cas est le déplacement du centre-ville. Il fait suite à un élargissement des principales voies de communication dans les deux villes. Pourquoi de tels aménagements ? Quelles formes prennent ces derniers ?

2-1-1. Favoriser l'accessibilité des sites touristiques par de larges avenues : l'exemple de Guilin

Guilin fait partie des premières villes à être mise en tourisme à l'échelle du pays (partie 1). Les transformations urbaines ont donc été nombreuses, dès les années 1980. A cause de l'augmentation du nombre de touristes, ces transformations commencent à s'imposer à la municipalité : en 1980 déjà plus de 110 000 touristes étrangers (dont 72 206 Chinois de Hong Kong et Macao) font du tourisme dans la ville. En contrepartie, la ville voit ses revenus augmenter grâce au tourisme, secteur d'activité déjà rentable (29 millions de yuans pour la ville, soit 2,9 millions d'euros en 1980). Grâce à cet argent la municipalité peut ouvrir dès 1982[440] un centre de recherche sur le tourisme qui forme également des guides touristiques (il y a 250 guides dans la ville en 1986).

Grâce à l'augmentation des revenus générés par le tourisme dans les années 1980, la municipalité décide également de faciliter l'accès aux principaux sites touristiques, qui se trouvent alors dans la ville en elle-même, lançant la rénovation des principales artères touristiques.

[440] Le premier établissement spécialisé dans la formation des personnels du tourisme a été ouvert en 1978 dans la province du Jiangsu.

Planche 9. Les transformations de Guilin dans les années 1980

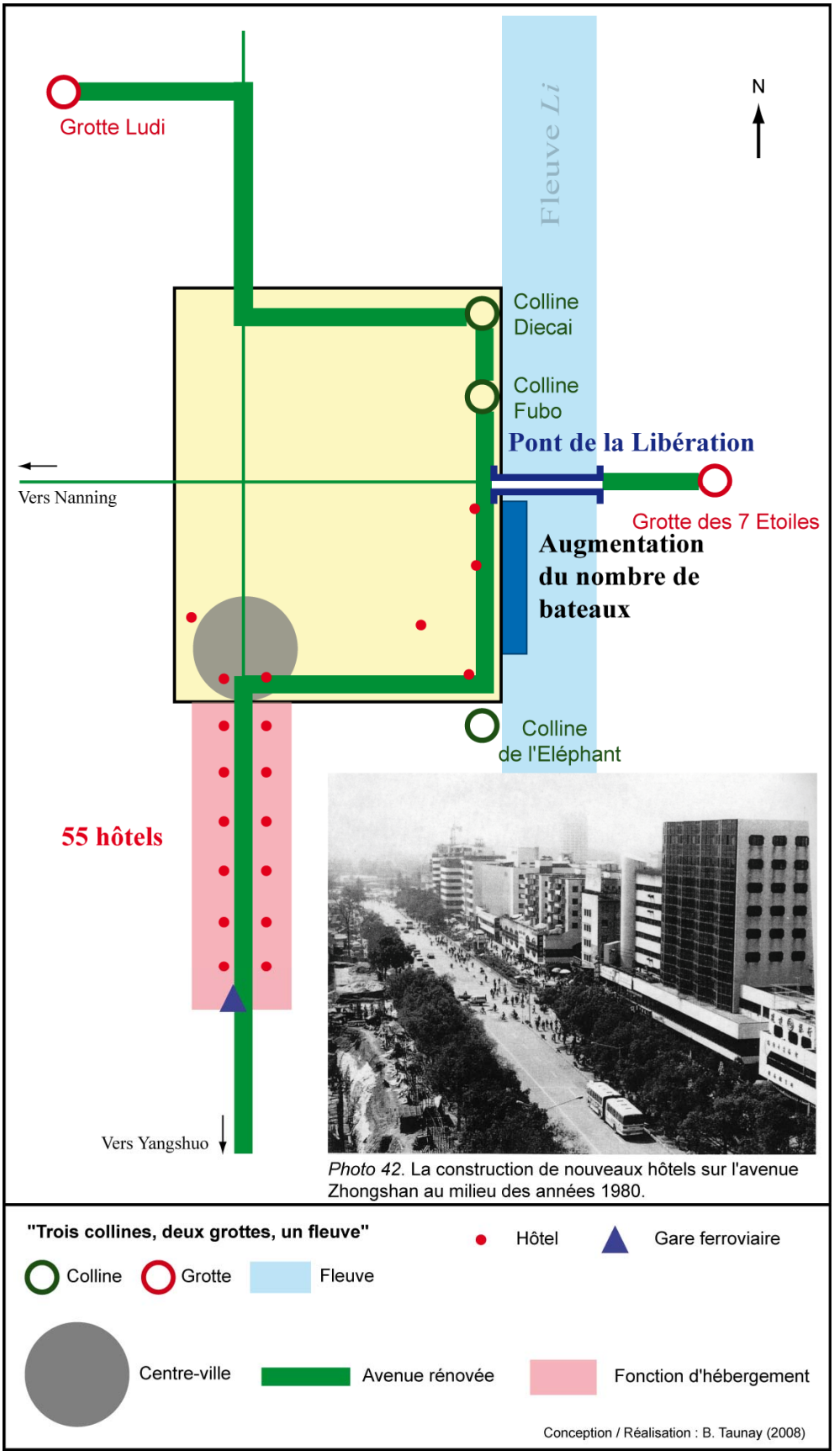


Photo 42. La construction de nouveaux hôtels sur l'avenue Zhongshan au milieu des années 1980.

Conception / Réalisation : B. Taunay (2008).

La première route réaménagée est celle qui longe le fleuve Li (*Binjiang lv*)[441], car elle met en relation les 3 collines du circuit dans la ville, le circuit « 3 collines, 2 grottes, un fleuve ». Le pont de la Libération qui relie cette artère à la grotte des sept Etoiles est lui aussi reconstruit (sa première construction date du début des années 1970), et il est alors élargi (il sera encore reconstruit - une troisième fois - en 2001). Le renouvellement de ces deux axes permet enfin de relier les sites touristiques du centre-ville aux hôtels récemment construits (Planche 9).

Parallèlement, six nouveaux hôtels sont bâtis dans l'ancien centre-ville et à proximité des axes nouvellement rénovés : construits à la fin des années 1980 et au début des années 1990, ce sont les actuels hôtels à 4 ou 5 étoiles. Surtout, une importante capacité d'accueil (55 hôtels, photo 33) est développée au sud du centre-ville. Signe de l'augmentation de plus en plus importante du nombre de touristes, la ville augmente aussi le nombre de ses bateaux pour la croisière sur le fleuve Li (il y a 120 bateaux de 200 places qui sont basés sous le pont de la Libération) et pour satisfaire les besoins en personnel, la ville embauche massivement (il y avait 7000 personnes travaillant directement dans le secteur touristique en 1986). Le long des nouvelles avenues se développent enfin de nombreuses agences touristiques et des restaurants, avec notamment 25 agences touristiques et 21 restaurants aujourd'hui du pont de la Libération jusqu'à la colline de l'Eléphant, sur moins de 1 km.

Tableau 29. Origine des touristes à Guilin (1985-1991)

Année	Nombre de touristes	Japon	Hong Kong / Macao	Etats-Unis
1985	336 435	26 %	26 %	12 %
1986	356 853	25 %	25 %	12 %
1987	500 306	27 %	30 %	12 %
1988	479 378	23 %	34 %	12 %
1989	306 583	15 %	53 %	7 %
1990	484 929	10 %	70 %	4 %
1991	429 113	14 %	54 %	7 %

Source : Annales du tourisme de Guilin, 1997.

Ces transformations sont la réponse au développement du tourisme international, le tourisme intérieur étant dans les années 1980 encore assez peu développé (concernant d'abord les cadres du Parti et les groupes formés par les unités de travail). Au cours de cette décennie, les touristes asiatiques sont les plus nombreux dans la ville de Guilin (tableau 29). Jusqu'en

[441] 滨江路

1989, les Japonais représentent ainsi environ un quart du nombre total de touristes. Les touristes en provenance de Hong Kong et Macao sont ceux dont la proportion ne cesse d'augmenter pendant les années 1980 : de 26 % en 1985, ils représentent ainsi 34 % du nombre total de touristes en 1988. Le troisième foyer émetteur de touristes internationaux sont les Etats-Unis, avec un pourcentage qui reste constant jusqu'en 1988, mais baisse sensiblement en 1989.

La fréquentation touristique baisse en 1989 de 36,1 %, soit plus d'un tiers de touristes en moins, suite aux événements de la place Tiananmen. Bien que le nombre de touristes en 1990 soit sensiblement égal à celui de 1988, il faudra attendre 1994 pour celui-ci reparte véritablement à la hausse. La relative stabilité du nombre de touristes sera pendant ces années là assurée par l'augmentation du nombre de touristes en provenance de Hong Kong et Macao, prémisses à un basculement de plus en plus important vers le tourisme intérieur, ainsi qu'à de nouveaux aménagements et transformations urbaines faits pour ces touristes chinois.

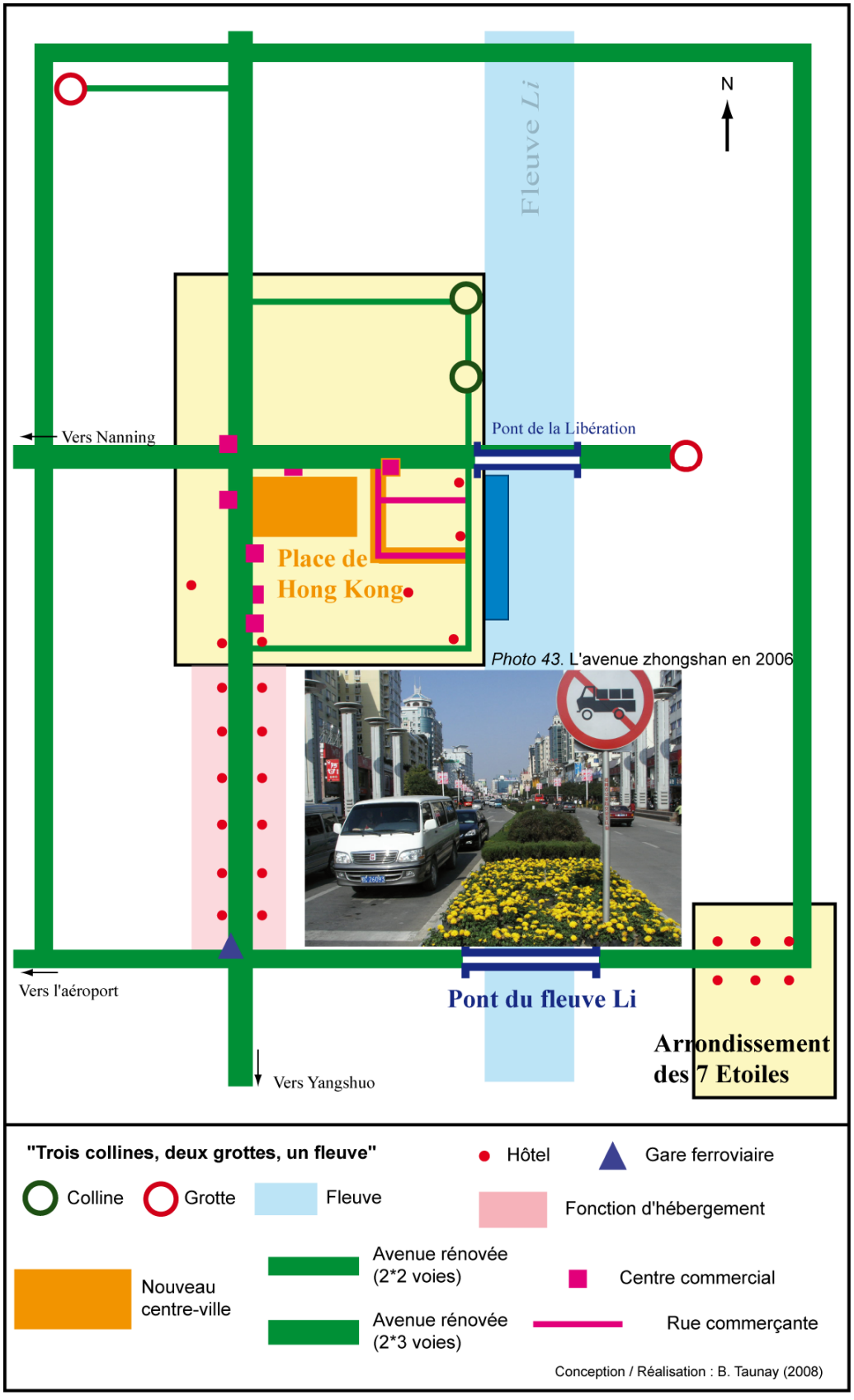
2-1-2. Le centre-ville est déplacé vers le nord à Guilin

Une des plus importantes transformations urbaines à Guilin est le déplacement du centre-ville. Au début des années 1990, le centre-ville se situe encore au sud de la ville historique (planche 8), à proximité de l'ancienne porte Sud. La centralité (liée au tourisme) de la ville se situe elle en revanche au bord du fleuve Li, rendant ainsi une grande partie de l'armature urbaine déséquilibrée. La municipalité décide donc de déplacer le centre-ville de plusieurs centaines de mètres vers le nord pour mieux mettre en relation la rue Binjiang avec les nouveaux hôtels construit au sud de l'ancien centre-ville (planche 10).

Cette transformation de la ville, contrairement aux précédentes, est de moins en moins destinée aux touristes internationaux. Au contraire, la municipalité envisage le développement du tourisme intérieur : au même moment le niveau de vie s'élève en effet dans les grandes villes chinoises, faisant émerger une classe de nouveaux riches. C'est l'époque de l'enracinement des réformes de Deng Xiaoping et de plus en plus de nationaux partent pour un séjour touristique, notamment à Guilin, même si aucun congé n'est encore attribué par le gouvernement[442].

[442] Une autorisation de son unité de travail était alors encore nécessaire pour se déplacer et pour se loger en dehors de son lieu de résidence principal.

Planche 10. Les transformations de Guilin dans les années 1990



Conception / Réalisation : B. Taunay (2008).

Année après année, les Chinois du continent qui ont les moyens de voyager sont de plus en plus nombreux ainsi que les autocars qui les transportent. Les infrastructures apparaissent alors insuffisantes : selon les statistiques officielles, le nombre de déplacements à caractère touristique des nationaux dans la province du Guangxi dépassent 10 millions en 1994[443]. Guilin se dote donc d'une rocade autour de la ville, entraînant la reconstruction et l'élargissement du pont qui relie la gare aux hôtels internationaux situés au sud du parc des sept Etoiles (planche 10).

Ces transformations permettent de mieux relier cette zone au reste de la ville, et aux habitants du centre-ville enrichis par le tourisme de déménager dans cette zone où émergent de nombreux projets immobiliers, autour des grands hôtels internationaux déjà construits. Aujourd'hui, c'est devenu le quartier « huppé » de Guilin et la promotion immobilière continue d'y être intense, contribuant à faire grossir la ville et à diversifier ses activités et donc à la pérenniser.

Photo 44. L'avenue Zhongshan, la principale artère de Guilin

Au bord de cette avenue se côtoient aujourd'hui les McDonald's (indiqué par un panneau à droite) et les restaurants rapides chinois (ici la marque locale « *Guilin ren* », à gauche immédiatement à côté du panneau McDonald's). De l'autre côté de la rue, les centres commerciaux sont nombreux, mais cette image ne révèle pas la réalité des bâtiments construits au début des années 1980, en retrait de ces façades « modernes ».

Cliché de l'auteur, 2008.

[443] Il faut bien évidemment relativiser encore une fois ce chiffre officiel, difficile à vérifier car on ne connaît pas la méthode d'enquête ni de collecte des données. Une grande partie de ces déplacements ont de grandes chances d'être ceux de travailleurs migrants, ainsi que de visites aux membres de la famille lors de la fête du nouvel an par exemple (cf. chapitre 1). En revanche, même si seulement 10 % de ce chiffre correspond à la réalité des touristes se rendant à Guilin, cela représente tout de même un million de touristes.

La ville est ainsi petit à petit profondément transformée pour faciliter l'accessibilité des touristes et de leurs véhicules. L'avenue qui traverse la ville du nord au sud (*Zhongshan lv*)[444] est élargie à 2 fois 3 voies en 1998 (photo 44), permettant une adaptation au développement de la voiture individuelle à partir de 2001. L'élargissement des rocades montre enfin que la ville a grossi en relation avec le développement du tourisme, international d'abord, intérieur ensuite. La rocade dessine en effet les limites de Guilin à la fin des années 1990.

2-1-3. À Beihai, un nouveau centre-ville qui est construit ex-nihilo au sud de l'ancienne ville

À Beihai les premières transformations se sont également d'abord tournées vers le tourisme international et une politique de grands travaux a été lancée en vue d'accueillir ces touristes étrangers en nombre croissant. Comme à Guilin, le gouvernement central applique à Beihai le modèle de développement des autres lieux touristiques du pays : planifier des zones franches pour les investissements étrangers pour assurer le développement du lieu.

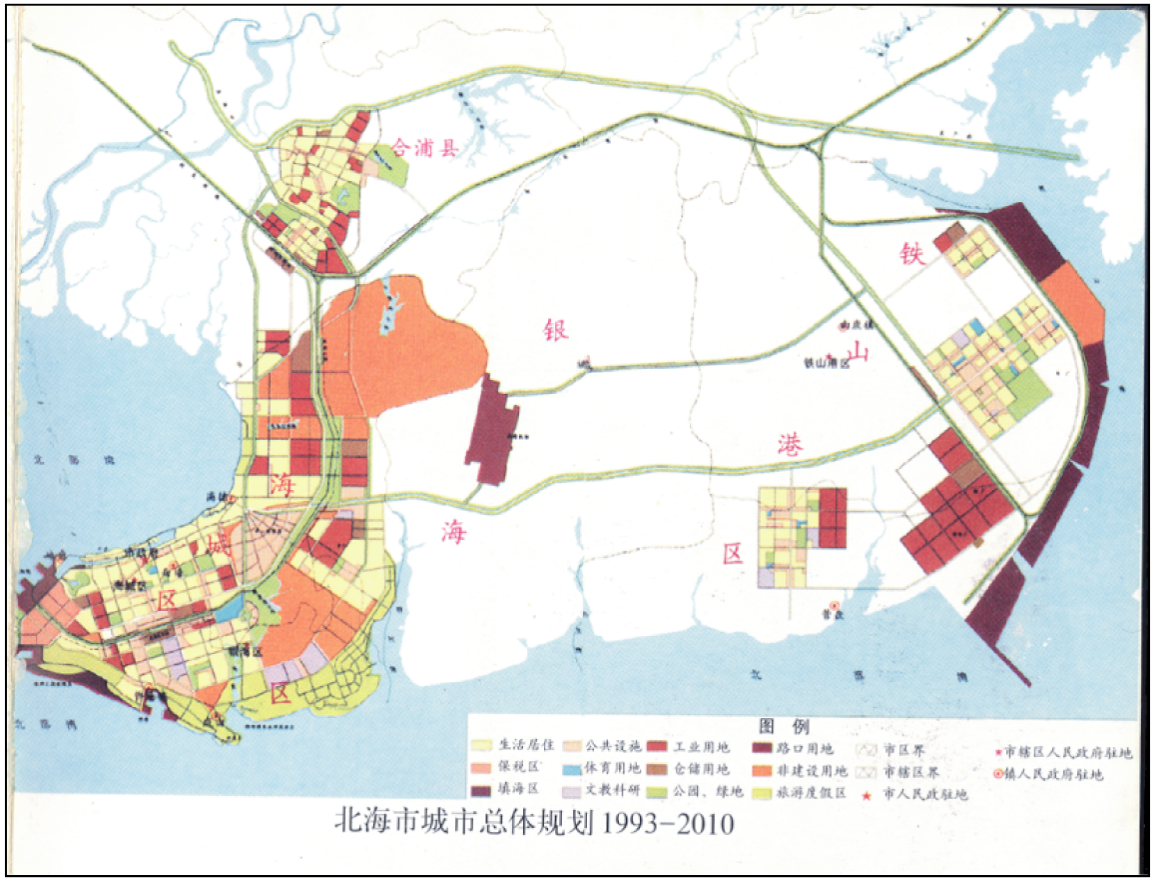
Les transformations sont cependant plus tardives qu'à Guilin, la vitesse de construction ne s'accélérant qu'au tournant des années 1990. Ainsi, en 1994, seulement 10 hôtels à étoiles ont été construits et la ville ne compte que 20 restaurants et agences touristiques (Annales de Beihai, 1997). Toutefois, la ville de Beihai veut combler son retard et comme à Guilin, construire une nouvelle ville. Le début des années 1990 est marqué par d'importantes mutations urbaines en Chine (Sanjuan, 2007), Deng Xiaoping vient de faire sa tournée des Zones Economiques Spéciales et la ville de Beihai se lance alors dans une politique de grands travaux.

Comme au nord du Guangxi, les transformations se focalisent d'abord sur l'élargissement des voies de communication. L'objectif, matérialisé dans le plan d'aménagement pour la période 1993-2010 (plan n° 1), est de faire de la presqu'île un seul et unique ensemble urbain, vaste et moderne, plus spécifiquement une grande ville qui, grâce aux revenus générés par la manne financière des entreprises étrangères nouvellement installées (dans les zones franches, autour du port, à l'ouest de la ville), pourrait bâtir une nouvelle ville et donc accueillir un important secteur touristique. Ce plan est donc très ambitieux pour une ville qui a l'époque ne compte qu'environ 150 000 habitants, d'autant plus qu'une partie des espaces dédiés au tourisme au sud de la presqu'île doivent être conquis sur la mer (légende 14 du plan 1). Ensuite, tout le centre de la presqu'île, entre la vieille ville

[444] 中山路

au nord et les nouveaux espaces pour le tourisme au sud, doivent devenir des lieux de résidence (légende 1), c'est-à-dire qu'il faut ici construire *ex-nihilo* de nouveaux quartiers là où au début des années 1990 il n'y a encore rien.

Plan 1. Le plan d'aménagement de Beihai (1993)



La légende est traduite de gauche à droite puis de haut en bas, comme une page d'écriture

1 2 3 4 5 6
7 8

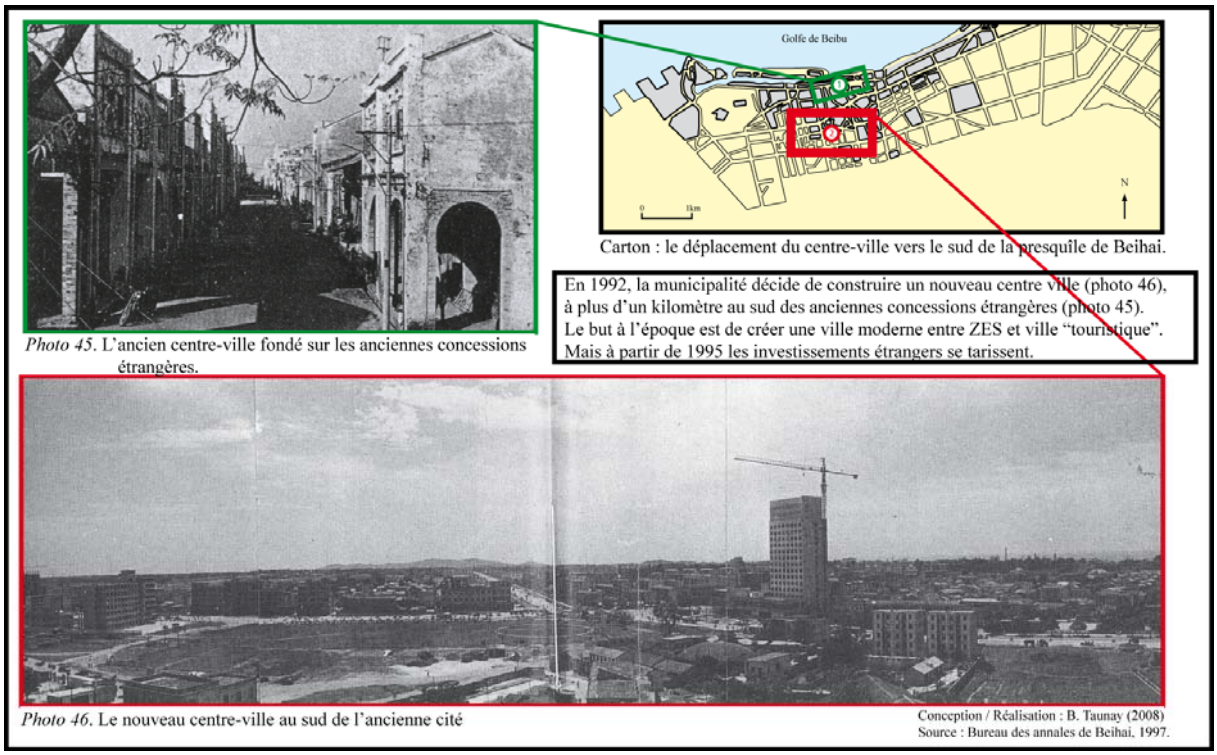
1 Lieu de résidence
2 Ouvrage public
3 Industrie
4 Carrefour
5 Limite de la zone urbanisée
6 Gouvernement d'arrondissement
7 Zone franche
8 Lieu d'activités sportives
9 Entrepôt
10 Espace rural
11 Limite d'arrondissement
12 Gouvernement local
13 Espace gagné sur la mer
14 Lieu d'enseignement
15 Jardin, espace vert
16 Espace touristique
17 Gouvernement municipal

Zhou G., Le phénomène Beihai, 1999

La municipalité est la première à lancer les constructions et dès 1992, elle commence à bâtir un nouveau centre-ville, au sud du cœur historique (planche n° 3). La ville des années 1980 est en effet toujours centrée sur la principale avenue coloniale, la rue *Zhuhai* (planche 11). Celle-ci est au cœur d'un espace urbain vieillissant et difficile à rénover. Plutôt que de se lancer dans des aménagements compliqués, la municipalité de Beihai préfère donc construire

un nouveau centre à l'écart de la ville historique. Il est ainsi plus facile de tracer des nouvelles et larges avenues, pour le transport des marchandises depuis et vers le port, ainsi que pour faciliter les déplacements des groupes de touristes (planche 11).

Planche 11. La construction d'un nouveau centre-ville (1992-1995)



Conception et réalisation de l'auteur. Source des photos : bureau des annales de Beihai, 1997.

Le centre-ville, ainsi que la première phase de rénovation du port (à l'ouest de la ville, une partie du port doit être construite en gagnant sur la mer), sont terminés en 1995, trois ans après le début des travaux. Cependant, Beihai connaît un lourd échec à l'horizon 1993 : un investisseur étranger décide, après avoir à moitié construit 108 villas de tourisme au sud de la ville (121 ha) et 107 ha d'immeubles en plein centre-ville, d'abandonner les constructions inachevées. Cet abandon fait date car les autres investisseurs étrangers hésitent dès lors à investir dans la ville : en 2000, 2172 hectares planifiés « zone à construire » étaient en friche. Entre 1994 et 2000, la ville manque ainsi de capitaux extérieurs pour construire la grande ville moderne souhaitée, laissant vide l'espace interstitiel entre la ville au nord et la plage au sud de la presqu'île.

Le port reste également trop petit pour supporter le développement économique (5 millions de tonnes en 2007). La ville a vu « trop grand », ce que confirme Liu Jun dans sa

thèse en 2006[445] : 44,3 % des terrains de la presqu'île de Beihai sont « vides » en 2002. La ville n'avait pas les capitaux nécessaires pour mener seule à bien les grands projets initiaux. A cours d'investissements étrangers, la zone économique spéciale est restée très peu active. La ville est longtemps restée loin des circuits touristiques.

Comme à Guilin, la municipalité de Beihai avait misé sur les flux du tourisme international, ainsi que sur ses retombées économiques, pour permettre un développement économique et urbain. Le problème est qu'encore aujourd'hui les touristes internationaux qui se rendent en Chine ignorent la plupart du temps les littoraux. Par exemple, le nombre de déplacements touristiques internationaux à Beihai est passé de 1578 individus en 1984 à 3203 en 1990. À l'exception de l'île de Hainan au sud de la province du Guangdong, rares sont les littoraux qui vivent du tourisme international. Heureusement pour la ville, les hôtels pour internationaux sont ouverts aux touristes intérieurs depuis 2000. La croissance de la ville va donc pouvoir reprendre en se tournant vers le tourisme intérieur.

2-2. Des aménagements qui témoignent d'une volonté de modernité

Les touristes intérieurs portent peu d'intérêt aux édifices patrimoniaux auxquels ils préfèrent les constructions et les aménagements modernes (cf. chapitre 6). Ce manque d'intérêt explique le souhait des aménageurs de construire des villes « saines et rationnelles ». Nous étudierons donc à très grande échelle les aménagements mis en place pour les touristes intérieurs par les autorités locales. En quoi diffèrent-ils de ceux développés pour les sociétés occidentales ?

2-2-1. Le circuit « 2 rivières, 4 lacs » autour de la vieille ville de Guilin

En 2000, après avoir reçu 1,9 milliards de yuans (190 millions d'euros) de revenus du seul secteur touristique, la ville de Guilin se lance dans un projet pharaonique de 15 milliards de yuans (environ 1,5 milliards d'euros) qui va définitivement faire de Guilin une ville touristifiée (cf. Chapitre 8) : transformer le centre-ville en site touristique. Le projet nommé « 2 rivières, 4 lacs » entreprend de faire du réseau d'eau entourant la ville historique (les deux rivières et les quatre lacs qui entouraient le centre-ville historique), un lieu de croisière « *comparable au canal d'Amsterdam, à la Seine parisienne, et aux canaux de Venise* » (publicité promouvant ce circuit, 2005).

[445] Liu J., (2006) *Zhongguo haibin lüyou dujiaqu fazhan licheng yi yinxiang yinsu bijiao yanjiu – yi sanya yalongwan he beihai yintan dujiachu weili* (Etude comparative des facteurs influant sur le développement touristique des stations balnéaires en Chine. Les stations de Sanya et de Beihai), Thèse de Doctorat, Université de Zhongshan, Canton, non publiée.

Planche 12. Le circuit "deux rivières quatre lacs"

Photo 47. Vue générale du circuit fluvial "deux rivières quatre lacs"

Carte 29. Les aménagements du circuit fluvial "deux rivières quatre lacs"

1 Colline karstique, notamment celles entourant le circuit fluvial

2 Nouveau patrimoine, notamment de nouveaux ponts ainsi que des pagodes

Circuit fluvial "2 fleuves, 4 lacs"

Rue commerçante

Sens du circuit fluvial

Centre commercial

Aménagements autour du circuit fluvial

Anciennes portes de la ville

0

Conception / Réalisation : B. Taunay (2009)

La municipalité entame donc des travaux qui vont durer presque deux ans, jusqu'à la fin de l'année 2002, et qui ont pour but de faire des quartiers centraux un vaste site touristique

« historique ». Pour cela la ville élargit encore une fois les routes qui ceinturent l'ancienne ville, rénove de vieux ponts ou en bâtit des neufs.

En fait, selon nos conceptions européennes, 3 lacs sur les 4 ne seraient pas « authentiques »: ils ne constituaient en effet à l'époque Tang « *qu'une ancienne nappe d'eau qui protégeait le front sud du mur d'enceinte de la ville* »[446]. Ces lacs ont été créés en 2001 par drainage pour « redonner l'ancien style de la ville », selon les publicités vantant ce système d'eau : de nombreux ponts, des kiosques, des pierres calligraphiées, des pagodes, des statues, des fortifications, tous de style « Chine ancienne », mais entièrement neufs, ont été placés dans et autour du centre-ville. Toutes les rives des lacs et rivières ont été aménagées avec de fausses pierres, des chutes d'eau artificielles, etc. (planche 12) Tout a été réalisé pour conférer l'image d'un centre-ville d'histoire et de culture, et les publicités, décrivant ce système d'eau, indiquent qu'une croisière sur celui-ci est « un circuit avec des milliers d'années d'histoire ».

La recherche du « plus beau », du « plus grand », guide ici les représentations des aménageurs dans ce circuit nommé la « perle nocturne de Guilin » (*Guilin ye ming zhu*)[447] : les petits hôtels ont été expulsés du centre-ville pour laisser la place aux plus luxueux (Sheraton par exemple), un hôtel dont la façade est inscrite aux livres des records (la plus grande chute d'eau construite par l'homme) a été bâti (le *Lijiang da pubu*), les « plus grandes pagodes de Chine du Sud » ont été élevées (photo 48). D'autres aménagements du système d'eau de Guilin sont cependant plus divers. Si la plupart évoquent la culture impériale de la Chine, quelques-uns sortent « du cadre » : notamment un pavillon de style thaïlandais, un pont semblable à celui de San Francisco (de 100m de longueur ici), une arche rappelant celle des Champs-Elysées (à l'échelle ½), des statues style Renaissance européenne. Il n'y a donc pas d'unité architecturale dans les aménagements mis en place pour créer ce système d'eau, seulement une envie de démesure et de production d'un aspect d'ancienneté.

Les touristes chinois, en revanche, ne semblent pas se préoccuper de cette « incohérence ». Ils visitent majoritairement de nuit ce système d'eau. Tous les aménagements, et même les collines karstiques environnantes, sont alors illuminés de couleurs variées et diverses. Rouge, jaune, vert, bleu, rose, etc. viennent alors donner des effets d'éclairage « lumineux et multicolores » (*wu guang shi se*)[448]. Selon les publicités de la ville, les touristes peuvent grâce à ces éclairages simultanément contempler la modernité de la ville, observer la

[446] Passage de Alain Roux dans : Boyer, C., (2002) *Chine du sud-ouest : Yunnan, Guizhou, Guangxi*, Guide Bleu, Hachette tourisme, Paris, 480 p.
[447] 桂林夜明珠
[448] 五光十色

culture de la ville (les collines karstiques), et découvrir l'histoire de la ville (le « nouveau » patrimoine). Les lumières multicolores la nuit sont en effet ici pensées comme un symbole de modernité, les aménageurs présentant un rapprochement avec les images de Hong Kong la nuit, notamment avec une expression du langage courant : « regarder le paysage nocturne de Hong Kong » (*kan xianggang ye de fengjing*)[449].

Photo 48. Les nouvelles pagodes au cœur du circuit « 2 rivières, 4 lacs »

A l'instar de la plupart des aménagements du circuit fluvial « 2 rivières, 4 lacs », ces deux pagodes n'existaient pas à l'époque classique en Chine. Décrites comme les « plus hautes pagodes du sud de la Chine », elles ont été bâties en 2002. La pagode de gauche est grise et représente la lune, alors que celle de droite (jaune), représente le soleil. Ces deux édifices sont ainsi censés représenter le Yin et le Yang et donc montrent l'harmonie de ce système fluvial. On accède à la pagode du soleil par un tunnel sous-marin à partir de la pagode de la lune. Un ascenseur a été installé au cœur de chaque pagode.

Cliché de l'auteur, 2008.

2-2-2. La vieille rue de Beihai, un espace très aménagé

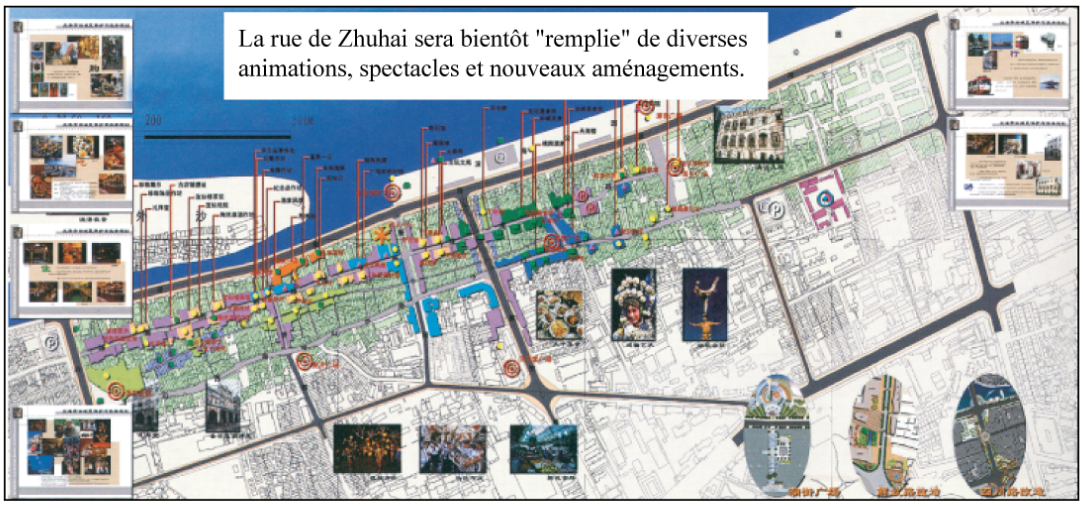
La ville de Beihai mise elle aussi sur de nouveaux aménagements de son centre-ville, notamment celui de l'époque coloniale. Les quartiers de l'ancien centre-ville étaient en effet laissés presque à l'abandon depuis de nombreuses années, ne bénéficiant pas de l'aide de la

[449] 看香港夜的风景. C'est ce qu'ils affirment quand on leur pose la question de leurs références urbanistiques. Les villes sont ainsi considérées comme des espaces beaux. Une publicité avec le paysage nocturne de Hong Kong en arrière-plan (10 mètres sur 4) pour la « banque chinoise de construction », sur la plus grande place du centre-ville, va également dans ce sens : son slogan est : « *la banque chinoise de construction, la banque de la vie moderne* » (*Zhongguo jianshe xiandai shenghuo*).

municipalité. Encore en 2005, la rue de *Zhuhai* (littéralement la rue des perles[450], en référence au commerce qui a permis de développer en partie la ville à partir de la fin du 19ème siècle), l'ancienne avenue principale du centre-ville, était en mauvais état (planche 13). L'ancien cœur de la ville était devenu un lieu de vie pour les populations de pêcheurs travaillant dans le golfe au nord de la presqu'île. De plus en plus seules les personnes âgées continuaient à y vivre, les jeunes préférant travailler dans la nouvelle ville ou bien partir vers de plus grandes métropoles.

Planche 13. La rénovation de la rue *Zhuhai*, l'artère principale de l'ancien centre-ville de Beihai

Photo 49 (à gauche) et *50* (à droite). La rue de Zhuhai en mai 2005 et mai 2006 (Clichés de l'auteur)



Plan 2. Le futur aménagement de la rue de Zhuhai (prévu pour 2010)
(Collectif, *La vieille rue de Beihai*, 2005)

Conception / Réalisation : B. Taunay, 2008.

[450] 珠海

En 2006, les décideurs de la municipalité de Beihai, à la recherche d'attractions pour attirer plus de touristes intérieurs, décident de mettre au goût des touristes la rue de Zhuhai et ses environs. Toutefois, le patrimoine n'est pas ici traité avec la même déférence qu'en Occident et à terme cette rue devrait devenir un lieu très aménagé (planche 13). Cette rue, ainsi que l'ensemble de l'ancien centre-ville, est en cours d'aménagement dans un état qui n'a jamais existé, un peu à la manière dont Viollet-le-Duc pensait la « restauration » : « *Restaurer un édifice, ce n'est pas l'entretenir, le réparer ou le refaire, c'est le rétablir dans un état complet qui peut n'avoir jamais existé à un moment donné* »[451].

La rue a ainsi été repavée, des lampadaires flambant neufs (mais ne correspondant pas à ceux existant autrefois) ont été mis en place, et des spectacles ne reproduisant pas l'art local sont visibles tous les soirs pendant les semaines d'or. Ensuite, pour donner de l'espace aux projets des aménageurs et notamment permettre la mise en place de nombreuses boutiques, de plus en plus d'habitants sont expulsés de chez eux. Le projet final de transformation de la rue aboutira donc à donner à cet espace un visage qui n'a jamais existé, un peu à la manière des transformations visibles dans les villages de minorités au Guizhou (Oakes, 1997), ou à la périphérie de Guilin (cf. chapitre 8).

2-2-3. La recherche de la modernité dans des villes « saines et rationnelles »

À la lumière de ces deux exemples, nous pouvons constater que les nouveaux aménagements de Guilin et Beihai montrent d'abord que l'idée du patrimoine est présente, mais comme alibi et décor et pas élément à conserver. Ensuite, ces deux exemples montrent également que l'analyse de Jocelyne Fresnais est tout à fait juste : « (en Chine) p*our attirer les visiteurs, il arrive qu'en un même lieu, des reconstructions historiques d'édifices soient aménagées à proximité de vestiges ou de biens séculaires classés. Elles reproduisent le style ancien, mais n'impliquent pas nécessairement la présence d'un bâtiment antérieur. Les monuments historiques sont alors immergés dans un ensemble reconstitué ou « recréé » de toutes pièces* » (p. 82)[452].

Le patrimoine, défini comme l'ensemble « *des objets culturels porteurs d'une part de l'histoire et de l'identité d'un groupe social et qu'il convient de préserver en tant que témoins*

[451] Eugène Viollet-le-Duc, *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du 11ème au 16ème siècle*, Tome 8, « Restauration ». On peut cependant noter que la démarche de Viollet le Duc était rigoureuse et scientifique, ce qui semble peu le cas ici (cf. Chapitre 6 avec l'exemple de Qingyan, dans la province du Guizhou).

[452] Fresnais J., (2003) *Cinquante ans de gestion du patrimoine architectural en République populaire de Chine : 1949-1999*, p. 77-97 **In** : Guichard-Anguis S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p.

identitaires » (Amirou, 2000), est pourtant au cœur de l'aménagement des quartiers centraux de Guilin. Ainsi, si le patrimoine ici en place semble « faux », il ne faut pas oublier que le patrimoine sous-entend cependant une certaine conception de l'histoire, un rapport particulier au passé, au présent et à l'avenir qui n'est pas partagé de manière similaire par tous les acteurs d'une société (Paquot, 2001).

Dans le cas présent, plus que le patrimoine, c'est la question de son authenticité qui est centrale et peut étonner l'observateur non familier de l'espace chinois. Ici, le patrimoine urbain, censé être selon les Occidentaux une relique du passé (Nuryanti, 1996), ou un marqueur dans le paysage urbain qui résiste à la modernité, n'en est pas un marqueur. L'idée d'un patrimoine unique, historique, dont l'authenticité doit être préservée face à la modernité, vole en éclats. Les aménageurs et les touristes ne veulent donc pas d'une expérience unique, authentique, qui tranche avec le monde environnant soumis à la marchandisation et à l'uniformité. Au contraire, ce « faux » patrimoine, transformé par des marqueurs d'espaces modernes inauthentiques, est admiré[453].

Quant à la question du vrai et du faux, elle semble être éloignée des préoccupations chinoises : « *le culte de la mémoire en Chine ne s'exprime pas avec la même déférence pour les constructions prestigieuses qu'en Europe* » (Zhang Liang, 2005). Après la Seconde Guerre mondiale et les destructions imputées par les Japonais, et au moment de l'instauration de la République populaire, à cette époque où les reconstructions sont nécessaires, le gouvernement communiste oppose le concept de ville socialiste, « saine et rationnelle », à celui de « ville-musée ». Aujourd'hui encore, « *il n'y a pas un vrai changement intellectuel dans les champs de la conception architecturale et urbaine hors des zones protégées et cette tâche reste à accomplir* » (Ibid.). Les intellectuels formés à l'école communiste sont toujours présents et continuent de préférer des villes modernes à la préservation du paysage urbain traditionnel.

La mise en tourisme des quartiers centraux de Guilin et de Beihai relève donc de plusieurs logiques. Tout d'abord il faut présenter un lieu qui soit « beau » pour les touristes, ce qui sous-entend souvent qu'il soit illuminé, coloré. Ensuite, les autorités valorisent à leur manière les édifices de patrimoine. Comme à Pékin dans les *Hutongs*, les lieux abritant les monuments ayant survécu aux bombardements avaient été investis par des populations pauvres qui avaient transformé les monuments en lieux de vie. L'architecture avait changé et la municipalité a donc mis en œuvre un programme de « préservation » de certaines zones historiques (Ibid.). Ces zones de préservation définissent différents types de périmètre au sein

[453] Une question reste cependant en suspens : l'admiration est elle faite en connaissance de cause ou dans la méconnaissance de son inauthenticité ?

desquels certains standards urbanistiques doivent être atteints. En général, le plan de préservation consiste en la destruction des parties transformées par l'arrivée de populations, et leur reconstruction dans un style « vernaculaire », avec un résultat souvent très éloigné des constructions de départ.

Ces politiques de « préservation » du patrimoine urbain ont ainsi conduit à la création d'un style patrimonial, basé sur une conception mythifiée de l'architecture chinoise « traditionnelle ». En témoignent les nombreux ponts, portes, toits, etc. qui n'ont jamais existé dans l'histoire architecturale de la ville. Le parc des 7 Etoiles à Guilin a ainsi vu ses anciennes stèles et sculptures laissées à l'abandon dans une partie isolée du parc, alors que fleurissent des copies de ce patrimoine un peu partout dans le même parc. Dans le cadre de la transformation planifiée, l'idée essentielle était donc de rendre ces quartiers plus attirants pour le tourisme en mettant en avant leurs qualités historiques et récréatives (restaurants, commerces, salons de thé, etc.), en les réinventant.

Tourisme et développement : la valeur marchande des lieux

Le patrimoine urbain apparaît donc dans les deux cas comme l'expression d'une transformation à visée économique. Ainsi, le patrimoine à Guilin est un produit qui découle directement d'un impératif de valorisation économique du territoire : la modernisation urbaine. Les espaces du patrimoine urbain ne sont donc pas les survivances d'une histoire ancienne ou des lieux de résistance face à l'uniformisation amenée par la modernité mais sont les produits mêmes de cette modernité. Cette dernière n'est cependant pas boudée par les touristes qui au contraire la recherchent. Ceci nous montre donc que le tourisme dans un espace profondément transformé, « inauthentique » selon certains, n'est pas impossible en Chine.

3. Favoriser la pratique du shopping

L'analyse des aménagements dans les lieux touristiques est ici complétée par l'examen de ceux dédiés à la pratique du shopping : les centres commerciaux, ainsi que les rues commerçantes, sont très nombreux, illustrant bien l'importance de cette pratique dans l'esprit des touristes intérieurs.

3-1. La pratique du shopping tient une place importante dans l'agenda des touristes intérieurs

Ce constat s'appuie sur diverses observations effectuées dans différentes régions du Guangxi. Dans les différents circuits suivis au cours de nos différents travaux de terrain, il y a toujours un temps pour les achats. Que ce soit au début ou à la fin de la journée, les touristes qui viennent en groupe (les plus nombreux) ne repartiront pas les mains vides de souvenirs. En quoi cette pratique se différencie-t-elle de celle des touristes issus des sociétés occidentales ? Ces derniers achètent en effet eux aussi au moins un souvenir pour garder une trace de leur passage dans le lieu visité. En fait, les touristes chinois ont un goût prononcé pour la pratique du shopping. Ils consacrent toujours une partie de leur temps de vacances à l'achat de preuves de leur passage dans un lieu donné. Il y a toujours une après-midi laissée libre pour le shopping, même dans les emplois du temps les plus serrés. Lors de leur passage à Yangshuo, contrairement aux touristes occidentaux, les touristes chinois en groupe ne s'aventurent guère à la découverte des environs du village. Au contraire, ils préfèrent rester dans la « rue des étrangers », une longue rue commerçante de plus d'un kilomètre de long (cf. chapitre 9).

En outre, l'espace commercial à la sortie ou à l'entrée d'un site touristique est en Chine plus vaste, ne serait-ce tout d'abord que parce que les touristes intérieurs sont plus nombreux. En tout cas, il y a toujours en Chine un espace pour l'achat de souvenirs : indice de l'intérêt que portent les touristes chinois à cette pratique ou résultat d'une planification de l'Etat qui espère gagner de l'argent grâce à ces échoppes ? La réponse à cette question est double. C'est en effet l'Etat relayé par la municipalité qui planifie les nouveaux espaces commerciaux pour le shopping, mais il donne souvent à louer les nouvelles boutiques construites. Libre alors à l'entrepreneur local de décider de ce qu'il vendra aux touristes, comme dans le cas de la rue principale du bourg de Qingyan, au sud-ouest de Guiyang dans la province du Guizhou (cf. chapitre 6).

Les touristes intérieurs semblent apprécier ce genre d'espace. Les rues commerçantes et les centres commerciaux sont pour eux des espaces modernes, donc attirants car considérés comme beaux. Ensuite, ces espaces sont très animés, au sens chinois du terme, c'est-à-dire bruyants mais ils « détendent l'esprit » (*renao*), à la manière de l'espace central de la plage de Beihai. Les différentes boutiques de la principale rue commerçante à Guilin mettent ainsi de vastes enceintes devant leurs boutiques en prenant soin de mettre le volume très fort. Si cela fait invariablement fuir les touristes occidentaux, cela attire les touristes intérieurs, du moins cela ne les dérange pas dans la pratique du shopping.

3-2. Les rues et les centres commerciaux à Guilin

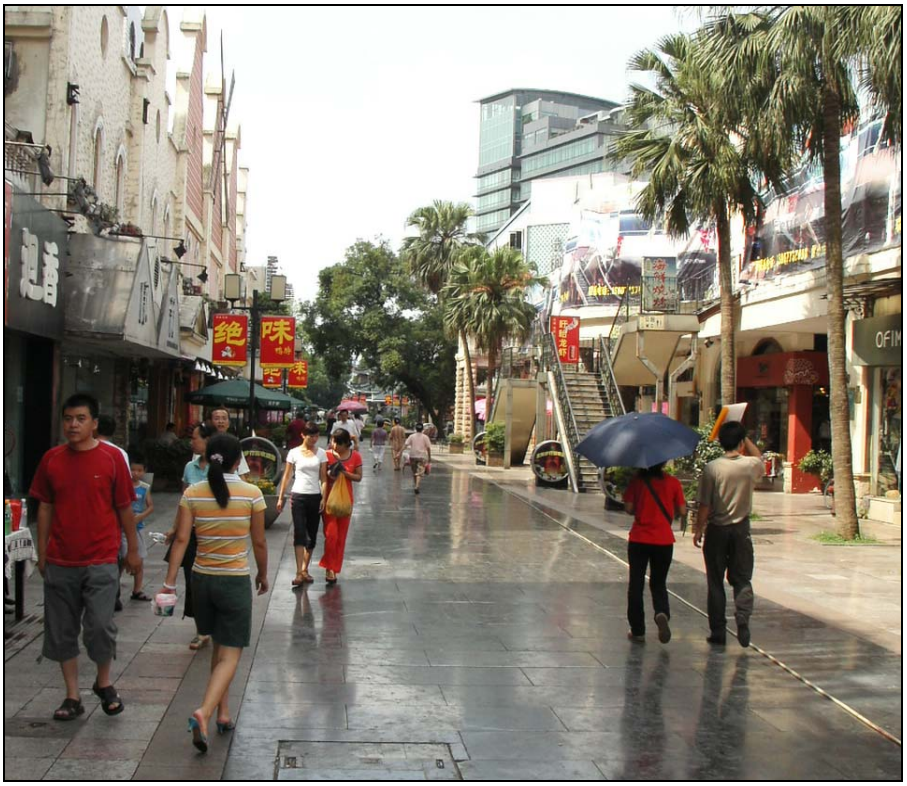
À Guilin, le nouveau centre-ville est, depuis son déplacement (1996-1998), centré sur une vaste aire commerçante (le « petit Hong Kong », *xiao xianggang*)[454] et deux rues piétonnes entourées de boutiques, de restaurants et de bars. Le cœur de la ville est donc devenu un espace presque entièrement dédié au tourisme et aux pratiques marchandes dès 1996 (comme l'atteste l'enseigne d'une boîte de nuit)[455].

La principale artère commerçante de la ville est une rue piétonne de près de 700 m. Reliant le lac Shan du circuit « 2 rivières, 4 lacs » à l'aire commerçante du petit Hong Kong, cette rue n'est qu'une succession de magasins, de restaurants (ouvrant 24h/24 pour certains), de bars, de discothèques, le tout sur deux voire trois niveaux (photo 51). Dans une certaine mesure, c'est la vitrine « moderne » de la ville. Il faut aussi noter que cette rue comporte des ramifications perpendiculaires à l'axe principal, subdivisions qui permettent de relier les principaux hôtels du centre-ville. L'hôtel *Lijiang Da pubu* (en arrière-plan, à droite de la photo 51), est ainsi relié à l'hôtel Sheraton. En fin de compte, cette rue commerçante relie le principal circuit fluvial de la ville, ses principaux hôtels et elle est donc, après l'avenue Zhongshan, et la rue Binjiang, la troisième rue la plus importante de la ville pour les touristes.

[454] 小香港

[455] Il est intéressant de noter comment ces établissements veulent s'inscrire dans la « durée », pourtant ici assez courte (en comparaison de ce qu'il est possible de voir en Europe et en France en particulier dans les différentes publicités ou enseignes). Il est important d'être le premier à s'être installé, comme si « le premier » rimait avec le « plus beau », la fameuse expression littéraire décrivant les paysages autour de la ville. Les tenants de ces établissements espèrent ainsi attirer plus de touristes grâce à la « pérennité » de leur établissement.

Photo 51. Le Sud de la rue commerçante au centre de Guilin



L'aménagement de cette rue commerçante date de la fin des années 1990, quand la ville de Guilin a orienté sa stratégie touristique vers la population chinoise du continent. Cela fait donc aujourd'hui (2009), plus de dix ans que cette rue a été aménagée, signe que le shopping est bien un élément important lors d'un séjour touristique pour les touristes intérieurs. La rue fait près de 700m de long et regroupe de nombreuses boutiques et restaurants.
Cliché de l'auteur, 2008.

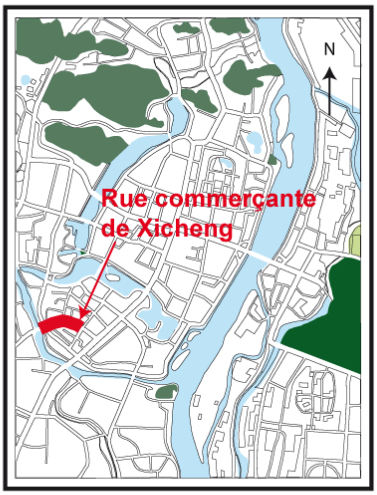
L'exemple de la rue commerçante au cœur du centre de Guilin illustre bien la volonté de la municipalité de créer *ex-nihilo* un espace dédié au shopping. Ces efforts consentis pour l'aménagement d'espaces consacrés à cette pratique se retrouvent également un peu plus au sud du centre-ville actuel, au cœur de l'ancien centre-ville.

La planche 14 illustre ce propos avec la rue commerçante de *Xicheng*. Comme indiqué sur ce document, la rue était déjà une artère pour les affaires depuis plusieurs siècles, notamment à la fin de l'époque impériale. Pendant cette période, la rue ne comportait évidemment pas de boutiques dédiées au shopping, mais les aménageurs de la municipalité ont essayé de mettre en valeur le caractère commercial ancien de la rue pour attirer des touristes. Cette rue se situe au cœur même de l'ancien centre-ville, et maintenant à proximité des plus grands hôtels de l'avenue Zhongshan. Bien que ce soit un espace piéton, il y a à l'entrée de la rue (celle donnant sur l'avenue précédente) de nombreuses et vastes aires de parking, notamment pour les groupes de touristes, permettant une accessibilité aisée depuis n'importe quel point de la ville, le stationnement n'étant pas un problème.

Planche 14. Une artère ancienne transformée pour le shopping, la rue de *Xicheng*

Photo 52. Une partie de la rue Xicheng en 1947 (source : www.myclub2.com)

Conception / Réalisation :
B. TAUNAY (2009)



Carton. Localisation de la rue de Xicheng

La photo ci-dessus nous montre que la rue Xicheng était déjà une rue commerçante dans les années 1940. Le nom même de cette rue date de 1936, mais la rue était déjà vouée au commerce depuis la dysnastie des Ming. A cette époque, c'était même la principale rue de ce genre dans la ville et les affaires y étaient "florissantes" (*fanhua*). La rue était divisée en trois partie appellées respectivement le "grand passage" (*da xiang kou*), le "portique d'honneur" (*paifang jiao*) et la "grande avenue de la porte de l'Ouest" (*xi men da jie*).

60 ans plus tard, la rue est devenue un espace aménagé pour le tourisme intérieur. Tous les bâtiments ont été réaménagés dans le style de la dysnatie des Qing (1644-1911) et c'est aujourd'hui un espace piéton. Celui-ci réuni un ensemble "historique" (mais reconstruit), et un espace pour le tourisme où l'on peut notamment acheter des étoffes, de la porcelaine, des objets en jade, des calligraphies, mais aussi manger dans des restaurants.
Selon la municipalité, cette rue est une fleur rare (*qipa*), qui a fonction de réunir de nombreux produits dans un marché destiné au tourisme (*lvyou qingpin shichang*).

Photo 53. Le milieu de la rue Xicheng en 2006 (cliché de l'auteur)

Conception / Réalisation : B. Taunay (2009).

Il faut noter enfin le nombre grandissant de centres commerciaux au cœur du centre ville aujourd'hui. Visibles sur la planche 10, ils sont au nombre de sept actuellement. Ce chiffre correspond seulement aux centres commerciaux de plusieurs étages (environ cinq à chaque fois), c'est-à-dire que nous ne considérons ici que les plus grands de ces espaces. Ils symbolisent la pratique du shopping par excellence et même s'ils sont d'abord fréquentés par la population locale, aux dires de plusieurs responsables de magasins au cœur de ces centres, les touristes y dépenseraient plus que la population locale, ce qui semble logique : la population de la ville de Guilin est d'environ 700 000 habitants alors que celle des touristes intérieurs tourne elle aux environs de 10 millions d'individus.

3-3. Le shopping, mais aussi les restaurants de l'île *Waisha* à Beihai

Le shopping est également à Beihai une pratique importante. Dans cette ville, l'enquête qualitative sur les pratiques des touristes (2006 ; cf. chapitre 4) montre que ceux qui viennent en groupe dans la ville passent obligatoirement par les boutiques de perles et autres souvenirs au nord de la presqu'île[456].

Passé ce constat liminaire, il faut tout de même souligner que la pratique du shopping attire les touristes et que pour eux, la municipalité a créé, comme à Guilin, des rues commerçantes et des centres. Le centre-ville à Beihai comporte en effet de nombreux centres commerciaux et en 2007, il continuait à s'en ouvrir (photo 54). Lors de notre dernier séjour dans cette ville (2007), une nouvelle rue commerçante était en construction à côté du principal centre commercial du centre-ville. Cette rue devait à terme couvrir une longueur d'environ 400 mètres.

Si le shopping semble être une pratique importante dans le centre ville de Beihai (le soir, comme à Guilin, cet espace est rempli de touristes et de locaux), il ne faut pas oublier une autre pratique qui semble importante dans le quotidien des touristes intérieurs en séjour dans la ville. En effet, la gastronomie tient une part importante dans un séjour à Beihai, même si les touristes s'en défendent lorsque l'on leur pose la question de la place de cette pratique dans leur séjour touristique (cf. chapitre 4). La presqu'île de *Waisha*, au nord du centre-ville, abrite une multitude de luxueux restaurants où les touristes n'hésitent pas à dépenser beaucoup d'argent pour un repas.

[456] Cela ne veut toutefois pas dire que les touristes apprécient forcément ce passage. En fait, ils n'ont pas vraiment le choix, c'est le guide qui les emmène ici : ce dernier touche en effet une commission sur les produits achetés.

Photo 54. L'ouverture d'un nouveau centre commercial dans le centre-ville de Beihai en 2007

Cette photo nous montre encore une fois que tradition et modernité sont bien présentes côte à côte en Chine aujourd'hui. En haut à droite, nous voyons ainsi une publicité pour le restaurant américain KFC, mais les fanions annonçant l'ouverture du centre commercial sont toujours de couleurs rouges ou jaunes. Surtout, ces inscriptions sont écrites de haut en bas, comme cela se faisait pendant la période classique. Cette photo montre également les différents moyens de transport qui s'offrent aux touristes : bus, voiture individuelle, moto taxi ou bien vélo taxi (en bas à droite, en vert).

Cliché de l'auteur, 2007.

Ces restaurants ne sont pas récents, c'est-à-dire qu'ils n'ont pas été construits dans la deuxième période de développement de la ville, mais datent des premiers projets de développement, quand le tourisme ne se situait encore qu'au nord de la ville (fin des années 1980, début des années 1990). Cependant, l'ensemble des restaurants (à l'exception d'un seul) a été reconstruit au début des années 2000 pour pouvoir accueillir plus de touristes. De nouveaux établissements ont également été créés à cette période. Aujourd'hui cette île est complètement recouverte de restaurants (et d'un seul hôtel). Les produits servis le midi et le soir sont pêchés directement le matin dans la baie qui longe l'île, les touristes aimant ici des produits « frais ».

Depuis 2006, avec la rénovation de la rue Zhuhai, l'île de Waisha se trouve de moins en moins isolée au Nord de la presqu'île. Les aménageurs de la municipalité ont même décidé de construire de nombreuses boutiques et différents magasins dans cette partie de la ville afin d'y ériger un ensemble urbain presque entièrement dédié au tourisme.

Conclusion du Chapitre. De nouveaux modèles de villes ?

Le tourisme occupe ainsi une place importante dans les deux villes étudiées. Les principaux hôtels se situent aujourd'hui au cœur des deux espaces urbains et les villes ont été fortement aménagées pour le tourisme intérieur. Même si les premiers aménagements ont été réalisés pour combler les attentes des touristes internationaux, les municipalités de Guilin et Beihai ont ensuite réorienté leurs aménagements touristiques pour le tourisme intérieur.

Le plus important de ces aménagements concerne le déplacement (à Guilin) ou la construction (à Beihai) d'un nouveau centre-ville. Dans les deux cas se manifeste la volonté de construire des villes modernes, « saines et rationnelles », impliquant une débauche de moyens financiers avec des aménagements qui peuvent apparaître « pharaoniques », tel le circuit fluvial « 2 rivières 4 lacs » autour de la ville historique de Guilin. Le romantisme occidental plein de déférence pour le patrimoine bâti ne s'observe pas dans ces grands aménagements : les anciens édifices sont au contraire souvent rénovés dans des états qui diffèrent de la version authentique, voire tout simplement rasés.

Les aménagements et les plans de villes analysés dans ce chapitre posent enfin la question des nouveaux modèles de villes. L'Asie dans son ensemble (travaux du groupe NORAO[457]), et la Chine en particulier (travaux de T. Sanjuan), nous montrent des villes aux divisions, aux morphologies, ainsi qu'aux dynamiques en apparence bien différentes de ce qui est connu aujourd'hui dans d'autres parties du monde. Cela est en partie dû à la croissance rapide de ces ensembles urbains, mais aussi aux *patchworks* qu'elles représentent, entre apports occidentaux et apports asiatiques, entre tradition et modernité, etc. Dans les nouveaux modèles des villes asiatiques, notamment des villes chinoises, il faudrait peut être intégrer à la recherche urbaine la dimension touristique des villes qui accueillent cette activité[458]. Pour approfondir ce questionnement, il faudrait ajouter à l'étude des villes moyennes du Sud-Ouest chinois ici conduite, l'analyse des villes de taille similaire dans l'est du pays et celle de villes de taille plus importante mieux intégrées à la mondialisation.

[457] NORAO : Nouvelles Organisations Régionales en Asie orientale. Voir les différents ouvrages en bibliographie générale à la fin de ce travail.
[458] Comme le fait dans sa thèse de géographie Li Bing (direction T. Sanjuan), à partir de l'exemple de la croissance urbaine de la ville de Lijiang dans la province du Yunnan.

Chapitre 8. Tourisme intérieur et extension urbaine

« *Il y a des gens qui disent que 1992 est l'année de Beihai* […]
Le petit bourg est devenu une grande ville connue ».
Quatrième de couverture du livre « le phénomène Beihai », 1999.

L'objectif des mises en tourisme, à Guilin comme à Beihai, était de développer des villes modernes dont la superficie urbanisée serait plus grande : sous couvert du développement de régions pauvres, il s'agissait pour l'Etat d'étendre des espaces urbains, ne serait-ce que pour en faire des pôles de commandement plus importants à l'échelle régionale.

Ce chapitre propose donc d'étudier l'extension urbaine de Guilin et celle de Beihai, en lien avec le développement progressif du tourisme. Tout d'abord parce que l'accroissement de l'espace urbain, ainsi que ses transformations, ont eu des conséquences autant spatiales que sociales : suite au déplacement du centre-ville à Guilin par exemple, un grand nombre d'habitants ont été « expulsés » pour donner plus de place au tourisme ; où les a-ton relogés ? Ensuite, un éclairage sur les mécanismes qui ont permis l'extension des villes est instructif : comment les villes ont-elles pu s'étendre sur des espaces autrefois encore exclusivement destinés aux activités agricoles, et qui ne sont donc pas plus cessibles aux promoteurs immobiliers qu'aux professionnels du tourisme ?

Parallèlement à ces premiers questionnements, le développement essayera également de faire le point sur les formes et les fonctions actuelles des villes, depuis que le tourisme y a pris la part que l'on connait. En reprenant la typologie développée par l'équipe MIT (2002, 2003 et 2005), qualifier Guilin et Beihai est problématique : sont-elles des villes « touristifiées » ; des villes à « fonction touristique » ; des « villes stations » ? Ou bien les villes analysées nécessitent-elles d'introduire de nouvelles catégories dans la précédente typologie, notamment dans les trajectoires urbaines depuis quelles sont associées au tourisme ?

L'extension urbaine de Guilin vit également surgir une périphérie touristique nouvelle autour de la ville dans des régions rurales jusqu'ici épargnées par l'urbanisation. Ce chapitre ne serait donc pas complet s'il ne prenait en compte ce phénomène qui relève lui aussi de l'extension urbaine liée au tourisme. Nous dissocierons toutefois les deux villes : leur périphérie touristique n'est pas encore parvenue au même stade de développement. Nous

verrons notamment que l'extension de la périphérie de Guilin progresse dans une dynamique ininterrompue, comme les transformations urbaines qui y ont été effectuées. Les acteurs se diversifient également, ce que nous verrons à la fin de ce deuxième point.

Qu'en est-il de la ville de Beihai ? Elle aussi se targue de développer une périphérie et de devenir, selon les communiqués des très récents plans de développement, un « Grand Beihai ». Il serait alors intéressant de comparer la création actuelle de cette périphérie avec celle mise en œuvre à Guilin. Ces deux cas répondent-ils à des logiques similaires, ou, à l'inverse, ces mêmes logiques sont-elles diamétralement opposées ? Globalement, les logiques de développement et d'extension urbaine liées au tourisme dans le Sud-Ouest chinois sont-elles homogènes ?

1. Des villes qui s'étendent et rejettent leurs habitants en périphérie

1-1. Guilin : l'extension de la ville grâce au développement touristique

1-2. Une extension urbaine partiellement réussie à Beihai

1-3. La vente des droits du sol : le cœur de l'essor urbain en Chine

2. L'extension et les transformations de la périphérie de Guilin

2-1. Les transformations dans la ceinture urbaine de Guilin

2-2. Les transformations spatiales sont présentes jusqu'aux plus lointaines extrémités de cette périphérie : l'exemple de *Longsheng*

3- Les projets d'extension de Beihai

3-1. Une nouvelle plage à Beihai et une périphérie sur le littoral du golfe de Beibu

3-2. Vers le Sud : l'île de *Weizhou*, le Vietnam et les pays de l'ASEAN

1. Des villes qui s'étendent et rejettent leurs habitants en périphérie

Depuis que le tourisme s'est immiscé dans les villes de Guilin et Beihai, ces deux espaces urbains se sont largement étendus. Il en va de même pour la population, celle de Guilin ayant par exemple plus que doublé au cours des trente dernières années (depuis 1978). Toutefois, cette extension urbaine liée au tourisme pose un certain nombre de problèmes : les habitants sont expulsés des espaces touristiques et rejetés en périphérie. Ce double phénomène d'extension urbaine / rejet des habitants en périphérie, modifie donc les formes et les fonctions des deux villes, ce que nous étudierons, à la suite de la description du phénomène dans chacun des deux cas.

1-1. Guilin : l'extension de la ville grâce au développement touristique

Le centre-ville de Guilin a été déplacé pour laisser plus de place au tourisme, provoquant également une extension urbaine. Quelles sont les formes que prend cette dernière et quelles sont ses conséquences, notamment humaines ?

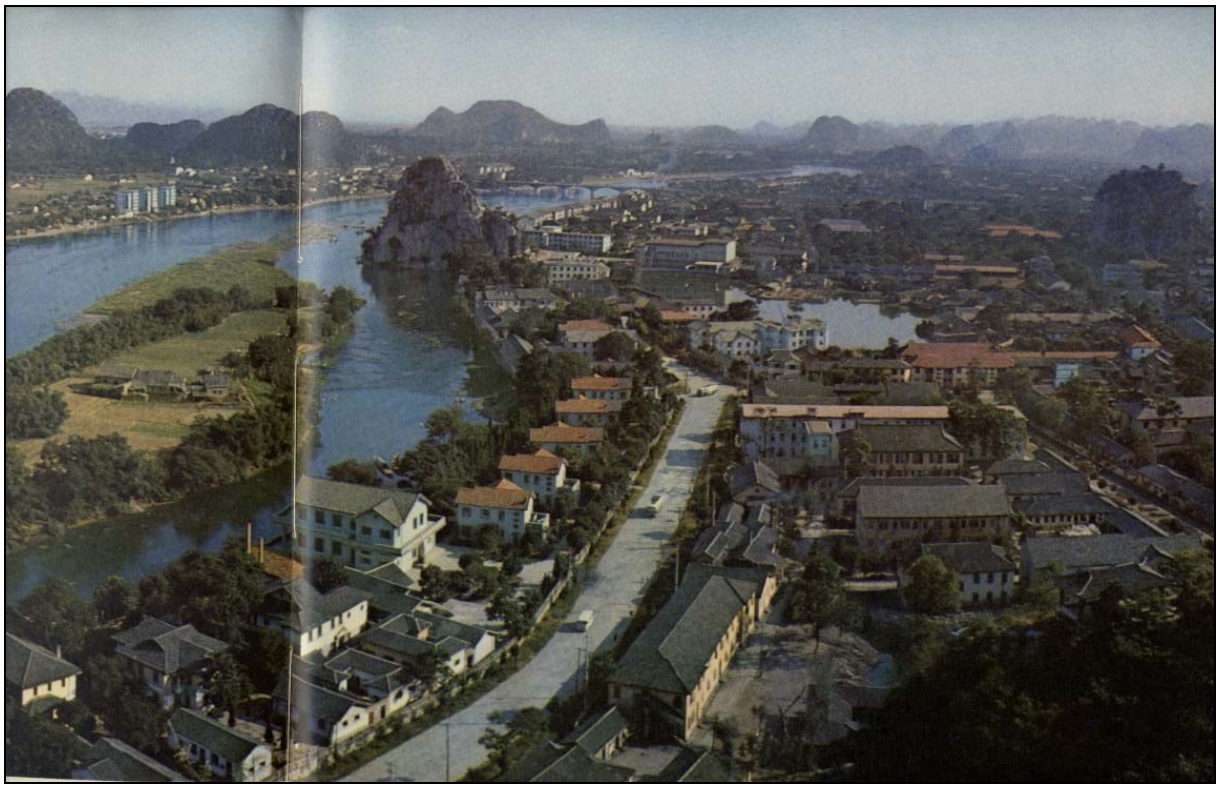
1-1-1. Le centre-ville est destiné aux services touristiques, pas aux habitants

Alors qu'en 1978 Guilin n'était encore qu'une petite ville industrielle qui s'ouvrait au tourisme, trente ans plus tard, la cité est beaucoup plus étendue et, surtout, les services liés au tourisme sont très nombreux. Pourtant, lorsque Deng Xiaoping a prononcé ses discours sur le développement du tourisme (1978-1979), la ville présentait un visage bien différent : il y a trente ans, il n'y avait bien sûr que très peu de voitures (et quasiment pas de voitures individuelles), et seuls quelques bus sillonnaient la ville (photo 55). Les constructions étaient alors celles de l'époque maoïste (des bâtiments assez bas ici), ce qui contraste avec les grands immeubles actuels.

Pour donner plus de place au tourisme, le centre-ville a été déplacé (cf. chapitre précédent), ce qui a également été le cas de nombreuses industries, autrefois présentes dans, ou à proximité, de l'ancien et du nouveau centre-ville. Ces industries, qui dataient des premières années de la République populaire[459], étaient en effet placées au cœur de la ville et ne permettaient pas à celle-ci de s'étendre. La municipalité a donc « déménagé » ces ateliers au sud du nouveau quartier des sept Etoiles, faisant par la même du sud-est de la ville une zone pour les investissements chinois et étrangers.

[459] Des petites industries textiles, de caoutchouc et de produits alimentaires, et des entreprises d'Etat construisant des armes, cachées dans les nombreuses grottes logées à la base des collines entourant la ville.

Photo 55. La rue *Binjiang* en 1978



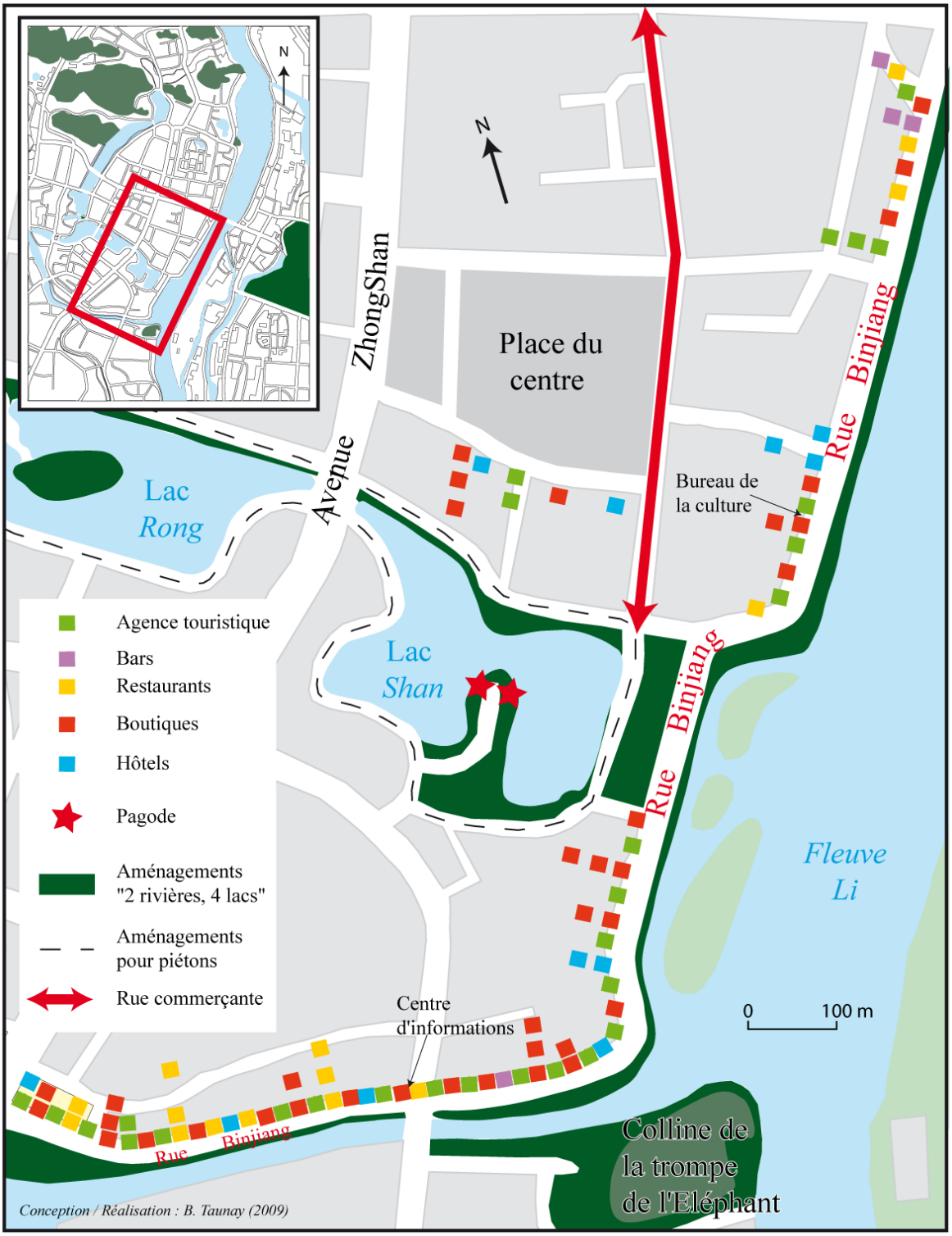
La rue de Binjiang en 1978 est bien différente de celle qui s'offre à la vue du visiteur trente ans plus tard. Sur ce cliché on ne constate tout d'abord que trois autobus, alors que la rue est continuellement bondée aujourd'hui. Ensuite, les habitations situées entre la rue et le fleuve, ont aujourd'hui laissé la place à des aménagements pour les touristes. Les nouveaux aménagements font de la rue un lieu de promenade, qui relie les trois collines les plus connues de la ville (dont la colline de l'Eléphant, au deuxième plan de cette photo). Enfin, les constructions sont maintenant bien plus hautes et dominées par les services touristiques.

Source : Koueilin, ville de beauté, 1978[460].

Pour donner plus de place aux nouveaux axes routiers, pour pouvoir construire des centres commerciaux, des hôtels, ainsi que pour développer de nombreux autres services touristiques, la municipalité de Guilin a également dû détruire des habitations. Cependant, pour pouvoir mener à bien cette opération de destruction/reconstruction, il a fallu déplacer beaucoup d'habitants. Surtout, il a fallu les reloger car, si à cette époque (à la fin des années 1990), exproprier des habitants était plus facile que dans la Chine de la fin des années 2000, il fallait tout de même donner des contreparties à ces personnes. De nombreux logements ont donc là encore été construits dans le nouveau quartier des sept Etoiles, provoquant une extension de la ville dans cette direction.

[460] Koueilin, (1978) *Koueilin, ville de beauté*, Editions en langue étrangères, Pékin, 109 p.

Carte 30. Le tourisme sur la rue *Binjiang*



Conception / Réalisation : B. Taunay (2009). Source : Enquête de terrain, 2007.

L'exemple de la rue de Binjiang (carte 30), montre bien qu'aujourd'hui le centre-ville est presque entièrement dédié aux services touristiques, et que les habitants n'ont plus leur place dans cet espace : alors que la photo 55 montrait des habitants au bord de cette rue en 1978, la carte 30 indique que les habitations ont été détruites pour laisser la place à des aménagements du circuit « 2 rivières 4 lacs », ainsi qu'à des restaurants, des agences touristiques, des bars, des boutiques et des hôtels. On dénombre ainsi pas moins de 30 boutiques, 25 agences touristiques 12 restaurants et 9 hôtels sur à peine un peu plus de 1,5 km (carte 30).

De l'autre côté de la rue, le long du fleuve, ce sont les nouveaux aménagements pour la promenade qui ont remplacé les anciennes habitations. Ces aménagements relient aujourd'hui les trois principales collines du centre ville, les collines de la trompe de l'Eléphant, de Fubo et des couleurs accumulées ; les osmanthus ont, eux, pour la plupart été replanté de manière à être plus rectilignes. En arrière de la rue, les aménagements du circuit « 2 rivières 4 lacs » occupent une part importante du centre-ville, notamment les nouveaux lacs, pagodes et autres ponts ou île artificielle (cf. chapitre 7). En comptant avec les nouveaux aménagements pour le shopping, il y a de moins en moins d'habitants dans le centre-ville.

1-1-2. L'extension de nouveaux quartiers au sud de la ville

Malgré l'extension du centre-ville, certains habitants sont tout de même restés ici, notamment ceux dont l'habitation n'a pas été détruite par les réaménagements : en arrière des grandes artères routières et commerçantes, il existe encore des bâtiments datant des années 1970, voire des années 1960 (photo 56). Ces derniers ont cependant, pour la plupart, laissé la place à de nouvelles constructions datant du milieu des années 1980, jusqu'au début des années 1990, et ils sont donc de plus en plus rares.

Ce phénomène, la persistance des habitants dans le centre-ville, est toutefois marginal en comparaison du mouvement de nombreux habitants vers de nouvelles parties de la ville. Au sud de l'ancien centre-ville par exemple, derrière les nouveaux hôtels construits dans les années 1980 et 1990, la ville s'est également étendue, et une grande partie de la population actuelle vit ici. En parallèle à l'extension de la fonction d'hébergement des touristes, la ville a donc grandi pour pouvoir loger une population de plus en plus conséquente, en particulier celle travaillant dans les services touristiques. Cette extension de la ville est d'ailleurs aujourd'hui clairement visible sur un plan urbain (carte 31).

Photo 56. Le mitage des bâtiments des années 1960/1970 dans le nouveau centre-ville

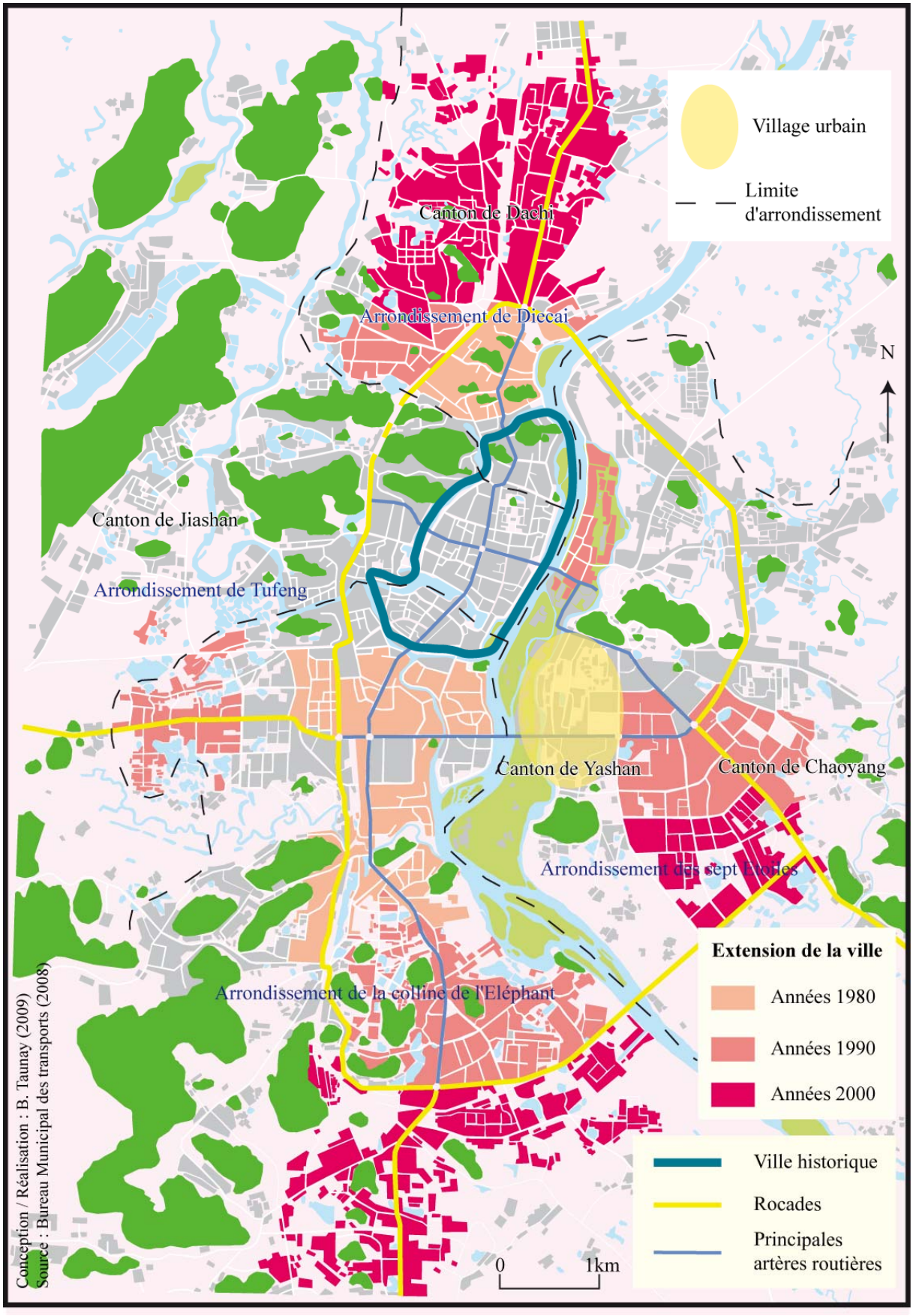
Les anciens bâtiments des années 1960 et 1970 (premier plan), font ici face aux nouveaux bâtiments construits au tout début des années 2000 (arrière-plan). Ce cas n'est pourtant pas isolé dans la ville, bien au contraire : dans le centre-ville, derrière les nouvelles façades construites à la fin des années 1990 et au début des années 2000, les immeubles collectifs des premières années de l'ouverture (début des années 1980), sont encore là et accueillent une population de retraités, ou d'individus disposant de moyens. Ces anciens bâtiments accueillent cependant aujourd'hui de plus en plus d'actifs en quête d'un logement peu onéreux en centre-ville.

Cliché de l'auteur, 2006.

Cette extension s'est d'abord réalisée autour des principaux axes de communication, la voie ferrée traversant le nord de Guilin en particulier : avant même la construction de la rocade ceinturant la ville, les constructions de nouveaux immeubles se sont situées autour de la voie ferrée et, aujourd'hui, ces bâtiments sont habités par des populations aux revenus peu élevés (qui n'ont pas les moyens de quitter cet espace où les nuisances sonores sont nombreuses). Ensuite, l'extension de la ville s'est faite jusqu'à la nouvelle rocade et même au-delà aujourd'hui (carte 31). La ville a ainsi progressé au sud comme au nord au détriment des anciens espaces ruraux, tant et si bien qu'il existe aujourd'hui un mitage de la campagne au profit de nouveaux quartiers urbains[461]. L'extension vers le nord a été si considérable que l'ancien bourg de *Dachi* constitue désormais une partie de l'arrondissement de Diecai, et qu'il n'y a plus de discontinuité entre le centre-ville et cet arrondissement.

[461] Mitage qui est dû à une vente des droits du sol. Voir le 1-3. du présent chapitre.

Carte 31. L'extension progressive de la ville de Guilin (1978-2007)



Conception / Réalisation : B. Taunay (2009). Source : Bureau municipal des transports (2008).

1-1-3. Extension urbaine et nouveaux quartiers résidentiels à Guilin

La carte 31 détaille l'extension urbaine de Guilin, sur une période de trente ans, de 1978 à 2007. Au centre de cet agrandissement, la ville historique se situe sur la rive droite du fleuve Li. Pourtant, cette partie de la cité actuelle avait presque été totalement détruite par des bombardements japonais en 1944 (cf. chapitre 3) et, suite à ce désastre, la ville avait grandie de manière importante ; notamment vers le sud où logeaient les ouvriers venus reconstruire la ville. C'est pourquoi il faut considérer l'extension des années 1980 dans cette partie de la ville avec précaution : en fait, à cette époque, et dans ce quartier bien précis, il s'agissait plus de rénovation parallèle à la construction de nouveaux hôtels que d'une extension à proprement parler de la ville.

La véritable extension de la ville pendant les années 1980 commence au sud de l'axe reliant la gare au quartier des sept Etoiles, sur la rive gauche du fleuve Li. L'accroissement vers le sud s'est ainsi réalisé progressivement, reliant petit à petit les espaces urbains, épars à cette époque : au début des années 1980 la ville s'étendait déjà très au sud de la ville historique et même bien au-delà de la gare ferroviaire, mais ces espaces urbains n'étaient que des îlots au milieu d'espaces en apparence ruraux. L'extension de la ville a donc permis de relier ces îlots et de densifier l'habitat, ce dernier s'étendant aujourd'hui jusqu'à la rocade Sud (carte 31).

Sur la rive gauche, le phénomène est bien différent. Autrefois, les espaces autour de l'actuel parc des sept Etoiles étaient des espaces ruraux, impossible à vendre aux citadins, mais un changement de statut du sol a permis de développer cet espace, aujourd'hui intégré à l'espace urbain de Guilin. Grâce à la promotion immobilière, cette zone est aujourd'hui devenue un vaste ensemble urbain et c'est même le quartier le plus inabordable (en terme de prix du foncier) de la ville après le centre. Tout est en effet « neuf » (construit à partir des années 1990) : les habitations, les magasins, les restaurants, les routes, etc. C'est également dans cette partie de la ville qu'a été déplacé le centre des congrès et, parallèlement, de nouveaux grands hôtels ont été bâtis pour accueillir les congressistes. De plus, à l'exception de la faculté d'art et d'histoire située au cœur de l'ancien palais des Ming, toutes les universités de la ville se situent dans le quartier des sept Etoiles. De manière générale, la promotion immobilière a été, et reste encore intense dans cette partie de la ville.

Au début des années 2000, les constructions d'immeubles résidentiels s'accélèrent, notamment parce que le gouvernement veut encore faire grossir la ville. Pour cela, il n'hésite plus à donner un Hukou urbain aux paysans qui ont les moyens de s'acheter un appartement

en ville. La cité grandit alors vers le nord et réalise sa jonction avec le bourg de *Dachi*. De nouvelles résidences sont également construites à l'ouest de la ville pour la classe aisée de la ville[462]. Autre fait intéressant, des appartements sont aujourd'hui achetés par des investisseurs qui les proposent à des touristes intérieurs. Ces derniers ont donc maintenant l'opportunité de séjourner quelques jours, voire une semaine, dans un contexte autre que celui de l'hôtel.

Notons cependant que le tourisme n'est plus la seule stratégie de la ville, et que la location d'appartements est le fait d'investisseurs privés. La municipalité, elle, préfère investir dans d'autres projets, notamment des zones de développement technologiques qui vont peut-être permettre à Guilin de diversifier son économie (*Infra*).

1-2. Une extension urbaine partiellement réussie à Beihai

Bien que les premiers aménagements touristiques aient été construits pour faire de Beihai une ville qui couvre toute la presqu'île, l'extension souhaitée dans les années 1990 n'est que partiellement réussie. Quelles sont donc aujourd'hui les limites de l'espace urbain à Beihai ? Malgré cette réussite partielle, comment l'insertion du tourisme a-t-elle permis d'étendre spatialement la ville ?

1-2-1. Beihai, une ville moyenne qui reste encore modeste

Parallèlement au développement du tourisme la population à Beihai a, comme à Guilin, considérablement augmenté : alors que la ville dépassait à peine les 100 000 habitants en 1984, elle compte aujourd'hui entre 250 000 et 300 000 individus résidant sur la presqu'île. Le développement de l'activité touristique a en effet attiré de nombreuses personnes, qualifiées ou non[463], originaires des provinces voisines, voire même de plus loin parfois[464]. Pour loger ces nouveaux habitants, il a donc fallu construire de nouvelles habitations, contribuant par là même à l'essor spatial de la ville : l'extension urbaine de la ville est donc fortement liée au développement du tourisme.

[462] Ceux qui habitent ici, comme dans les plus belles résidences du quartier des sept Etoiles vivent dans des appartements dont la description ressemble de près à celle que fait T. Sanjuan dans Atlas de la Chine en 2007.
[463] Nous avons ainsi pu souligner dans les développements précédents, suite aux analyses de T. Sanjuan, que dans les villes petites et moyennes les travailleurs migrants (*minggong*), étaient mieux acceptés que dans les grandes métropoles, notamment celles de l'est du pays.
[464] Lors de nos enquêtes nous avons ainsi pu relever la présence d'individus originaires de la province du Henan, dans le centre de la Chine. Ces nouveaux habitants, originaires de provinces éloignées, sont bien entendu minoritaires face à ceux venant de provinces voisines comme le Hunan, le Guizhou, ou bien le Yunnan, mais leur seule présence montre que la publicité autour du développement de la ville a bien fonctionné dans les années 1990 (date d'arrivée à Beihai des individus originaires du Henan).

Pour s'en convaincre, il suffit de rappeler les nombreuses constructions d'hôtels dans les années 1990 et 2000 (surtout). Le tourisme a ainsi contribué à la construction d'un nouveau quartier au sud de la presqu'île, avec de nouvelles et larges avenues, de grands hôtels, mais aussi une plage en partie artificielle (cf. chapitre 3). Il ne faut également pas oublier que la municipalité a bâti un nouveau centre-ville, vitrine moderne de la nouvelle ville, même si les constructions ont connu de nombreux échecs au cours des années 1990.

Planche 15. Beihai, une ville moyenne encore modeste

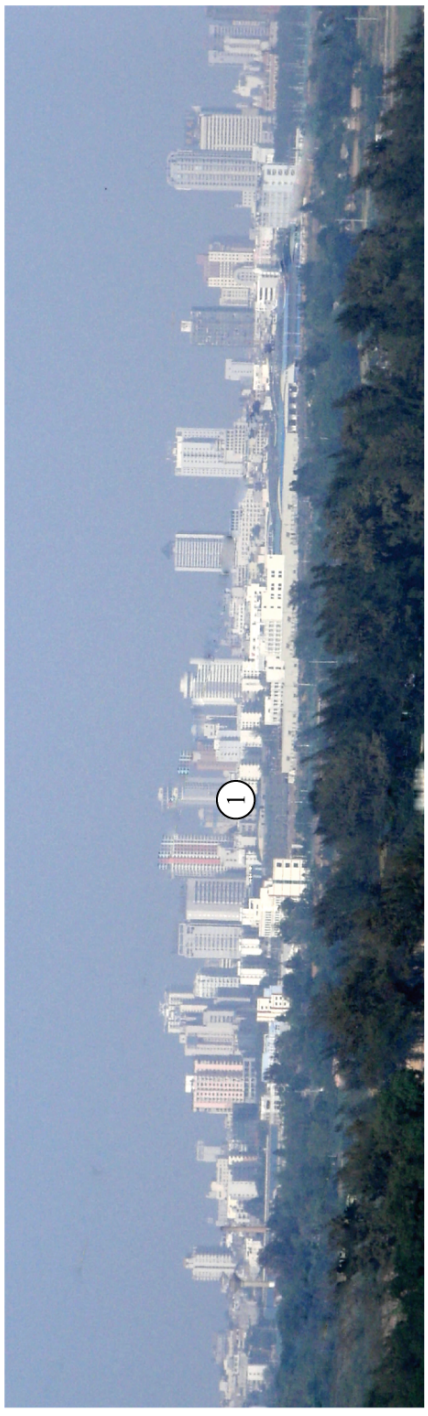
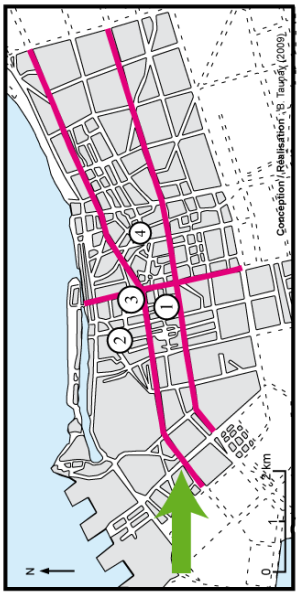


Photo 57 (en haut). La ville de Beihai vue depuis l'Ouest de la presqu'île en 2006 / *Photo 58* (en bas). La ville de Beihai reste modeste.



Vue depuis l'Ouest de la presqu'île (↑), la ville de Beihai semble imposante avec ses grands immeubles (1). Pourtant, en regardant plus en détail, on se rend compte que derrière les grandes avenues (—), les anciens quartiers restent les plus importants (2). Les grands immeubles (3), ne sont que des points dans une ville qui reste donc encore très modeste. Le plan de la ville (4), le révèle également bien, ce sont les anciennes rues qui dominent encore malgré la volonté depuis le début des années 1990 de faire de Beihai une ville moderne.

Conception / Réalisation : B. Taunay (2009)

Cependant, comme l'indique la planche 15, si ce nouveau centre-ville peut paraître extrêmement moderne vu depuis l'ouest de la presqu'île, en se déplaçant dans le dit centre-ville, on se rend rapidement compte que c'est la ville ancienne qui reste la plus importante au niveau du bâti. Si ce phénomène est également présent à Guilin, il est plus prononcé ici : à l'exception des nouvelles larges avenues, bordées de hauts et récents immeubles, c'est une ville encore en développement qui se présente aux yeux de l'observateur (planche 15). Le plan même du centre-ville le montre bien, il conserve nombre de petites rues et ruelles.

Dans les nouvelles parties de la ville construites entre 1992 et 1995 (et après), sous l'apparence de vastes aires encadrées par de nouvelles et vastes avenues (carte 32), c'est en fait une somme de petites habitations modestes qui prime. Ces dernières ressemblent fort à celles des villes du nord du Vietnam, pays très proche, et dont de nombreuses personnes vivant aujourd'hui à Beihai sont originaires ; notamment depuis le réchauffement des relations entre les deux pays. Des familles entières sont venues s'installer dans ces nouveaux quartiers, et c'est pourquoi on constate souvent qu'un bâtiment de plusieurs étages appartient à une seule et même famille : le rez-de-chaussée est utilisé comme boutique, rapportant des revenus à la famille, tandis que les étages supérieurs sont le lieu de vie de la famille élargie.

Au sud de la nouvelle et large avenue de Beihai (*Beihai da dao*)[465], ce sont également des habitations destinées à des travailleurs modestes, voire pauvres (*Minggong*), qui marquent les limites de l'extension de la ville. Cette avenue constitue d'ailleurs clairement la séparation entre deux parties de la ville au nord de la presqu'île : au sud de cette avenue, c'est un vaste plan presque en damier, du moins très géométrique, qui domine. C'est aujourd'hui le principal espace où se construisent les nouvelles résidences pour les habitants de Beihai, et, dans une moindre mesure, pour les touristes.

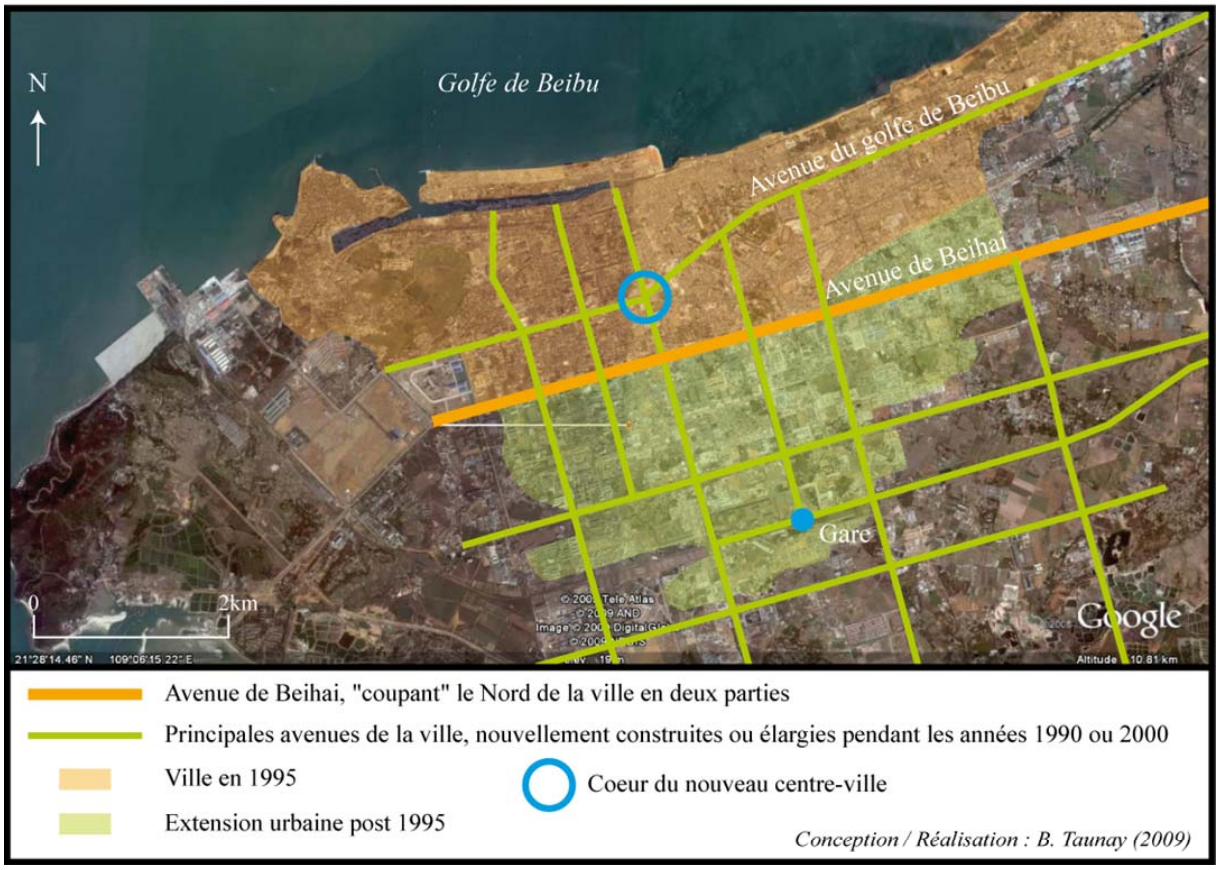
Au nord de l'avenue de Beihai, la situation est plus complexe. Entre le nord de cette avenue et le sud de l'ancienne principale avenue, l'avenue du golfe de Beibu (*Beibu wan lv*)[466], c'est l'espace où a été développé le nouveau centre-ville au début des années 1990. Le plan est là encore géométrique, mais il a dû prendre en compte les habitations qui existaient déjà ici à la fin des années 1980. C'est pourquoi, si le cœur du centre-ville est entièrement « neuf », derrière les principales avenues du centre-ville se cachent, comme à Guilin, de nombreuses « anciennes » habitations (planche 15). Quant à la partie qui se situe au nord de l'avenue du golfe de Beibu, son plan est dominé par l'ancienne ville, dont certains immeubles

[465] 北海大道
[466] 北部湾路

datent de la fin du 19ème siècle. Dans cette partie de la ville, il n'y a d'ailleurs que trois larges avenues ; ce sont des axes qui existaient avant la politique de grands travaux des années 1990, mais qui ont été rénovés et élargis à partir de cette dernière période.

En conclusion, la ville de Beihai a bien été étendue grâce au tourisme, mais une grande partie de la ville reste encore aujourd'hui habitée par une population modeste, ce qui se vérifie notamment dans la sobriété des bâtiments.

Carte 32. La réalité spatiale du nord de Beihai derrière les grandes avenues



Source : Image satellite Google (2008).

1-2-2. La presqu'île de Beihai reste scindée en deux entités urbaines distinctes

La partie de la ville que nous venons de décrire, même si elle s'est étendue depuis maintenant environ 15 ans (depuis 1992), reste toujours coupée de la partie urbaine située au sud de la presqu'île (centrée sur la plage d'Argent) : les deux parties de la seule et même ville sont séparées par un vaste espace interstitiel sur lequel personne, ou quasiment presque, n'habite. L'observateur qui fait le trajet depuis le centre-ville jusqu'à la plage d'Argent traverse ainsi des espaces en apparence déserts, même si le gouvernement a choisi l'espace situé à égale distance des deux unités urbaines pour implanter ses nouveaux locaux. En cela,

la municipalité témoigne de sa volonté de continuer à étendre la ville, ou, dans le cas présent, de faire la jonction entre les deux parties de celle-ci.

La ville continue d'ailleurs de s'étendre, sous l'impulsion de la municipalité, qui a par exemple construit (2005) une nouvelle aire commerciale pour les touristes de passage entre les deux unités urbaines. Cet espace se situe au bord de la route qui mène du cœur du centre-ville jusqu'à la plage d'Argent, et il commence aujourd'hui à être rejoint par des habitations, notamment une grande résidence. Sur une autre avenue menant à la plage depuis la ville au nord, la municipalité a viabilisé de nombreux terrains pour permettre aux promoteurs immobiliers de construire de nouvelles résidences. Sur ces espaces, quelques résidences prenaient forme en 2007[467], faisant grossir la ville autour des axes routiers qui relient la « ville » du Nord avec celle du Sud.

Des résidences pour les touristes avaient déjà été construites dès le milieu des années 1990, mais, à cette époque, les touristes n'étaient encore que peu nombreux et surtout ils ne souhaitaient pas venir louer ces résidences en forme de maisons individuelles (cf. chapitre 3). Depuis 2006 toutefois, Beihai commence à trouver un nouveau souffle grâce à un certain engouement immobilier. Le nombre de touristes augmentant depuis le début des années 2000, la ville devient en effet plus attractive pour les investisseurs, notamment les promoteurs immobiliers. Ce phénomène d'explosion des prix de l'immobilier explique qu'à Beihai certaines entreprises investissent même dans l'achat de terrains « nus », qu'elles espèrent ensuite revendre plus cher. Des investisseurs plus modestes achètent eux des appartements, en attendant que les prix du marché grimpent.

Les nouvelles résidences commencent, comme à Guilin, à être proposées aux touristes qui souhaitent se loger ailleurs qu'à l'hôtel. Elles se situent dans le centre-ville (des anciens immeubles sont alors rasés), mais aussi et surtout aux limites de la ville, au nord de la presqu'île. Il y a donc une extension urbaine qui est en cours à Beihai et, grâce à ses services liés au tourisme, la ville est maintenant plus importante que *Hepu*[468], l'ancien chef-lieu de la municipalité éponyme : depuis 2003, c'est Beihai qui est devenu le chef-lieu de la municipalité de Beihai (de *Hepu* auparavant), alors que *Hepu* est devenue la ville secondaire de cet espace administratif. Il y a donc eu un changement de commandement territorial au profit de Beihai (un phénomène que l'on observe également dans le cas du village de Yangshuo ; voir le chapitre suivant).

[467] Date de notre dernier travail de terrain dans la ville.
[468] 合蒲

1-3. La vente des droits du sol : le cœur de l'essor urbain en Chine

Il convient à ce stade d'insister sur un des mécanismes qui ont permis l'extension urbaine de Guilin et Beihai : il s'agit de la vente des droits du sol, un outil qui permet aux autorités de transformer des terrains ruraux (non constructibles donc), en terrains urbains, où les constructions permettant d'étendre la ville sont alors possibles.

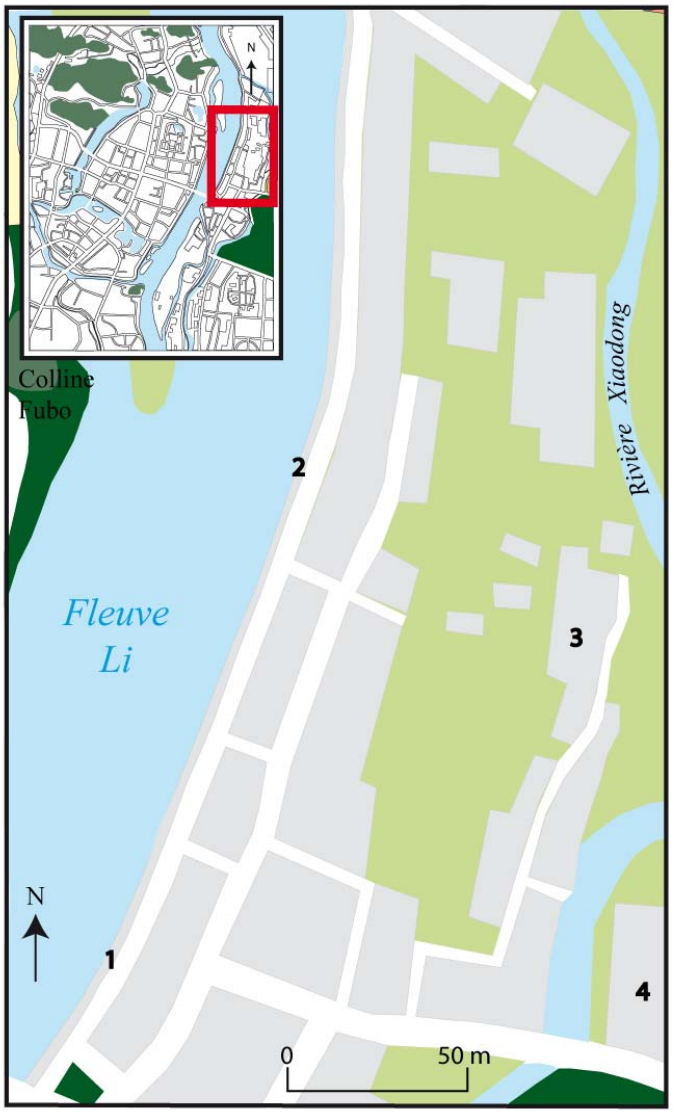
1-3-1. La vente des droits du sol : exemples à Guilin et Beihai

Les deux villes n'ont pas grossi seulement grâce aux capitaux publics. Au contraire, la municipalité de chacune a fait appel à des fonds privés, notamment ceux d'entreprises étrangères, ou appartenant à des Chinois « d'outre-mer » (cf. chapitre 3). Après cette première phase, les municipalités ont eu recours aux promoteurs immobiliers, qui ont bâti de nombreux immeubles dans les deux cas. D'abord pour la population locale, comme nous l'avons montré certes, mais aussi aujourd'hui de plus en plus pour les touristes qui choisissent de ne pas loger à l'hôtel. Cependant, il faut constater qu'en Chine, tous les terrains en ville ne sont pas constructibles, notamment pour les citadins : les terres rurales qui bordent les espaces urbains, voire parfois se situent à l'intérieur même des villes, ne peuvent en effet pas être vendues à des citadins. Seuls les ruraux peuvent construire des maisons pour eux-mêmes et leurs familles.

A Guilin par exemple, la rive droite est la partie historique de la ville, celle où le sol est classé « urbain », et où les projets de constructions d'immeubles sont possibles. Sur la rive gauche en revanche, jusqu'au début des années 1980, les terres étaient des espaces ruraux, inexploitables pour la construction urbaine. C'est d'ailleurs pour cela que la construction des plus grands hôtels s'est d'abord réalisée sur la rive droite au cours des années 1980. Les hôtels situés sur la rive gauche, juste en face du centre-ville (un hôtel 5 étoiles et un hôtel 4 étoiles), sont ainsi le fruit de « passe-droits » accordés par la municipalité à des investisseurs étrangers.

Comment donc expliquer le développement de la rive gauche pendant les années 1990 ? De quelle manière la ville a-t-elle pu autant s'étendre au cours de cette décennie et de celle qui a suivi ? La municipalité a tout simplement changé le statut de ces terrains, de « ruraux » à « urbains ». Les promoteurs ont ainsi pu (avec l'accord des propriétaires), acheter ces espaces et construire des immeubles (planche 16). A Guilin, ce changement de statut de la terre a notamment été rendu nécessaire par le déplacement du centre-ville et le rejet en périphérie des habitants.

Planche 16. La vente des droits du sol, "noeud de l'essor urbain en Chine" (exemple à Guilin)



Conception / Réalisation : B. Taunay (2009).

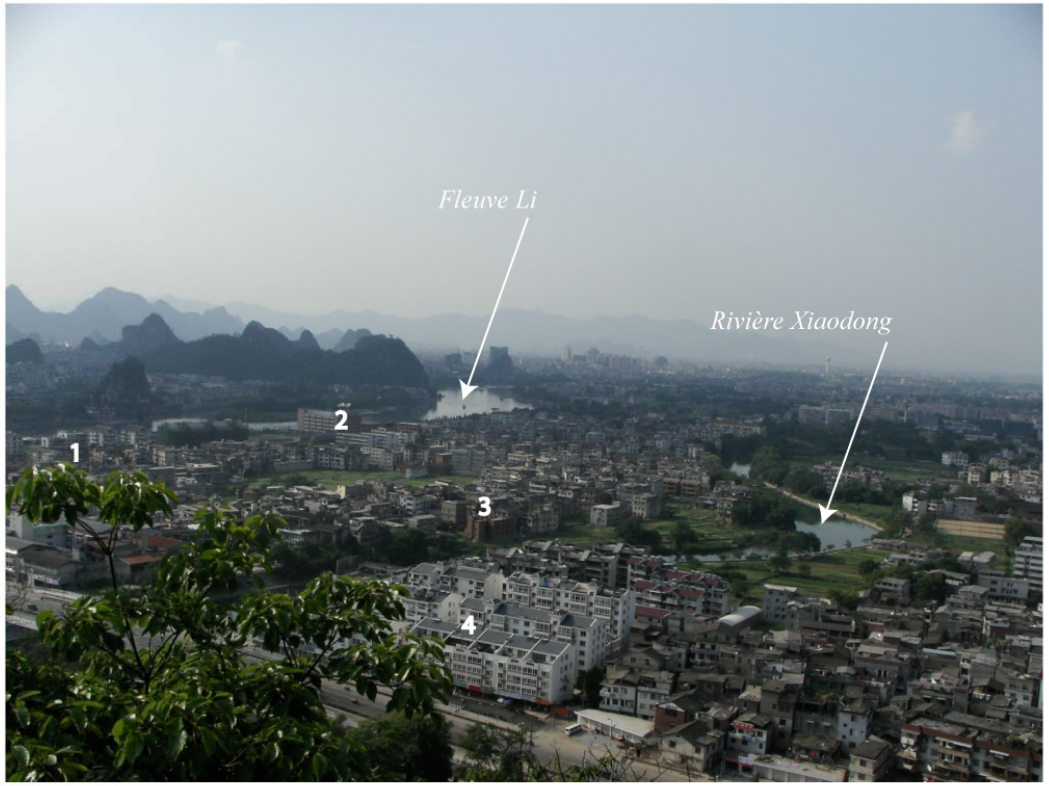


Photo 59. Le nord de l'arrondissement *Qixing*, anciennent un "canton".

	Aménagements "2 rivières, 4 lacs"		Champs	"Noeud de l'**essor urbain** en Chine, la **vente des droits d'utilisation du sol** constitue en effet un domaine où l'analyse des **mécanismes de marché** prend toute sa pertinence". (lecture critique de "Restructuring the Chinese City, Valérie Laurans, 2006)
1	Nouvelles résidences et bureaux	**3**	immeubles collectifs (familliaux) "ruraux"	
2	Hôtel *Diyuan* (5 étoiles)	**4**	Nouvelles résidences pour citadins	

Conception Réalisation : B. Taunay (2009).

Comme le montre la planche 16, la vente des droits du sol est bien le cœur de l'essor urbain à Guilin, voire en Chine de manière plus générale, comme le souligne Valérie Laurans[469]. Grâce à ce changement de statut de l'espace, dans la partie de la ville concernée par l'exemple ci-dessus, il y a eu construction de nouvelles résidences pour citadins, ainsi que des constructions de bureaux.

Toutefois, parce que tous les ruraux ne sont pas décidés à vendre leurs terres, il reste encore des îlots ruraux au milieu de ce nouvel espace urbain. Il en résulte que, sur la rive gauche, on constate souvent la présence de nombreux îlots ruraux en plein cœur de nouveaux espaces urbains, sortes de « villages urbains » (cf. carte 31). Il suffit d'escalader une des collines avoisinantes pour le vérifier, ce qui confère à Guilin une image de ville encore en développement (photo 60) : derrière les grands hôtels de cette partie de la ville, on constate souvent un « vide », ou bien des champs, ce qui ne se produit pas sur la rive droite.

Photo 60. Un autre Guilin

C'est un tout autre visage de Guilin que montre cette photo. Le cliché a pourtant été pris à proximité du parc des sept Etoiles, dans une rue qui se situe à environ 100m au nord de ce parc. Avec cette photo, il est facile d'imaginer ce qu'était la ville de Guilin il y a encore trente ans : le bâtiment vert en arrière-plan date d'ailleurs des années 1970. Cette partie de la ville fait pourtant partie d'un arrondissement (d'un espace urbain). Toutefois, ce statut n'a été donné que récemment (1999). Auparavant, cette partie de la ville était partie intégrante d'un canton, un espace rural.

Cliché de l'auteur, 2006.

[469] Laurans V., (2006) Lecture critique de : Laurence J. C. Ma et Fulong Wu (éds.), *Restructuring the Chinese City. Changing Society, Economy and Space*, *Perspectives chinoises*, n°93.

A Beihai, c'est le même phénomène qui s'est produit. Au début des années 1980, seule la partie nord de la presqu'île était un arrondissement, un espace régi donc par les règles de l'urbain. Le reste de la presqu'île était lui constitué de différents cantons, soit des espaces ruraux, mais le changement de statut de ces zones est intervenu au début des années 1990, par grignotages successifs tout d'abord, puis entièrement quelques années plus tard ; aujourd'hui, la presqu'île de Beihai est formée de deux arrondissements urbains. C'est ce phénomène de transformation du statut des terrains qui a par exemple permis de mettre en valeur le sud de la presqu'île, notamment toute la partie urbaine qui s'est développée autour du parc de la plage d'Argent.

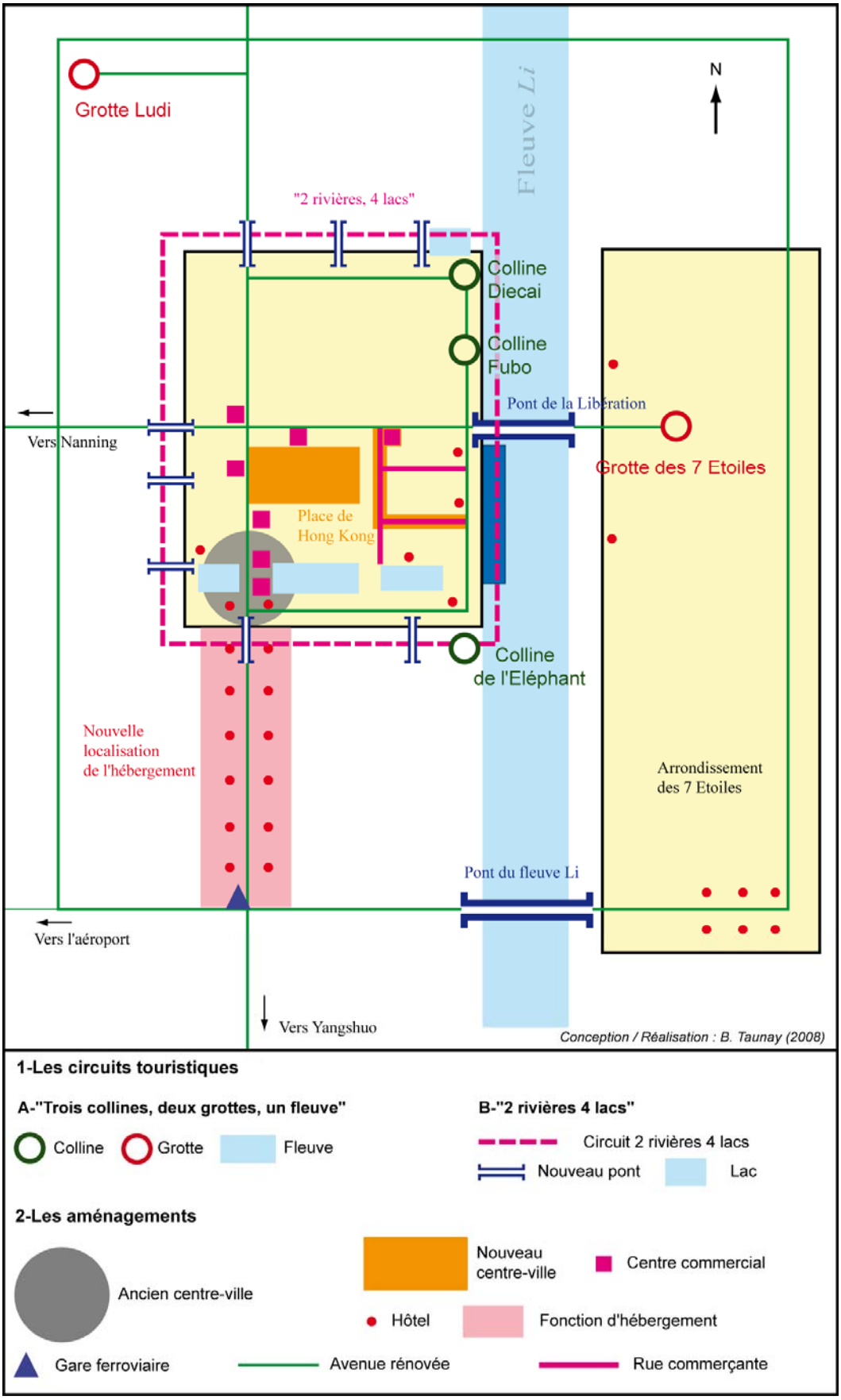
1-3-2. De nouveaux projets de ville à Guilin et Beihai

A ce point de la démonstration, nous pouvons constater que les villes de Guilin et Beihai se sont majoritairement tournées vers le tourisme au cours des dernières décennies. Cette activité occupe maintenant une place primordiale dans l'économie des deux villes, et elle a également permis de construire de nombreux et nouveaux aménagements. Elle a enfin soutenue, en partie, l'extension des espaces urbains.

Toutefois, des différences sont actuellement visibles entre les deux villes. Guilin, tout d'abord, est une ville qui a été investie par le tourisme, ce dernier devenant la fonction essentielle de la cité. La structure spatiale originelle a été subvertie par le tourisme, ce qui fait bien de Guilin, selon la typologie des lieux touristiques de l'équipe MIT (2002 et 2003), une ville « touristifiée » (planche 17). Beihai, quant à elle, a également été investie par le tourisme mais, malgré des efforts importants, le tourisme n'est pas la fonction essentielle. De plus, la principale partie touristique de la ville se situe assez loin du centre-ville, et est même séparée de celui-ci par un espace « vide », d'hommes et d'activités. En cela, Beihai est plutôt un couple « ville station », qui « *juxtapose un quartier touristique de type station (crée par et pour le tourisme) à un noyau ancien avec agglomération* » (Equipe MIT, 2002 ; p. 222).

Les différences ne s'arrêtent pas là. Si Beihai souhaite dans ses actuels plans d'extension urbaine renforcer la place du tourisme pour devenir également une ville « touristifiée » (*Infra*), Guilin, elle, voudrait un nouveau projet de ville qui ne fasse plus seulement la part belle au tourisme : la municipalité souhaite en effet diversifier son économie, en grande partie basée sur le tourisme.

Planche 17. Guilin, une ville touristifiée



Conception Réalisation : B. Taunay (2008).

C'est pourquoi, depuis 2006, des nouvelles zones d'industrie et de recherche sont construites, ou en cours de construction, autour de la ville. Elles se nomment *Suqiao* (au sud-est de la ville), et *Tieshan* (au sud-ouest de Guilin). Ces zones sont construites comme des villes à part entière (la première compterait à terme 50 000 habitants et la deuxième 120 000), et même si elles sont encore éloignées de la limite urbaine de Guilin, l'objectif avoué des autorités est de faire grandir Guilin jusqu'à ces nouveaux espaces « satellites ». Parallèlement à l'accroissement numérique de la population (en « donnant » plus facilement le *Hukou*[470] à ceux qui peuvent se « l'acheter »[471]), la ville espère aussi devenir un centre de recherche et d'industries de pointe.

Les plans de la municipalité sont également de faire de Guilin un carrefour pour les marchandises en provenance d'autres provinces de l'Ouest du pays, le Sichuan notamment : grâce à la multiplication de ses lignes aériennes et surtout ferroviaires (multiplication liée au tourisme), l'ambition est ainsi de devenir un contrepoids au développement de Nanning, notamment pour le transit de marchandises vers la province voisine du Guangdong. En fait, la ville de Guilin espère pouvoir utiliser ses services développés grâce au tourisme pour embrayer sur une reconversion, une « sortie du tourisme » (Equipe MIT, 2002, p. 285).

L'extension urbaine de Guilin et Beihai montre la valeur des lieux

Les deux villes n'ont donc pas « réussi » de la même manière dans le tourisme, ce qui se retrouve également dans l'extension de la périphérie touristique de chaque ville. La mise en tourisme de Guilin a ainsi abouti à la création d'une véritable « ceinture » de sites et lieux touristiques, inféodés au rayonnement de Guilin. Dans ces espaces, il se produit déjà des transformations spatiales et des extensions urbaines. A Beihai en revanche, la municipalité n'en est encore qu'à la création, voire la définition de sa périphérie touristique. Le développement touristique est donc, encore une fois, bien lié à la valeur que donnent les touristes à chaque lieu.

[470] 户口

[471] La ville de Guilin devrait ainsi passer d'une population actuelle d'environ 700 000 habitants, à un effectif situé entre 1,5 et 2 millions d'habitants, selon les souhaits des décideurs de la municipalité.

2. L'extension et les transformations urbaines de la périphérie de Guilin

La périphérie de Guilin existe depuis le début des années 1990 (cf. chapitre 3). Au départ constitué de quelques sites sans fonction d'ébergement, c'est maintenant une vaste aire qui comprend de nombreux lieux touristiques, accueillant des touristes de plus en plus nombreux. Dans ces endroits, il y a eu de profondes transformations spatiales, notamment l'extension urbaine de certains lieux. C'est ce que ce deuxième point présente, en s'appuyant d'abord sur le cas de la ville de Xing'An, profondément subvertie par le tourisme, puis sur le village de *Longji*, qui a été rendu accessible grâce au développement du tourisme dans la région.

2-1. Les transformations dans la ceinture urbaine de Guilin

La périphérie touristique de Guilin s'est largement étendue depuis sa création dans les années 1990. En plus de cette extension, de nombreux lieux se sont trouvés profondément transformés, ce qui mérite d'être d'abord présenté.

2-1-1. L'extension de la périphérie touristique de Guilin

En 1990, sur les 615 millions de yuans (environ 61,5 millions d'euros) gagnés par la municipalité grâce au tourisme, 605 millions (environ 60,5 millions d'euros) ont été dépensés dans la ville de Guilin. Pourtant, la municipalité décide alors de créer de nouveaux circuits hors de la ville[472]. Les deux principaux sont celui des « traditions et coutumes folkloriques » (où les touristes vont à la rencontre des ethnies minoritaires avec mise en scène du patrimoine et des activités spécifiques de celles-ci), et le circuit « de la culture et de l'histoire » (qui permet de découvrir les restes du canal reliant depuis 2000 ans le nord de la municipalité de Guilin au Yangzi). Sont également crées les circuits « grottes karstiques » et « parcs thématiques modernes », des circuits qui durent seulement une journée. De fait, les touristes rentrent le soir à Guilin, si bien que jusqu'au début des années 2000, la ville reste le principal lieu d'hébergement des touristes internationaux et intérieurs.

Du lancement des semaines d'or jusqu'au début des années 2000, les touristes chinois se rendaient à Guilin d'abord en groupe précédé d'un guide, portant un fanion et commentant les visites d'un bout à l'autre du voyage. Les vacances de plus en plus nombreuses, la plus

[472] A cette époque, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, ces circuits étaient d'abord destinés aux touristes internationaux. Cependant, au cours de cette décennie, l'augmentation du nombre de touristes intérieurs a conduit à réorienter les aménagements de ces circuits pour le tourisme intérieur.

grande liberté de se déplacer, mais également l'augmentation continue du niveau de vie des ménages urbains, ainsi que leur accès à la propriété et à l'automobile individuelle, a conduit depuis 2001 à un développement du tourisme individuel. Si les touristes étaient autrefois contraints de s'en tenir aux offres des agences touristiques, un véritable tourisme « à la carte » se développe grâce à la généralisation des services en ligne sur Internet (commandes de billets d'avion, réservation de chambres d'hôtels, consultation d'itinéraires pour les automobilistes), et grâce à la publication de nombreux guides de voyages (cf. chapitre 5).

Pour répondre à cette nouvelle demande, la municipalité de Guilin a décidé fin 2000 de mettre en tourisme l'ensemble des 12 districts contrôlés par la municipalité. Cette extension de l'aire touristique de Guilin se réalise d'ailleurs parallèlement à la construction du circuit « 2 rivières, 4 lacs ». Elle montre la volonté de la ville de Guilin de devenir le centre d'une plus vaste aire touristique : les villages de minorités qui étaient auparavant de simples lieux de visites sont maintenant réaménagés et ont une fonction d'hébergement. La municipalité encourage également chaque localité à mettre en valeur son patrimoine naturel et culturel, car Guilin a compris qu'une nouvelle génération de touristes chinois a fait son apparition, une génération de touristes plus individualistes, aisés ou non, mais qui ont envie de découvrir leur pays. Les nombreux guides touristiques apparus depuis 2003 énoncent tous le même mot d'ordre : un tourisme différent des autres (*yu zhong bu tong*)[473], un tourisme qui suit sa propre voie (*zi zhu lüyou*)[474].

La municipalité anticipe également les aspirations des touristes occidentaux individuels, eux aussi de plus en plus nombreux malgré la barrière de l'idéogramme : la mise en tourisme de chaque localité possédant un « paysage » correspondant aux critères esthétiques chinois (montagne, rivière, ou grotte) permet également aux internationaux[475] de sortir d'une ville qu'ils considèrent souvent comme trop touristique. Ainsi, en se rendant dans les lieux nouvellement touristiques de la périphérie de Guilin, les touristes intérieurs et internationaux rapportent de l'argent à la municipalité de Guilin qui administre cet espace.

2-1-2. La périphérie de Guilin est le théâtre de transformations et d'extensions urbaines

La ceinture touristique entourant la ville de Guilin est aujourd'hui vaste car elle comprend des sites et des lieux touristiques dans chacun des douze cantons de la municipalité. Il est donc difficile de généraliser les transformations spatiales qui s'y sont produites depuis la

[473] 与众不同
[474] 自助旅游
[475] Qui ne voient pas le même paysage, mais qui apprécient ces décors de pics karstiques bordés par des cours d'eau (cf. chapitre 5).

définition de cet espace. Toutefois, ce que nous avons observé à Guilin (les logiques d'aménagements et les formes d'extensions urbaines), se retrouvent dans bon nombre de lieux de la périphérie.

La ville de Xing'An, le chef-lieu du canton éponyme, est un exemple représentatif. Cette cité, située à 66 kilomètres au nord de Guilin, a une population plus que modeste à l'échelle chinoise, 53 000 habitants (en 2004). En revanche, c'est, dans une certaine mesure, un lieu connu dans le pays : la ville abrite le départ du canal *Lingqu*[476], un des trois grands canaux construits par le premier empereur de la dynastie Qin (221-206 Av-JC.). Il permettait, grâce à un tracé de 34 kilomètres entre le fleuve Li et le fleuve *Xiang*, de relier le bassin du fleuve Bleu avec celui de la rivière des Perles. Aujourd'hui, la ville de Xing'An est connue des touristes qui se rendent dans la municipalité de Guilin, puisque cette première se situe à quelques kilomètres du parc d'attraction « *Merryland* » (*Le man di*)[477], le deuxième site « AAAAA » de la municipalité de Guilin.

La ville de Xing'An, comme Guilin, a opté pour une politique de rénovation du centre-ville. Sans le déplacer, la ville a complètement reconstruit son centre, particulièrement l'artère principale axée sur un canal, lui-même reliant le canal *Lingqu*. Cette rue, appelée la « rue de l'eau » (*Shuijie*), est en effet complètement neuve, comme en témoigne les nouvelles boutiques à l'ancienne qui longent le canal (photo 61). Pourtant, comme dans les différents exemples que nous avons pu citer jusqu'à présent, toutes ces constructions qui se veulent être patrimoniales sont des faux. Comme à *Qingyan* (province du Guizhou), la monumentale porte à l'entrée nord de la rue n'a jamais existé sous cette forme : elle est en effet démesurée par rapport à la taille ancienne de la ville, voire même à sa taille actuelle.

De nombreux autres éléments architecturaux prétendument anciens sont tout aussi « faux ». Lors d'un de nos séjours dans la ville, en 2005, la municipalité avait ordonné la construction d'un long mur de plus de trente mètres de long, sur lequel étaient sculptées des scènes de vie de l'époque classique, à la manière du célèbre tableau peint sous la dynastie des Tang « le long de la rivière pendant le Festival de *Qingming* » (*Qingming shang he tu*)[478]. Ce mur n'a jamais existé, mais selon la municipalité, celui-ci pourrait être une attraction supplémentaire pour les touristes de passage dans la ville, ou bien un moyen d'attirer ceux qui hésiteraient à venir visiter la rue de l'eau.

[476] 灵渠
[477] 了满地
[478] 清明上河图

Photo 61. La rue de l'eau (*Shuijie*), à *Xing'An*

Cette photo nous montre les transformations de la rue centrale (水街), de la ville de Xing'An. Cette rue s'articule autour d'un canal, et il est intéressant de noter que si le plan de la rue n'a pas changé depuis l'époque classique, en revanche, les constructions sont elles bien neuves. Le double porche (un au dessus du pont et un au dessus d'une partie de la rue), sont complètement neufs et mieux ils n'ont jamais existés auparavant. Les pierres au premier plan ont également été taillées pour donner une harmonie à l'ensemble de la rue, dans un style qui se veut représentatif de ce qu'était la rue il y a plusieurs centaines d'années.

Cliché de l'auteur, 2005.

Comme à Guilin, mais dans une proportion moins importante, la ville s'est dotée de nouveaux hôtels (notamment pour les touristes se rendant au parc *Merryland*), et a donc placé le tourisme au cœur de son espace et de ses préoccupations. A l'entrée méridionale de la rue centrale, la ville a aménagé de nombreuses boutiques pour la pratique du shopping, et elle a essayé de manière générale de faire de son espace un site moderne. Le centre-ville a donc été subverti par le tourisme ; sa structure spatiale a, quant à elle, parfois été « patrimonialisée ».

Ce cas n'est pourtant pas isolé. Dans la périphérie de Guilin, nombreux sont les lieux qui cherchent à profiter de la notoriété de Guilin. Des petites villes, comme parfois des villages, mettent en « valeur » leur patrimoine (de la manière décrite ci-dessus), et essayent de nouer des relations avec les autorités de la ville de Guilin[479]. L'objectif est bien évidemment de faire venir des groupes de touristes. La municipalité toute entière semble ainsi se tourner vers le tourisme.

[479] De nombreuses localités misent aussi sur un tourisme plus local en passant des articles présentant leurs « attractions » touristiques dans le journal de Guilin (*Guilin wan bao* ; 桂林晚报).

2-2. Les transformations spatiales sont présentes jusqu'aux plus lointaines extrémités de la périphérie : l'exemple de *Longsheng*

La ceinture de Guilin a été étendue jusqu'aux limites administratives de la municipalité. C'est ce que nous montre l'exemple de *Longsheng*, au travers duquel nous pouvons constater que, sur un temps restreint, des transformations profondes ont été mises en place. C'est ce couple rapidité/profondeur des transformations que nous étudions ci-dessous, en soulignant l'importance d'autres acteurs dans la mise en tourisme de cantons, anciennement en situation périphérique.

2-2-1. L'amélioration de l'accessibilité de Longsheng depuis Guilin (2005)

Jusqu'en 2000, le Canton de *Longsheng* ne comportait pas de site touristique et ne recevait donc aucun touriste, ni intérieur ni international. Ce canton autonome était notamment isolé parce qu'il abrite des habitants de plusieurs « minorités nationales », principalement des *Yao*, *Miao*, *Zhuang*[480]. La ville chef-lieu, la plus grande du canton, ne comportait de plus que 21 000 habitants (en 2004), et cette partie de la municipalité était donc largement délaissée par les projets d'aménagement touristiques.

Entre 2000 et 2001, le gouvernement local construit une route vers ce qu'il considère être un site potentiellement touristique, les flancs d'une vallée comportant 13 villages (soit 6 km² et 50 000 habitants), situés entre 800 et 1082 mètres d'altitude. Dans ces villages, l'activité est alors basée sur la culture du riz et sur l'élevage, mais les habitants, pour cultiver le riz à flanc de montagne, ont bâti des terrasses. Ce sont ces dernières que le gouvernement local veut mettre en valeur. Pour cela, il monte un projet de coopération avec une entreprise, « *Guilin Tourism* », une affaire fondée en 1998 par le regroupement de cinq entreprises d'Etat (tableau 30).

Ce groupe est constitué majoritairement d'entreprises travaillant d'abord dans le secteur du tourisme (à 97,22 %, soit les deux premières entreprises et le CITS), mais également dans la fabrication d'alcool (SHANHUA), et de médicaments (JIQI). Notons tout de suite que c'est un groupe important (il a été introduit en bourse en 2001), qui exerce des activités diverses : transport par bateau sur le fleuve Li, construction de routes et de gares routières, location de voitures, agences de voyages et exploitation de sites touristiques. Le groupe exploite d'ailleurs un autre site touristique à une autre extrémité de la périphérie de

[480] Voir la carte de la répartition des minorités nationales au Guangxi dans l'Introduction générale.

Guilin, la « grotte d'Argent » (*Yinzi yan*, dans le canton de *Lipu*, au sud de la municipalité). Notons aussi que ce groupe détient une position dominante dans le secteur du tourisme au sein de la municipalité de Guilin[481], notamment parce qu'il bénéficie de l'appui du gouvernement de cette dernière.

Tableau 30. Présentation de l'entreprise « *Guilin Tourism* » (2000)

Associés	**Part des actions**
Entreprise du développement du tourisme de Guilin	65,32 %
Entreprise Wuzhou Travel Cooperation Limited	30,96 %
Entreprise SHANHUA cooperation limited de Guilin	1,24 %
Groupe JIQI	1,24 %
CITS Guilin	1,24 %
Total	*100 %*

Source : Wang Xueqing, 2007[482].

L'association entre le gouvernement local (qui crée alors une entreprise chargé du site), et le groupe « *Guilin Tourism* » se fait en apparence au profit du dernier, qui détient alors 88,2 % des actions du site touristique, là où le gouvernement local n'en possède que 11,8 %. Cependant, cette association permet au canton de *Longsheng* de sortir de sa situation marginale : la première route construite par le gouvernement en 2000 est rénovée en 2005 par son associé et, en 2006, c'est l'ensemble de la route qui mène de Guilin à *Longsheng* qui est reconstruite. Des trois heures nécessaires pour relier Guilin au chef-lieu du canton, il ne faut désormais plus que deux heures, ce qui permet aux touristes de passer plus de temps sur le site, et donc de dépenser plus d'argent. Ces flux de plus en plus important de visiteurs amènent ainsi des opportunités nouvelles de construction d'équipements collectifs et de routes, qui aident au désenclavement du canton.

2-2-2. La transformation des rizières (entreprise), et de l'habitat traditionnel (habitants)

Pour mettre en tourisme le site, le nom de la vallée a été changé : il se transforme en « *Longji* », soit le « la colonne vertébrale du dragon »[483]. La mise en tourisme s'axe donc sur une certaine « sinisation » du site, ce qui se constate également avec la mise en place de nombreuses stèles calligraphiées indiquant le nom de chaque site et point de vue, des pierres

[481] Le groupe « *Guilin Tourism* » est également présent dans d'autres provinces, notamment le Guangdong, le Zhejiang, le Jiangxi, le Hunan, mais aussi la municipalité de Shanghai. A l'échelle du pays, le groupe occupe 2,5 % de part de marché dans le secteur du tourisme (Wang X., 2007).
[482] Wang X., (2007) *Exemple du développement touristique dans la région de Guilin*, Mémoire de Master 2 Administration des entreprises, Université de Pau, 40p.
[483] 龙脊

qui n'existaient pas avant l'arrivée du tourisme. D'une manière générale, les transformations spatiales qui ont eu cours depuis l'arrivée du tourisme ressemblent fort à celles que pouvait décrire Tim Oakes dans le Guizhou en 1997 (cf. chapitre 2). Les villages ici mis en tourisme sont d'ailleurs géographiquement très proches du sud de cette province, et les transformations (photo 62) ont pour but de faire des villages des espaces où se joue la « modernité » pour les touristes intérieurs.

Photo 62. La transformation des maisons du village de *Ping'An*

Ce cliché pris au village de *Ping'An*, dans le nouvel ensemble mis en tourisme des « rizières en terrasses de Longji », montre la transformation des maisons du village. Celle-ci a été entièrement reconstruite pour être transformée en boutique (rez-de-chaussée), et en hôtel (pour les étages). Seule une petite partie de la maison, dans le dernier étage, sera destinée à ses propriétaires. L'extension actuelle conduit également les habitants et d'autres investisseurs à construire ce genre de « maisons hôtels ».

Cliché de l'auteur, 2007.

Dans les deux principaux villages mis en tourisme, *Jinken* et *Ping'An*, les premiers hôtels ont été construits par l'association du gouvernement et du groupe. Ces premiers établissements ont très vite été suivis par des initiatives des villageois les plus aisés, qui

n'hésitent pas à transformer leur maison en hôtel, voire même à construire de nouvelles « maisons hôtels » (photo 62). En 2007, des relevés partiels montrent qu'au moins un tiers du village de *Ping'An* avait été transformé en hôtels, en boutiques, ou bien encore en restaurants destinés à accueillir la nouvelle population touristique.

Les transformations des villages ne s'arrêtent pas à leur architecture, ni même à leurs fonctions et services[484], ces espaces s'étendent également et, surtout, ils font payer leur entrée : pour pénétrer dans le site des rizières en terrasse, il faut ainsi maintenant compter 50 yuans par personne. Cet argent permet d'étendre le village et de proposer de nouveaux services, comme de nombreux et vastes parkings pour les bus de touristes, mais aussi pour les voitures individuelles, de plus en plus nombreuses.

La connivence entre gouvernement et acteurs locaux, clé d'une mise en tourisme réussie

L'exemple de *Longsheng* nous montre d'abord que la périphérie de Guilin est vaste, de nombreux sites et lieux qui sont maintenant directement reliés à la ville par de nouvelles voies rapides. Cet exemple nous montre également que le tourisme est véritablement un outil de développement, de plus en plus utilisé par des espaces ruraux, marginaux, pour attirer des flux de touristes, et donc de capitaux. Cependant, d'importants investissements sont nécessaires pour lancer un site ou un lieu, et des coopérations se nouent entre acteurs locaux et d'importants groupes établis dans le secteur du tourisme. Il faut toutefois noter que comme dans le cas de *Longsheng*, ces derniers sont avant tout des entreprises « d'Etat », ou qui ont des relations importantes avec les autorités municipales et provinciales.

[484] Pour des approfondissements sur le cas particulier du village de Ping'An, voir les travaux de Jenny Chio, (doctorante en Ethnologie à l'Université de Berkeley en Californie), notamment la communication suivante (2006) *Getting bigger all the time : The internal expansion of China*, lors du colloque « Of Asian Origin, rethinking tourisme in contemporary Asia », à Singapour (7-9 septembre 2006).

3- Les projets d'extension de Beihai

L'étude de l'extension de Beihai liée au tourisme nous a précédemment montré que de nombreux échecs avaient ponctué le développement touristique, notamment à cause de l'inconstance des investisseurs. Il en découle que la municipalité de Beihai n'en est pas encore au point d'étendre sa périphérie touristique, mais plutôt au stade de la définition de celle-ci : quelques lieux sont déjà apparus, mais ils sont encore récents et n'attirent aujourd'hui qu'un nombre restreint de touristes. Ce sont ces deux points que nous présenterons ici, avant d'insister sur les projets, actuels et à venir, d'extension de la périphérie touristique de Beihai.

3-1. Une nouvelle plage à Beihai et une périphérie sur le littoral du golfe de Beibu

Le bureau de l'aménagement de la plage d'Argent a bien compris que les touristes intérieurs trouvent le littoral pas assez aménagé (cf. chapitre 3). La municipalité a donc lancé en 2005 un appel à projet pour une nouvelle mise en tourisme de l'ensemble du littoral méridional de la presqu'île[485] ; le projet retenu est américain et sa mise en œuvre dans sa première phase programmée pour 2008. Ce plan devrait permettre à terme d'augmenter le linéaire côtier mis en tourisme, de 2 km actuellement à plus de 15 km à échéance d'une vingtaine d'années (2030). Ce « nouveau » littoral devrait alors se scinder en trois parties : l'est réservé aux administrations et écoles, le centre pour la fonction touristique « publique », et l'ouest fait de villas et de plages privées pour les plus riches[486].

La municipalité de Beihai a ensuite très bien compris que les touristes viennent à Beihai de plus en plus en voiture individuelle. Elle note également que ce type de touriste « reste plus longtemps et dépense plus d'argent » (*zijiache lüyouke douliu shijian chang, xiaofei jine gao*)[487], et c'est pourquoi la ville a commencé (dès la fin des années 1990), à développer une périphérie touristique - pour faire rester plus longtemps les touristes plus mobiles - notamment autour de deux lieux principaux. Le premier est nommé « les milles îles » (*xing dao hu*)[488], paysage fait de collines encerclées de centaines de lacs, l'ensemble ressemblant aux paysages karstiques qui ont fait la réputation de la province. Il semble

[485] Entretien avec le responsable du bureau de l'aménagement de la plage d'Argent, le 29 mai 2007.
[486] La création de cette nouvelle plage est un point important des projets de la municipalité de Beihai et c'est pourquoi nous le soulignons tout d'abord. En revanche, nous ne disposons pas de données précises sur celui-ci et ce premier paragraphe est donc « court ». Enfin, il faudra sûrement attendre quelques années pour voir ce projet « sortir de terre », et donc mesurer son efficacité, par rapport aux précédents échecs qu'a connu Beihai, dans ses politiques de mise en tourisme des différentes parties de la ville en général, de la plage en particulier.
[487] 自驾车旅游客逗留时间长，消费金额高, rapport de la municipalité sur le tourisme à Beihai en 2007.
[488] 星岛湖

cependant que les touristes intérieurs ne viennent pas à Beihai pour ce type de paysage : de 130 000 visiteurs en 1998, ce lieu n'en attire plus que 30 000 en 2006.

Notons d'ailleurs que ce dernier site est situé dans le district de *Hepu*, à une heure de route au nord de Beihai, l'ancien chef-lieu de l'actuelle municipalité de Beihai. *Hepu* essaye donc de miser sur le « paysage » (la « montagne et l'eau »), pour capter un peu des flux de touristes se rendant à Beihai, et retrouver ainsi (en partenariat avec la ville de Beihai), un peu de l'attraction que possédait la ville avant le développement de Beihai avec le tourisme. Les publicités promouvant le lieu vantent ainsi « les lumières du lac, l'aspect de la montagne » (*hu guang shan se*)[489], et un film a été tourné ici au début des années 2000, donnant une certaine « publicité » à la ville.

Au-delà de Beihai, les deux autres municipalités littorales du golfe de Beibu ont également compris, qu'avec le développement du tourisme intérieur chinois, un « temps du littoral » s'amorce au Guangxi et offre d'autres possibilités que les seules et maigres fonctions portuaires auxquelles elles étaient auparavant cantonnées (les ports de *Qinzhou* et de *Fangcheng*[490] représentent chacun environ un trafic de 5 millions de tonnes de matières premières, principalement du gaz et du pétrole présents dans le golfe de Beibu). L'ensemble du littoral du Guangxi est en effet un littoral entièrement ouvert aux investissements étrangers depuis 1985, mais, à l'image de l'Ouest chinois, l'activité économique peine à décoller. Ces deux gouvernements locaux ont donc eu l'idée de développer le tourisme sur leurs littoraux.

Le tourisme dans ces municipalités reste cependant encore numériquement peu important : pendant la semaine d'or d'octobre 2007, 41 200 touristes ont passé une nuit dans la municipalité de *Fangcheng*. Parmi eux, nombreux sont ceux qui se sont rendus dans la nouvelle zone de développement touristique qui abrite la récemment nommée « plage d'or » (*jin tan*)[491], une zone qui espère voir rapidement croître le nombre de ses touristes. La plupart des individus se rendant ici possèdent une voiture et ils peuvent donc également se rendre dans d'autres lieux du littoral. C'est pourquoi les municipalités de *Qinzhou* et de *Fangcheng* se sont mises à pratiquer Internet et à éditer des informations sur leurs « ressources naturelles », dans des sites nouvellement créés. Chose intéressante, les différentes municipalités vendent toutes leurs produits d'une manière similaire : elles mettent en valeur les montagnes. La municipalité de *Fangcheng* se présente par exemple en annonçant que son

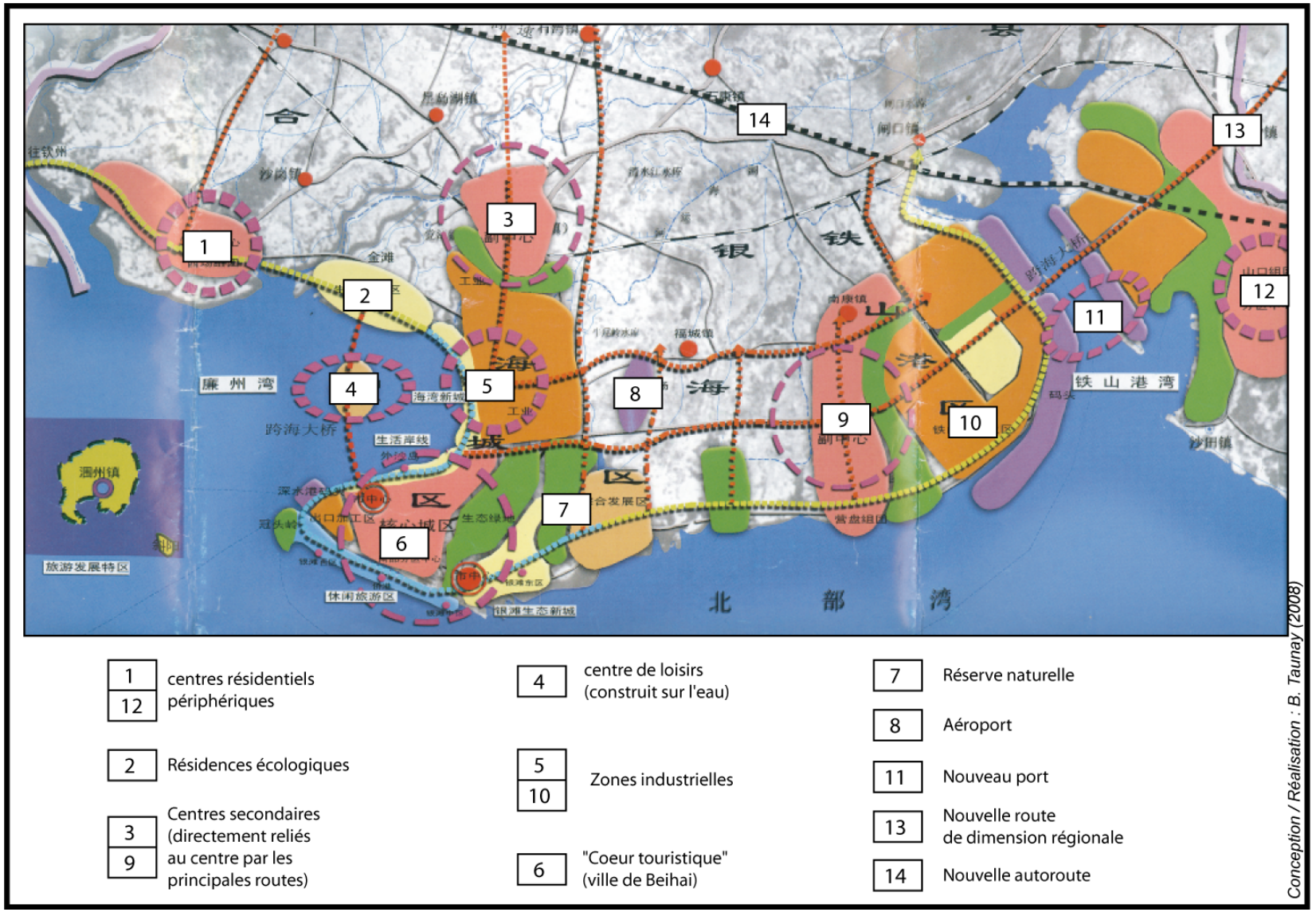
[489] 胡光山色
[490]钦州 et 防城港
[491] 金滩

territoire comporte les trois composantes « rivage, mer, montagne » (*bian, hai, shan*)[492]. Sa voisine *Qinzhou* fait de même, l'objectif étant d'attirer les touristes en soulignant qu'il n'y a pas, contrairement à Beihai, seulement la mer mais aussi des « paysages ». Ces projets sont de toute évidence encore minimes en termes de touristes reçus, mais ils attestent de la part de ces municipalités d'une véritable volonté de se développer et de sortir de la marginalité géographique grâce au tourisme.

Ces projets sont bien moins importants que ceux de Beihai, qui envisage de mettre en tourisme l'ensemble du linéaire côtier de sa municipalité. La municipalité parie en effet sur une mise en tourisme formulée dans le plus récent plan d'aménagement : « une zone, deux golfes » (*yi dai liang wan* ; plan 3)[493]. Autour d'un « cœur touristique » (légende 6), la municipalité entend développer des centres de loisirs (parfois construits sur l'eau, légende 4), mais aussi des résidences écologiques et la définition d'une réserve naturelle (légendes 2 et 7). En fait, la municipalité espère un important développement du tourisme qui permettrait de recevoir des recettes nécessaires à la construction d'une ville plus vaste, comme en témoignent les projets de « centres résidentiels périphériques » (légendes 1 et 12).

[492] 边，海，山 : *Guangxi lüyou pindao* (Site du tourisme au Guangxi), www.okgx.com (visité le 02/08/08).
[493] 一带两湾

Plan 3. Le projet "Une zone, deux golfes"



Source : Municipalité de Beihai, 2007.

3-2. Vers le Sud : l'île de *Weizhou*, le Vietnam et les pays de l'ASEAN

La première véritable réussite effective de développement d'un site, dans la ceinture touristique de Beihai, est la mise en tourisme de l'île de *Weizhou*[494], située à 36 milles nautiques (soit deux heures et demie de bateau depuis le Sud de Beihai). Depuis 2001, la ville de Beihai fait la promotion de ce nouveau lieu touristique, notamment au travers d'une vidéo assez instructive sur les représentations des aménageurs de cet espace : au cours des 21 minutes que durent la vidéo, les descriptions n'ont de cesse de souligner les différentes formes des falaises de cette île volcanique. Comme pour la descente du fleuve Li, les projecteurs sont ici dirigés sur une falaise dont la forme évoque celle du visage d'un vieil homme, sur des personnages que semblent évoquer des cavités dans les falaises, etc. De plus, l'île de *Weizhou* est présentée, dans le guide touristique (2002) qui lui est consacré, comme étant un paysage typiquement chinois fait de montagne et d'eau : la couverture de l'ouvrage propose d'ailleurs dans une lecture verticale une montagne qui surplombe une eau turquoise dont on voit le fond, rappelant un « paysage ».

A en croire le journal de Beihai daté du 08 mai 2006, le tourisme sur l'île de *Weizhou* a atteint des « sommets » (*gaofeng*)[495] pendant la semaine touristique du mois de mai 2006. Du 1er au 7 mai de cette année, 12 000 touristes se sont en effet rendus sur cette île; soit plus de 1500 touristes par jour (plus de 2800 le 3 mai), pour une île d'à peine 25 km² (environ 16 000 habitants). Ces chiffres peuvent paraître dérisoires, mais il est intéressant de souligner que sur l'ensemble de l'année, l'île a reçu plus de 168 000 visiteurs, alors qu'elle n'en avait accueilli que 30 000 en 1998. L'évolution du nombre de touristes se fait donc exactement en sens inverse du site des « mille îles » de *Hepu*, le nombre de touristes ne cessant d'augmenter ici, alors qu'il diminue là.

Un des « attraits » de l'île de *Weizhou* est qu'elle comporte en son sein une base de plongée. Inconnue des étrangers, cette base est uniquement fréquentée par des touristes chinois, jeunes et aisés à en croire le prix de l'heure de plongée (environ 200 yuans). Des Chinois qui doivent avoir une certaine expérience touristique pour connaître ce genre de pratiques, à l'image de la « jeunesse dorée » de Shanghai. Mais la plongée n'est pas la seule activité « nouvelle » pour les Chinois. « Regarder la cime de la mer » (*guan hai feng*)[496], depuis le sommet d'un des monts de cette petite île, est également une pratique qui se

[494]涠洲
[495]高峰
[496]观海峰

développe, surtout le matin au lever du soleil. « Regarder le lever du soleil » (*guan ri chu*)[497], n'est pas chose nouvelle pour les touristes chinois, comme le prouve l'exemple de la montagne Tai Shan (cf. chapitre 2), où de nombreux touristes se lèvent tôt pour observer ce phénomène et avoir la sensation de « tenir le soleil dans la main ».

Observer le lever du soleil implique cependant de passer une nuit sur l'île : les bateaux arrivent vers 11 heures le matin, pour repartir au plus tard aux alentours de 17 heures. Cet espace longtemps oublié, composé de 56 villages, connaît ainsi une multiplication des nouveaux hôtels. Pendant les semaines touristiques, ceux-ci sont tous pleins, et trouver d'autres modes de logement devient donc nécessaire. A l'image de la population jeune qui passe la nuit sur l'île, un camping (*luying*)[498] a été ouvert, et une petite pension l'a également été. Fruits d'initiatives privées, elles témoignent du développement significatif que connaît actuellement le tourisme sur le littoral et dans ses « périphéries ».

Beihai voudrait enfin pérenniser sa situation naissante de centre touristique principal du littoral du golfe de Beibu. Pour cela elle veut mettre en place un système de visa touristique commun aux pays de l'ASEAN (le Guangxi, notamment la ville de Nanning, est un des lieux de réunions de cette organisation), prolongeant le développement actuel des croisières pour le Vietnam : à partir de Beihai, et pour un séjour de trois jours ou moins, une seule carte d'identité est nécessaire pour une croisière sur la baie d'Along et une excursion au Vietnam[499].

Ceci nous montre donc que le tourisme est en train de se diffuser à une échelle régionale, le Vietnam étant très proche par voie maritime de la ville de Beihai.

[497]观日出
[498]露营
[499] Ces croisières montrent ainsi un net réchauffement des relations avec le voisin vietnamien.

Conclusion du chapitre. L'espace chinois propose t-il de nouvelles trajectoires urbaines liées au tourisme ?

Nous sommes, à l'issue de ce développement, en présence d'un fait établi : le tourisme en général, le tourisme intérieur en particulier depuis environ 10 ans, constitue un outil de développement. Les villes de Guilin et Beihai se sont transformées et étendues, leurs périphéries touristiques ont à leur tour connu de profondes transformations (Guilin particulièrement). Le développement du tourisme a permis à ces villes de devenir des enclaves urbaines développées au sein d'espaces encore en majorité ruraux, pauvres et souvent en situation de marge.

L'utilisation du tourisme comme outil de développement n'est cependant pas propre à l'espace chinois, de nombreux pays ou régions dans le monde le font dans l'optique d'en tirer d'abondantes recettes. Ces précieux revenus sont alors réinjectés dans des projets d'investissements plus vastes contribuant entre autres à l'amélioration des espaces urbains. A l'échelle de la Chine, cette thématique gagnerait toutefois à être réévaluée à partir d'autres espaces sélectionnés sur le territoire. Ces mêmes phénomènes peuvent-ils être constatés par exemple dans les villes de taille similaire de l'Est du pays ? Les municipalités ont-elles également développé des zones franches dédiées aux investisseurs étrangers ? Le tourisme a-t-il eu la même fonction de développement dans des espaces mois reculés et directement reliés à la mondialisation ? Quelles ont été et quelles sont les stratégies de développement liées au tourisme ?

Sur le plan de la connaissance des relations entre le tourisme et les trajectoires urbaines, l'exemple de Guilin est intéressant : il montre que les aménageurs d'une ville touristifiée souhaitent aujourd'hui élargir ses fonctions et domaines de compétence pour « sortir » du tourisme, ou du moins pour que cette activité ne soit « plus » qu'une activité au milieu d'autres. Guilin « souhaite » donc passer du statut de « ville touristifiée » à celui de ville à fonction touristique, une forme urbaine à l'honneur dans les plus grands espaces urbains. D'une manière générale, il serait opportun de vérifier si l'espace chinois recèle, à ce jour, de cas susceptibles d'approfondir les typologies existantes sur le tourisme.

Chapitre 9. La diffusion spatiale du tourisme intérieur à l'échelle régionale

« *Ici, les lumières des lacs et les couleurs des montagnes transformeront vos désirs de devenir un homme nouveau en réalité* »[500].
(Document promouvant les chutes de *Detian*).

Le tourisme intérieur se diffuse actuellement dans des lieux moins connus que ceux qui firent jusqu'à présent l'objet de notre étude. Ce constat, déjà formulé à plusieurs reprises à l'échelle du Guangxi, nécessite d'autres précisions à ce niveau de l'analyse. La diffusion du tourisme intérieur est une démonstration probante de son caractère indispensable au développement : sans tourisme, la Chine du Sud-Ouest n'aurait pas connu l'essor qu'elle connait.

Outil de prédilection du gouvernement chinois remodelant des lieux comme Beihai et surtout Guilin depuis plusieurs décennies, les infrastructures et services que déploient ces villes aujourd'hui dépassent de façon considérable ceux des villes de même taille n'ayant pas bénéficié du même investissement. Dans cette perspective, nous n'avons cependant pas encore montré pourquoi et comment d'autres transformations ont actuellement lieu dans des sites localisés au sein de municipalités plus isolées. Y a-t-il dans ces lieux de nouvelles stratégies qui se font jour ? Est-ce seulement le rôle de l'Etat qui « commande » ici au développement du tourisme intérieur ?

Pour bien comprendre ce phénomène de diffusion du tourisme intérieur, il nous faut partir de lieux qui sont pour l'instant restés en filigrane au cours de nos précédents développements. Le village de Yangshuo, par exemple, faisait initialement partie de la première périphérie historique de la ville de Guilin. Alors que les circuits touristiques à l'origine ne traversaient que le village, Yangshuo est aujourd'hui devenu un village à part entière dans la ceinture touristique de Guilin (cf. chapitre 5). De nouveaux sites touristiques ont même été ouverts autour du village depuis le début des années 2000 (cf. chapitre 3), ce qui

[500] 这里的湖光山色能够帮助你完成一个脱胎换骨的愿望

nous laisse supposer que Yangshuo est probablement au cœur d'un nouvel espace touristique dont il deviendra d'ici peu le centre.

Cet exemple édifiant sera évoqué en tête du chapitre avec une série de questionnements qu'il suscite. Quelles ont été les transformations spatiales depuis l'arrivée du tourisme ? Y a-t-il eu, comme à Beihai, un changement de commandement territorial ? Le village de Yangshuo polarise t-il une nouvelle « périphérie touristique secondaire » ? Autant de questions qui formeront un cadre de référence destiné à comprendre la diffusion actuelle du tourisme intérieur vers des localités plus éloignées. Des lieux parfois profondément isolés et qui misent sur le tourisme pour sortir d'une situation de marge.

Le deuxième temps de ce chapitre insistera ainsi sur les logiques de diffusion du tourisme intérieur à l'échelle du Guangxi, en apportant des éclairages sur des lieux mis en valeur par l'Etat ; mais aussi sur des lieux qui essayent seuls, de leur propre chef, de « s'en sortir ». L'ensemble des logiques analysées sera alors mise à profit pour la compréhension du développement actuel d'un autre lieu de la province voisine du Guizhou. Situé à une centaine de kilomètres au sud-ouest de Guiyang, le chef-lieu de la province, *Huangguoshu* était déjà sur la liste, constituée en 1982, des *Mingsheng* devant être transformés en « zone d'intérêt paysager et historique d'importance nationale ». Pourtant, aucun développement touristique n'a eu lieu avant le début des années 2000. Comment expliquer que le tourisme intérieur se diffuse actuellement jusque dans cette partie de la province la plus pauvre du pays ?

1. Yangshuo, une ancienne périphérie au cœur de nouvelles dynamiques touristiques

1-1. Une ancienne périphérie de Guilin

1-2. Yangshuo au cœur d'une nouvelle périphérie

2. De nouvelles périphéries apparaissent

2-1. Le tourisme intérieur se diffuse dans le Guangxi

2-2. Au Guizhou, *Huangguoshu* se transforme

1. Yangshuo, une ancienne périphérie au cœur de nouvelles dynamiques touristiques

L'analyse du tourisme en général, du tourisme intérieur en particulier, dans la municipalité de Guilin, ne saurait oublier le village de Yangshuo : après Guilin, c'est le deuxième plus important lieu touristique, en nombre de visiteurs reçus, mais aussi en terme de renommée. Une expression littéraire dit en effet que la perle du paysage de Guilin se situe à Yangshuo[501], et le village est connu depuis plusieurs centaines d'années en Chine. Pourtant, ce sont des touristes étrangers qui ont d'abord lancé la véritable mise en tourisme de l'endroit, donnant lieu à des transformations qui ont ensuite été approfondies par des acteurs chinois. Quelles sont donc d'abord les étapes de la mise en tourisme de Yangshuo ? Quelles en sont ensuite les conséquences en terme de diffusion spatiale du tourisme intérieur ?

1-1. Une ancienne périphérie de Guilin

Ce premier développement montre la mise en tourisme du village de Yangshuo, comment cet espace s'est développé grâce au tourisme (relayé ici par différents acteurs successifs), ainsi que les raisons qui ont permis au village de s'affranchir de la tutelle de Guilin.

1-1-1. Des étrangers dans le plus beau paysage de Guilin

Le village de Yangshuo, situé à 65 kilomètres au sud de la ville de Guilin, comportait 38 000 habitants en 2003 (Atlas du Guangxi, 2004). C'est aujourd'hui le chef-lieu du canton éponyme et c'est donc le principal espace « urbain » à cette échelle administrative. Fondé en 590 de notre ère, c'est un espace rural très connu pour ses paysages en Chine. C'est également le premier canton du pays à avoir été ouvert au tourisme international, après que Deng Xiaoping s'y soit rendu en 1973 (cf. chapitre 3).

Pourtant, jusqu'au début des années 1990, le village est encore peu développé pour le tourisme, notamment à cause de relations compliquées avec le gouvernement de Guilin, ce dernier ayant entravé le développement de Yangshuo. Si bien qu'en 1991, Yangshuo reste un « *simple fournisseur d'attractions touristiques pour la ville de Guilin* » (Xu, 1999 ; p. 69)[502]. D'après des données de 1991, Xu Gang (1999), dénombre en effet seulement quatre hôtels à

[501] « *Le plus beau paysage sous le ciel est à Guilin, le plus beau paysage de Guilin est à Yangshuo* » (桂林山水甲天下，阳朔山水甲桂林).
[502] « *Yangshuo county remains merely a supplier of tourist attractions for the city Guilin* ».

Yangshuo à cette date. Encore sont-ils tous de faible niveau et surtout ils ne représentent que 280 chambres (Xu, 1999). Les pratiques touristiques ici sont également très réduites : « l*es activités touristiques à Yangshuo sont très peu nombreuses. Après une heure de visite et de shopping dans et autour du village, la plupart des visiteurs repartent vers Guilin en bus* » (Xu, 1999; p.69)[503].

Le village de Yangshuo retient pourtant l'attention des touristes étrangers depuis les années 1980. Quelques uns d'entre eux se sont ainsi installés sur place dès 1983-1984 et les hôtels cités ci-dessus sont de leur fait. Le gouvernement a assermenté la construction de ces établissements, qui peuvent alors recevoir d'autres touristes étrangers. Ces hôtels ne se trouvent cependant pas n'importe où dans le village : ils se situent dans la rue nouvellement rebaptisée la « rue de l'Ouest » (*xi jie*)[504] ; sous-entendu, la rue des « étrangers » (venus de l'Ouest).

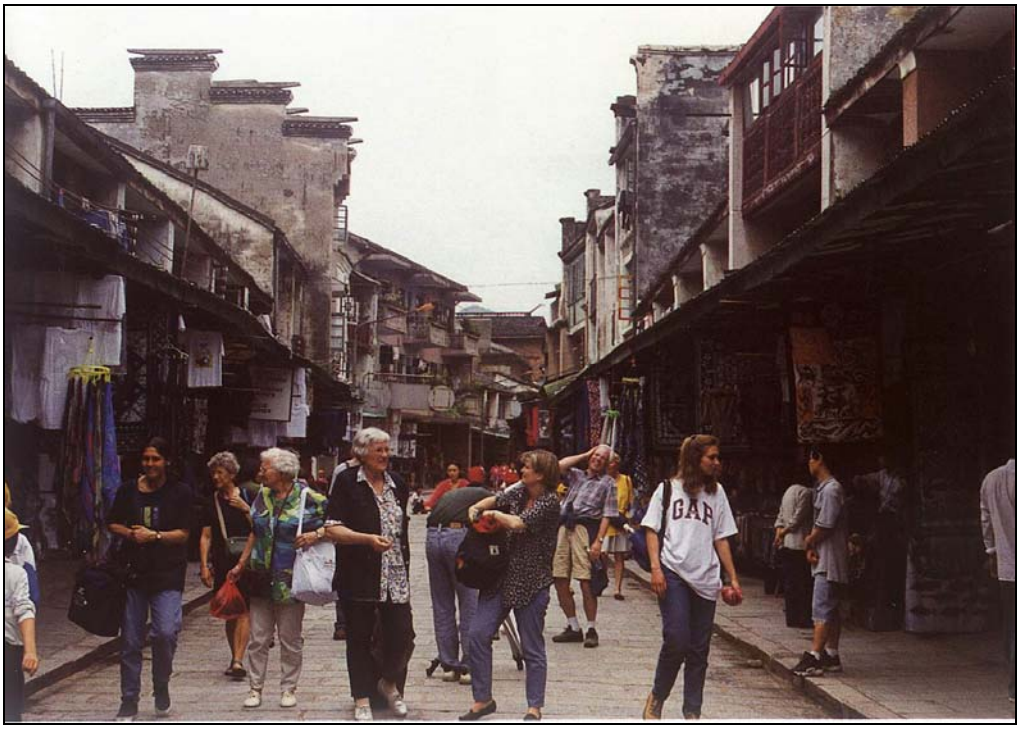
Au sein de cette rue, les étrangers ont bâtis de nombreuses boutiques de souvenirs, d'artisanat local, et de différents objets destinés aux touristes de passage. Ainsi, « *depuis le milieu des années 1980, cette rue a développé la plus importante zone commerciale de la ville toute entière. La plus importante manifestation du tourisme dans cette ville est un grand nombre de boutiques de souvenirs privées ainsi que des restaurants des deux côtés de la rue. Les boutiques touristiques offrent une grande variété de souvenirs comme des peintures, des antiquités, des broderies, des sculptures de pierre et de bois, etc. Selon l'enquête de terrain de l'auteur, 95 % des marchandises à Yangshuo proviennent d'autres régions du pays* » (Ibid. ; p. 69)[505].

Ce sont donc des « étrangers » qui sont à l'origine de la mise en tourisme de Yangshuo, pourtant considéré comme la perle des paysages en Chine. Ce sont également les touristes étrangers qui constituent la seule véritable population « touristique » dans le village au début des années 1990, (qui passe plus d'une nuit dans un but récréatif) : « *la deuxième partie des activités touristiques à Yangshuo est générée par les touristes individuels. Selon les informations du bureau de tourisme de Yangshuo, dans les récentes années 15 000 à 25 000 touristes individuels ont visité ce lieu par an. La plupart des touristes individuels sont des*

[503] « *Tourist activities in Yangshuo are very short. After one hour sightseeing and souvenir shopping in and around the town, most of the visitors return to Guilin by tourist buses* ».
[504] 西街
[505] « *Since the mid-1980s, this street has developed into the busiest business area of the whole town. The major manifestation of tourism in this town is a large number of private souvenir shops and restaurants along both sides of the street. Tourist shops provide a wide variety of souvenirs such as paintings, antique articles, embroidery, stone and bamboo carvings, etc. According to author's field survey, 95% of the souvenir goods which appeared in Yangshuo came from other parts of the country* ».

étrangers, spécialement des jeunes. En 1991, les touristes étrangers ont comptés pour 94% de la fréquentation hôtelière, et la moyenne de leur séjour était de 3 jours. La plupart des sites favoris sont les espaces ruraux avec des paysages karstiques « intacts » dans la partie ouest du canton » (Ibid. ; p. 69)[506].

Photo 63. La rue de l'Ouest avant les transformations (1995)



Ce cliché montre la rue de l'Ouest au milieu des années 1990. On remarque tout d'bord que la population touristique est alors exclusivement internationale, occidentale même. De chaque côté de la rue, de nombreuses boutiques ont été installées au rez-de-chaussée des anciennes maisons. Ces constructions datent pour certaines de la période impériale, d'autres sont plus récentes (années 1960-1970), comme en témoignent le contraste entre les bâtiments au premier plan et à l'arrière-plan. Notons que la rue a été construite en 1674 et qu'elle fait aujourd'hui plus d'un kilomètre de long.

Source : Bureau des annales de Yangshuo.

1-1-2. La transformation du village

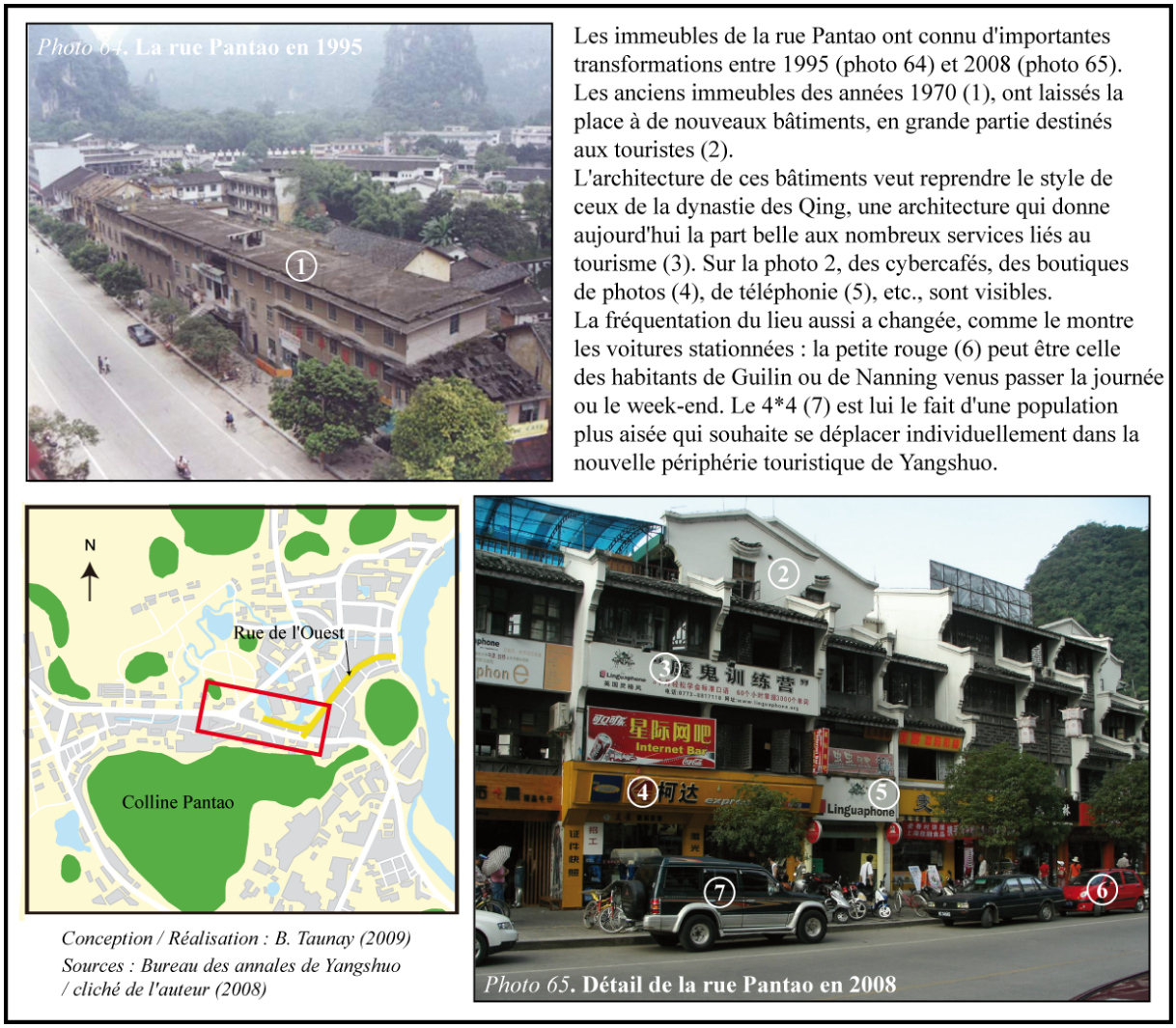
Bien que les autorités de Guilin ne souhaitent pas le développement de Yangshuo, les touristes étrangers sont ici de plus en plus nombreux chaque année. Le nombre de touristes chinois augmente lui aussi à partir des années 1990, notamment grâce aux voyages des unités de travail qui investissent Yangshuo chaque week-end. Pour ces touristes, des hôtels ont été

[506] « *The second part of tourist activities in Yangshuo are generated by individual tourists. According to the information from Tourism Bureau of Yangshuo, in recent years 15,000 to 25,000 individual tourists visited this place per annum. Most individual tourist are foreigners, especially young people. In 1991, foreign tourists made up 94% of all hotel arrivals in Yangshuo, and their average stay was 3 days. Most favored sightseeing places are the rural areas with nearly "untouched" karst landscape in the western part of the county* ».

construits par le gouvernement, car, jusqu'en 2000, les touristes internationaux et chinois ne pouvaient pas loger dans les mêmes hôtels.

Le développement des semaines d'or et la fin de la distinction entre les hôtels donne l'impulsion nécessaire pour faire de Yangshuo un véritable lieu touristique, cette fois-ci pour la population intérieure. Le gouvernement de Guilin reprend donc la main et lance des travaux de restauration. Il y a ainsi un renversement de stratégie depuis Guilin : il faut maintenant développer Yangshuo pour le tourisme intérieur, afin d'en faire le principal centre de la périphérie touristique de la ville. Ceci diffère donc fondamentalement des années 1980 et 1990, où presque toutes les initiatives se concentraient dans la ville de Guilin.

Planche 18. La transformation de la rue *Pantao* (1995-2008)



Source : Bureau des annales de Yangshuo et cliché de l'auteur.

De manière générale, le gouvernement souhaite faire de Yangshuo un nouvel espace pour le commerce et le shopping. Le village doit aussi devenir un centre de services touristiques. C'est par exemple le cas de la rue *Pantao*, qui ne ressemble aujourd'hui en rien au visage qu'elle présentait au milieu des années 1990 (planche 18). Les services sont en effet aujourd'hui disproportionnés par rapport à la taille du village (réservations de billets d'avion, nombreuses banques, etc.). C'est également le cas de la rue de l'Ouest, qui à partir de 2001 est « modernisée » selon les souhaits du gouvernement. Les façades sont ainsi illuminées pour que la soirée soit aussi un temps propice au shopping, des bâtiments sont reconstruits dans un style qui se veut vernaculaire, mais qui ne l'est pas, et, surtout, la rue de l'Ouest est étendue. Ce nouveau tronçon (d'ailleurs nommé la « nouvelle rue de l'Ouest »), a pour objectif de relier la gare routière à « l'ancienne » rue de l'Ouest.

Le village est également étendu et pour cela, des axes routiers sont d'abord élargis. La rue *Pantao* en est le premier exemple, et elle est complétée par la rue Diecai, nouvelle artère parallèle à la rue de l'Ouest. Autour de ces deux rues, le village peut donc grossir avec de nouvelles constructions, qui viennent se loger entre les anciens bâtiments les plus périphériques du village et les rues élargies. L'immeuble abritant le gouvernement est ainsi déplacé vers le nord, afin de laisser plus de place à l'activité touristique.

1-1-3. Le changement de commandement territorial

Alors que le village se transforme, les services liés au tourisme deviennent de plus en plus nombreux. Ils sont même en 2003 plus abondants que dans le village de *Xingping*[507], pourtant le chef-lieu du Canton. Ce dernier est à cette époque nommé à partir du dit village, mais le développement de Yangshuo fait que *Xingping* « perd » sa place de chef-lieu, au profit de Yangshuo cette même année. Comme dans le cas du binôme Beihai/*Hepu* (cf. chapitre précédent), il y a donc un changement de commandement territorial qui s'est produit à Yangshuo[508].

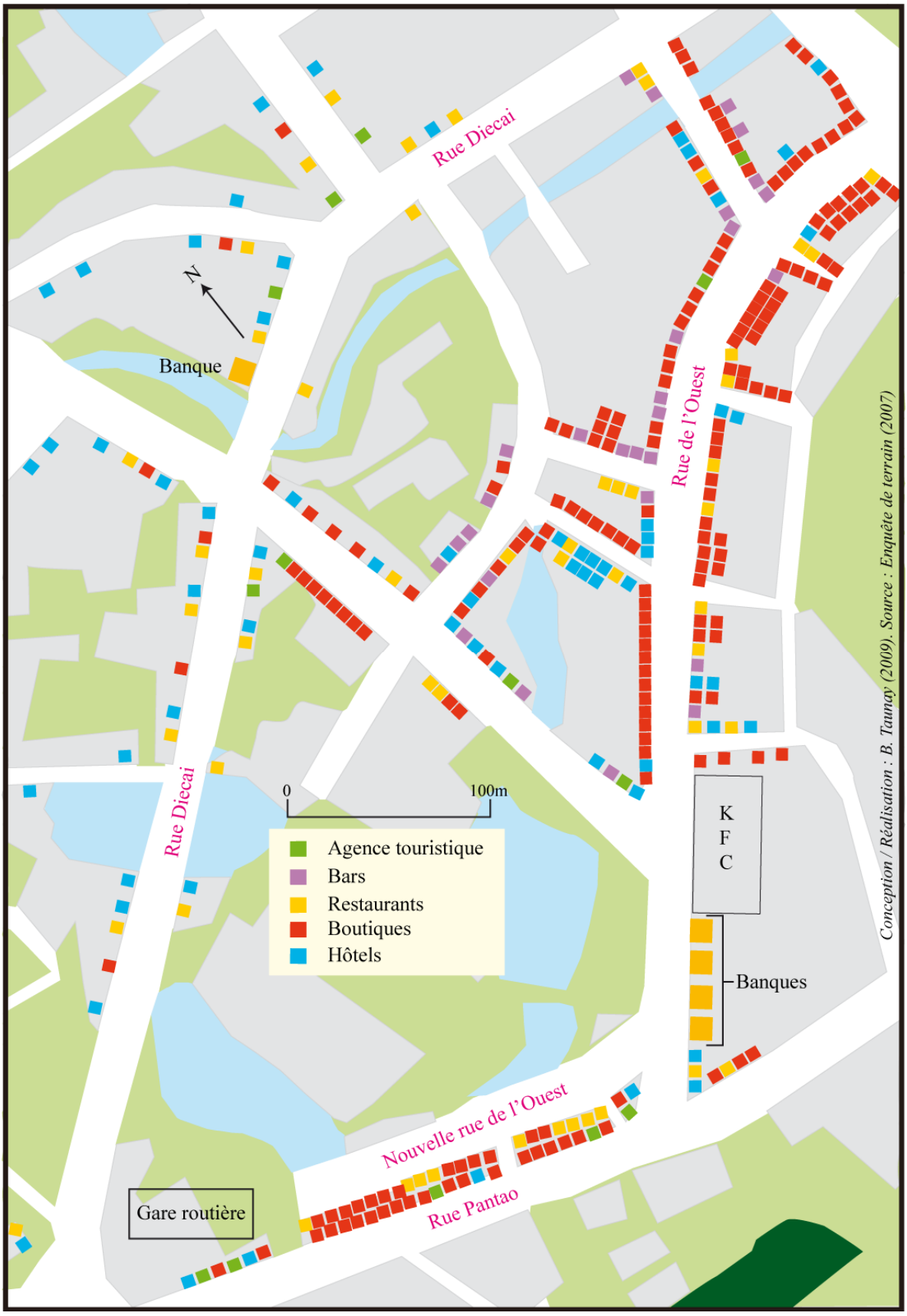
Grâce à l'utilisation du tourisme intérieur, ces lieux polarisent aujourd'hui le développement des espaces alentours. Yangshuo ne fait pas exception à la règle : les services que ce village « presque urbain » abritent sont très nombreux (carte 33)[509].

[507] 兴坪

[508] Ce phénomène est remarquable car c'est la deuxième fois que nous le rencontrons en travaillant pourtant sur un ensemble réduit d'exemples.

[509] Yangshuo devient ainsi de plus en plus « attractif ». Par exemple, le centre de recherche sur le tourisme, anciennement situé dans la ville de Guilin, se localise maintenant sur la route qui mène à Yangshuo.

Carte 33. Le tourisme dans le centre de Yangshuo



Source : Enquête de terrain, 2007.

A l'examen de cette carte, on se rend compte que la rue de l'Ouest est presque « saturée » de boutiques d'abord, de bars et de restaurants ensuite. C'est dans cette partie de Yangshuo que le foncier est le plus cher[510], ce qui explique que les agences touristiques se retrouvent « repoussées » aux extrémités de la rue, à la gare routière et dans des rues moins chères comme la rue de Diecai. Cette dernière artère est d'ailleurs intéressante : parallèle à la rue de l'Ouest, elle accueille moins de boutiques que celle-ci. En revanche, nombreux sont ici les hôtels, et ceux-ci sont avant tout fréquentés par une clientèle chinoise. Il y a donc une différence de fréquentation entre la rue de l'Ouest (où logent principalement les touristes internationaux), et la rue Diecai, qui accueille majoritairement des touristes intérieurs.

L'aire touristique de Yangshuo d'est donc étendue, c'est une extension récente, et surtout destinée au tourisme intérieur : ce dernier phénomène a numériquement pris le dessus sur le tourisme international depuis la fin des années 1990 et surtout le début des années 2000. Le village de Yangshuo a ainsi accueilli 1,2 millions de touristes intérieurs en 2007 (sans compter tous les visiteurs qui ne font que passer la journée ici).

1-2. Yangshuo au cœur d'une nouvelle périphérie

Nombreux sont aujourd'hui les touristes intérieurs qui se rendent par leur propres moyens à Yangshuo, et également nombreux sont ceux qui décident de passer la nuit dans un des villages entourant le village. Le tourisme s'est donc diffusé aux environs de Yangshuo.

1-2-1. D'un village à une petite ville

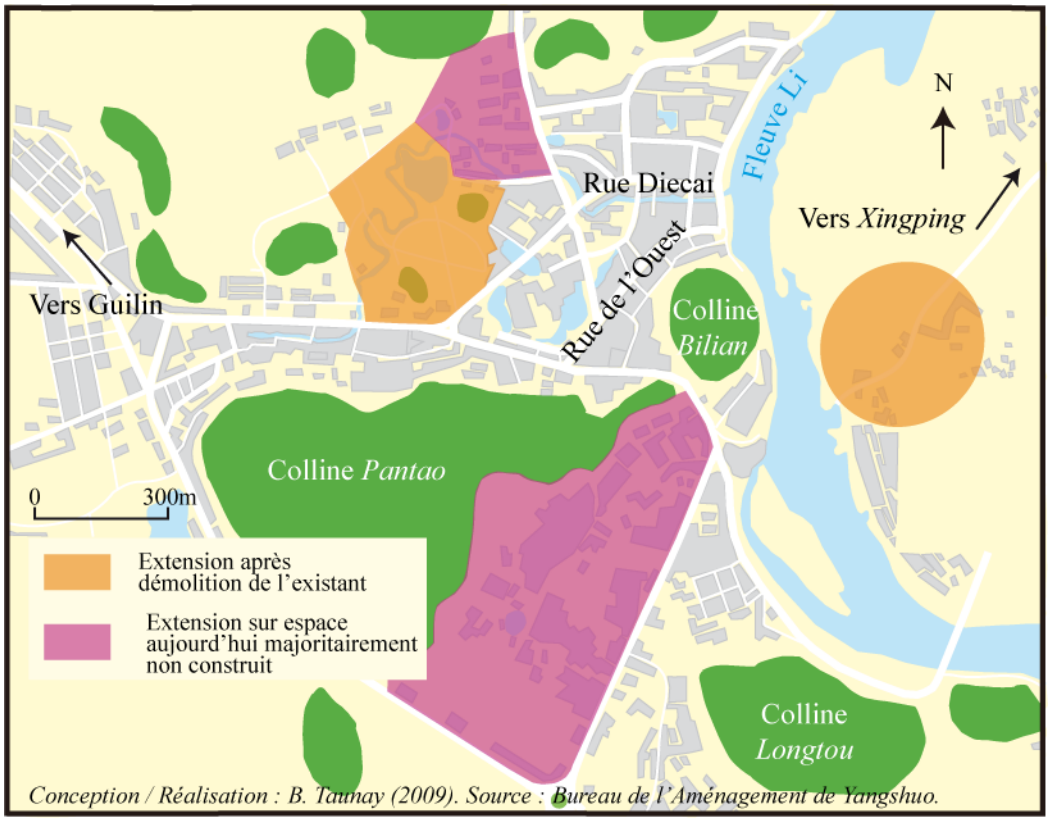
Avec l'augmentation du nombre de touristes intérieurs, de nouveaux hôtels ont été construits, en particulier dans le quartier de Diecai (ce dernier a en partie été bâti avec des capitaux d'investisseurs pékinois). C'est pourquoi, sur cette rue, ainsi qu'en arrière de celle-ci, fleurissent de nombreux et luxueux magasins pour ces touristes : lors de notre dernier passage à Yangshuo (2008), de nouvelles constructions voyaient encore le jour dans ce quartier et, à terme, l'extension urbaine pourrait être importante (carte 34).

Le village se transforme et prend de plus en plus les traits d'une petite ville qui polarise le canton de Yangshuo. L'influence de Yangshuo va même plus loin : une autoroute relie maintenant la ville de *Wuzhou*, dans l'Est du Guangxi, à la petite ville de Yangshuo. Grâce à ce nouveau tronçon (achevé en 2007), les habitants de la riche province voisine du

[510] Aux environs de 300 000 *yuans* par an pour un bâtiment dont le rez-de-chaussée mesure 50m², et le premier étage 60m² (pour ceux qui veulent associer bar et hôtel par exemple).

Guangdong peuvent se rendre en quelques heures à Yangshuo (une autoroute relie *Wuzhou* à Canton, ainsi que d'autres principales villes du Guangdong). Ceux qui ont donc une voiture, et les moyens financiers, peuvent donc maintenant plus facilement venir ici passer un week-end.

Carte 34. L'extension actuelle et à venir de Yangshuo



Source : Bureau de l'aménagement de Yangshuo (2008).

La municipalité de Guilin et le gouvernement local de Guilin travaillent donc maintenant ensemble pour faire grandir la ville (carte 34). Tout d'abord, pour consolider l'existant, « l'hyper-centre » (l'espace entre la rue de l'Ouest et la rue Diecai), devrait être presque entièrement rénové. Ensuite, dans les plus récents projets de développement, deux types d'extensions sont visibles. La première est la construction sur des terrains vierges ou presque d'habitations. Ces zones se situent alors au nord-ouest de Yangshuo, mais aussi à l'est, sur la rive gauche du fleuve Li. Dans cette dernière zone, l'objectif est de bâtir un nouveau quartier qui engloberait les quelques luxueux hôtels déjà construits ici. Le projet est également de construire un quartier sur la route du village de *Xingping*, d'où les touristes peuvent admirer le paysage reproduit sur le billet de 20 yuans (cf. chapitre 2).

Quant au deuxième type d'extension, il correspond à la construction de nouveaux bâtiments après destruction de l'existant. Ces zones se situent alors d'abord au nord de la rue de Diecai, là où les hôtels pour touristes intérieurs deviennent de plus en plus nombreux depuis le début des années 2000. La deuxième est elle située au sud de la colline *Pantao*, là où se situent actuellement le quartier le plus populaire (où vivent notamment les derniers travailleurs migrants arrivés à Yangshuo). Ce nouveau quartier (le plus vaste de tous ceux planifiés), est situé au bord de la route qui mène aux principaux sites hors de la ville de Yangshuo.

1-2-2. De nouvelles pratiques et de nouveaux lieux

Les nouvelles constructions, et l'extension de la ville de Yangshuo, attisent de plus en plus une forte spéculation sur le prix du foncier. Les prix de revente des boutiques, des restaurants, voire des hôtels, s'envolent, et il y a une évolution des acteurs du tourisme à Yangshuo : alors que les premiers tenanciers d'hôtels et de restaurants étaient étrangers, de plus en plus d'acteurs chinois rachètent petit à petit les boutiques et autres établissements de la rue de l'Ouest. Yangshuo devient ainsi un lieu pour le tourisme intérieur, tenu par des acteurs chinois.

Ces derniers adaptent la ville aux attentes de la clientèle intérieure. Tout d'abord, des nouvelles résidences sont construites aux abords de la ville. Les touristes peuvent y louer un appartement pour quelques jours, voire une semaine, ce qui dénote un important changement dans les manières de pratiquer le tourisme. Certains touristes intérieurs ne descendent en effet plus forcément à l'hôtel, surtout s'ils disposent d'une voiture personnelle, ce qui les affranchit de se loger dans un endroit desservi par de nombreux moyens de transport. Des micro-enclaves urbaines apparaissent ainsi dans l'espace rural qui jouxte la ville de Yangshuo.

Il existe également un autre point intéressant, c'est l'apparition d'hôtels « complètement » à la campagne. Ces nouveaux établissements, dont le nombre n'arrête pas d'augmenter (photo 66), sont une forme de « *guest-house* ». Ils sont principalement situés le long du parcours des vélos qui était une des premières pratiques touristiques des Occidentaux, dès les années 1980 déjà[511]. Ce parcours longe la rivière *Yulong* (un affluent du fleuve Li), et permet de se « plonger » dans les paysages karstiques qui entourent Yangshuo.

[511] L'ancien président Jimmy Carter, lors de son passage à Yangshuo en 1987, a par exemple également parcouru à vélo les quelques kilomètres de ce circuit (comme en atteste les nombreuses photos sur les dépliants et publicités vantant la renommée de la ville).

Photo 66. De nouvelles possibilités de se loger autour de Yangshuo

Ce type de publicité est de plus en plus fréquent aux alentours de Yangshuo. Tout d'abord parce que ces nouveaux hôtels situés dans la périphérie immédiate de la ville sont de plus en plus nombreux (de nombreuses constructions sont en cours à proximité du circuit pour cyclistes, le long de la rivière *Yulong*). Comme le montre ce cliché, l'intérieur de ces « guest-house » est très confortable, ce qui veut dire que pour les touristes intérieurs qui séjournent ici, le confort est aussi important que la vue sur la rivière. Ces nouveaux hôtels sont enfin des lieux fermés, pour donner l'impression de l'isolat, comme un privilège réservé à certains. Les prix des chambres sont en effet ici bien plus élevés qu'en ville.

Cliché de l'auteur, 2008.

Les touristes qui logent dans ces nouveaux hôtels choisissent de plus en plus d'aller à la découverte d'autres sites et lieux touristiques plus loin dans le Canton de Yangshuo. C'est pourquoi un grand nombre de villages a été partiellement mis en tourisme. Les petites agglomérations (*Zhen*)[512], comme celles de *Fuli*, *Yangdi* ou *Baisha*, toutes situées dans un rayon de 20 kilomètres autour de Yangshuo, essayent ainsi d'attirer des touristes. Les acteurs locaux mettent alors en avant leur patrimoine bâti, qui ressemble au village de Yangshuo d'autrefois (avant les transformations). Ces acteurs se rapprochent aussi de Yangshuo, qui en tant que chef-lieu de Canton, polarise maintenant un certain nombre de décisions relatives au tourisme (mise en valeur de certaines agglomérations en les insérant dans les nouveaux plans de développement touristique notamment). A ce stade, on peut donc affirmer que Yangshuo est aujourd'hui, après avoir été le principal lieu de la périphérie de Guilin, le centre d'une « périphérie touristique secondaire ».

[512] 镇

2- De nouvelles périphéries touristiques apparaissent (Guangxi / Guizhou)

Le tourisme se diffuse aujourd'hui vers d'autres localités, situées hors de la municipalité de Guilin. C'est bien évidemment le cas à Beihai, mais c'est également vrai dans des endroits que nous n'aurions, a priori, pas cru être concernés par cette évolution. A l'échelle du Guangxi tout d'abord, quelles sont donc les logiques de diffusion du tourisme intérieur ? Quels sont les lieux qui ont récemment été mis en tourisme et qui sont les acteurs de cette diffusion ? Quels sont enfin les enjeux et les effets géographiques de cette diffusion ? Ces questions se posent aussi dans la province voisine du Guizhou, notamment dans le cas de *Huangguoshu*, un ancien *Mingsheng* qui a tardé à se développer.

2-1- Le tourisme intérieur se diffuse dans le Guangxi

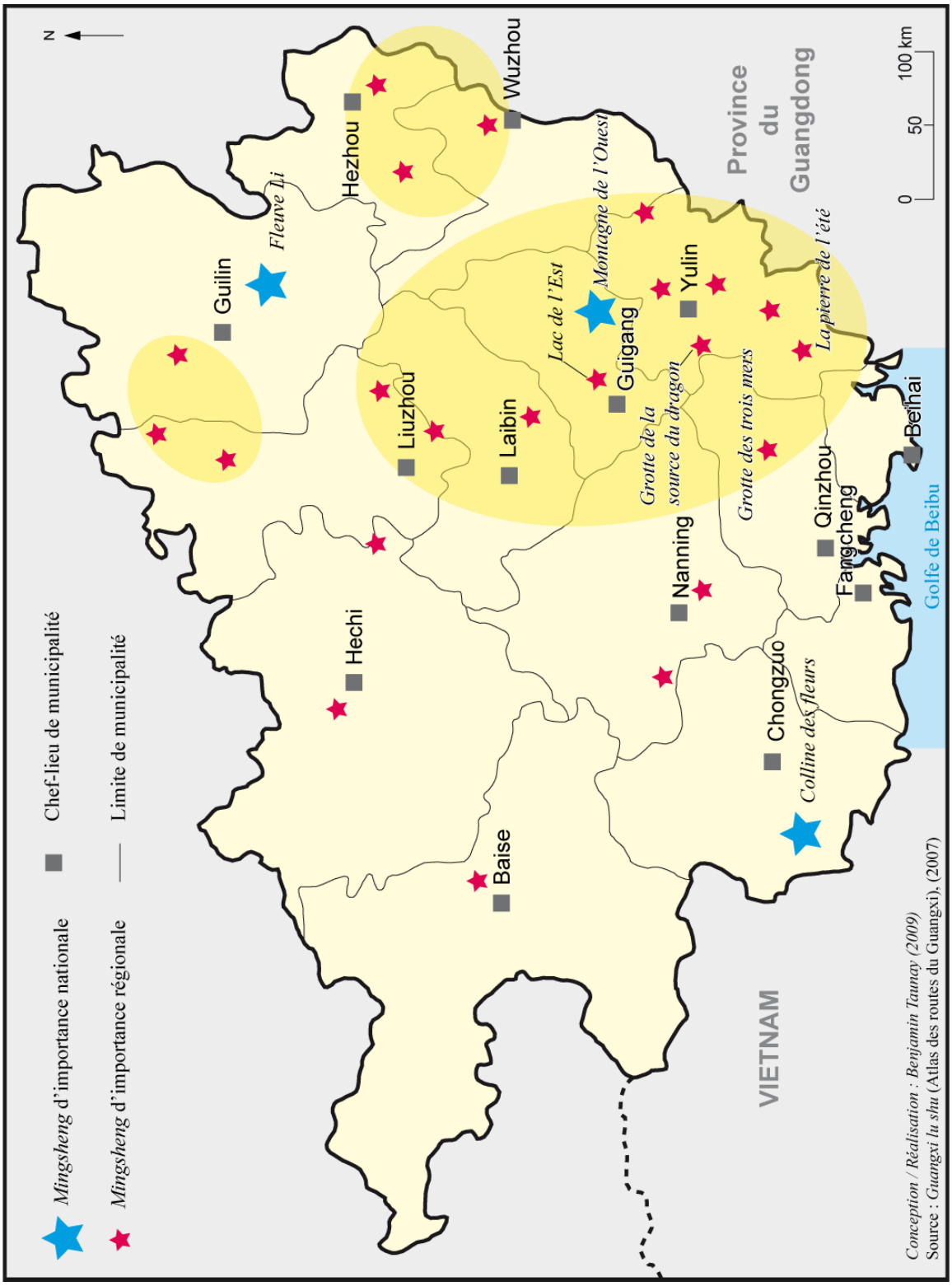
Le tourisme à Beihai avait été planifié par l'Etat dès la fin des années 1980 afin de permettre le développement d'un littoral pauvre et marginal. Où se diffuse maintenant cette logique d'utilisation du tourisme intérieur comme outil de développement à l'échelle du Guangxi ?

2-1-1. Les Mingsheng d'importance régionale sont en plein essor

Au chapitre 5, nous avions pu constater la volonté de l'Etat de planifier de nouveaux sites et lieux touristiques, notamment à travers l'apparition de nouvelles localités dans des guides touristiques édités par le gouvernement. Nous avions alors pu établir une carte de ces nouveaux sites, très « officiels ». Un autre document présente les logiques de ceux-ci : la carte des « *zones d'intérêt paysager et historique d'importance régionale* » (*Zhongdian shengji fengjing mingsheng qu*[513] ; carte 35). Alors que les zones d'importance nationale ne sont que trois au Guangxi, on dénombre pas moins de 23 zones d'importance régionale à la même échelle. Ces dernières sont majoritairement situées dans l'est de la région du Guangxi, notamment dans une bande courant du sud de la municipalité de *Liuzhou* jusqu'au sud de la municipalité de *Yulin*. C'est d'ailleurs cette dernière municipalité qui regroupe le plus de « *Mingsheng* régionaux » (6), alors que les autres municipalités n'en abritent généralement qu'un ou deux (comme les municipalités de Nanning et de *Hezhou*).

[513] 重点省级风景名胜区

Carte 35. Les *Mingsheng* au Guangxi



Source : Atlas des routes du Guangxi, 2007.

L'ouest du Guangxi reste lui encore assez isolé et très peu pourvu en « *Mingsheng* régionaux ». Les municipalités de *Hechi* et de *Baise*, les deux plus pauvres, les plus isolées et celles qui abritent le plus de membres des minorités nationales au Guangxi, ne comptent ainsi que trois *Mingsheng* à elles deux. Il semble donc évident que la priorité du gouvernement de la région du Guangxi est de développer les zones rurales qui se situent d'abord à l'est de la province, notamment parce que c'est là que se situent les principales villes et donc les principaux foyers potentiels de tourisme intérieur, mais aussi parce que les municipalités de l'est sont géographiquement proches du foyer cantonnais. Ainsi, la ville de *Yulin*, dans la municipalité du même nom, se situe à 245 kilomètres à l'est de Nanning, mais également à 366 kilomètres à l'ouest de Canton.

En créant des zones d'intérêt paysager et historique d'importance régionale, le tourisme est donc bien utilisé comme un outil de développement. Ces zones ne peuvent cependant pas miser comme leurs homologues « d'importance nationale », sur une seule « attraction » (le fleuve Li par exemple). Au contraire, chaque zone régionale essaye d'associer la nature en général (les paysages en particulier), avec des anciens bâtiments, comme des temples taoïstes, ou bien la visite de lieux liés à la vie de personnages célèbres de l'histoire communiste de la Chine du 20ème siècle. Il est en effet difficile de miser sur un seul élément ici, car les zones régionales pour le tourisme sont de plus en plus nombreuses, augmentant la concurrence entre elles.

Dans l'ouest du Guangxi, la situation est différente car les *Mingsheng* y sont beaucoup moins nombreux. De nombreuses localités qui n'ont pas obtenu le label « zones d'importance régionale », essayent donc de développer une activité touristique « tant bien que mal ». La municipalité de *Baise*, aux confins nord-ouest de la province, essaye d'attirer des touristes en insistant sur ses paysages karstiques, qui ressemblent à ceux de la région de Guilin, « l'authenticité » en plus. De nombreuses localités de cette municipalité proposent de plus en plus des hébergements de taille plus réduite, pour un tourisme « différent » : l'objectif est en effet d'attirer des touristes provenant de la capitale, Nanning, en pleine expansion, mais aussi peut être de la province du Yunnan, de la ville de Kunming en particulier. C'est donc un tourisme plus jeune, qui s'affranchit des pratiques stéréotypées des groupes de touristes, qui est la cible des aménageurs locaux. Parfois, comme dans l'exemple de la montagne du Chat (photo 67), ce ne sont pas des officiels qui proposent des nouvelles prestations touristiques, mais bien la population locale.

Photo 67. La construction d'hôtels par la population locale (Montagne du Chat)

Ce cliché, pris à la montagne du Chat, à l'entrée d'une réserve naturelle et à une heure du sommet, nous montre deux anciennes habitations transformées en petits hôtels. Le rez-de-chaussée a été aménagé en un petit restaurant et les étages supérieurs en hôtel, comme en attestent les ventilateurs pour l'air conditionné au deuxième étage du bâtiment de gauche. Il faut également noter le minibus à gauche, qui transporte des touristes vers le sommet (les dits touristes sont installés aux tables du restaurant de gauche). Ces deux hôtels ne sont pas des exemples isolés puisque une dizaine d'établissements ont ouvert depuis 2004 dans ce village situé à environ 1300m d'altitude (on aperçoit un autre sommet à l'extrême-gauche de la photo).

Cliché de l'auteur, 2006.

2-1-2. La promotion poétique de la nature

De nombreuses localités essayent donc de sortir de leur isolement et il est intéressant de noter que celles qui misent sur la nature et les paysages utilisent souvent les mêmes arguments, notamment des références à Guilin et à la beauté de ses paysages, le « plus beau paysage sous le ciel ». Les rizières en terrasses de *Longsheng* sont ainsi vendues comme les « incomparables sous le ciel » (*long ji tian xia jue*)[514], les chutes de *Detian* sont décrites comme un paysage ressemblant à une galerie de peinture » (*shanshui hua lang*)[515] faisant ainsi directement référence à Guilin[516], etc.

La liste exhaustive de ces lieux et des références utilisées n'est pas réalisable, mais très souvent les références au « plus beau » et au « plus grand » sont présentes. Nous avions noté ce phénomène pour la plage de Beihai (la « plus belle plage sous le ciel »), il nous faut

[514] 龙脊天下绝
[515] 山水画廊
[516] Nous avons montré au chapitre 5 que la descente du fleuve Li a depuis longtemps été considérée comme une galerie de peintures.

maintenant élargir cette observation à l'ensemble de la région du Guangxi toute entière. Beaucoup de localités essayent ainsi d'attirer les touristes qui se rendent à Guilin, mais aussi des touristes déjà venus à Guilin, et qui souhaitent découvrir des paysages similaires mais moins fréquentés. C'est d'ailleurs pourquoi un film sur « *le beau paysage du Guangxi* »[517] a été tourné fin 2004 et a remporté le premier prix de la télévision des arts et la littérature chinoise à Nanning en 2005. « Plus beau film touristique », comme l'annonce la pochette, ce film met en scène les minorités ethniques du Guangxi, chantant littéralement la splendeur de leur région, notamment celle située à l'ouest du Guangxi.

Dans d'autres localités, des références à la façon chinoise de regarder la nature sont également faites. La municipalité de *Laibin* a par exemple produit un volumineux dépliant touristique (35 pages), sur les paysages qu'elle abrite. Ici, ce sont les montagnes qui sont mises en valeur, car elles sont qualifiées de « sacrées » (*sheng shan*)[518]. Les photos et les commentaires insistent alors sur des sommets sur lesquels poussent des pins, sommets entourés de brume ; l'image rappelant largement les peintures de paysage du mont *Huangshan* (province de l'Anhui), par exemple. D'autres photos et commentaires insistent sur la beauté de la « cour des montagnes » (*sheng tang shan*)[519], qui peut être admirée par le visiteur qui gravit certains sommets. L'individu pourra également voir une « mer de nuages insérée dans une cour de montagnes » (*sheng tang yunhai*)[520].

Là encore, les exemples avec ce genre de référence à la nature sont nombreux. La preuve par exemple avec la citation liminaire de ce chapitre, utilisée par la municipalité de *Chongzuo* pour attirer des touristes aux chutes de *Detian*. L'objectif reste en effet de développer le tourisme afin de transformer les sites et les lieux qui accueillent le tourisme intérieur. Ce but commence à être en partie atteint, puisque les touristes sont de plus en plus nombreux à se rendre dans ces localités il y a peu encore isolées (planche 19). Ces sites sont parfois l'objet d'un circuit d'une journée, mais en faisant le tour des agences touristiques à Nanning par exemple, on se rend compte que de plus en plus de circuits intègrent ces sites dans le cadre de circuits plus vastes, voire même produisent de nouveaux circuits qui concernent uniquement ces localités. Les prix varient alors entre 300 et 550 yuans pour des séjours de deux à trois jours.

[517] 广西美丽的山水
[518] 圣山
[519] 圣堂山
[520] 圣堂云海

Planche 19. La transformation de *Detian* après l'arrivée du tourisme intérieur

Photo 68. Les "paysages" autour de Detian
Photo 69. Le plus proche village de Detian, aujourd'hui doté de nouvelles infrastructures

Avant l'arrivée du tourisme intérieur, la région de Detian était difficilement accessible par la route, mais c'est une zone qui abrite un « Paysage » (photo 68). L'accessibilité de cette région a don été améliorée pour permettre le développement du tourisme (photo 69).

A l'entrée du site touristique, l'ancien village a été transformé : les maisons (photo 70, en arrière-plan), ont été rénovées et certaines proposent maintenant des chambres pour les touristes de passage.
Le chemin menant à l'entrée du site a été reconstruit et les villageois présentent maintenant dans de multiples stands (après accord de la municipalité), nombre de souvenirs. Du village jusqu'à l'entrée du site, cette allée représente une distance d'environ 300m (photo 70).

Photo 70. L'allée commerçante conduisant à l'entrée du site touristique de Detian

Photo 71. Une fois entré dans le site touristique, les aménagements sont nombreux
Photo 72. Les chutes de Detian

Le site touristique de Detian est maintenant très aménagé : voiturettes pour faire le circuit tracé, étalages marchands, bateaux pour se rendre au pied de la chute, stands de prise en photo. (photos 71 et 72)Les endroits pour se reposer sont en revanche peu nombreux.

Conception / Réalisation : B. Taunay (2009)

Clichés de l'auteur 2005.

2-2. D'un site paysager à un lieu touristique : *Huangguoshu* se transforme

Dans d'autres provinces du Sud-Ouest, le tourisme intérieur se répand également dans des localités assez isolées. Le site de *Huangguoshu* en est un exemple (carte 36), par ailleurs très intéressant puisqu'il a été inscrit sur la première liste de « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » en 1982 (comme le fleuve Li à Guilin). Pourtant, il n'y a presque pas eu de développement touristique ici avant le début des années 2000. Pourquoi le tourisme a-t-il donc tant tardé à se développer dans un lieu de paysage célèbre ?

Carte 36. Localisation de *Huangguoshu*

Conception : B. Taunay / Réalisation : C. Fournier (2009).

Nous verrons, dans ce développement qui conclut notre analyse du tourisme intérieur chinois dans le Sud-Ouest, que le tourisme est ici utilisé comme un outil de développement par les autorités de la province du Guizhou, la plus pauvre de Chine. Les acteurs publics essayent ainsi de pallier à une situation depuis longtemps énoncé dans un proverbe chinois :

au Guizhou, « il n'y a pas trois jours sans pluie, trois mou (*unité de mesure chinois ; trois mou égale un mètre*) sans montagne, trois sapèques (*monnaie de l'ancienne Chine*) dans la poche d'un habitant ».

2-2-1. Un site « incontournable » dans l'ouest du Guizhou

Situé à 128 km à l'ouest de Guiyang, le chef-lieu de la province du Guizhou, *Huangguoshu* (littéralement, « arbre à fruits jaunes »)[521], est un des sites touristiques les plus connus du Sud-Ouest chinois (photo 73). « Merveille » paysagère de cette partie du pays, lieu paysager le plus réputé du Guizhou, la cascade de *Huangguoshu* (78 mètres de haut et 101 mètres de large) est un site visité depuis le début des années 1990, par des touristes internationaux, et par les touristes chinois de l'intérieur du pays. C'est pour mieux accueillir ces derniers touristes que le gouvernement du Guizhou a décidé de faire de ce site touristique un véritable lieu touristique, avec hôtels, théâtres, centres d'animations, boutiques, etc. (*Infra*).

Photo73. La chute de *Huangguoshu*

La chute de *Huangguoshu* est très connue en Chine, presque autant que les paysages de la région de Guilin. Ce site naturel est en effet impressionnant par ses dimensions. Notons que ce cliché a été pris depuis la maison d'un habitant du bourg de *Huangguoshu*, habitant qui fait depuis quelques années payer le droit de photographier la chute depuis chez lui ; signe du développement du tourisme.

Cliché de l'auteur, 2008.

[521] 黄果树

Le tourisme à *Huangguoshu* prend place dans une des municipalités les pauvres de la province du Guizhou, une province en marge des principaux circuits touristiques à l'échelle du pays. Les touristes internationaux (320 000 en 2006, en majorité des Américains et des Européens), préfèrent visiter la province voisine du Yunnan quand il s'agit d'aller à la rencontre des minorités ethniques. La province du Guangxi, également limitrophe avec le Guizhou, fait aussi de l'ombre au tourisme dans le Guizhou, la ville de Guilin étant le principal lieu chinois de paysages, avec des décors connus dans le monde entier. Les Chinois, quoique plus nombreux (près d'un million en 2006), évitent eux aussi le Guizhou au profit de Guilin et de la province du Yunnan.

Pour pallier à cette situation de « marge touristique », le gouvernement du Guizhou a tout d'abord essayé d'améliorer l'accessibilité de ce site malgré tout connu dans toute la Chine (il existe une grotte de 134 mètres de long derrière le rideau d'eau, particulièrement renommée pour les nationaux), et au-delà (*Huangguoshu* est la deuxième plus haute cascade d'Asie). Une autoroute entre Guiyang et la ville d'*Anshun*, chef-lieu de la municipalité du même nom, a été construite en 2005 et une sortie a été spécialement créée pour desservir le site de *Huangguoshu* (photo 74). La deuxième étape a été la construction d'un aéroport national (à 40 km du site), permettant de relier *Huangguoshu* aux principales villes du pays avec des vols low cost (quelques vols sont disponibles une à deux fois par semaine depuis Chengdu, Chongqing, Shanghai et Canton principalement). Le gouvernement a d'ailleurs récemment (2007), souligné les efforts de la province du Guizhou en qualifiant *Huangguoshu* de « site exemplaire » ou qui « donne l'exemple » (*shifan dian*)[522].

2-2-2. Un site qui devient un lieu touristique

Une fois l'accessibilité de *Huangguoshu* améliorée, le gouvernement du Guizhou a investi dans de nouveaux projets pour faire rester les touristes plus qu'une seule journée sur le site (la visite du site dure environ deux heures). Tout d'abord, la cascade n'est plus le seul site paysager visitable, un « pass » permet d'admirer d'autres cascades plus modestes. Des grottes ont également été aménagées pour les touristes (les touristes peuvent y admirer des formes calcaires mises en valeur par des jeux de lumières multicolores). Le site de *Huangguoshu* a ensuite vu fleurir de nombreux aménagements, comme des lieux pour se faire prendre en photos dans des endroits stéréotypés (galerie derrière la cascade, bas de la cascade, etc.). Un

[522] 示范点

circuit de visite bien balisé est maintenant défini alors que la visite était « libre » jusqu'au début des années 2000.

Photo 74. Ancienne et nouvelle routes pour se rendre à *Huangguoshu*

La nouvelle autoroute enjambe l'ancienne et sinueuse route menant de Guiyang à *Huangguoshu* et permet d'arriver directement sur le site paysager grâce à une sortie uniquement dédiée à la desserte de ce site. Cette nouvelle route est récente et autrefois il était donc bien difficile de se rendre à *Huangguoshu*. En fait, la plupart des touristes était jusqu'à il y a peu des internationaux qui venaient ici à la recherche d'un site « authentique », préservé de toutes transformations, comme celle de la ville de Guilin.

Cliché de l'auteur, 2008.

Le principal changement vient de la nature du lieu : *Huangguoshu* n'est plus seulement un site touristique, c'est un véritable lieu touristique qui est fermé et dont il faut payer l'entrée (photo 75). Le site de la cascade n'est plus qu'un point dans un lieu plus vaste qui englobe maintenant un centre de spectacle et de loisirs, un théâtre, une zone destinée exclusivement à de nouveaux hôtels, et de vastes parkings. La construction de ces nouvelles infrastructures permet maintenant de justifier d'un droit d'entrée (200 yuans, soit environ 20 euros au lieu des 10 avant 2005). Une fois entrés, les touristes doivent encore payer l'entrée de la cascade et selon les forfaits pris avec l'agence, payer certaines attractions (spectacles notamment). Les vastes parkings construits à proximité de l'entrée montrent les attentes que fondent les autorités dans le développement du tourisme à *Huangguoshu*. Ils attestent aussi de l'importance prise par la voiture individuelle dans les déplacements des Chinois à des fins touristiques.

Photo 75. Le plan d'ensemble du nouveau lieu

Le plan d'ensemble du nouveau lieu est réellement intéressant pour comprendre les nouvelles logiques d'aménagement. En haut à gauche les nouveaux équipements (centre de loisirs, palais des congrès, etc.) se situent sur une petite partie de l'emplacement de l'ancien bourg. La majeure partie du bourg, une fois rasé, sera remplacé par de vastes routes, parkings et autres aménagements pour les touristes chinois (centre de la photo, la chute se situant au dessus de cette zone, en haut à droite). En bas du plan, les plus petites chutes d'eau ainsi que les grottes nouvellement mises en valeur sont représentées. L'ensemble est relié par de multiples sentiers pour piétons et pour des voiturettes transportant les touristes de site en site.

Cliché de l'auteur, 2008.

Pour d'ailleurs laisser la place à ces touristes, le gouvernement du Guizhou a décidé de raser l'ancien village qu'il fallait traverser pour se rendre au site de la cascade. L'ancien bourg sera reconstruit à l'extérieur du nouveau « parc » touristique. Il ne ressemblera dans la forme en rien à celui existant aujourd'hui : de 2000 résidents pour le village actuel, la municipalité devrait atteindre 50 000 habitants. Les autorités espèrent en effet attirer une nouvelle population pour gérer et entretenir les nouvelles infrastructures, pour guider les touristes, etc. Le tourisme est ainsi un moteur de développement « urbain » dans des zones rurales et pauvres.

2-2-3. Le tourisme se diffuse autour de Huangguoshu

Huangguoshu est aujourd'hui un lieu touristique de plus en plus fréquenté, qui se développe. Les bourgs et villages situés à proximité de *Huangguoshu*, isolés il y a encore peu de temps dans la zone rurale d'une province chinoise pauvre, essayent donc d'attirer à eux le tourisme, source de développement économique et de transformation urbaine (photo 76). Les acteurs locaux des bourgs et villages (maire de ces villages et investisseurs privés), situés près de la route menant de l'autoroute à l'entrée du parc de *Huangguoshu*, essayent ainsi de monter des partenariats avec les autorités responsables du parc de *Huangguoshu*, pour que ces derniers programment une visite de leurs villages.

Photo 76. Un village à proximité de *Huangguoshu* aujourd'hui en partie mis en tourisme

Ce village est situé à environ 15 minutes de voiture de l'entrée du site de *Huangguoshu*. Les logiques de transformation de l'habitat qui l'animent depuis peu ressemblent beaucoup à ce que nous avons pu observer au chapitre 8, pour le village de Ping'An, dans la municipalité de Guilin. De nombreuses maisons sont transformées pour accueillir les touristes au rez-de-chaussée dans un restaurant et à l'étage dans un hôtel ; les habitants ne vivant plus que dans une petite partie de la maison.

Cliché de l'auteur, 2008.

Les acteurs locaux mettent en avant les caractéristiques « traditionnelles » de leurs villages, notamment la découverte de l'architecture et des modes de vie locaux. L'architecture est pourtant profondément transformée et les villages ne ressemblent que peu à ce qu'ils étaient avant l'arrivée du tourisme. Certaines maisons qui n'avaient autrefois qu'un seul niveau ont notamment été reconstruites avec un étage pour laisser le rez-de-chaussée libre à un restaurant, une boutique de souvenirs, etc. Le tourisme est donc ici un outil de

développement, à l'origine émanant des acteurs publics de l'échelle provinciale, mais qui, aujourd'hui, est récupérée par les des acteurs privés. Plus que la création d'une nouvelle région touristique, il s'agit donc plus d'un effet « tunnel » qu'il est possible d'observer à proximité de *Huangguoshu*. Ces initiatives locales cachent pourtant un enjeu de taille : si les touristes sont de plus en plus nombreux dans ces villages, le gouvernement du Guizhou y investira. Plus encore qu'un outil de développement local, le tourisme est bien un enjeu de reconnaissance de localités par l'échelon provincial dans des régions isolées.

Le développement de *Huangguoshu* est donc un exemple supplémentaire qui nous donne à voir comment une autre province du Sud-Ouest chinois mise sur le tourisme comme outil de développement. Cet exemple nous montre également que le tourisme intérieur se diffuse, même dans cette province, longtemps située hors des circuits des touristes internationaux et des touristes intérieurs. Les autorités du Sud-Ouest chinois utilisent donc au maximum les paysages de cette région pour attirer des flux de touristes (photo 77), de capitaux, et développer ainsi leur espace en essayant peut être de rattraper leur retard vis-à-vis des provinces de l'Est chinois.

Photo 77. Détail du plan d'ensemble de *Huangguoshu*

Les autorités espèrent attirer de plus en plus de touristes internationaux, comme le prouve cet extrait de la légende du plan du site, situé à proximité de la cascade. En dessous du chinois et l'anglais les indications ont été traduites en coréen, en japonais et en français, ce qui est assez rare en Chine. Il est donc évident que, en plus de chercher à attirer des touristes intérieurs, les aménageurs de *Huangguoshu* espèrent également faire de ce site un important lieu du tourisme international en Chine.

Cliché de l'auteur, 2008.

Conclusion du chapitre. Les nouvelles formes du tourisme intérieur chinois

Au cours de ce dernier chapitre, nous avons pu saisir les dynamiques de diffusion d'un tourisme intérieur qui progressivement s'oriente vers des localités autrefois en situation de marge. Outil majeur de développement et de transformation urbaine, de Yangshuo à *Detian*, cette logique semble identique : à quelques années près, le tourisme s'avère un puissant agent de mutation. Parfois même, le lieu mis en tourisme développe une nouvelle périphérie, dont certains lieux seront modifiés par et pour l'activité touristique, et à son tour devient un centre, dans une logique de contagion.

Cette récente diffusion à des lieux en marge n'est pas propre à la région du Guangxi. Au Guizhou également, le site de *Huangguoshu* a été profondément transformé et des mutations sont encore en cours. La province du Guizhou, bien qu'encore « à la traîne » du développement économique chinois, profite d'une certaine métamorphose des lieux et d'une situation économique améliorée grâce au tourisme.

Tout ceci nous laisse présager que le tourisme intérieur chinois se diffuse aujourd'hui jusque dans les plus petits interstices. Dans cette optique, quelques auteurs chinois ont usé de l'expression « tourisme à la campagne » pour évoquer ces récentes formes de tourisme : le séjour, d'un week-end ou quelques jours à la campagne pour découvrir la vie des paysans. Ces derniers s'en accommodent bien et transforment leur ancienne ferme en petit hôtel-restaurant pour touristes. Encore une fois, ce n'est pas l'attrait de destinations peu dispendieuses, par exemple chez les jeunes, qui constitue la motivation principale de se rendre dans ces lieux. Au contraire, comme le suggère l'exemple de la montagne du Chat au nord de Guilin, diverses catégories sociales et différentes générations de touristes s'y côtoient.

Cette diffusion à une échelle plus grande du tourisme intérieur produit-elle de nouvelles formes de lieux ainsi que des nouvelles pratiques touristiques ? Sont-elles ici différentes de celles du tourisme « rural » qui s'est développé dans les sociétés européennes ? Il y a là encore un ensemble de questions, et bien d'autres, qui méritent une étude plus approfondie.

Conclusion de la troisième partie

Les villes de Guilin et de Beihai ont été profondément transformées par l'arrivée du tourisme et l'inscription de cette activité dans les plans de développement urbain. Dans les deux cas, l'accueil et les pratiques du tourisme international constituaient la principale cible des villes. Le tourisme intérieur a cependant rapidement pris le pas sur cette tendance et de nouveaux aménagements ont été pensés et réalisés à cet effet. Les stratégies des aménageurs, selon qu'ils planifient un espace pour telle ou telle population touristique, sont donc remarquablement distinctes. Les attentes de chacune d'entre elles divergent et, à l'instar des pratiques, les espaces diffèrent, selon le cas d'une fréquentation exclusive de touristes intérieurs ou de leur fréquentation partielle, ou encore d'une mixité homogène entre intérieurs et internationaux.

Les formes et les structures des deux villes ont donc évolué, leurs métamorphoses correspondant aux changements de stratégies des municipalités. Guilin est une ville touristifiée et Beihai une ville-station qui aimerait encore plus développer le tourisme pour la population chinoise. Les périphéries touristiques également n'en sont pas au même stade de développement, celle de Guilin voyant des transformations urbaines en son sein, alors que Beihai définit encore les lieux constitutifs de sa périphérie. A travers ces deux exemples nous sommes en présence de deux scénarios de trajectoires urbaines liées au tourisme, mais comme formulé au chapitre 8, de nombreuses autres variations sur le lien entre ville et tourisme en Chine doivent exister à d'autres endroits du pays.

Cette thématique « tourisme, ville, Chine » gagnerait donc à être élargi à d'autres parties de l'espace chinois, pays plus vaste que l'Europe. Si l'Etat central décide souvent de façon unilatérale du développement de nombreux lieux, l'enclavement de certaines provinces, les systèmes différents d'une région à une autre peuvent être à l'origine d'une réflexion et de propositions locales, notoirement différentes. Les formes et les trajectoires des différentes villes littorales qui ont adopté le tourisme sont-elles similaires ? Quel aspect est ostensiblement mis en valeur dans un lieu plutôt que dans un autre ? Les nouveaux lieux touristiques qui émergent depuis peu dans l'Ouest du pays réitèrent-ils l'expérience des villes côtières, ou obéissent-ils à d'autres stratégies ? De nombreuses questions demeurent en suspens, questions auxquelles des recherches ultérieures devront se confronter.

Conclusion générale

Au terme de cette exploration du tourisme intérieur chinois effectuée principalement dans le Sud-Ouest du pays, nous pouvons mieux considérer, d'une part, les pratiques des touristes chinois et leur manière de regarder les espaces naturels et urbains et d'autre part, les transformations urbaines induites par le tourisme, utilisé comme outil de développement dans des régions pauvres.

1. L'exploration du tourisme intérieur

Nous avons tout d'abord cherché à caractériser le tourisme intérieur en nous interrogeant sur sa réalité numérique, ses fondements, ainsi que les acteurs qui l'ont développés ; l'Etat en particulier. De cette analyse est ressorti que cette forme de tourisme méconnue dépasse considérablement celle des internationaux présents dans le pays. Les statistiques surestiment la forme internationale du tourisme en Chine, mais le tourisme intérieur, et c'est là le point fondamental, supplante de beaucoup les revenus de l'activité à l'échelle nationale. Depuis son apparition « moderne » à la fin des années 1970 et sa reconnaissance par l'Etat environ dix ans plus tard, le tourisme intérieur n'a cessé de bénéficier d'encouragements de la part du gouvernement. Il s'ensuit qu'à la fin des années 2000, environ 300 millions de touristes chinois sillonnent leur pays à la recherche de l'altérité. Ce chiffre pourrait être revu à la hausse si l'analyse englobait les touristes provenant des régions spéciales, mais les formes, les pratiques, ainsi que les représentations qui guident ces individus en Chine continentale, diffèrent de celles des personnes nées et vivant encore en République populaire, excluant de fait les ressortissants de Hong Kong et de Macao de l'étude du tourisme intérieur, et à plus forte raison ceux de Taiwan.

Autant les touristes chinois sont nombreux au sein de leur pays, autant les fondements de ce tourisme sont anciens. Il existait des formes pré-touristiques dès le 15ème siècle, bien avant celles qui donnèrent plus tard naissance au tourisme en Europe. Pourtant, il n'y a pas eu de développement touristique en Chine avant la fin du 20ème siècle, d'abord parce que le pays n'a pas connu la séparation entre temps de travail et temps de repos, engendrée par la Révolution industrielle sur le vieux continent. Le tourisme intérieur repose donc seulement sur la couche urbanisée de la Chine contemporaine, une population qui recherche, au quotidien comme lors de ses loisirs et de ses vacances, une certaine forme de « modernité ».

Les travaux récents de quelques anthropologues s'étant penchés sur la question le prouvent : les lieux développés pour ces touristes sont profondément transformés et aménagés pour la commodité des visiteurs, même s'il s'agit d'un village de minorités situé dans une zone rurale. Le regard ne se porte pas sur « l'authenticité » des constructions ni sur l'origine des spectacles qu'ils observent, mais bien sur une mise en scène qui mêle la tradition à la consommation. Une géographie du tourisme intérieur, soulignant la prédominance des touristes originaires des principales villes parmi les plus développées du pays, ainsi que l'exposé de la recherche au quotidien d'un certain confort de la part de ces mêmes individus, explique en partie cette recherche de « modernité ». Elle explique également qu'une population de touristes plus individuels fasse son apparition depuis ces grands centres urbains, et se dirige avec un autre regard et d'autres aspirations que leurs aînés vers les hauts-lieux touristiques, voire vers d'autres sites moins connus.

Au terme de cet axe présentant le tourisme intérieur, nous avons jugé fondamental de mettre en valeur la dynamique des acteurs qui sous-tend ce phénomène. L'Etat en particulier est le principal protagoniste du tourisme intérieur, depuis le lancement des lieux à la fin des années 1970, jusqu'à aujourd'hui où il continue de donner des directives générales, scrupuleusement appliquées à l'échelle locale. Le manque de littérature spécialisée nous a conduit à utiliser des cas particuliers pour éclairer des stratégies plus générales. Grâce à l'analyse successive des mises en tourisme de Guilin puis de Beihai, l'exposé a mis à jour deux scénarii, deux trajectoires urbaines liées à l'activité touristique : c'est l'argument des paysages qui a été placé en premier plan à Guilin, tandis que le développement du tourisme à Beihai était un prétexte pour développer un littoral marginal qui avait du mal à se sortir d'une pauvreté ancienne. Ces deux exemples ont, au-delà de leur aspect descriptif, permis de présenter les deux exemples centraux de ce travail ; ils ont aussi montré que l'influence de l'Etat, aussi considérable soit-elle, n'est pas obligatoirement le gage d'une mise en tourisme réussie. La valeur des lieux intervient dans le choix des touristes au moment de partir pour telle ou telle destination : la plage de Beihai demeura au stade de l'échec cuisant tant qu'elle n'a pas été transformée pour les goûts et les représentations des touristes intérieurs.

2. Les pratiques spatiales des touristes intérieurs

L'analyse s'est, dans la deuxième partie du mémoire, portée plus spécifiquement sur les pratiques spatiales des touristes intérieurs, ainsi que sur une plongée dans les représentations et les valeurs qui guident ces comportements et déplacements dans l'espace. Pour cela, une comparaison quasi-constante aux pratiques des touristes occidentaux, en

groupe et de manière plus individuelle, a été notre fil conducteur. Il ressort de cet examen que de profondes différences séparent ces deux formes de tourisme dans le pays. Pour le montrer, la démonstration a d'abord fait appel à une approche statistique, quantitative, qui a permis d'extraire des caractéristiques générales des pratiques chinoises au travers des cas particulier de Guilin principalement, de Beihai dans une moindre mesure. Dans les deux cas, s'il est évident qu'un certain conformisme règne sur le tourisme intérieur, il n'en reste pas moins que des pratiques plus individuelles se font jour. Celles-ci sont d'abord le fait d'une variable générationnelle plus que de l'origine géographique des touristes, comme beaucoup aiment pourtant à le croire. Dans un pays où l'histoire récente reste tourmentée, l'âge est donc un aspect à prendre en compte dans les analyses touristiques qui suivront.

Les pratiques de la Nature et du paysage restent, elles, profondément marquées par l'origine des touristes. Dans différentes régions du Guangxi en général, à Guilin et ses environs en particulier, les touristes intérieurs et les touristes occidentaux portent un regard très différencié sur les sites naturels qu'ils visitent : chez les Chinois, c'est la forme et la signification imagée de celle-ci qui prime sur la connaissance ; chez les Occidentaux en revanche c'est l'intérêt pour l'aspect scientifique ainsi qu'un regard fondé sur le romantisme qui l'emporte dans les pratiques. Le paysage ne prend donc sens et forme qu'en fonction de celui qui le regarde, et il en découle des territoires touristiques assez différents : à *Longji* par exemple, les touristes chinois dépassent rarement le village animé alors que les Occidentaux préfèrent s'isoler au sommet des terrasses, voire dans les chemins sinueux qui relient les hameaux entre eux. Il faudrait là encore nuancer cette affirmation selon les différentes générations de touristes, les pratiques des plus jeunes Chinois ressemblant parfois à celles des *backpackers* occidentaux. A une dissemblance près, certains lieux visités par les premiers n'étant souvent même pas connu des seconds.

Les villes sont en revanche des espaces fréquentés par les deux populations touristiques ; toutes les générations s'y retrouvent, mais ici comme ailleurs, toutes n'y témoignent pas des mêmes pratiques. Les Chinois souhaitent y voir un lieu moderne, spécialement ceux qui ont connu les rigueurs de la Révolution culturelle et pour qui la « campagne » évoque son lot de souffrances et d'aversions. Pour eux, un séjour touristique ne saurait se passer hors des plus grandes villes, à l'exception près d'une croisière sur le fleuve Li parce qu'ils y voient la quintessence du paysage. Pour les autres, c'est aussi une vision édulcorée de la réalité paysanne qui plaît, montrant que l'expérience traumatisante de la Révolution culturelle a profondément marqué les relations de la société chinoise, dans sa globalité, avec la campagne. Les parcs en ville font donc recette, à la grande satisfaction de

l'Etat qui y voit un moyen de construire une identité nationale, ostensible dans l'agencement des circuits et dans les aménagements en partie dédiés à la « gloire de la Chine » (à Guilin en particulier). Modernité, distractions (« *entertainment* ») et construction de l'identité nationale, sont complétés par une certaine recherche de la sociabilité dans les lieux touristiques : sur la plage de Beihai, les touristes se massent d'abord dans un cœur « renao », bruyant et animé, où les aménagements sont nombreux quoique jugés insuffisants par les touristes.

3. Les transformations urbaines pour le développement

Dans la dernière partie de ce travail, la réflexion s'est portée sur l'utilisation du tourisme intérieur comme d'un outil de développement dans des régions anciennement en marge voire, pour certaines, toujours actuellement dans ce contexte défavorable. Il ressort de cette analyse que les espaces anciennement touchés par le tourisme ont été profondément transformés, tout d'abord au niveau des nouveaux et nombreux aménagements qui ont été construits au cœur même des villes. Même si les premières transformations n'étaient pas orientées vers le tourisme intérieur, un changement de stratégie s'est rapidement produit, pour épouser la réalité de la situation touristique dans le pays : dès le milieu des années 1990, le tourisme international a été supplanté numériquement par son homonyme intérieur. L'Etat, relayé à l'échelle sous-provinciale par les gouvernements des différentes municipalités, a massivement investi, allant souvent jusqu'à déplacer le centre-ville pour le conformer aux goûts des touristes intérieurs. Les aménagements doivent en effet témoigner du progrès moderne, même quand il s'agit de lieux patrimoniaux, créant ainsi des espaces où le vernaculaire disparaît rapidement sous la reconstruction « inauthentique ». La place est également faite aux centres commerciaux ainsi qu'aux longues rues commerçantes, ce qui forme des villes aux configurations nouvelles qui restent à étudier.

L'objectif initial de transformer les villes grâce au tourisme, d'en faire des espaces modernes et développés, mais aussi de permettre à ces espaces de prendre une part active dans le commandement économique à l'échelle sous-provinciale et parfois provinciale, a donc été en partie réussi. L'objectif actuel avoué de Guilin est par exemple de diversifier son économie, encore aujourd'hui en grande partie centrée sur le tourisme ; celui de Beihai de continuer à se développer avec le tourisme. Outre que les scénarios diffèrent aujourd'hui comme autrefois, leur base commune fut celle de se propager, plusieurs décennies après le choix de l'insertion du tourisme dans les plans d'urbanismes, sur un espace qui s'est étendu, s'est densifié et s'est rempli d'une nouvelle population attirée par le développement touristique et économique. Les espaces urbains stricto sensu, mais aussi les espaces

périphériques aux villes se sont trouvés influencés par ces transformations : Guilin se retrouve aujourd'hui au cœur d'une vaste périphérie touristique où des transformations se produisent à leur tour. Même Beihai, hier en marge et sans « valeur » touristique, se retrouve maintenant en position de définir une ceinture touristique, depuis qu'elle a ravi la place de première ville de la municipalité.

Le tourisme intérieur se diffuse donc actuellement là où, il y a seulement quelques décennies, personne n'aurait parié sur un hypothétique développement. Même si le village de Yangshuo est connu depuis plusieurs centaines d'années comme étant la perle des paysages de la région de Guilin, il ne s'est développé grâce au tourisme que tardivement, étant longtemps restreint par un gouvernement de Guilin soucieux de contrôler le développement de ses périphéries. Il constitue aujourd'hui un exemple de choix pour analyser la diffusion du tourisme intérieur à une échelle régionale : ancienne périphérie, le village s'est mué en petite ville qui contrôle désormais sa propre ceinture touristique, et qui est accessible directement par la route depuis Canton alors qu'autrefois une étape à Guilin était de mise. Fruits d'une nouvelle et récente volonté de l'Etat de développer un tourisme plus « local », Yangshuo et d'autres lieux se retrouvent aspirés dans la spirale vertueuse du développement économique impulsée grâce au tourisme. Même les plus petits interstices pauvres essayent, parfois de manière autonome, d'attirer les touristes pour sortir de leur isolement, en particulier les régions à l'ouest du Guangxi. Grâce au tourisme intérieur, certaines parties du Guangxi commencent parfois à trouver un second souffle, prouvant donc que le tourisme est un outil de développement qui prend de l'ampleur à l'échelle du Sud-Ouest chinois.

***

Ce travail de recherche a donc apporté, à différentes échelles, locales, provinciales et même parfois nationales, des informations nouvelles sur un phénomène jusqu'alors méconnu, le tourisme intérieur chinois. De nombreuses zones d'ombre persistent toutefois dans la connaissance de cette forme de tourisme, et nous essayerons donc, dans les quelques lignes qui suivent, de dégager quelques pistes à suivre pour des études à venir.

1. Approfondir l'analyse du système d'acteurs

Si l'Etat était autrefois le seul et unique acteur définissant et contrôlant l'ensemble des aspects du développement lié au tourisme intérieur, de nombreux acteurs privés font, à la fin des années 2000, leur apparition dans ce secteur en apparence peu soumis à la crise. Une

analyse du poids respectif de chacun des acteurs dans la mise en tourisme des lieux, à une échelle locale, comme à une échelle nationale, serait alors un point de départ pour l'examen de cette thématique. Les villes où s'est développé le tourisme ont été les théâtres de transformations profondes, ouvrant ainsi la porte à l'arrivée d'acteurs privés chinois, mais aussi à des agences de tourisme internationales. Ces dernières arriveront-elles à percer le marché chinois, ou bien devront-elles se « contenter » du tourisme international ? Quant aux acteurs chinois, il est évident que pour exister et avoir une lisibilité à une échelle provinciale, voire régionale, nombre de responsables d'agences, d'hôtels et d'autres acteurs se regroupent pour proposer de nouveaux circuits vers de nouvelles destinations, plus rurales et périphériques. C'est le cas dans la municipalité de Guilin, et c'est sûrement un phénomène qui se reproduit dans d'autres localités. Il s'agit donc à l'avenir d'étudier, d'abord sur des cas précis, comment se nouent les systèmes de relations entre ces différents acteurs : quelles sont les stratégies locales qui sont développées pour répondre à des attentes de touristes venant d'une échelle nationale ? Personne n'est sans ignorer l'importance des systèmes de relations dans la société chinoise, quelle est donc sa traduction dans le tourisme intérieur ?

Plus en profondeur, il s'agirait de reprendre dans le cas chinois quelques pistes ouvertes par Isabelle Sacareau : « *Quel type d'entreprises et d'initiatives économiques le tourisme domestique suscite-t-il dans les espaces concernés ? De même, il y aurait tout un travail à mener sur les emplois fournis par le marché du tourisme interne et sur les mobilités de travail que suscitent les lieux fréquentés par la clientèle nationale* » (Sacareau, 2006 ; p. 359). Comme dans de nombreux pays, les villes où a été insérée une fonction touristique possèdent aujourd'hui des services (notamment dans le secteur tertiaire) bien supérieurs à ce que laisserait supposer la taille de ces espaces urbains : une ville « touristique » possède souvent plus d'équipements et de moyens qu'une ville plus peuplée ne refermant pas d'activité touristique. Il semble donc logique qu'à tailles égales, les villes où s'est développé le tourisme soient plus « attractives » que les autres métropoles. Surtout, dans le cas de villes moyennes comme celles dont nous avons traité ici, les municipalités sont moins regardantes à l'arrivée de populations rurales « migrantes » : au contraire même, ces populations sont ici assez bien accueillies et disposent de meilleures conditions de vie, d'accès au système de santé, au logement, à la scolarisation de leurs enfants, que dans les grandes métropoles côtières. La part de ces *Minggong* dans l'économie urbaine, son développement, mais aussi l'insertion de ces populations dans ces espaces d'accueil, autant du point de vue des migrants que des gouvernements locaux, serait donc un phénomène intéressant à mettre en valeur à l'avenir.

2. Tourisme, ville, Chine

Puisque le tourisme intérieur est un phénomène essentiellement urbain, puisque les transformations sont ici très nombreuses et conséquentes en terme d'espace utilisé, une deuxième approche, à l'échelle des villes, s'avère indispensable pour compléter l'analyse de ce phénomène. Les transformations de Guilin et Beihai étaient par exemple planifiées et une analyse des politiques publiques, de la gouvernance urbaine en lien avec le tourisme, auraient pu allègrement constituer un seul travail de doctorat. Après avoir ici décrit dans le détail les mutations des espaces urbains, une analyse plus fine de ces premiers exemples, ainsi que l'élargissement à d'autres espaces serait judicieux. A l'échelle du Sud-Ouest tout d'abord, les provinces du Guangxi, du Guizhou et du Yunnan ne sont pas très riches en villes moyennes transformées par et pour le tourisme, mais des comparaisons pourraient d'abord être réalisées, en particulier avec les villes de *Lijiang* et de *Dali* (province du Yunnan). Dans ces derniers espaces, le tourisme est par exemple souvent rentré en compétition avec le patrimoine, produisant des villes profondément transformées, voire même des nouvelles villes plus visitées que les reliques. Là, un projet avec des architectes et des urbanistes pourrait aider la recherche à mieux comprendre le lien entre les politiques publiques, les acteurs du tourisme et les transformations urbaines.

Ensuite, un élargissement aux autres différentes divisions de l'espace chinois proposé par Thierry Sanjuan (2007-c) serait pertinent : les stratégies urbaines liées au tourisme sont-elles différentes, se ressemblent-elles, ou bien sont-elles identiques dans les « terres enclavées », dans les « provinces intermédiaires », dans les « franges en voie d'intégration », voire dans les « lieux de la mondialisation » ? (cf. Introduction générale) Une analyse dans cette dernière catégorie de provinces pourrait montrer d'autres stratégies urbaines liées au tourisme, en particulier parce que les touristes internationaux sont ici plus nombreux et les stratégies en partie orientées vers cette population. Si c'est le cas, comment est-on arrivé à concilier deux politiques d'aménagements, nous l'avons vu, aux objectifs bien différents ? L'étude des villes autour de la grande métropole shanghaienne, Suzhou et Hangzhou par exemple, seraient instructifs : situées dans un rayon de moins de 200 km de la ville la plus dynamique de Chine, ces deux villes sont fréquemment visitées par les touristes étrangers qui restent plus d'une semaine dans le pays. Le lac de l'Ouest à Hangzhou, les canaux de Suzhou sont-ils d'abord orientés pour les touristes intérieurs, ou bien comportent-ils également des aménagements destinés aux attentes des étrangers ? Pour le savoir, il serait d'abord nécessaire

de travailler en collaboration avec des chercheurs locaux, spécialistes de la ville, afin de développer des regards croisés sur ces passionnantes questions.

3. Comparaison des pratiques chinoises avec celles d'autres pays asiatiques

La question d'une éventuelle comparaison des pratiques touristiques intérieures chinoises, avec celles d'autres pays asiatiques, est souvent revenue dans ce manuscrit, notamment parce que ce rapprochement semble plus « logique » que le lien, que nous avons choisi de privilégier, avec les pratiques occidentales. Il convient de rappeler les raisons de ce choix : les pratiques occidentales sont les mieux décrites, analysées et comprises à l'heure actuelle. Les pratiques asiatiques quant à elles sont encore au stade du vaste champ de recherches ; en particulier les pratiques des touristes intérieurs dans les pays concernés. A l'heure de conclure ce travail, un effort supplémentaire doit être consenti, celui d'aller plus en profondeur vers les écrits des principaux spécialistes du tourisme dans les pays asiatiques : tous ou presque, ont, dans leurs écrits, à un moment ou à un autre remarqué l'importance du tourisme intérieur au cours de leurs recherches de terrain. Même si peu ont choisi de se plonger exclusivement sur ce thème, un travail de recherche de caractérisation plus général que celui mené ici serait pertinent, à la manière d'un paléontologue qui essaye de reconstituer « un crâne avec trois dents »[523].

En même temps, après un cycle d'études par comparaisons successives, un approfondissement spécifique sur ces pratiques est aussi incontournable pour comprendre, à l'échelle de la Chine, leurs fondements et leurs significations profondes. Une première approche consisterait à tester, sur d'autres espaces, les thématiques abordées dans cette thèse, pour constater ou non des différences, mais aussi et surtout des invariants. Une seconde démarche placerait au cœur de la recherche des lieux hérités de l'histoire touristique occidentale, comme les stations de ski qui émergent rapidement depuis quelques années autour de Pékin et dans le Nord-est du pays : quel est le rapport des touristes chinois aux espaces montagnards enneigés (question qui devrait être complétée par l'analyse des stations de ski en elles-mêmes) ? Enfin, puisque nous avons montré le poids des générations de touristes dans les pratiques spatiales, pourquoi ne pas non plus insister sur ce thème ? Les *Seniors* qui ont les moyens de partir, ou dont le voyage a été payé par les enfants, vers quelles destinations se dirigent-ils ? A l'inverse, les plus jeunes, mais pas forcément les

[523] Je rends cette expression à Mme Pinot, lectrice de Français jusqu'il y a peu à l'Université des minorités à Nanning, et maintenant goûtant une retraite méritée après un investissement professionnel et personnel de plus de 25 ans en Chine. Je la remercie infiniment pour son aide répétée au cours de mes différents séjours dans le Guangxi.

moins aisés, se dirigent-ils plus vers des lieux « ruraux », pour y découvrir un rapport à la Nature que leurs aînés dédaignaient avec vigueur ?

Plus généralement, l'étude du tourisme intérieur chinois pose une autre question, celle de l'ouverture d'esprit, conséquente au tourisme, des Chinois vers l'extranéité, peuple fermé aux influences étrangères depuis des millénaires. L'ouverture accélérée, puis l'inscription dans le Système-Monde de la Chine et de sa société, provoque un métissage culturel dont le tourisme fait partie, est un des effets comme une des causes. Nous avons pu montrer dans ce travail des pratiques touristiques parfois identiques à celles, passées et présentes, des Occidentaux, parfois complètement différentes, souvent métissées. Le couple tourisme et mondialisation en Chine semble donc ici produire une diversité, à l'opposé des discours communs sur le rôle uniformisateur de la Mondialisation, ce qu'il est premièrement fondamental de souligner ; ce qui constituerait ensuite un pan entier de recherches sur la manière chinoise d'absorber, de digérer, et de retranscrire les phénomènes venus de l'extérieur à l'époque contemporaine ; ce qu'il serait enfin passionnant d'analyser une fois que les touristes chinois se rendent à l'étranger, en Europe en particulier, et en Occident en général.

Bibliographie

La bibliographie s'organise selon quatre thèmes principaux : les ouvrages généraux concernant la géographie du tourisme, en particulier celle du tourisme intérieur ; les ouvrages généraux relatifs à la géographie et à l'histoire de la Chine (y compris la civilisation chinoise) ; le tourisme en Chine dans son ensemble (tourisme international chinois, tourisme international en Chine, et tourisme intérieur chinois) ; enfin, les publications sur la Chine du Sud-Ouest, y compris les publications locales. Les références qui concernent plusieurs thèmes ont été placées dans la rubrique la plus représentative de l'ouvrage.

1. Géographie du tourisme

Les publications mentionnées ici concernent des ouvrages et articles « généraux » : elles nous permettent d'aborder les concepts géographiques, ainsi que les concepts touristiques utilisés dans ce travail. Un développement particulier est consacré au tourisme intérieur, en raison de la place de ce concept dans l'étude menée.

1-1. Géographie et apport d'autres sciences sociales

1. BART F., COSAERT P., (2003) *Patrimoines et développement dans les pays tropicaux*, Actes des 9ème Journées de Géographie Tropicale, Dymset, Collection Espaces tropicaux, n°18, 704 p.

2. BERQUE A., (2000) *Écoumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Belin, collection Mappemonde, Paris, 272 p.

3. BERQUE A., (2000) *Médiance. De milieux en paysages*, Belin, Paris, 160 p. (1ère édition : 1990)

4. BERQUE A., (1995) *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèse*, Hazan, 192 p.

5. BERQUE A. (Dir.), (1994) *Cinq propositions pour une théorie du paysage*, Editions Champ Vallon, Paris, 123 p.

6. BONNEMAISON J., (1997) *La géographie culturelle*, Editions du CTHS, Paris, 152 p.

7. BONNEMAISON J., (1996) *Les fondements géographiques d'une identité. L'archipel du Vanuatu, essai de géographie culturelle*, Editions de l'IRD, 2 tomes, 562 p. (première édition en 1986 sous le titre : *Les fondements géographiques d'une identité. Territoire, histoire et société dans l'archipel du Vanuatu*)

8. BOURET R., (1997), *Méthodes quantitatives et sciences humaines. Pour prendre la mesure du monde*, Les Editions de la Chenelière, Montréal, 307 p.

9. CLAVAL P., (2001) *L'approche culturelle : ouvertures et pistes nouvelles*, Géographie et Cultures, n° 40, p. 9-28.

10. DEBARBIEUX B., (2007) *Prendre position : réflexion sur les ressources et les limites de la notion d'identité en géographie*, l'espace géographique, n° 4, p. 340-354.

11. DEBARBIEUX B., (1995) *Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique*, L'espace géographique, n° 2, p. 97-112.

12. DEBARBIEUX B., (1993) *Du haut lieu en général et du mont Blanc en particulier*, L'espace géographique, n° 1, p. 5-13.

13. DI MEO G., (1998) *Géographie sociale et territoires*, Nathan, Paris, 317 p.

14. FREMONT A., (1999) *La région espace vécu*, Flammarion, Paris, 288 p.

15. GUICHARD-ANGUIS S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p.

16. KEMAL S. et GASKELL I., (1996) *Landscape, natural beauty and the arts*, Cambridge University Press, Cambridge, 292 p.

17. LEVY J. et LUSSAULT M., (2003) *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 1034 p.

18. LEVY J., (1999) *Le tournant géographique : penser l'espace pour lire le monde*, Belin, Paris, 400 p.

19. ROGER A., (2001) *Nus et paysages. Essai sur la fonction de l'art*, Aubier, Paris, 322 p. (1ère édition : 1978)

20. ROGER A., (1987) *Court traité du paysage*, Gallimard, Paris, 199 p.

21. SACAREAU I., (2003) *La montagne. Une approche géographique*, Belin, Paris, .

22. SAID E., (2005) *L'Orientalisme : L'Orient crée par l'Occident*, Editions du Seuil, Paris, 422 p. (1ère édition : 1978)

23. SCHAMA, S., (1999) *Le paysage et la mémoire*, Editions du Seuil, Paris, 720 p.

24. THIESSE A.-M., (1999) *La création des identités nationales*, Editions du Seuil, Paris, 385 p.

25. TREMBLAY D., (2007) *Concept de paysage en Asie et imaginaire associé à son territoire*, cinquième Workshop_atelier/terrain de l'Université de Montréal, Ganghwa (Corée du Sud), 17 p. [en ligne] URL : http://www.unesco-paysage.umontreal.ca/travaux_ganghwa/Litterature_ConceptPaysage.pdf

26. VERGNEAULT-BELMONT F., (1998) *L'œil qui pense. Méthodes graphiques pour la recherche en sciences de l'homme*, L'Harmattan, Paris, 352 p.

1-2. Tourisme et approche géographique du tourisme

27. AMIROU R., (2000) *Esquisse d'une socio-anthropologie du tourisme*, mémoire de l'habilitation à diriger des recherches, Université de Montpellier 3, 279 p.

28. CAZES G., (1989) *Les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du Tiers-monde*, L'Harmattan, Paris, 335 p.

29. CHABAUD G. et *al*, (2000) *Les guides imprimés du 16ème aux 20 ème siècles. Villes, paysages, voyages*, Belin, collection Mappemonde, Paris, 704 p.

30. CORBIN A., (1995) *L'avènement des loisirs (1850-1960)*, Flammarion, Paris, 471 p.

31. CORBIN A., (1988) *Le territoire du vide. L'occident et le désir du rivage (1750-1840)*, Aubier, Collection Historique, Paris, 416 p.

32. DEHOORNE O. et SAFFACHE P., (2008) *Le tourisme international dans le monde : logiques des flux et confins de la touristicité*, Etudes caribéennes, 9-10/2008, [En ligne], URL : http://etudescaribeennes.revues.org/document882.html

33. DEPREST F., (1997) *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*, Belin, Paris, 207 p.

34. DUHAMEL P., (1997) *Les résidents étrangers européens à Majorque (Baléares). Pour une analyse de la transformation des lieux touristiques*, Thèse de doctorat (géographie), Université Paris 7-Denis Diderot, 750 p.

35. DUHAMEL P., (2000), *Le territoire majorquin (Baléares) face au tourisme*, L'information géographique, n° 2, p. 134-147.

36. DUHAMEL P. et KNAFOU R., (2007) *Mondes urbains du tourisme*, Belin, Paris, 366 p.

37. DUHAMEL P. et KNAFOU R., (2003) *Tourisme et littoral : intérêts et limites d'une mise en relation*, Annales de géographie, n° 629, p. 47-67.

38. DUHAMEL P., SACAREAU I., (1998) *Le tourisme dans le monde*, Colin, Collection Prépas, Paris, 223 p.

39. Equipe MIT, (2002) *Tourismes 1, Lieux communs*, Belin, Collection Mappemonde, Paris, 320 p.

40. Equipe MIT, (2005) *Tourismes 2, Moments de lieux*, Belin, Collection Mappemonde, Paris. 345 p.

41. KNAFOU, R., (2000) *Scènes de plage dans la peinture hollandaise du XVIIe siècle : l'entrée de la plage dans l'espace des citadins*, *Mappemonde*, n° 58, p. 1-5.

42. KNAFOU R. et *al*, (1997) *Une approche géographique du tourisme*, L'Espace Géographique, n° 3, p. 193-204.

43. KNAFOU R. et STOCK M., article « tourisme », **In** : LEVY J. et LUSSAULT M. (Dir.), (2003) *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, Paris, 1034 p.

44. LAZZAROTTI, O., (2001) *A propos de tourisme et patrimoine : les raisons de l' « Habiter »*, Diplôme d'HDR, Université Paris 7-Denis Diderot (Direction : Remy KNAFOU).

45. LAZZAROTTI O., (2000) *Patrimoine et tourisme : un couple de la mondialisation*, Mappemonde, n° 57, p. 12-16.

46. LOZATO-GIOTARD J.-P., (2003) *Géographie du tourisme. De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education, Paris, 320 p.

47. MICHAUD J., (2001) *Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes*, Tourismes et sociétés locales en Asie orientale, Volume 25, n° 2.

48. MICHEL F., (2000) *Désirs d'ailleurs. Essai d'Anthropologie des voyages*, Armand Colin, Paris, 366 p.

49. MICHEL F. (dir.), (1998) *Tourismes, touristes, sociétés*, L'Harmattan, Paris, 376 p.

50. PICARD, M., (1992) *Bali, tourisme culturel et culture touristique*, L'Harmattan, Collection Tourisme et Sociétés, Paris, 217 p.

51. PICKEL S., (2004), *Représentations et pratiques de la Nature dans les stations atlantiques françaises : une construction sociale évolutive*, Thèse de Doctorat en géographie (Direction : Rémy KNAFOU), Université Paris 7-Denis Diderot, 486 p.

52. SACAREAU I., (2006) *Tourismes et sociétés en développement : une approche géographique appliquée aux montagnes et aux sociétés du Sud*, Habilitation à Diriger des recherches, Université Paris 1 (Direction : Rémy Knafou), volume 3, 385 p.

53. SACAREAU I., (2001) *Echelles, fonctions et dynamiques spatiales de la ville touristique : l'exemple de Katmandou*, Géocarrefour, volume 76, p. 151-158.

54. STOCK M., (2006) *L'hypothèse de l'habiter poly-topique : pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles*, EspacesTemps. Net, Textuel, [en ligne] : http://espacestemps.net/document1853.html

55. STOCK M., (2005) *Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques*, EspacesTemps.net, Textuel, [en ligne] : http://espacestemps.net/document1353.html

56. STOCK M., (2004) *Les « valeurs des lieux » : l'exemple de Brighton & Hove (Sud-Est d'Angleterre)*, **In** : Actes du colloque « peuplement et territoire », Novembre 2004 à Paris. [En ligne] : http://ceped.cirad.fr/cdrom/peuplement15-181104/html/stock.htm

57. STOCK M., (dir.) (2003) *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 304 p.

58. STOCK M., (2001) *Mobilités géographiques et pratiques des lieux. Etude théorico-empirique à travers deux lieux touristiques anciennement constitués : Brighton & Hove (Royaume-Uni) et Garmisch-Partenkirchen (Allemagne)*, Thèse de Doctorat (géographie), Université de Paris 7-Denis Diderot (Direction : Rémy KNAFOU), 663 p.

59. URBAIN J.-D., (1994) *Sur la plage : Mœurs et coutumes balnéaires*, Payot, Collection Essais, Paris, 374 p.

60. VACHER L., (1999) *La structuration d'un espace touristique littoral : le cas de la Grande Barrière de Corail en Australie*, p. 61-82 **In** : MARROU L., SACAREAU, I., (Dir.) (1999) *Les espaces littoraux dans le monde*, Ophrys, Gap et Paris, 200 p.

61. VIOLIER P., (2008-b) *Tourisme et développement local*, Editions Belin, Collection Belin Sup Tourisme, 180 p.

62. VIOLIER P. (Dir.), (2008-c) *Itinéraires de lieux touristiques*, Norois, n° 206, 130 p.

63. VIOLIER P. et *al*, (2008-d) *Que serait l'objet d'une « science du tourisme » ?*, Téoros, Volume 27, n° 1, p. 7-13.

64. VIOLIER P. et LAZZAROTTI O. (Dir.), (2007) *Tourisme et patrimoine. Un moment du monde*, Presses de l'Université d'Angers, 240 p.

1-3. Le tourisme intérieur

65. BERRIANE, M., (1992) *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc (étude géographique)*, Université de Tours (Directeur : Jean-François TROIN), Série Thèses et mémoires n° 16, 725 p.

66. BOOTH R., (2004) *La autosegregación estival y la construcción de la identidad social. Zapallar y Rocas de Santo Domingo en el proceso de la modernización del ocio en Chile (1892-1950)*, Trace (publications du CEMCA), n° 45, p. 81-92.

67. CABASSET C, (2000) *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ? la mise en scéne touristique de la Nation*, Thèse de Doctorat en géographie, Université Paris IV, 366 p.

68. DIEGES A., (2001) *Regional and domestic mass tourism in Brazil : an overview*, p. 55-85 **In** : GHIMIRE, K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developing Countries*, Eartscan, London, 224 p.

69. EHRENTRAUT A., (1993) *Heritage authenticity and domestic tourism in Japan*, Annals of Tourism Research, Volume 20, n° 2, p. 262-278.

70. EVRARD O., (2007), *L'autre touriste*, Sciences au Sud (journal de l'IRD), n° 38.

71. FAVIER, S., (2000), *L'évolution d'un lieu touristique : Acapulco (Mexique). L'impact de la montée actuelle de la fréquentation nationale sur la centralité*, Mémoire de Maîtrise (géographie), Université de Paris 7-Denis Diderot, 3 volumes.

72. GHIMIRE K., (2001) *The growth of national tourism in developping countries : an overview*, p. 1-29 **In** : GHIMIRE K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, Eartscan, London, 224 p.

73. GHIMIRE K., (1997) *Emerging mass tourism in the South : reflections on the social opportunities and costs of national and regional tourism in developing countries*, United Nations Research Institute for Social Development, 28 p.

74. GRABURN N., (2006) *Domestic tourism in Asia : the expansion of landscape and the subversion of limits*, Colloque international « Of asian origin. Rethinking tourism in contemporary Asia » (7-9 septembre 2006 à Singapour)

75. KASOA-ARD M. BEZIC D. et WHITE S., (2001) *Domestic tourism in Thailand : supply and demand*, **In** : GHIMIRE K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, p. 109-141, Eartscan, London, 224 p.

76. KOCH E. et MASSYN P., (2001) *South Africa's domestic tourism sector : promises and problems*, **In** : GHIMIRE, K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, p. 142-171, Eartscan, London, 224 p.

77. MIKACIC V., (1996) *Research into the domestic tourist trade in Croatia*, Turizam, Volume 44, Issue 3-4, p. 61-70.

78. PASTORIZA E. et ZUPPA G, (2004) *La conquista de las riberas. Política, cultura, turismo y democratización social. Mar del Plata (1886-1970)*, TRACE (publications du CEMCA), p. 93-109.

79. RAYMOND N., (2004) *Touristes et tourisme*, TRACE (publications du CEMCA), n° 45, p. 7-10 (Prologue).

80. RAYMOND N., (2004) *Las interrogantes que plantea América Latina al estudio del fenómeno turístico*, TRACE (publications du CEMCA), n° 45, p. 11-31.

81. RAYMOND N. (2002) *Tourisme national et international dans les pays andins : quelles relations ? L'exemple du Pérou*, Bulletin de l'Institut français d'études andines, Volume 31, n° 1, p. 23-38.

82. RAYMOND N., (2001) *Cuzco : du « nombril du monde » au cœur touristique du Pérou*, Cahiers des Amériques Latines, n° 37, p. 121-139.

83. RAYMOND N., (1999) *De Macchu Picchu à Fujimori. Les pays andins observés à travers leurs tourismes. Le cas plus particulier du Pérou (1960-1996)*, Thèse de Doctorat (géographie), Université de Paris 7-Denis Diderot (Direction : R. Knafou), 410 p.

84. SINDIGA I., (1996) *Domestic tourism in Kenya*, Annals of Tourism Research, n° 23, p. 19-31.

85. TUSSYADIAH I., (2005) *A gourmet trip : one direction of domestic tourism in Japan*, Tourism review international, Volume 9, n° 3, p. 281-291.

2. Géographie et histoire de la Chine

En plus des ouvrages et articles sur la Chine, quelques références sont ici liées de manière plus générale à l'espace asiatique. Plus particulièrement, cette partie de la bibliographie aborde l'histoire et la culture (notamment le regard sur le paysage) de la Chine, l'étude de la société, ainsi que la question des villes et de leurs transformations actuelles.

2-1. Histoire et culture du monde chinois

86. BERGERE M-C., (2000) *La Chine de 1949 à nos jours*, Armand Colin, Paris, 380 p. (première édition en 1987).

87. BERQUE A., (1997) *La naissance du paysage en Chine*, p. 23-29 **In** : Images/Paysages, Revue Xoana, n° 5.

88. BILLIOUD S., (2007) *« Confucianisme », « tradition culturelle » et discours officiels dans la Chine des années 2000*, Perspecives chinoises, n° 3, p. 53-69.

89. BONNIN M., (2004) *Génération perdue : le mouvement d'envoi des jeunes instruits à la campagne en Chine, 1968-1980*, Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, 491 p.

90. BOULANGER R. (Dir.) (1983) *Chine*, Guide Bleu, Hachette, 879 p.

91. BRAY D., (2005) *Social space and governance in urban China : the danwei system from origins to reform*, Stanford university press, Stanford, 277 p.

92. BROOK T., (1998) *The confusions of pleasure : commerce and culture in Ming China*, University of California press, Los Angeles, 345 p.

93. CHAVANNES E., (2004), *Le T'ai Chan. Essai de monographie d'un culte chinois*, (fac-simile), Phénix éditions, Paris, 392 p. (1ère édition : 1910, 592 p.)

94. CHENG A. (Dir.), (2007), *La pensée en Chine aujourd'hui*, Gallimard, 478 p.

95. CHENG A., (1997) *Histoire de la pensée chinoise*, Editions du Seuil, Paris, 720 p.

96. CHENG F., (1991) *Vide et plein. Le langage pictural chinois*, Editions du Seuil, Points essais, Paris, 165 p.

97. CHENG F., (1989) *Souffle-Esprit*, Editions du seuil, Paris, 182 p.

98. CHENG F., (1977) *L'écriture poétique chinoise*, Editions du Seuil, Points essais, Paris, 284 p.

99. CLEMENT S., CLEMENT P., YONGHAK S., (1982) *Architecture du paysage en Asie orientale*, Ecole Nationale des Beaux-Arts, Paris, 269 p.

100. COOKE S., (2003) La culture tibétaine menacée par la croissance économique, Perspectives Chinoises, n° 79 [en ligne], Consulté le 06 avril 2009, URL : http://perspectiveschinoises.revues.org/document179.html.

101. DOMENACH, J-L. et RICHER P., (1987) *La Chine 1947-1971 / De 1971 à nos jours*, 2 tomes, Imprimerie Nationale, Collection Points, 736 p.

102. DREGE J.-P., (2005) *L'imprimerie chinoise s'est-elle transmise en Occident ?*, Conférences académiques franco-chinoises de l'EFEO, Cahier n° 8, Centre de Pékin, 36 p.

103. GRANET M., (1999) *La pensée chinoise*, Albin Michel, 569 p. (1ère édition : 1934)

104. GUO C., (2002) *Rongbaozhai huapu*. *Shanshui bufen* (Album de peintures de Rongbaozhai. Volume du paysage), Rongbaozhai chubanshe, Pékin, 42 p.

105. HU-STERK F., (2004) *La Beauté autrement. Introduction à l'esthétique chinoise*, Editions You-Feng, Paris, 225 p.

106. JULLIEN F., (2004) *L'Europe, la Chine : une alternative pour la pensée*, Questions internationales, La Documentation Française, n° 6, p. 4-7.

107. JULLIEN F., (2003) La grande image n'a pas de forme, Editions du Seuil, Paris, 352 p.

108. JULLIEN F., (1993) *Eloge de la fadeur*, Editions LGF-Livre de poche, 158 p.

109. LELIEVRE D., (2004) *Voyageurs chinois à la découverte du Monde. De l'antiquité au 19ème siècle*, Editions Olizane, Genève, 472 p.

110. LENOIR F., TARDAN-MASQUELIER Y. (dir.), (2000) *Encyclopédie des religions*, Volume 1 (articles « Le Taoïsme », « Le Confucianisme », « Le Bouddhisme chinois », « Les religions chinoises et le communisme : ruptures et continuités »), Bayard Editions, Presses de Clausen & Bosse, Leck (Allemagne), 2512 p.

111. ORTIZ V., (1999) *Dreaming the southern song landscape : the power of illusion in Chinese painting*, Brill, Boston, 268 p.

112. PELLETIER P., (2004) *Identités régionales en Asie orientale*, Les Indes Savantes, Paris, 388 p.

113. QIAO Y., (1988) *Les jardins classiques chinois* (*Zhongguo yuanlin yishu*), Editions d'art, Saint-Just-en-Chaussée, 240 p.

114. ROLF-A. S., (1987) *Le monde en petit. Jardins en miniature et habitation dans la pensée religieuse d'Extrême-Orient*, Flammarion, Paris, 345 p.

115. VALLETTE-HEMERY M., (1987) *Les formes du vent. Paysages chinois en prose*, Le Nyctalope, Amiens, 180 p.

116. VANDIER-NICOLAS N., (1982) *Esthétique et peinture de paysage en Chine (des origines aux Song)*, Klincksiek, Paris, 147 p.

117. ZHANG C., (2006) *Chine et Modernité. Chocs, crises, renaissance de la culture chinoise aux temps modernes*, Editions You-Feng, 494 p.

2-2. La société chinoise

118. BOISSARD A.-S., DESJEUX D., ZHENG L.-H., (Dir.) (2003) *Comment les Chinois voient les Européens*, PUF, Paris, 145 p.

119. CIENIEWSKI S., (2006) *La classe moyenne chinoise*, Lettre de Chine (Missions Economiques, n° 182), p. 1-3.

120. COSAERT P., (2004) *Le concept d'une seule Chine n'est-il qu'un mythe ?*, p. 301-310 **In** : RAIBAUD M. et SOUTY F. (Dir.) (2004) *Europe-Asie, Echanges, éthiques et marchés (17ème-21ème siècles)*, Les Indes Savantes, Paris, 392 p.

121. DOMENACH J.-L., (2007) *Comprendre la Chine d'aujourd'hui*, Perin, Collection Asies, Paris, 321 p.

122. FENG J., (2005) *Twilight years*, Beijing Review, volume 48, n° 46, p. 22-29.

123. FUR A., (1999) *Prospective chinoise*, Historiens et Géographes [Hors-série tiré à part n° 368], « Dossier : Chine », p. 257-264.

124. GED F., (2003) *Chine : l'appréhension patrimoniale*, p. 387-400 **In** : GUICHARD-ANGUIS S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p.

125. GENTELLE P., (2004-a) *Une société en mouvement*, Questions internationales, La Documentation Française, n° 6, p. 26-38.

126. GENTELLE P. (Dir.), (2004-b) *Chine, peuples et civilisation*, Editions la Découverte, Paris, 219 p. (1ère édition : 1997)

127. GENTELLE P., (2001) *Chine. Un continent… et au-delà ?*, Collection Asie plurielle, La documentation française, Paris, 175 p.

128. GOODMAN D., (1996) *The new rich in Asia. Mobile phones, McDonald's and middle-class revolution*, Routledge Editions, London, 272 p.

129. HUOT M-C., (1994) *La petite révolution culturelle*, Collection Chine, Arles, 256 p.

130. KEIDEL A., (2000) *Les difficultés pratiques liées à l'utilisation du système statistique chinois*, Perspectives chinoises, n° 62, p. 38-44.

131. KNAPP R. et KAI-YIN L. (Ed.), (2005) *House, Home, Family : living and being Chinese*, Presses de l'Université d'Hawaï, Honololu, 453 p.

132. LARIVIERE J.-P. (dir.), (1999) La Chine et les Chinois de la diaspora, Sedes, Condé sur Noireau, 295 p.

133. LARIVIERE J-P., (1994) *Les Chinois*, Masson, Paris, 154 p.

134. PAPINEAU E., (2007) *Chinois joueurs et machines à sous : une équation à deux inconnues*, 3ème congrès du Réseau Asie, 26-27-28 septembre 2007, Paris (www.reseau-asie.com)

135. PAPINEAU E., (2000) L*e jeu dans la Chine contemporaine: mah-jong, jeu de go et autres loisirs*, collection Recherches asiatiques, L'Harmattan, Paris, 298 p.

136. PALMER KAUP K., (2000) *Creating the Zhuang : ethnic politics in China*, Lynne Rienner Publishers Inc, Boulder, 221 p.

137. Questions Internationales, (2004) *La Chine*, n° 6, La Documentation Française.

138. SANJUAN T., (2006), *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Armand Colin, Paris, 303 p.

139. SANJUAN T., (2002), *En deçà du « religieux » chinois : réflexions sur les valeurs, l'espace et l'organisation sociale en Chine continentale*, *Hérodote*, n° 106, p. 123-132.

140. SANJUAN T., (Dir.) (2000) *Les marges culturelles du territoire chinois*, Géographie et cultures, l'Harmattan, 144 p.

141. TANG J. et ZHANG S. (2004) *Dix grands changements dans la vie économique de la population chinoise*, **In** : WANG M. et *al*, (2004) *L'économie en Chine*, (Traduit par Gong J. et *al*), China intercontinental Press, Pékin, p. 158-181

142. THAKUR R., (2005) *Social stratification in contemporary China*, *IIAS Newsletter*, n° 36, p. 16.

143. TROLLIET P., (1999) *Les minorités nationales en Chine*, p. 33-49 **In** : LARIVIERE J-P. (Dir.) (1999), *La Chine et les Chinois de la diaspora*, CNED-SEDES, Paris, 296.

144. WANG Y., (2002) *Le voyage*, Presses littéraires et artistiques de Shanghai, Paris, 121 p.

145. WONG J., (2001) *Le système statistique chinois et ses évolutions récentes*, Perspectives Chinoises, n° 64, p. 58-64.

2-3. L'espace chinois en mutation (le cas particulier des villes)

146. BELLOCQ M., (2006) *La préservation du patrimoine culturel en République populaire de Chine : pour quelle mémoire ? (Le cas de Tongli, bourg protégé de la province du Jiangsu)*, Perspectives Chinoises, n° 96, p.24-34.

147. BURGEL G., CHEN G., SANJUAN T, (1996) *Villes chinoises*, Villes en parallèle, n° 23-24, Université de Paris 10, 291 p.

148. CHAN K.-W. et LI Z., (1999) *The Hukou system and rural-urban migration in China : processes and changes*, The China quarterly, n° 160, p. 818-855.

149. CHAN K.-W. et YING H., (2003) *Urbanization in China in the 1990's : new definition, different series, and revisited trends*, The China review, Volume 3, n° 2, p. 49-71.

150. COSAERT P., (2009) *Les Enjeux du Pacifique*, Editions Ellipses, Paris, 352 p.

151. Deng F. et Youqin H., (2004) *Uneven Land reform and urban sprawl in China: The case of Beijing*, Progress in Planning, Volume 61, p. 211-236.

152. ESHERICK J., (2000) *Remaking the Chinese city : modernity and national identity, 1900-1950*, University of Hawaii Press, Honolulu, 278 p.

153. FAYOLLE LUSSAC B., (2003) *Le patrimoine comme enjeu de développement urbain : le cas de Xi'An (Chine)*, p. 643-657 *In* : Guichard-Anguis S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p.

154. FENG J. et ZHOU Y., (2002) *Suburbanization and the changes of urban internal spatial structure in Hangzhou*, Urban geography, volume 26, n° 2, p. 107-136.

155. FOUCHER M. (dir.), 2002, *Asies Nouvelles*, Belin, Paris, 2002, 480 p.

156. FRESNAIS J., (2003) *Cinquante ans de gestion du patrimoine architectural en République populaire de Chine : 1949-1999*, p. 77-97 **In** : GUICHARD-ANGUIS S. et Gravari-Barbas M. (Ed.), (2003) *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du 21ème siècle*, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Paris, 952 p.

157. FRESNAIS J., (2001) *La protection du patrimoine en République populaire de Chine 1949-1999*, Editions du C.T.H.S., Paris, 653 p.

158. FUR A., GENTELLE P., PAIRAULT T., (1999) *Economie et régions de la Chine*, Armand Colin, Collection Cursus, Paris, 174 p.

159. GENTELLE P., PELLETIER P., (1994) *Chine, japon, Corée*, Géographie Universelle, Belin-Reclus, Paris, 1994, 480 p.

160. GOODMAN D., (2002) *The Politic of the West : Equality, Nation-Building and Colonisation*, p. 23-55 **In** : GODEMENT F., (2002) *La Chine et son Occident*, Centre Asie IFRI, Paris, 185 p.

161. GOODMAN D., (1997), *China's provinces in reform*, Routledge, Londres, 296 p.

162. HENRIOT C., (1995) *Les métropoles chinoises au 20ème siècle*, Editions Arguments, Paris, 265 p.

163. HENRIOT C. et SHI L., (1998) *Glossaire français-chinois de l'urbanisme, de l'aménagement et de la gestion urbaine*, Institut d'Asie orientale, Lyon, 40 p.

164. HENRIOT C. (1999) *Atlas de Shanghai. Espaces et représentations de 1849 à nos jours*, Editions du CNRS, Paris, 183 p.

165. LAI H., (2002) *China's western development program : its rationale, implementation, and prospects*, Modern China, Volume 28, n° 4, p. 399-431.

166. LAURENCE J.C. MA L. and WU F., (2005) *Restructuring the chinese city : changing society, economy and space*, Routledge, London and New York, 288 p.

167. LIN G. et SAMUEL P., (2005) *The state, Land system, and land development processes in contemporary China*, annals of the association of American geographers, Volume 95, n° 2, p. 411-436.

168. LIN G., (2002) *The growth and structural change of Chinese cities: a contextual and geographic analysis*, Cities, Volume 19, n° 5, p. 299-316.

169. MA L. et Wu F. (Dir.) (2005) *Restructuring the Chinese City. Changing society, economy and space*, Routledge, Londes et New-York, 283 p.

170. MA L., (2002) *Urban transformation in China, 1949-2000 : A review and research agenda*, Environment and Planning, Volume 34, n° 9, p. 1545-1569.

171. MONTEL DUMONT O., (2007) *Dongtan, « éco-ville » du 21ème siècle*, La Documentation Française, n° 337 (Développement et Environnement), P. 51-52.

172. PANNEL C., (2002) *China's continuing urban transition*, Environment and Planning, Volume 34, n° 9, p. 1571-1589.

173. RAIBAUD M., (2004) *Les migrations interprovinciales en Chine, le cas de la province du Guangxi*, Etudes Chinoises, Volume 23, p. 313-334.

174. REBOUL, B., (1999) *Chine et mondes chinois. Aspects géographiques*, Editions du temps, Paris, 1999, 191 p.

175. Revue Urbanisme, *Villes chinoises en mouvement*, dossier : p. 39-80, n° 341, Paris, 98 p.

176. SANJUAN T., (2007-a) *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, Paris, 80 p.

177. SANJUAN T., (2007-b) *La croissance urbaine en Chine*, débat avec Marianne Bastid-Bruguière, Paris, (Fréquence protestante, le 24 novembre).

178. SANJUAN T., (2007-c) *Approcher les dynamiques régionales en Chine*, Hérodote, n° 125, p. 157-185.

179. SANJUAN T., (2004) *La Chine en Asie continentale : vers de nouvelles configurations régionales en périphérie du territoire chinois ?*, p. 321-337 **In** : TAILLARD C., (Dir.) (2004), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Les Indes savantes, Paris, 495 p.

180. SANJUAN T., (2003) *Les grands hôtels en Asie, Modernité, Dynamiques urbaines et sociabilité*, Publications de la Sorbonne, Paris, 274 p.

181. SANJUAN T., (2001) *Le grand hôtel en Chine, perception et organisation de l'espace urbain*, **In** : HAGELSTEIN R. et SERVAIS P., (Dir.) *Perception et organisation de l'espace urbain. Une confrontation Orient-Occident*, Academia Bruylant, Louvain-La-Neuve, p. 145-163.

182. SANJUAN T., (2000) *La Chine. Territoire et société*, Hachette Supérieur, Collection Carré Géographie, Paris, 190 p.

183. TAILLARD C., (Dir.) (2004), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Les Indes savantes, Paris, 495 p.

184. TIAN Q., (2004) *China develops its west : motivation, strategy and prospect*, Journal of Contemporary China, Volume 13, n° 41, p. 611-636.

185. TROLLIET P., (1993) *Géographie de la Chine*, Que sais-je, PUF, 126 p.

186. VELLINGA M. (2007) *Living heritage : vernacular architecture in China*, IIAS, n° 43, p. 25.

187. WU F., (Dir.) (2004) *The city of Transition and the transition of cities*, Urban Geography, Volume 26, n° 2.

188. WU F., Xu J., Gar A., (Dir.) (2007) *Urban development in Post-Reform China State, Market, Space*, Routledge, Londres et New-York, 368 p.

189. WU F., (2007) *China's Emerging Cities. The Making of New Urbanism*, Routledge Contemporary China Series, Routledge, Londres et New-York, 336 p.

190. WU F. et *al*, (Dir.) (2006) *Urbanization in China*, Habitat International, Volume 30, n° 2.

191. WU F., (2005) *Globalization and the Chinese City*, Routledge Contemporary China Series, Routledge, Londres et New-York, 272 p.

192. XU Z., (2008) *Urbanisation et croissance des villes en Chine*, Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université d'Auvergne Clermont I (Direction : Renar M-F.), 247 p.

193. ZHANG L., (2003) *La Naissance du concept de patrimoine en Chine 19ème-20ème siècles*, Editions Recherches/Ipraus, Paris, 287 p.

194. ZHU Y., (2006) *Urbanisation et Urbanisme des Petites Villes en Chine*, Thèse de Doctorat en géographie (Direction : Laborie J-P.), Université de Toulouse 2, 544 p.

3. Chine et tourisme

Thématique au cœur de notre sujet, le lien entre Chine et tourisme est ici abordé selon trois aspects : le tourisme international chinois (auquel on a rajouté le tourisme en Asie, en raisons du peu d'ouvrages sur ce thème, et parce que les Chinois qui voyagent à l'étranger le font d'abord en Asie), le tourisme international en Chine, ainsi que le tourisme intérieur chinois. La question des touristes chinois du continent qui voyagent dans les régions spéciales a été placée dans l'aspect « tourisme international chinois », pour les raisons développées au chapitre 1.

3-1. Le tourisme international chinois et le tourisme en Asie

195. ARLT W., (2006) *China's outbound tourism*, Routledge, Abingdon, 300 p.

196. CHOI T.-M., LIU S.-C., PANG K.-M., CHOW P.-S., (2008) *Shopping behaviors of individual tourists from the Chinese mainland to Hong Kong*, Tourism Management, Volume 29, p. 811-820.

197. CHON K.S. (dir.), (2000) *Tourism in South-east Asia : a new direction*, Haworth Hospitalitality Press, New-York, 177 p.

198. CHOW W.-S., (1988) *Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong*, Annals of Tourism Research, Volume 15, p. 205-218.

199. DEHOORNE O., (2004) *Le tourisme en Asie orientale : émergence et structuration d'un marché régional*, p. 119-140 **In** : TAILLARD C., (Dir.) (2004), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Les Indes savantes, Paris, 495 p.

200. DE LONGUEVILLE V., (2001) *La France se prépare à acceuillir les groupes de touristes chinois*, Le Monde du mercredi 01 septembre 2004, p. 18.

201. DIN K., EADES J.S., YAMASHITA S., (1997) *Tourism and cultural developpement in East Asia and Oceania*, 244 p.

202. GUICHARD-ANGUIS S., (2001) *Tourisme urbain et guides touristiques au Japon*, Géocarrefour, volume 76, n° 2, p. 123-126.

203. GUICHARD-ANGUIS S. et OKPYO M. (Ed.), (2009) *Japanese Tourism and Travel Culture*, Routledge, New-York, 240 p.

204. GUO Y., KIM, S.-S., TIMOTHY, D.-J. (2007) *Development characteristics and implications of Mainland Chinese outbound tourism*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, volume 12, n° 4, p. 313-332.

205. HEUNG V. (2000) *Satisfaction levels of* mainland Chinese *travelers with* Hong Kong *hotel services*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 12, n° 5, p. 308 – 316.

206. HEUNG V. et CHENG E., (2000) *Accessing tourists' satisfaction with shopping in the Hong Kong special administrative regions of China*, Journal of Travel research, Volume 38, P. 396-404.

207. HSU C., HUANG S. (2005) *Mainland Chinese residents' perceptions and motivations of visiting Hong Kong: evidence from focus group interviews*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, Volume 10, n° 2, p. 191-205.

208. KNIGHT J., (1996) *Competing Hospitalities in Japanese rural tourism*, Annals of tourism research, Volume 23, n° 1, p. 165-180.

209. Law R., To T., Goh, C. (2008) *How do mainland Chinese travelers choose restaurants in Hong Kong ? : An exploratory study of individual visit scheme travelers and packaged travelers*, International Journal of Hospitality Management, Volume 27, n° 3, p. 346-354.

210. QU H., LAM, S., (1997) *A travel demand model for mainland Chinese tourists to Hong Kong*, Tourism Management, Volume 18, n° 8, p. 593 – 597.

211. School of Travel Industry Management, (2003) *Identifying and Analyzing the Chinese Outbound Market for Hawaii*, Université de Hawaï, [en ligne], URL : http://www.tim.hawaii.edu/ctps/chinese_outbound.pdf

212. WINTER T., CHANG T.C., TEO P. (Dir.), (2008) *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, Routledge, Londres, 360 p.

213. YUK WAK C., (2006) *Coming of age of the Chinese tourists : the emergence of non-western tourism and host-guest interactions in Vietnam's border tourism*, Tourist studies, n° 6, p. 187-213.

214. YUK WAH C. et Wee V., (2006) *The emergence of Chinese tourists : a comparative study of chinese tourists in Hong Kong, Singapore and Vietnam*, lors du colloque « Of Asian Origin, rethinking tourisme in contemporary Asia », à Singapour (7-9 septembre 2006).

215. YUK WAH C., (2001) *Discourses on familiarity and difference : Chinese tourists in Vietnam*, p. 63-67 **In** : Actes du colloque "Cultural heritage, man and tourism", à Hanoi (Vietnam), 5-7/11/2001, [en ligne], URL : http://www2.ulg.ac.be/lac/pdf/ASEF.pdf

216. ZHANG Q., CHOW, I. (2004) *Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong*, Tourism Management, Volume 25, n° 1, p. 81-91.

217. ZHANG Q. et LAM T., (1999) *An analysis of Mainland Chinese visitor's motivations to visit Hong Kong*, Tourism Management, n° 20, p. 587-594.

3-2. Le tourisme international en Chine

218. DEXTER J.L. et *al*, (1983) *Tourism in PRC – five years after China opens its gates*, Tourism Management, numéro de juin, p. 85-93.

219. GAO D. et ZHANG G., (1983) *China's tourism : policy and practice*, Tourism Management, numéro de juin, p. 75-84.

220. GU M. et WONG P., (2008) *Coastal zone management focusing on coastal tourism in a transitional period of China*, Ocean and coastal management, Volume 51, p. 1-24.

221. LAM T. et MAO F., (2001) *A study of international development in China*, Pacific Tourism Review, Volume 5, n° 3-4, p. 113-119.

222. LEW A. et *al*, (2002) *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, 325 p.

223. LEW A., (2001), *Tourism development in China : The dilemma of bureaucratic decentralization and economic liberalization*, p.109-120 **In** : HARRISSON D., *Tourism and the less developed world. Issues and case studies*, CABI publishing, New York, 288 p.

224. LEW A., (1995), *Tourism in China : geographic, political and economic perspectives*, Westview Press, Boulder, 256 p.

225. LEW A. et WONG A., (2004) *Sojourners, guanxi and clan associations. Social capital and overseas Chinese tourism to China*, **In** : COLES T. et DALLEN J.-T. (dir.), (2004) *Tourism, diasporas and space*, Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility, Routledge, London, 302 p.

226. MAIRE R., (2004) *Développement du tourisme ethno-karstique dans la province du Guizhou*, Chapitre 16 **In** : *Spéléo-karstologie et environnement en Chine (Guizhou – Yunnan – Liaoning). Voyages en terre chinoise*, Karstologia Mémoire n° 9, Fédération française de spéléologie, Lyon, 562 p.

227. MOK H., (1985) *Tourism expenditures in Guangzhou, PR China*, Tourism Management (numéro de décembre), p. 272-279.

228. OUDIETTE, V., (1987) *Le tourisme International : un champ d'observation privilégié de la mutation chinoise*, Thèse de Doctorat de troisième cycle, Paris.

229. SU X. et TEO P., (2009) *The Politics of Heritage Tourism in China : A View from Lijiang*, Routledge Contemporary China Series, Routledge, 224 p.

230. TAN C.-B., SIDNEY C.H., YANG H., (Dir.) (2001) *Tourism, Anthropology and China*, Studies in Asian Tourism, n° 1, White Lotus Press, Bangkok, 334 p.

231. UYSAL M. et *al*, (1986) *Development of international tourism in PR China*, Tourism Management, numéro de juin, p. 113-119.

232. WANG X., (2008) *Le développement du tourisme à Pékin*, (Direction P. Violier), Université d'Angers, 362 p.

233. XIAO H., (2006) *The discourse of power: Deng Xiaoping and tourism development in China*, Tourism Management, Volume 27, n° 5, p. 803-814.

234. XU G., (1999) *Tourism and local economic development in China, Case studies of* Guilin, Suzhou and Beidaihe, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 p.

235. ZHANG G., (1989) *Ten years of Chinese tourism. Profile and assessment*, Tourism management, numéro de mars, p. 51-62.

236. ZHANG, G., (2002) *China's tourism since 1978, Policies, Experiences and lessons learned*, p. 13-34, **In** LEW A. et *al*, *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, 358 p.

3-3. Le tourisme intérieur chinois

237. AP J., (2002) *An assessment of theme park development in China*, Chapitre 11 **In** : LEW A. et *al*, (2002) *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, p; 195-214.

238. BUCKLEY R., CATER C., LINGSHENG Z., Chen T., (2008) *Shengtai Luyou : Cross-cultural comparison in Ecotourism*, Annals of tourism research, Volume 35, n° 4, p. 945-968.

239. CAI L. A., HU B., FENG R. M., (2001) *Domestic tourism demand in China's urban centres: empirical analyses and marketing implications*, Journal of Vacation Marketing, Volume 8, n° 1, p. 64-74.

240. CHOW W. S., (1988) *Open policy and tourism between Guangdong and Hong Kong*, Annals of tourism research, p. 205-218.

241. DAVID B., (2007) *Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine*, Herodote, n° 125, p. 143-155.

242. GHIMIRE K., (2001) *The Economic role of national tourism in China*, p. 86-108 in : Ghimire K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developping Countries*, Eartscan, London, 224 p.

243. GU H. et KAVANAUGHT R., (2006) *A critique of market analysis for suburban tourism in Beijing, China*, Journal of Vacation Marketing, Volume 12, n° 1, p. 27-39.

244. GU H. et DAKE L., (2004) *The relationship between resident income and domestic tourism in China*, Tourism recreation research, Volume 29, n° 2, p. 25-33.

245. HSU C., CAI L., WONG K., (2007) *A model of seniors tourism motivations – Anecdotes from Beijing and Shanghai*, Tourism management, Volume 28, p. 1262-1273.

246. LEICESTER T., (2008), *Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo*, Chine, Civilisations, Volume 57, n° 1-2, p. 223-241.

247. LI L. et BUHALIS D., (2008) *Influential Factors of Internet Users Booking Online in China's Domestic Tourism*, Journal of China tourism research, volume 4, n° 2, p. 172-188.

248. LI M., WU B., CAI L., (2008) *Tourism development of world heritage sites in China : a geographic perspective*, Tourism Management, Volume 29, p. 308-319.

249. LI M. et CAI L., (2008) *Souvenir Shopping Attitudes and Behavior Among Chinese Domestic Tourists : An Exploratory Study*, Journal of China tourism research, volume 4, n° 2, p. 189-204.

250. LI Y. et HU Z., (2008) *Red tourism in China*, Journal of China Tourism Research, volume 4, n° 2, p. 156-171.

251. LIU J., (2006) *Zhongguo haibin lüyou dujiaqu fazhan licheng yi yinxiang yinsu bijiao yanjiu – yi sanya yalongwan he beihai yintan dujiachu weili* (Etude comparative des facteurs influant sur le développement touristique des stations balnéaires en Chine. Les stations de Sanya et de Beihai), Thèse de Doctorat, Université de Zhongshan, Canton, non publiée.

252. MCKHANN C., (2001) *Tourisme de masse et identité sur les marches sino-tibétaines. Réflexions d'un observateur*, Revue Anthropologie et Sociétés, volume 25, n° 2, p. 35-54.

253. NYIRI P., (2008) *Between encouragement and control : tourism, modernity and discipline in China*, **In** : WINTER T., CHANG T.C., TEO P. (Dir.), (2008) *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, Routledge, Londres, p. 153-169.

254. NYIRI P., (2006) *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington press, Seattle and London, 135 p.

255. OAKES T., (1998) *Tourism and modernity in China*, Routledge, London, New-York, 272 p.

256. OAKES T., (1999) *Eating the food of the ancestors : place, tradition, and tourism in a chinese frontier river town*, Ecumene, Volume 6, n° 2, p. 123-145.

257. PILARSKI A., (1986) *Notes on Domestic Tourism Development in China*, Journal of Travel Research, volume 25, n° 2, p. 29-30.

258. SOFIELD T. et LI S., (1998) *Tourism development and cultural policies in China*, Annals of tourism research, Volume 25, n° 2, p. 362-392.

259. SUSOHENU W. et HAILIN Q., (2004) *A comparaison study of Chinese domestic tourism : China vs the USA*, International journal of contemporary hospitality management, Volume 16, n° 2, p. 108-115.

260. TAUNAY B., (2009) *Le tourisme dans l'aire pacifique : un marché dynamique renouvelé par l'arrivée de la clientèle chinoise*, p. 64-85, dossier n° 3 **In** : COSAERT P., (2009) *Les Enjeux du Pacifique*, Editions Ellipses, Paris, 352 p.

261. TAUNAY B., (2008-a) *Le développement du tourisme national chinois. L'exemple de la province du Guangxi*, *Mappemonde*, n° 89 [en ligne], URL : http://mappemonde.mgm.fr/num17/articles/art08106.html

262. TAUNAY B., (2008-b) *Le développement touristique de deux sites chinois « incontournables » : Beihai et Guilin (Guangxi)*, *Articulo*, n° 4 [en ligne], URL : http://revue-articulo.eu/index.php?art=166

263. TAUNAY B., (2006) Regarder les lumières, le tourisme national dans la province du Guangxi, Monde Chinois, n° 6, p. 49-64.

264. VIOLIER P., (2008-a) *L'accès de la société chinoise au tourisme : renouvellement et invention de pratiques et de lieux*, communication au colloque « Asia Tourism » (03/05 juillet 2008 à Angers) – non publié.

265. WALL G., HUANG H., MITCHELL C., (2007) *Creative destruction. Zhu jia jiao, China*, Annals of tourism research, Volume 34, n° ', p. 1033-1055.

266. WALSH E.-R. et SWAIN M.-B., (2004) *Creating modernity by tourism paradise : domestic ethnic tourism in Yunnan, China*, Tourism recreation research, Volume 29, n° 2, p. 59-68.

267. WANG T. et GE L., (1985) *Domestic Tourism Development in China: A Regression Analysis*, Journal of Travel Research, volume 24, n° 2, p. 13-16.

268. WANG Y.-P. et YAMAMURA J., (2000) *Function of spa development in countryside for domestic tourism in China – A case study of some spas in Lianing Province*, Chinese Geographical Science (*Zhongguo dili*), Volume 10, Issue 2, p. 168-176.

269. WEN Z., (1997) *China's domestic tourism : impetus, development and trends*, Tourism Management, n° 18, p. 565-571.

270. WU B. ZHU H. XU X., (2000) *Trends in China's domestic tourism development at the turn of the century*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, volume 12, n° 5, p. 296-299.

271. WEN J. et TISDELL C., (2001) *Tourism and China's developpement* : *Policies, Regional Economic Growth and Ecotourism*, World Scientific, 393 p.

272. WU P., (1992) *An ambivalent pilgrim to T'ai Shan in the seventeenth century*, **In** : NAQUIN S. and YÜ C-F, *Pilgrims and sacred sites in China*, University of California press, Los Angeles, p. 65-88.

273. XIE P. et WALL G., (2002) *Visitors' perceptions of authenticity at cultural attractions in Hainan, China*, International journal of tourism research, Volume 4, p. 353-366.

274. XIE Y. et XU F., (2004) *Cultural tourism vs tourist culture : case of domestic tourism in Modern Beijing*, Tourism recreation research, Volume 29, n° 2, p. 81-88.

275. XU, G., (1998) *Domestic tourism and its effects in Beidaihe, the largest seaside resort of China*, Pacific Tourism Review, p. 43-52.

276. XU, G., (1999) *Socioeconomic impacts of domestic tourism in China*, Tourism Geographies, n° 1, p. 204-218.

277. YANG L. et WALL G., (2006) *Ethnic tourism development : Chinese government perspectives*, Annals of tourism research, Volume 35, n° 3, p. 751-771.

278. ZHANG W., (1997) *China's domestic tourism : impetus, development and trends*, Tourism Management, Volume 18, Issue 8, p. 565-571.

279. ZHEN, L., (1993) *Guonei lüyou de xianzhang yu fazhan (Current situation and future development of domestic tourism)*, Lüyou diaoyan, 1993, volume 7, p. 3-6.

4. Le Sud-Ouest chinois et son tourisme

Cette dernière partie de la bibliographie présente les références qui ont trait au Sud-Ouest chinois, au tourisme qui y a cours, en particulier dans les deux principales villes étudiées ici : Guilin et Beihai. Les rapports utilisés dans le développement, ainsi que les guides touristiques en Chinois (décortiqués au chapitre 5), ont également été mentionnés ici.

4-1. Le Sud-Ouest, le Guangxi, Guilin et Beihai

280. airport-tecnology.com, (2008) *Behai airport expansion (China)*, [en ligne] : http://www.airport-technology.com/projects/behai/

281. BAI, X., (1987) *Enfance à Guilin*, Alinéa, Aix-en-Provence, 107 p.

282. BAO J., (1995) *A study on tourist development of karst caves*, Acta Geographica Sinica, Volume 50, Issue 4, p. 353-359.

283. BAO J.-G., ZHENG H.-Y., DAI G.-Q., (2002) *The evolvement of spatial structure and the signifiance of Guilin's domestic tourist origins*, Acta geographica Sinica, Volume 57, Issue 1, p. 96-106.

284. BOURZAT C., (2003) *Chine : dans les monts de la lune : chez les Miao du Sud-Ouest*, Editions du chêne, Paris, 192 p.

285. BOYER C., (2002) *Chine du sud-ouest : Yunnan, Guizhou, Guangxi*, Hachette Tourisme, Paris, 480 p.

286. BROCHART C., (2003) *La voie de développement du Guangxi*, Mémoire de Maîtrise LEA, Université de la Rochelle, 145 p.

287. CAI Z. et YANG W. et MAIRE R., (1993) *Le géographe chinois Xu Xiake, un précurseur de la karstologie et de la spéléologie*, Karstologia, n° 21, p. 43-50.

288. CHAUVEAU C., (2001) *La province autonome Zhuang du Guangxi. Développement et minorités*, Mémoire de maîtrise de LEA (Direction : Patrice Cosaert), Université de la Rochelle, 90 p.

289. CHIO J., (2006) *Getting bigger all the time : The internal expansion of China*, lors du colloque « Of Asian Origin, rethinking tourisme in contemporary Asia », à Singapour (7-9 septembre 2006).

290. CHU N., (2005) *Beihai laojie, bainian laocheng* (La vieille rue de Beihai, une ville de plus de cent ans), Nanning renmin chubanshe, Nanning, 113 p.

291. CLASTRES G., (1998) *Tourismes ethniques en ombres chinoises. La province du Guizhou*, Tourismes et Sociétés, Paris, 222 p.

292. DARS J., (1993) *Randonnées aux sites sublimes*, (une partie des carnets de voyage du géographe Xu Xiake : 1586-1641), Gallimard, Collection Connaissances de l'Orient, Paris, 391 p.

293. DONALDSON J.-A., (2007) *Tourism, development and poverty reduction in Guizhou and Yunnan*, The China Quaterly, n° 190, p. 333-351.

294. GRENOT-WANG F., (2005) *Chine du Sud, la mosaïque des minorités*, Les Indes Savantes, Paris, 342 p.

295. HANSEN M., (1999) *Lessons in being Chinese : minority education and ethnic identity in Southwest China*, University of Washington Press, Seattle, 205 p.

296. HAO G., GAN Y., HU H., (1998) *Quantitative evaluation and regionalization of tourism ressources in Guangxi*, Chinese Geographical Science (*Zhongguo dili*), Volume 8, Issue 2, p. 183-192.

297. KAUP K.-P., (2000) *Creating the Zhuang : Ethnic politics in China*, Editions Lynne Rienner, Boulder, 221 p.

298. Koueilin, (1978) *Koueilin, ville de beauté*, Editions en langue étrangères, Pékin, 109 p.

299. LAI Y., (1935) *Guangxi yi lan* (Glimpses of Kwangsi), The Kwangsi provincial government press, Nanning, 541 p.

300. LI M., DEWAR K., (2003) *Assessing tourism supply in Beihai, China*, Tourism Geographies, Volume 5, n° 2, p. 151-167.

301. MAIRE R., (2004) *Minorités ethniques, mondialisation et explosion du tourisme en Chine : le cas de Lijiang (Yunnan) et de la culture Naxi*, p. 153-175 **In** : BART F. et LENOBLE-BART A., (Dir.) (2004) *Afrique des réseaux et mondialisation*, Karthala, Paris, 204 p.

302. MARGAT C., (2004) *Poussière du Guangxi : en Chine sur la trace des peintres lettrés*, Editions de la différence, Paris, 224 p.

303. Mission économique française, (2008) *Fiche de synthèse - Le Yunnan*, 4 p.

304. Mission économique française, (2008) *Fiche de synthèse - Le Guangxi*, 4 p.

305. Mission économique française, (2004) *Fiche de synthèse - Le Guizhou*, 4 p.

306. RAVBAR N., (2003) *The earliest Chinese karstologist Xu Xiake*, Acta carsologica, Volume 32, n° 1, p. 243-254.

307. RONGLING, C., (1994) *Studies on Guangxi Littoral Area Town Development Overall Arrangement*, Regional Research and Development, n° 3, 1994

308. WANG X., (2007) *Exemple du développement touristique dans la région de Guilin*, Mémoire de Master 2 Administration des entreprises, Université de Pau, 40p.

309. ZHANG X., (2006) *Guangxi Bridges China and ASEAN*, China Today, Volume 55, n° 1, p. 29-30.

310. ZHOU G., (1999) *Beihai xianxiang* (Le phénomène Beihai), Huaxia chubanshe, Beijing, 376 p.

4-2. Les rapports locaux

311. Bureau de l'aménagement de la plage d'Argent (2007) *Yintan guihua jieshuoci* (explication du projet de la plage d'Argent), rapport non publié, 5 p.

312. Bureau du tourisme de la région autonome *Zhuang* du Guangxi, (2007) *Guangxi lüyou nianjian* (Annuaire statistique du tourisme au Guangxi), 218 p.

313. Bureau du tourisme de la région autonome *Zhuang* du Guangxi, (2006) *Guangxi zhuangzu zizhiqu lüyouye fazhan « shi yi wu » guihua* (11ème plan quinquennal de développement touristique de la région autonome *Zhuang* du Guangxi), projet interne non publié, 112 p.

314. WANG H., (2003), *Guangxi zhuangzu zizhiqu dituji* (Atlas de la région autonome *Zhuang* du Guangxi), Xingqiu ditu chubanshe, Beijing, 486 p.

315. WANG Y., (2002) *Guilin shi lüyou fazhan zongti guihua* 2001-2020 (Plan de développement touristique de la municipalité de Guilin 2001-2020), Zhongguo lüyou chubanshe, Beijing, 298 p.

4-3. Guides touristiques en chinois (Chine et Guangxi)

316. CHEN L. (Ed.), (2004) *Guangxi xingzhi shu* (Connaissance du Guangxi), Guangdong lüyou chubanshe, Guangzhou, 214 p.

317. GAO Y. (Ed.), (2004) *Dubu zhongguo, Guangxi* (La Chine à pied, le Guangxi), Zhongguolüyou chubanshe, Beijing, 182 p.

318. HE J. (Ed.), (1990) *Lijiang qing* (Un amour de fleuve Li), Lijiang chubanshe, Guilin, 122 p.

319. HUANG L. (Ed.), (2004) *Guangxi guzhen shu* (Guide des vieux villages du Guangxi), Huashan wenyi chubanshe, Shijiazhuang, 198 p.

320. LIN H., ZHANG Y. (Ed.), (2003) *Zizhu lüyou shouce – Yangshuo* (Guide du tourisme individuel à Yangshuo), Zhongguo lüyou chubanshe, Beijing, 214 p.

321. LIU H. (Ed.), (2006) *Guangxi daoyou shu* (Guide du tourisme au Guangxi), Zhongguo lüyou chubanshe, Beijing, 239 p.

322. WANG E. (Ed.), (2004) *Shuiyin Guilin* (Guilin en filigrane), Shandong lüyou chubanshe, Jinan, 318 p.

323. WANG X. et CHEN M. (Ed.), (2005) *Beihai weizhou dao daoyou* (Guide touristique de l'île de Weizhou), Guangxi minzu chubanshe, Nanning, 98 p.

324. ZHOU R. (Ed.), (2005) *Zhongguo zizhuyou* (Guide du tourisme individuel en Chine), Shaanxi shifan daxue chubanshe, Beijing, 736 p.

325. ZHOU R. (Ed.), (2005) *Zhongguo xingshi xungenyou* (Guide du tourisme des racines en Chine), Shaanxi shifan daxue chubanshe, Beijing, 560 p.

Table des documents

1. Table des cartes

Carte de présentation. Les lieux étudiés dans le Sud-Ouest chinois ----------p. 11
Carte 1. Les régions chinoises et leur degré d'intégration au système économique mondial ----------p. 39
Carte 2. Les régions autonomes en Chine et les minorités nationales dans le Sud-Ouest chinois ----------p. 41
Carte 3. Lieux et flux du tourisme international dans le Sud-Ouest ----------p. 51
Carte 4. Présentation de la région autonome *Zhuang* du Guangxi ----------p. 53
Carte 5. Les minorités nationales dans la région autonome *Zhuang* du Guangxi ----------p. 55
Carte 6. Les recettes du tourisme international par province ou région administrative spéciale en 2005 ----------p. 79
Carte 7. La structure de l'espace touristique des Occidentaux en Chine ----------p. 80
Carte 8. Les touristes intérieurs émis par les agences de voyage par province en 2006 ----------p. 119
Carte 9. Les touristes intérieurs reçus par les agences de voyage par province en 2006 ----------p. 119
Carte 10. Les « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » en 1982 ----------p. 141
Carte 11. Les « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » en 2005 ----------p. 141
Carte 12. *Mingsheng* et voyageurs lettrés dans le Sud-Ouest chinois ---------- p. 143
Carte 13. Les liaisons aériennes nationales et internationales depuis Guilin en 2007 -----p. 151
Carte 14. Les sites et lieux touristiques dans la municipalité de Guilin en 2008 ----------p. 154
Carte 15. Les réformes et l'ouverture au Guangxi ---------- p. 159
Carte 16. Les projets de développement du littoral du Guangxi avec le concours de Nanning ----------p. 160
Carte 17. Les projets de transformation de Beihai en 1984 ----------p. 164
Carte 18. Le littoral de la plage d'Argent, au sud de la presqu'île de Beihai ----------p. 171
Carte 19. L'origine des touristes intérieurs à Guilin en juin 2008 ---------- p. 186
Carte 20. Les territoires touristiques à *Jinken* et *Ping'An* ----------p. 231
Carte 21. La hiérarchie touristique des lieux dans le « *Guide du tourisme au Guangxi* » (2006) ----------p. 243
Carte 22. La hiérarchie touristique des lieux dans « *La Chine à pied, le Guangxi* » (2004) ----------p. 243
Carte 23. La hiérarchie touristique des lieux dans « *Connaissance du Guangxi* » (2004) p. 243
Carte 24. La hiérarchie des lieux dans le guide « un autre Guilin » (2004) ---------- p. 246
Carte 25. Les principaux sites touristiques dans la ville de Guilin ----------p. 252
Carte 26. La station de *Beidaihe* dans les années 1990 ----------p. 268
Carte 27. Les hôtels classés à Guilin en 2007 ---------- p. 292
Carte 28. La capacité d'accueil des hôtels classés à Beihai (2006) ----------p. 294
Carte 29. Les aménagements du circuit fluvial « 2 rivières, 4 lacs » ----------p. 306
Carte 30. Le tourisme sur la rue Binjiang (2007) ---------- p. 325
Carte 31. L'extension progressive de la ville de Guilin (1978-2007) ---------- p. 328
Carte 32. La réalité spatiale du nord de Beihai derrière les grandes avenues ---------- p. 333
Carte 33. Le tourisme dans le centre de Yangshuo (2007) ----------p. 364

Carte 34. L'extension actuelle et à venir de Yangshuo ----------p. 366
Carte 35. Les *Mingsheng* au Guangxi ----------p. 370
Carte 36. Localisation de Huangguoshu ----------p. 375

2. Table des planches, des plans et des croquis

Planche 1. Présentation de la région autonome Zhuang du Guangxi ----------p. 53
Planche 2. Les touristes intérieurs émis et reçus par les agences de tourisme (2006) --- p. 119
Planche 3. L'évolution de la conception des semaines d'or par les touristes chinois ---- p. 129
Planche 4. Les « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » (1982-2005) ----------p. 141
Planche 5. Les projets de transformation de Beihai en 1984 ---------- p. 164
Planche 6. La hiérarchie des lieux dans trois guides touristiques consacrés au Guangxi -p. 243
Planche 7. Faire du vieux avec du neuf ----------p. 256
Planche 8. Les pratiques touristiques en réponse à ces aménagements ---------- p. 257
Planche 9. Les transformations de Guilin dans les années 1980 ---------- p. 297
Planche 10. Les transformations de Guilin dans les années 1990 ----------p. 300
Planche 11. La construction d'un nouveau centre-ville (1992-1995) ----------p. 304
Planche 12. Le circuit « deux rivières quatre lacs » ----------p. 306
Planche 13. La rénovation de la rue *Zhuhai*, l'artère principale de l'ancien centre-ville à Beihai ---------- p. 309
Planche 14. Une artère transformée pour le shopping, la rue de *Xicheng* ---------- p. 316
Planche 15. Beihai, une ville moyenne encore modeste ---------- p. 331
Planche 16. La vente des droits du sol, « nœud de l'essor urbain en Chine » (exemple à Guilin) ----------p. 336
Planche 17. Guilin, une ville touristifiée ---------- p. 339
Planche 18. La transformation de la rue *Pantao* (1995-2008) ----------p. 362
Planche 19. La transformation de *Detian* après l'arrivée du tourisme intérieur ----------p. 374
Plan 1. Le plan d'aménagement de Beihai (1993) ---------- p. 303
Plan 2. Le futur aménagement de la rue Zhuhai (prévu pour 2010) ----------p. 309
Plan 3. Le projet « une zone deux golfes » ----------p. 352
Croquis 1. Les pratiques touristiques sur la plage d'Argent ---------- p. 274

3. Table des photos

Photo 1. Touristes chinois visitant un village de minorités à Tongling, Guangxi, 2005 --- p. 74
Photo 2. Les vacances annuelles sont-elles vraiment en « or » ? ---------- p. 129
Photo 3. « Des grottes attirent 100 000 visiteurs » ---------- p. 129
Photo 4. Couverture d'un guide touristique destiné aux familles « modernes » ---------- p. 132
Photo 5. Une partie de la ville, bombardée en 1944 ---------- p. 146
Photo 6. Le tourisme intérieur à la colline de la trompe de l'éléphant en 1982 ---------- p. 149
Photo 7. Vue du quartier des affaires de Nanning depuis le centre de congrès de l'ASEAN ---- ---------- p. 161
Photo 8. La visite de Jiang Zemin le 21 novembre 1990 ---------- p. 164
Photo 9. Un établissement destiné au tourisme international, aujourd'hui laissé à l'abandon --- ---------- p. 168
Photo 10. La plage d'Argent dans les années 1990 ---------- p. 169
Photo 11. Les espaces pour les touristes internationaux aujourd'hui abandonnés -------- p. 170
Photo 12. La foule au bord du fleuve Li, à côté de la rue Binjiang ---------- p. 191
Photo 13. Voitures individuelles à l'entrée de la grotte *Guan* ---------- p. 195
Photo 14. Touristes individuels et touristes en groupe se confondent à Beihai ---------- p. 196
Photo 15. Un paysage du fleuve Li apprécié par les touristes occidentaux ---------- p. 213

Photo 16. Paysage brumeux du fleuve Li, apprécié par les touristes intérieurs ---------- p. 214
Photo 17. La colline de la fresque des neuf chevaux ---------- p. 216
Photo 18. Touristes intérieurs sur le fleuve Li ---------- p. 217
Photo 19. « Bru massant sa belle-mère » ---------- p. 219
Photo 20. Plan de la grotte de *Yiling* ---------- p. 219
Photo 21. Les lumières de la grotte *Guan* ---------- p. 222
Photo 22. Prise de soi en photo sur la plage d'Argent, à Beihai ----------p. 226
Photo 23. Prise de soi en photo dans la grotte de *Zhijin*, au Guizhou ---------- p. 227
Photo 24. La brume sur les rizières photographiée par les touristes intérieurs ---------- p. 233
Photo 25. Exemple de magazine chinois dédié à « l'outdoor » ----------p. 235
Photo 26. Touristes intérieurs à *Guiping* ---------- p. 237
Photo 27. Touriste intérieur à la montagne du chat ---------- p. 238
Photo 28. La porte nord de la cité de Qingyan en 2008 ---------- p. 256
Photo 29. Une « ancienne » maison de Qingyan en 2008 ---------- p. 256
Photo 30. Les vieilles pierres, jetées à l'abri des regards ----------p. 256
Photo 31. L'avenue commerçante de Qingyan en 2008 ---------- p. 257
Photo 32. Une ruelle perpendiculaire à l'avenue principale ---------- p. 257
Photo 33. Prise de photo devant une porte récemment reconstruite ---------- p. 257
Photo 34. Une des allées principales du parc des sept étoiles ---------- p. 262
Photo 35. Mur à la « gloire de la Chine » ---------- p. 263
Photo 36. La colline du chameau ---------- p. 264
Photo 37. Les « chutes du Plaisir » ----------p. 265
Photo 38. Groupe de touristes en arrière du cœur de la plage ---------- p. 272
Photo 39. L'entrée de la plage d'Argent ----------p. 273
Photo 40. Section « mixte » de la zone touristique périphérique ----------p. 276
Photo 41. L'hôtel *Lijiang Da pubu* ----------p. 289
Photo 42. La construction de nouveaux hôtels au bord de l'avenue Zhongshan dans les années 1980 ----------p. 297
Photo 43. L'avenue Zhongshan en 2006 ----------p. 300
Photo 44. L'avenue Zhongshan, la principale artère de Guilin ----------p. 301
Photo 45. L'ancien centre-ville fondé sur les anciennes concessions étrangères ---------- p. 304
Photo 46. Le nouveau centre-ville au sud de l'ancienne cité ---------- p. 304
Photo 47. Vue générale du circuit fluvial « deux rivières quatre lacs » ---------- p. 306
Photo 48. Les nouvelles pagodes au cœur du circuit « 2rivières, 4 lacs » ---------- p. 308
Photo 49. La rue de Zhuhai en 2005 ---------- p. 309
Photo 50. La rue de Zhuhai en 2006 ---------- p. 309
Photo 51. Le Sud de la rue commerçante au centre de Guilin ---------- p. 315
Photo 52. Une partie de la rue Xicheng en 1947 ---------- p. 316
Photo 53. Le milieu de la rue Xicheng en 2006 ---------- p. 316
Photo 54. L'ouverture d'un nouveau centre commercial dans le centre-ville de Beihai en 2007 ----------p. 318
Photo 55. La rue de *Binjiang* en 1978 ----------p. 324
Photo 56. Le mitage des bâtiments des années 1960/1970 dans le nouveau centre-ville - p. 327
Photo 57. La ville de Beihai vue depuis la presqu'île en 2006 ---------- p. 331
Photo 58. La ville de Beihai reste modeste ----------p. 331
Photo 59. Le nord de l'arrondissement Qixing, anciennement un « canton » ---------- p. 336
Photo 60. Un autre Guilin ---------- p. 337
Photo 61. La rue de l'eau (*Shuijie*), à *Xing'An* ----------p. 344
Photo 62. La transformation des maisons du village de *Ping'An* ---------- p. 347
Photo 63. La rue de l'Ouest avant les transformations (1995) ----------p. 361

Photo 64. La rue de Pantao en 1995 ----------p. 362
Photo 65. Détail de la rue Pantao en 2008 ----------p. 362
Photo 66. De nouvelles possibilités de se loger autour de Yangshuo ----------p. 368
Photo 67. La construction d'hôtels par la population locale (Montagne du chat) ----------p. 372
Photo 68. Les « paysages » autour de Detian ----------p. 374
Photo 69. Le plus proche village de Detian, aujourd'hui doté de nouvelles infrastructures ----------p. 374
Photo 70. L'allée commerçante conduisant à l'entrée du site touristique de Detian -------p. 374
Photo 71. Une fois entré dans le site touristique, les aménagements sont nombreux ------p. 374
Photo 72. Les chutes de Detian ---------- p. 374
Photo73. La chute de *Huangguoshu* ---------- p. 376
Photo 74. Ancienne et nouvelle routes pour se rendre à *Huangguoshu* ---------- p. 378
Photo 75. Le plan d'ensemble du nouveau lieu ----------p. 379
Photo 76. Un village à proximité de *Huangguoshu* aujourd'hui en partie mis en tourisme ----------p. 380
Photo 77. Détail du plan d'ensemble de *Huangguoshu* ----------p. 381

4. Table des tableaux

Tableau 1. Les disparités régionales entre le littoral, l'intérieur et l'Ouest chinois en 2005 ---------- p. 38
Tableau 2. Les principales caractéristiques des provinces du Sud-Ouest chinois en 2007 ---------- p. 42
Tableau 3. Nombre de déplacements touristiques dans le Sud-Ouest chinois en 2006 --- p. 43
Tableau 4. Nombre de touristes reçus par les agences touristiques dans le Sud-Ouest chinois en 2006 ----------p. 43
Tableau 5. Les déplacements touristiques des compatriotes dans le Sud-Ouest en 2006 ---------- p. 46
Tableau 6. Les employés dans le secteur touristique par province du Sud-Ouest en 2006 ---------- p. 48
Tableau 7. Déplacements et revenus touristiques internationaux pour différentes villes des provinces du Guangxi et du Yunnan en 2006 ----------p. 50
Tableau 8. Le tourisme international dans la grande Chine entre 2005 et 2007 ---------- p. 70
Tableau 9. Les 5 premières destinations touristiques du monde en 2007 ---------- p. 70
Tableau 10. L'importance des déplacements de courte durée des ressortissants de Hong Kong et de Macao en 2005 ---------- p. 75
Tableau 11. Principales caractéristiques du tourisme intérieur « urbain » (2007) --------- p. 87
Tableau 12. Les principales caractéristiques du tourisme intérieur (citadins et des ruraux) en 2007 ---------- p. 95
Tableau 13. But des départs en voyage des citadins chinois (2006) ---------- p. 122
Tableau 14. Evolution du nombre de touristes à Guilin entre 1973 et 1978 ---------- p. 148
Tableau 15. Aspects les plus importants et les moins importants pour les touristes intérieurs ----------p. 189
Tableau 16. L'importance des pratiques individuelles dans le tourisme intérieur à Guilin ---------- p. 192
Tableau 17. Les modes de transport utilisés par les touristes intérieurs en 2008 ---------- p. 194
Tableau 18. Distribution du Khi² ---------- p. 198
Tableau 19. Croisement entre l'origine géographique et la consultation de carte --------- p. 200
Tableau 20. Croisement entre l'origine géographique et la consultation de guide ---------p. 201
Tableau 21. Croisement entre l'origine géographique et l'aspect le plus important -------p. 201
Tableau 22. Rapport entre l'âge des touristes et leur origine géographique ---------- p. 204

Tableau 23. Rapport entre l'âge des touristes et leurs modalités de voyage ----------p. 205
Tableau 24. Rapport entre l'âge des touristes et l'aspect le plus important d'un voyage réussi ----------p. 207
Tableau 25. Les collines nommées le long du fleuve Li entre Guilin et Yangshuo --------p. 215
Tableau 26. Les prix d'entrée des principaux sites touristiques et des principaux spectacles ----------p. 223
Tableau 27. Une journée à la plage ----------p. 271
Tableau 28. L'attribution des étoiles aux hôtels de Beihai (1997-2006) ---------- p. 293
Tableau 29. Origine des touristes à Guilin (1985-1991) ----------p. 298
Tableau 30. Présentation de l'entreprise « *Guilin Tourism* » (2000) ---------- p. 346

5. Table des graphiques

Graphique 1. Origine des « touristes » dans les trois provinces du Sud-Ouest en 2006 ---p. 45
Graphique 2. Les revenus du tourisme international dans le Sud-Ouest en 2006 --------- p. 47
Graphique 3. La répartition des hôtels du Sud-Ouest selon leurs capacités d'accueils en 2006 ---------- p. 49
Graphique 4. Evolution du nombre de déplacements touristiques internationaux en Chine de 1978 à 2006 ----------p. 69
Graphique 5. Origine des touristes internationaux en Chine (2005) ----------p. 74
Graphique 6. Origine des principaux touristes asiatiques (hors Hong Kong, Macao, Taiwan) en Chine continentale en 2005 ----------p. 78
Graphique 7. Les déplacements des touristes intérieurs et des touristes internationaux en Chine (2007) ----------p. 87
Graphique 8. L'évolution du nombre de déplacements touristiques intérieurs chinois entre 1985 et 2007 ---------- p. 90
Graphique 9. Evolution du nombre de visiteurs « nationaux » à Beihai de 1990 à 2006 -------- p. 168
Graphique 10. Origine des touristes à Beihai en 2006 ---------- p. 167
Graphique 11. La fréquentation de Guilin par les touristes intérieurs en 2007 ---------- p. 184
Graphique 12. Répartition des classes d'âge des touristes intérieurs en 2008 ---------- p. 188
Graphique 13. Relation entre la durée du séjour local et la durée du séjour total en 2008 ------- p. 188
Graphique 14. Les moyens de transport utilisés selon la région d'origine ---------- p. 194
Graphique 15. Nouvelle répartition des classes d'âge de l'enquête ---------- p. 204

6. Table des figures, des illustrations et des dessins

Illustration 1. Paysages dans la province de l'Anhui ---------- p. 16
Illustration 2. Le site du mont Tai shan reproduit sur le billet de 5 yuans ---------- p. 111
Illustration 3. La ville historique de Guilin ---------- p. 145
Illustration 4. Peinture contemporaine du fleuve Li ---------- p. 212
Figure 1. Echelles d'étude de la thèse, exemple à Guilin ----------p. 58
Figure 2. Les regards de touristes sur la Grande Muraille ---------- p. 103
Figure 3. Le tourisme comme un moyen de développement économique selon Deng Xiaoping ---------- p. 139
Dessin 1. « Vous voyagez ? J'ai vraiment une semaine en or » ---------- p. 129

7. Table des encadrés

Encadré 1. Qu'est-ce que le tourisme ? ----------p. 67
Encadré 2. La géographie culturelle utilisée dans ce travail ---------- p. 101
Encadré 3. Le Sud-Ouest chinois, rural et en retard ---------- p. 137

Table des Annexes

***Annexe 1*. Démarche du travail de terrain**

1-1. Le terrain

1-2. Collaboration de recherche

***Annexe 2*. Enquête qualitative menée à Beihai en mai 2006**

2-1. Description de l'enquête

2-2. La grille d'observation

2-3. Complément d'enquête : sondage sur la plage d'Argent

***Annexe 3*. Les acteurs du tourisme rencontrés en 2007**

***Annexe 4*. Enquête quantitative menée à Guilin en juin 2008**

4-1. Description de l'enquête

4-2. Le questionnaire

4-3. Données de l'enquête

***Annexe 5*. Données statistiques supplémentaires sur le tourisme intérieur chinois en 2006**

5-1. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville et métier)

5-2. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, âge et sexe)

5-3. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, métier et but du séjour)

5-4. Les dépenses des résidents urbains en 2006 (selon la ville et l'activité professionnelle)

5-5. Caractéristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, âge et sexe)

5-6. Caractéristiques des séjours touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville et but du séjour)

5-7. La situation du tourisme intérieur des résidents urbains en 2006 (par ville)

5-8. La situation du tourisme intérieur des résidents ruraux en 2006 (par province)

5-9. Les agences de voyages en 2006

5-10. L'activité touristique en Chine en 2006 (en nombre d'employés)

***Annexe 6*. Les discours des guides (exemple de la grotte *Ludi*)**

***Annexe 7*. Le tourisme des étrangers et des compatriotes à Guilin en 2006**

***Annexe 8*. Articles de journaux : des touristes nombreux**

8-1. *Sites overflowing with holiday visitor* (Les sites débordent avec les visiteurs des vacances), China Daily du 04/10/2005.

8-2. *« Wu yi » huangjinzhou lüyou renao kaichang* (L'ouverture animée des vacances touristiques du 1er mai), Guilin ribao du 02/05/2006.

***Annexe 9*. Les ethnies minoritaires en Chine**

Annexe 1. Démarche du travail de terrain

Un récit reprenant les principales phases de notre démarche à partir du terrain s'impose pour comprendre les différentes difficultés rencontrées sur place, ainsi que les réponses apportées à ces obstacles.

1-1. Déroulement du terrain

1-1-1. L'année de la découverte (2005)

Nos différents séjours cumulés en Chine pendant cette thèse représentent près de deux ans sur les cinq qu'a duré notre travail : notre choix fut celui d'investir du temps sur place afin de mieux comprendre cette société et l'espace qu'elle produit. Voici donc dans un ordre chronologique les terrains que nous avons réalisés ainsi que ce qu'ils nous ont apporté.

Le premier séjour sur le terrain s'est déroulé de début avril à fin mai 2005, exclusivement dans la province du Guangxi. Notre première stratégie a été de nouer des contacts avec l'Université des minorités à Nanning, afin de bénéficier de l'appui des responsables du bureau des étrangers pour obtenir un visa de recherche, et donc des informations. L'obtention du dit visa fut cependant longue et nous avons dû nous en passer pendant plus d'un mois. Après plus de deux semaines passées à l'Université, nous sommes parti dans l'ouest de la province pour essayer de mieux comprendre le tourisme : le cœur du tourisme n'était pas là et fûmes contraints de nous diriger vers la ville de Guilin, pendant trois semaines, avec un interprète. L'objectif était de nous familiariser avec la réalité du terrain et de faire des premières observations. Pendant ces quelques semaines, nous avons également pu réaliser des entretiens avec des touristes étrangers pendant leur croisière sur le fleuve Li. Nous sommes ensuite reparti vers Nanning, le temps d'une semaine qui a aussi été l'occasion de trouver un nouvel interprète afin de nous rendre vers la ville de Beihai, pendant les deux dernières semaines[524].

A l'issue de ce premier terrain, nous nous sommes vite rendu compte que réaliser une thèse uniquement avec un interprète serait une tâche difficile. Surtout, les résultats obtenus seraient moins approfondis que si nous maîtrisions, ne serait-ce qu'un minimum, la langue

[524] Notons que nous avons eu dans les deux cas des étudiants apprenant le français comme interprètes. Leur niveau de français était très bon puisqu'ils étaient en quatrième année de licence (en Chine la licence se fait en quatre ans), c'est-à-dire l'année de la rédaction d'un mémoire de fin d'études. Nous n'avons ainsi pas eu de tierce langue qui aurait pu être un biais dans l'information recueillie. De plus, nous avons eu la chance d'avoir des interprètes originaires des régions où nous nous rendions (Guilin et Beihai).

chinoise. C'est pourquoi, à partir de septembre de cette année 2005, nous avons passé un semestre dans une Université pékinoise pour un apprentissage accéléré des bases du Chinois. En un total de 400 heures, nous avons ainsi pu apprendre un total d'environ 800 caractères (à peu près 1000 mots). Avec ce premier bagage en tête, nous pouvions être autonome en Chine et tenir une discussion de base. Ce séjour à Pékin a aussi été pour nous l'occasion de mieux nous plonger dans la société chinoise, puisque hébergé pendant ces quatre mois dans une famille chinoise, non loin de l'Université. Cela a donc été un « plus » pour comprendre le quotidien des Chinois, hors des périodes touristiques.

1-1-2. Approfondissement des connaissances de terrain (2006)

Dès la fin du semestre d'étude à Pékin nous sommes reparti dans la province du Guangxi pour une mission qui a duré six mois (janvier-juin 2006) et durant laquelle nous avons passé le nouvel an chinois (le 30 janvier cette année-là), à Guilin, afin de comprendre le tourisme pendant la semaine d'or de la fête du printemps. Nous sommes ensuite retournés à Nanning dans l'intention d'obtenir un nouveau visa de recherche, mais à cause des congés liés à la fête, les procédures restèrent au point mort pendant près de deux semaines.

Nous avons donc décidé d'essayer de récupérer des informations sans passer par la case administrative et, surpris de constater que le dit visa n'était pas nécessaire pour obtenir des informations de base,[525] nous avons commencé à monter une première enquête qui visait à obtenir des informations qualitatives sur les pratiques (comportements, durées, modalités des pratiques, type de population), des touristes intérieurs à Beihai. Nous avons alors réalisé plusieurs observations, à différents moments de la journée, dans quatre lieux tests, pendant la semaine d'or du mois de mai, en changeant chaque jour l'ordre des lieux observés (voir les annexes). Il s'agissait alors d'adapter l'étude à l'échelle des phénomènes observés : un comptage des touristes dans différents sites n'était pas possible, leur nombre était trop élevé. Grâce à cette enquête, nous avons ainsi pu croiser les données obtenues auprès de l'administration du tourisme avec l'observation directe du phénomène touristique. Dans un pays où la population est si nombreuse, les mailles de la grille d'observation doivent être plus larges.

Suite à cette première enquête, nous sommes retournés à Guilin pour y récolter les quelques (maigres) données de l'administration du tourisme de la municipalité. Nous avons également commencé à réfléchir aux modalités d'une enquête plus approfondie dans un

[525] Nous avons obtenu le visa au début du mois d'avril mais cela ne nous a servi à rien car les informations disponibles n'étaient pas plus nombreuses.

espace (Guilin), qui draine plus de touristes (environ 10 millions de touristes par an) et qui est géographiquement plus vaste. Cependant, pour ce faire, un niveau de Chinois plus important était nécessaire.

1-1-3. Moins de terrain, plus de recul (fin 2006-2007)

Un an après notre premier séjour à Pékin, nous sommes retournés dans la capitale pour réaliser un autre stage intensif d'apprentissage du Chinois. Etant donné que nous avions pendant le précédent séjour continué à prendre des cours particuliers et à étudier par nous-mêmes, nous avons pu « sauter » une classe et arriver dans le niveau intermédiaire (*Zhongji*)[526]. Même si les premières semaines ont été assez difficiles, cela a été une expérience très enrichissante, personnellement et en terme de nombre de caractères appris. A l'issue de ce séjour, nous pouvions ainsi lire des articles de journaux simples, notamment ceux traitant du tourisme, à condition d'y passer un certain temps et d'avoir un bon dictionnaire.

Après deux mois d'apprentissage intensif, nous sommes encore une fois repartis vers Guilin où un poste de lecteur de français s'offrait à nous[527]. Cela a été une excellente occasion de nous rapprocher du monde universitaire, tout en étant au plus proche de la réalité du terrain étudié. Pendant trois mois (novembre 2006-janvier 2007), nous avons pu rencontrer des enseignants chercheurs, notamment des géographes et des chercheurs sur le tourisme. C'est d'ailleurs grâce à eux que nous avons pu apprendre que beaucoup d'informations nécessaires à notre recherche n'existaient pas. Leurs conseils étaient même de faire comme eux, c'est-à-dire de chercher les informations sur Internet… Heureusement, de par le temps précédemment passé sur le terrain, nombre d'amis chinois travaillant dans le secteur du tourisme nous ont aidé à récolter quelques informations en ligne.

Plongé dans la réalité chinoise depuis plus d'an sans presque discontinuer, nous avons pris quatre mois de recul, le temps de donner des cours à l'Université de la Rochelle. Ce temps hors de Chine a été le moyen de faire le tri parmi les informations recueillies et donc de savoir ce qu'il manquait. Un travail de trois mois à Guilin et Beihai a donc été planifié pour obtenir des documents traitant de l'aménagement des lieux. C'est de retour sur le terrain que nous avons alors découvert l'existence du bureau des « annales » (*shizhiban*)[528]. Il nous a

[526] 中级

[527] Je dois ici remercier Martine Raibaud qui m'a fait profiter de ses connaissances sur place et à qui je dois donc ce poste.

[528] Ce qui n'aurait pas été possible sans la connaissance du terrain de mon épouse, que je remercie donc ici vivement.

donc fallu passer beaucoup de temps dans ces bureaux pour aller à la recherche des informations qui nous intéressaient parmi de nombreux registres. Les informations recueillies nous ont ensuite permis de poser des questions plus pertinentes sur l'aménagement des lieux, leurs transformations, etc. C'est ainsi lors de ce passage sur le terrain que nous avons réalisé la plupart des entretiens avec les différents professionnels du tourisme, dans le domaine privé (hôtels et agences touristiques), mais aussi public (bureau de l'aménagement de la plage d'Argent à Beihai, bureaux du tourisme, bureau des transports, etc.

1-1-4. Et les pratiques ?

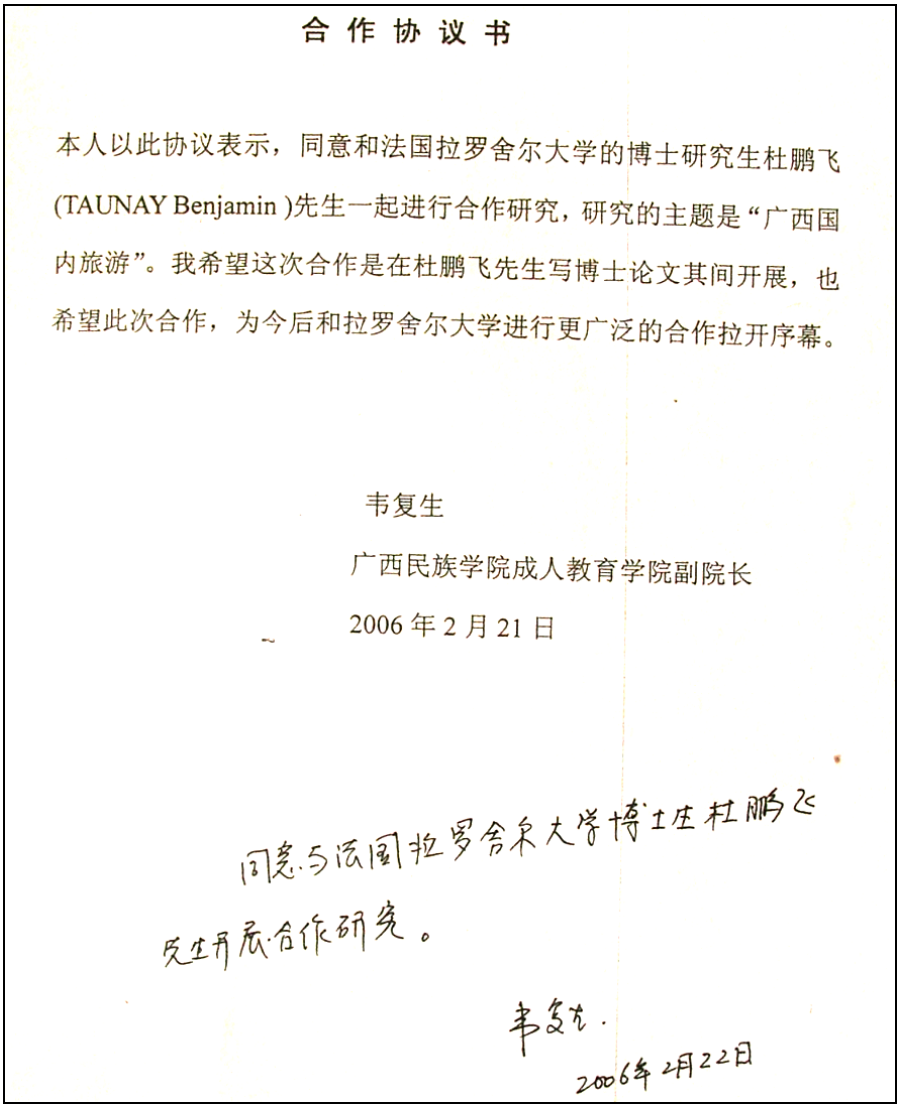
La question des pratiques touristiques a toujours été une difficulté tout au long de ce travail (d'où l'intérêt de la traiter dans ce travail). Nous l'avons vu, la seule véritable enquête sur ce thème avait été réalisée en 2006, et il nous manquait donc de la matière pour rédiger ce qui est présenté en partie deux dans ce travail. A partir d'août 2007, à la fin du dernier travail de terrain, nous avons donc commencé une première rédaction de la partie sur les pratiques touristiques, en reprenant l'ensemble des notes de terrain, rédigées entre 2005 à 2007. En recoupant les diverses observations directes, il était clair qu'un fond était là mais qu'il manquait une base quantitative pour étayer les propos.

Nous avons donc préparé une enquête par questionnaire pour le mois de juin 2008. Le lieu de l'enquête était bien évidemment la ville de Guilin ainsi que le village de Yangshuo (afin d'interroger, ou de saisir des touristes qui choisissent d'autres circuits que ceux passant uniquement par Guilin). Le nombre d'interrogés a été de 240 personnes, par la méthode des quotas, pour un questionnaire de 18 questions (annexe 4). Ce travail considérable nous a occupé pendant près de deux semaines, tous les jours, le reste du mois étant attribué à une collecte des quelques statistiques manquantes.

1-2. Collaboration de recherche

Le document présenté ci-dessous est un accord de coopération signé avec un professeur de l'Université des minorités à Nanning, en février 2006. Cette collaboration avait pour but de ne pas être considéré, par les autorités de Guilin et de Beihai, comme un « électron libre » ; surtout d'avoir un statut permettant de poser librement des questions aux responsables des départements spécialisés dans le tourisme, mais aussi aux touristes une fois sur place.

Document 1. Attestation de collaboration avec le professeur *Wei Fusheng* en 2006



合 作 协 议 书

本人以此协议表示，同意和法国拉罗舍尔大学的博士研究生杜鹏飞(TAUNAY Benjamin)先生一起进行合作研究，研究的主题是“广西国内旅游”。我希望这次合作是在杜鹏飞先生写博士论文其间开展，也希望此次合作，为今后和拉罗舍尔大学进行更广泛的合作拉开序幕。

韦复生

广西民族学院成人教育学院副院长

2006 年 2 月 21 日

同意与法国拉罗舍尔大学博士生杜鹏飞先生开展合作研究。

韦复生

2006年2月22日

Traduction.

Collaboration de recherche

Je soussigné Wei Fusheng, directeur du département d’éducation pour adultes à l’institut des minorités de Nanning, accepte par le présent document de collaborer aux recherches de M. TAUNAY Benjamin (Du Pengfei), doctorant à l’Université de la Rochelle.

Le thème de recherches entreprises est celui du « tourisme intérieur dans la province du Guangxi ». Je souhaite que cette collaboration se déroule tout au long de la thèse de Doctorat de M. Taunay.

Je souhaite également que la présente collaboration sera le début d’une coopération plus large avec l’Université de la Rochelle dans les années à venir.

Annexe 2. Enquête qualitative menée à Beihai en mai 2006

Afin de ne pas avoir que des résultats « statistiques », le développement utilise également les résultats d'une enquête par observations régulières au mois de mai 2006. Cette annexe présente l'enquête, ainsi que les lieux des observations.

2-1. Description de l'enquête : Une méthode qualitative pour étudier les pratiques touristiques à Beihai

La méthode utilisée est celle de l'observation qualitative répétée à intervalles réguliers. Pendant la semaine d'or du mois de mai 2006, nous avons observé dans quatre sites les pratiques des touristes intérieurs, notamment l'âge des touristes, leurs comportements, leurs circulations et le temps passé dans le site. Le choix des sites a été fonction de leur fréquentation : ce sont les plus visités à Beihai (carte 1). Le premier est le centre-ville, centré sur une place avec une fontaine (A), le deuxième est le cœur de l'ancienne ville, aujourd'hui rénovée pour le tourisme (B), le troisième est une île au nord de la presqu'île de Beihai, sur laquelle sont construits de nombreux restaurants et hôtels, c'est-à-dire là où se situait le cœur du tourisme dans les années 1990 (C), et le quatrième site est la plage d'Argent, au sud de la presqu'île (D).

Nous avons choisi de réaliser huit observations de trente minutes chacune par jour. Pour cela nous avons divisé la journée entre le matin (quatre observations), et l'après-midi (quatre observations)[529]. L'ordre des observations a changé périodiquement au fur et à mesure de la semaine : nous avons commencé par le site A le premier jour, par le site B le deuxième jour, etc. (tableau 1). Cela nous a permis de visualiser les pratiques dans un même site à différents moments de la journée et de couvrir ainsi une journée de semaine d'or pour chacun de ces sites. Cette enquête a été menée sur six jours et non sur sept car les touristes ne disposent au mieux que de sept jours pour leurs vacances à cette période de l'année. Le septième jour il n'y avait donc presque plus de touristes à Beihai.

[529] Ce qui fait un total de quatre heures d'observations par jour, auquel il faut ajouter les déplacements entre les sites, soit à pied (entre les sites dans le centre-ville, environ 2 km au total), soit en bus (pour se rendre sur la plage d'Argent et en revenir). Ces déplacements doublaient le temps d'observation.

Carte 1. Les sites d'enquête à Beihai en mai 2006

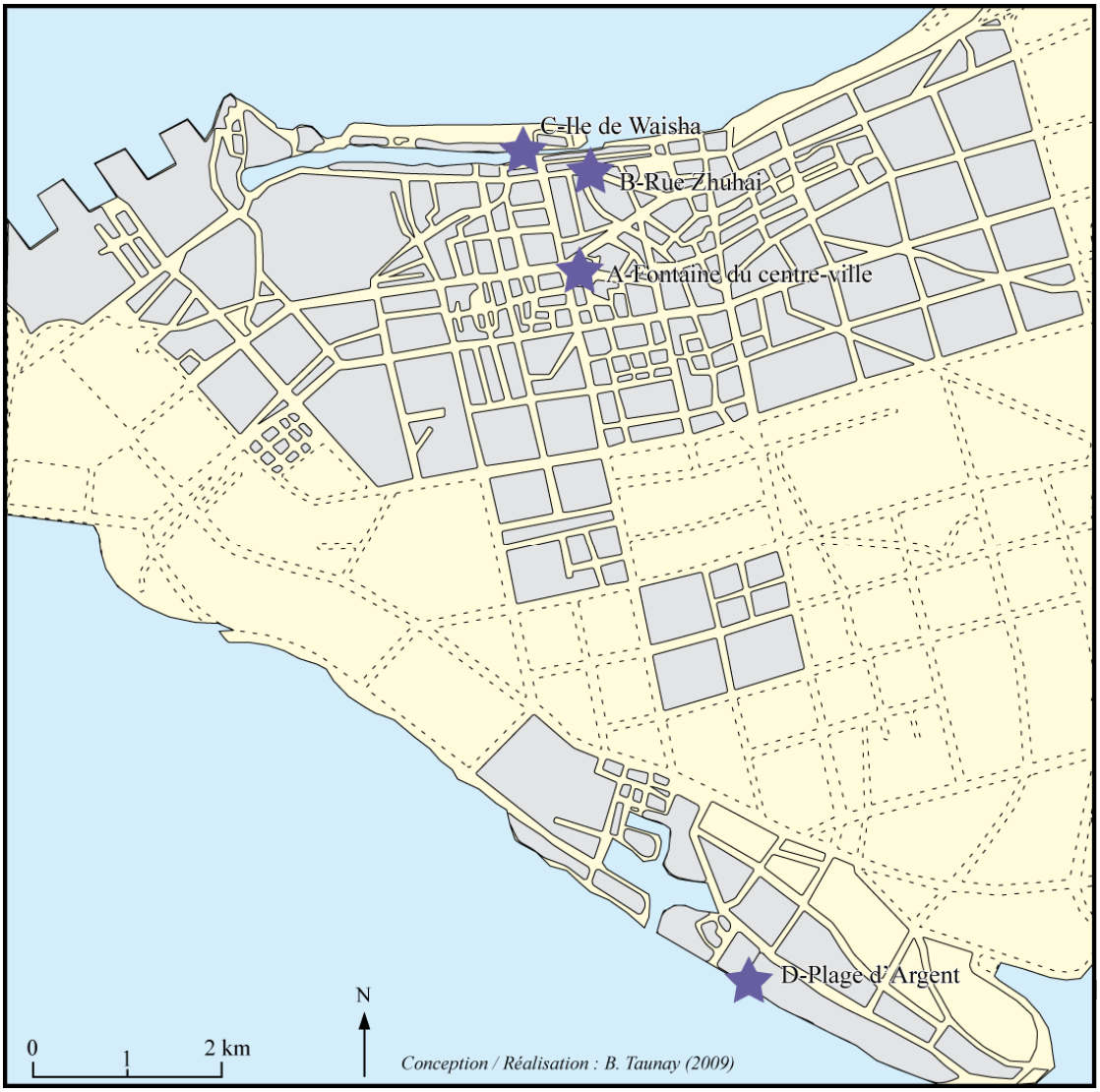


Tableau 1. Présentation du roulement des périodes et des sites d'observations

Période	1er mai	2 mai	3 mai	4 mai	5 mai	6 mai
Matin	A	B	C	D	A	B
	B	C	D	A	B	C
	C	D	A	B	C	D
	D	A	B	C	D	A
Après-midi	A	B	C	D	A	B
	B	C	D	A	B	C
	C	D	A	B	C	D
	D	A	B	C	D	A

Source : Enquête de terrain, 2006.

2-2. La grille d'observation

Une grille simple a été mise en place (tableau 2). Sur celle-ci, il s'agissait de noter rapidement (en raison du nombre important de touristes) plusieurs informations : l'âge approximatif des touristes, le type de pratique (jeu, repos, découverte), les comportements, et le temps passé dans le site. A chaque observation, un croquis des déplacements des touristes a été effectué.

Ce travail a ensuite été approfondi spécifiquement sur la plage d'Argent par des observations répétées pendant plusieurs jours, selon le même schéma que décrit ci-dessus (tableau 1), mais en différents endroits de la plage.

Tableau 2. Grille d'observation dans les sites retenus pour l'enquête de mai 2006

Populations	**Pratiques**	**Comportements**	**Durées**
20-25	Repos	Connaissance du lieu	
25-30	Découverte	Regarde tout	
30-40	Jeu	S'attarde sur des lieux précis	
50-60			
Groupe : Oui/Non **Guide** : Oui/Non **Voiture** : Oui/Non			
Croquis			

2-3. Complément d'enquête : sondage sur la plage d'Argent

Afin d'approfondir l'analyse des pratiques sur la plage d'Argent, nous avons également mené en 2007 un sondage auprès de 50 touristes sur cet espace (document 2). Les touristes interrogés ont répondu à neuf questions portant sur leurs activités sur la plage, sur les autres lieux visités à Beihai, sur le temps passé ici, ainsi que sur la raison de leur venue dans la ville.

Document 2. Sondage sur la plage d'Argent en 2007

1. Vous êtes venu à Beihai (您是几个人来北海 ?)

Seul / En couple / En famille / Entre amis / En groupe

一个人/ 一对 / 一家人 / 和朋友 / 参加旅游团 / 出差开会

2. Où vous êtes-vous fait prendre en photo ? [您游览了哪些景点？（照相留影）]
Pierre calligraphiée / Haut de la plage / Siège photo / Pied dans l'eau

"天下第一滩"/ 广场台阶 / 沙滩上 / 海里

3. Trouvez-vous les aménagements de la plage suffisants ? (您对这（景点）的设施配置满意吗？)
Satisfaisant / Moyen / Non

满意 / 一般 / 需要改进

4. Avez-vous utilisé les attractions suivantes ? (您参与了那些游乐项目？)
ULM / Promenade / Voiturette / Bateaux / Pédalo / Scooter des mers

三角翼 / 脚踏船 / 电瓶车 / 小木船 / 海滩车 / 动力伞 / 摩托艇

5. Que souhaitez-vous faire sur la plage ? (您在沙滩上如何度过？)
Lire / Bronzer / Se reposer / Pique-niquer

看书 / 晒太阳 / 休息 / 野餐 / 观景

6. Combien de temps allez-vous rester sur la plage ? (您来沙滩准备呆多久？)
1 heure / Quelques heures / Une demi-journée / Une journée / Plus (combien de temps ?)

一小时 / 数小时 / 半天 / 过夜 / 更长

7. Où avez-vous pris le repas de midi ? (您在哪里用餐？)
Sur place / emporté sur la plage / A l'extérieur / Ne mange pas

附近 / 自带 / 市区 / 不吃

8. Avez-vous visité d'autres sites à Beihai ? Si oui, lesquels ? (您还去了那些景点游览？)

第一站 / 最后一站 / 其他景点

9. Pourquoi êtes-vous venu à Beihai ? (您为什么来北海？)

Annexe 3. Les acteurs du tourisme rencontrés en 2007

Nombreux ont été les acteurs du tourisme rencontrés pendant les différents séjours de terrain. En particulier pendant le terrain de l'année 2007. A défaut de présenter une liste exhaustive, nous listons donc ici les principales personnes qui ont eu de l'importance, en terme d'informations récoltées, ou bien ceux qui pourraient être « utiles » à ceux qui souhaiteraient travailler par la suite à Guilin et Beihai.

Ces individus sont :

-Les responsables du bureau des annales （市志办）à Guilin et Beihai : registres municipaux annuels depuis 1995. Dans ce bureau, on trouve également différents registres spécialisés dans le tourisme, que les responsables des bureaux du tourisme affirment ne pas posséder… Les registres de ce bureau sont donc la principale source de la troisième partie de ce travail.

-Le responsable du bureau de l'aménagement de la plage d'Argent (银滩度假委会) à Beihai : plan d'aménagement, passé et à venir, de la plage d'Argent. Ce bureau a été spécifiquement crée au milieu des années 1990, pour assurer le développer le tourisme dans cette partie de Beihai. A Guilin, en revanche, différents département gèrent différentes parties de la municipalité (l'espace touristique est plus étendu). Il est cependant difficile d'accéder à ces bureaux. Mieux vaut se tourner vers le bureau des transports (运输局)

-Les responsables du bureau du tourisme (旅游局) à Beihai et Guilin : plans municipaux d'aménagement du tourisme à 5 et 10 ans (le premier plan à Beihai datant de 2007). Dans les deux villes étudiées, les bureaux du tourisme sont pauvres en documents, tout simplement parce qu'ils sont inexistants, faute de moyens.

-Les responsables du bureau du tourisme (旅游局) à Nanning : registres annuels du tourisme à l'échelle de la province, avec autant de chapitres que le nombre de municipalités du Guangxi (14). Il faut persévérer et revenir souvent pour pouvoir accéder aux registres les plus récents. Ce bureau centralise une grande partie de l'information parfois « indisponible » dans les bureaux municipaux.

-Le responsable général de l'association des agences touristiques (旅行社) à Beihai : Chiffres de la fréquentation touristique à Beihai. Il nous a également permis de mieux cerner la situation des acteurs du tourisme à Beihai, en particulier les trajectoires des directeurs des différents hôtels et agences de voyage de la ville (ce qui est intéressant pour comprendre l'attractivité de la ville, également en terme d'emplois).

Les chambres de commerce et d'industries (工商局) : registres des différents acteurs du tourisme à Guilin, Beihai et Yangshuo. Utile là encore pour cerner la réalité du tourisme et la faible importance des acteurs privés. Le bureau de la police (公安局), est aussi utile, à condition d'avoir le temps et d'avoir des réseaux d'amis influents[530]. Le département pour les étrangers (外事科) est un lieu intéressant à Yangshuo, une sorte d'équivalent du bureau des annales, inexistant à l'échelle administrative du canton : nous y avons trouvé des anciennes photos, ainsi que des anciens plans du village, mais aussi des plans d'ménagement à venir.

Ce dernier point montre de manière générale que développement touristique et Police (Etat), ont de profonds liens, et que ce dernier acteur reste le principal protagoniste dans la planification du tourisme.

[530] En règle générale, avoir des amis bien placés est souvent plus utile que parcourir les différents bureaux (qui renvoient toujours à un autre département, en particulier parce qu'ils ne comprennent pas toujours la manière de travailler d'un « étranger »). Cependant, avoir beaucoup d'amis avec des relations (*guanxi* ; 关系), exige également de passer du temps sur le terrain pour créer un climat de confiance et ensuite bénéficier de « relations interpersonnelles privilégiées ».

Annexe 4. Enquête quantitative menée à Guilin en juin 2008

Nous avons mené en juin 2008, dans la municipalité de Guilin, une enquête par questionnaire. Celle-ci donne un premier aperçu des pratiques touristiques chinoises dans le pays en général, à Guilin en particulier ; cependant, la méthode statistique utilisée étant assez compliquée, nous la présentons ici.

4-1. Description de l'enquête menée au mois de juin 2008 : comment analyser une relation entre deux variables qualitatives avec une méthode statistique ?

L'enquête a été menée dans la municipalité de Guilin, pendant le mois de juin 2008. Deux sites principaux ont été choisis : la ville de Guilin et le village de Yangshuo. Au sein de ces deux lieux, plusieurs sites ont été choisis pour poser les questions. C'est une enquête quantitative car elle repose sur un questionnaire de 18 questions, questionnaire qui a été passé à 240 touristes intérieurs, 120 à Guilin et 120 à Yangshuo.

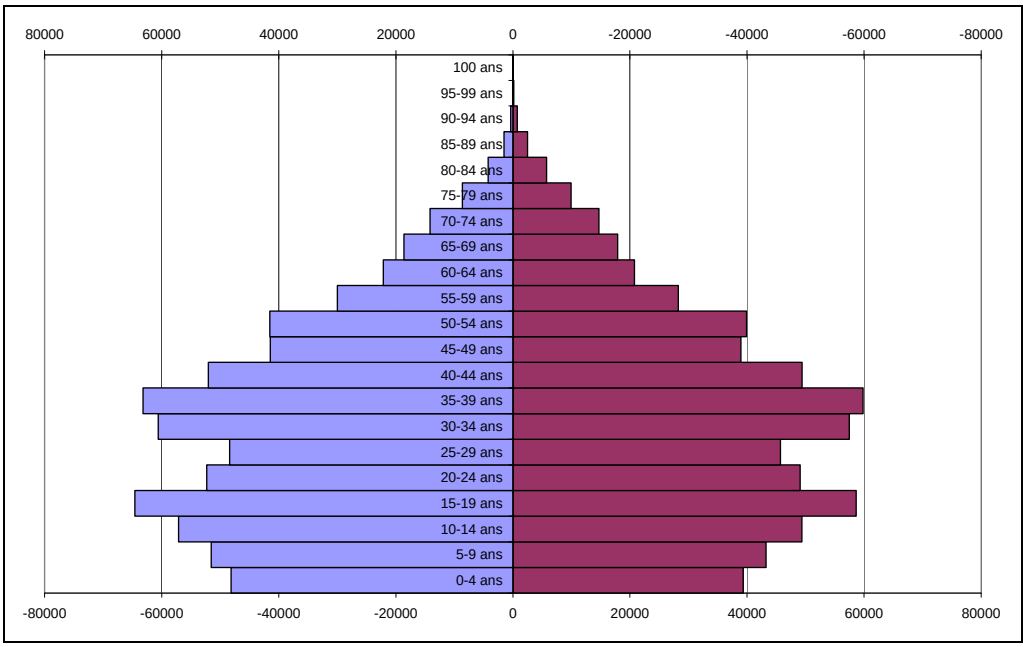
Ce chiffre peut s'avérer petit pour être représentatif de la société chinoise, c'est pourquoi nous avons travaillé avec la méthode des quotas. Il s'agit avec cette méthode d'interroger un échantillon non aléatoire de personnes qui ont les mêmes caractéristiques socio-démographiques que l'ensemble de la population. Les critères utilisés pour ce faire sont généralement le sexe, l'âge, la catégorie socio-professionnelle, le type de commune, la région. Dans notre enquête nous avons donc essayé de respecter la structure de la population chinoise en 2005, tout d'abord en prenant un nombre plus élevé d'hommes que de femmes. La société chinoise est en effet une société masculine, où les garçons sont plus nombreux, comme le montre la pyramide des âges en 2005 (graphique 1) : environ 51,5 % de la population est constituée d'hommes pour environ 48,5 % de femmes.

« *L'inconvénient majeur de la méthode des quotas est de ne pas permettre de calculer scientifiquement la marge d'erreur du sondage. Les lois statistiques qui permettent de la déterminer ne valent théoriquement que pour les sondages aléatoires. En pratique, on considère cependant que la marge d'erreur des sondages par quotas est égale ou inférieure à celle des sondages aléatoires* » (INSEE)[531]. La marge d'erreur d'une enquête par quotas peut donc dans la pratique se calculer et elle dépend d'abord du nombre de personnes interrogées. « *Par exemple, elle est d'un maximum de plus ou moins 3,2% pour 1000 sondés. Concrètement, cela signifie que si 50% d'un échantillon de 1000 personnes a répondu A à*

[531] Présentation de la méthode des quotas sur le site de l'INSEE (www.insee.fr).

une question, il y a 95% chances sur 100 pour que cette même réponse A soit effectivement donnée dans l'ensemble de la population par un pourcentage situé entre 46,8% et 53,2%. Le plus probable est cependant que la réponse se situe très près de 50% » (Ibid.).

Graphique 1. La pyramide des âges chinoise en 2005



Source : World Population Prospects: The 2008 Revision, http://esa.un.org/unpp

Ce genre d'enquête par quotas, plus rapide qu'une enquête avec un échantillon aléatoire (l'échantillon est alors beaucoup plus grand), permet de cerner les grandes tendances de la population observée, ici les touristes intérieurs dans la municipalité de Guilin. De nombreux articles parus dans des revues anglo-saxonnes telles que *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research*, *China Tourism Research Journal* et bien d'autres encore, utilisent largement cette méthode des quotas. Il faut cependant bien dire que ce genre d'enquête est le préalable pour une enquête professionnelle plus poussée.

4-2. Les questions de l'enquête

Le questionnaire interroge au total 18 questions, directes ou indirectes. Ce sont : le lieu, l'heure, le genre, l'habillement pour les interrogations indirectes (constats), les autres questions (numérotées de 1 à 12 dans le document qui suit), sont les interrogations directement posées aux touristes.

***Document 3*. Questionnaire posé à 240 touristes en juin 2008**

A-Lieu (地方) ： a-Guilin / b-Yangshuo

Heure (时间) ：

B- Sexe : a-Homme / b-femme (男 / 女) ：

C-Habillement :
-homme : a-urbain / b-sport
-femme : a-talons / b-sport

1. Est-ce que les Jeux Olympiques sont une bonne occasion pour mieux faire connaître la Chine à l'étranger ? (oui !)
您觉得北京奥运会是让外国人了解中国的一个好机会吗 ？

a-非常同意

b-同意

c-不同意

2. Est-ce la première fois que vous partez en voyage ?
您是第一次去旅行吗 ？

a-première fois 我是第一次旅行

b-plusieurs fois 我去过旅行几次

c-J'habite ici 我住在这里

3. Vous êtes venu dans cette municipalité :
您来桂林市

a-en groupe organisé 参加一个旅游团

b-en famille 跟家人在一起

c-avec des amis 跟朋友在一起

d-tout seul 我是一个人来的

4. Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour venir dans cette municipalité ?
您来桂林市

a-avion 坐飞机

b-train 坐火车

c-bus 坐大型客车

d-voiture privée 开自驾车

e-autre, précisez 其他，请说

5. Ce parc est-il le premier que vous visitez dans cette ville ?
这个公园是您旅游的第一站吗 ？

a-oui 对

b-non 不对

6. De quelle province êtes-vous originaire ?
您是从哪一省来的

D. Avant de visiter cette ville,
您来桂林市前

7-j'ai consulté une carte (a-oui / b-non) 您看了地图
(a-对 / b-不对)
8-j'ai consulté un guide (a-oui / b-non) 您看了导游书
(a-对 / b-不对)
9-j'ai discuté avec la famille / les amis (a-oui / b-non) 您跟家人 / 朋友聊天了
(a-对 / b-不对)

10. Pour vous, quel est l'aspect le plus important dans un voyage réussi ? (choisir une seule réponse)
您觉得一个成功的旅游什么最重要 ？（只选一个答案）

a-voir des beaux paysages naturels 看美丽的山水
b-visiter des monuments historiques, du patrimoine 观光古迹，有历史的地方
c-voir des spectacles, des représentations 看演出
d-manger des spécialités locales 吃这里的特色
e-visiter des parcs de divertissements 观光公园
f-se faire prendre en photo 拍自己的照片

11. Quel est l'aspect le moins important ? (mêmes catégories)
您觉得一个成功的旅游什么最不重要 ？（只选一个答案）

a-voir des beaux paysages naturels 看美丽的山水
b-visiter des monuments historiques, du patrimoine 观光古迹，有历史的地方
c-voir des spectacles, des représentations 看演出
d-manger des spécialités locales 吃这里的特色
e-visiter des parcs de divertissements 观光公园
f-se faire prendre en photo 拍自己的照片

12. Combien de jours devez-vous passer dans cette ville ?
您打算在桂林市呆多久 ？

13. Combien de temps durera votre voyage ?
您的旅途是几天的 ？

14. Quel est votre âge ?
您多大 ？

谢谢您的帮助 ！

4-3. Les données de l'enquête

Le tableau 4 reprend l'ensemble des résultats de l'enquête. Chaque numéro de colonne recouvre le numéro d'une question (« 1 » signifie la question 1 du questionnaire, « A » la question A du questionnaire, etc.), mais, comme tous les individus interrogés n'ont pas forcément répondu à la question 5, celle-ci n'apparaît pas dans le tableau. En revanche, une question nommée « + » a été rajoutée : elle correspond au regroupement entre provinces qui a permis de créer les nouvelles variables « Pékin + », Shanghai + », « Guangxi + » et « autres », ici respectivement nommées « a », « b », « c » et « d ». Les provinces (question 6), justement, ont été classées comme indiqué dans le tableau suivant :

Tableau 3. Répartition des provinces dans l'enquête de juin 2008

A	Guangxi	M	Henan
B	Guangdong	N	Gansu
C	Hunan	O	Qinghai
D	Yunnan	P	Shanghai
E	Hainan	Q	Jiangsu
F	Fujian	R	Shandong
G	Jiangxi	S	Shanxi
H	Hubei	T	Hebei
I	Chongqing	U	Pékin
J	Sichuan	V	Liaoning
K	Zhejiang	W	Mongolie intérieure
L	Anhui	X	Xinjiang

Pour les autres questions, les réponses indiquées dans le tableau 4 reprennent le format des réponses du questionnaire : à la question 7, l'individu qui n'aura pas consulté une carte avant de venir à Guilin sera noté « b », celui qui aura consulté « a », etc.

Tableau 4. Données de l'enquête menée en juin 2008

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
1	b	a	a	a	b	a	c	w	d	b	b	b	e	d	4	9	28
2	b	b	b	b	a	a	a	w	d	b	b	a	e	a	1	9	27
3	b	a	a	b	b	a	a	w	d	b	b	b	e	d	1	9	34
4	b	b	a	b	b	a	a	b	c	a	a	a	e	a	4	4	40
5	b	b	b	b	b	a	a	b	c	a	b	a	e	d	1	4	42
6	b	b	b	a	b	a	a	b	c	a	b	a	e	d	2	4	27
7	b	b	b	a	b	a	a	b	c	b	b	a	e	f	4	5	25
8	b	b	b	a	b	a	a	b	c	b	b	a	e	d	4	5	28
9	b	a	b	a	b	c	a	u	a	a	b	b	e	f	2	7	34
10	b	a	b	a	b	c	a	u	a	a	a	a	c	a	2	4	30
11	b	a	b	b	b	c	a	u	a	a	a	a	c	a	2	5	29
12	b	a	a	a	b	b	a	x	d	b	a	a	e	b	2	20	42
13	b	b	a	c	b	b	a	x	d	a	b	b	e	b	3	30	53
14	b	a	b	b	b	b	b	l	b	a	b	a	c	f	2	30	26
15	b	a	b	a	b	c	b	b	c	b	a	b	e	d	3	5	24
16	b	b	b	a	b	c	b	b	c	b	b	a	c	a	7	7	24
17	b	a	b	a	b	c	a	u	a	b	a	a	c	a	3	10	30
18	b	b	b	b	b	c	a	f	d	b	b	a	c	a	1	7	37
19	b	b	b	b	b	b	a	f	d	b	b	a	e	a	1	7	15
20	b	a	b	a	b	b	d	c	c	b	b	b	c	f	3	6	40
21	b	a	b	a	b	b	d	c	c	a	b	a	e	d	2	6	38
22	b	a	a	b	a	a	a	b	c	a	b	a	c	a	2	4	42
23	b	a	a	b	b	c	d	l	b	b	b	a	c	d	1	5	39
24	b	a	a	b	b	a	a	b	c	b	a	a	e	a	1	4	50
25	b	a	a	a	b	a	a	b	c	b	b	b	c	f	3	4	50
26	b	a	b	a	b	c	a	l	b	a	b	a	e	a	6	6	36
27	b	b	a	a	b	b	a	p	b	a	a	a	c	a	4	5	34
28	b	a	b	a	b	b	a	p	b	a	a	a	e	a	3	5	34
29	b	a	b	a	b	b	a	i	d	a	b	a	c	a	5	6	27
30	b	b	b	b	b	b	a	j	d	a	a	a	c	d	4	4	27
31	b	a	b	b	b	c	b	a	c	b	b	a	e	d	4	5	17
32	b	b	b	a	b	c	b	a	c	a	a	a	e	d	2	5	18
33	b	a	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	b	d	2	5	19
34	b	b	a	b	b	a	a	u	a	b	b	a	e	d	2	4	35
35	b	a	b	b	b	a	a	u	a	a	a	a	b	f	4	4	32
36	b	a	a	a	b	a	a	u	a	b	a	a	c	a	2	4	30
37	b	a	a	b	a	a	a	p	b	b	b	b	c	a	2	4	41
38	b	a	b	a	b	c	b	g	d	a	b	a	c	f	2	7	29
39	b	b	b	b	b	c	c	g	d	b	b	a	e	a	2	7	27
40	b	b	a	a	b	b	a	s	d	a	b	a	c	d	2	10	18
41	b	a	a	b	b	c	a	s	d	a	a	a	c	a	1	6	51
42	b	b	b	a	b	a	a	b	c	b	b	a	e	f	4	4	15
43	b	a	b	a	b	c	c	b	c	a	a	b	e	f	2	4	16
44	b	a	b	b	b	a	a	b	c	b	b	a	e	f	2	4	15
45	b	a	b	a	b	c	b	d	d	a	b	b	c	b	2	6	18

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
46	b	b	a	b	b	b	d	j	d	b	b	a	d	a	1	2	30
47	b	b	b	a	b	a	b	h	d	b	a	a	b	a	2	9	23
48	b	b	a	b	b	c	a	p	b	a	a	a	c	a	2	14	30
49	b	a	b	b	b	b	a	p	b	a	b	a	c	a	3	14	35
50	b	a	a	a	b	c	b	c	c	b	b	a	e	f	3	10	20
51	b	b	b	b	b	d	a	c	c	a	b	a	e	a	4	7	24
52	b	b	b	b	b	c	b	h	d	b	b	a	b	d	1	10	19
53	b	b	b	a	b	c	b	c	c	b	a	a	f	a	2	12	19
54	b	a	b	a	b	a	a	q	b	a	b	a	e	b	1	4	35
55	b	b	b	a	b	a	a	q	b	b	a	a	e	f	4	4	22
56	b	b	b	a	b	d	c	b	c	b	b	a	c	d			23
57	b	b	a	b	b	b	a	p	b	a	a	a	e	a	4	4	55
58	b	a	a	a	b	a	a	b	c	b	a	a	e	d	3	3	24
59	b	a	b	b	b	a	a	b	c	b	b	a	c	a	2	4	55
60	b	a	a	b	b	a	a	q	b	a	a	a	c	a	1	18	49
61	b	b	b	b	b	c	b	c	c	b	b	a	c	a	2	12	19
62	b	b	b	a	b	c	b	c	c	b	b	b	b	a	6	12	19
63	b	a	b	a	b	c	b	c	c	a	b	a	b	a	2	12	21
64	b	a	b	b	b	a	a	q	b	a	b	b	e	f	3	4	35
65	b	a	a	b	b	a	a	q	b	b	b	a	c	a	1	4	27
66	b	b	b	a	b	b	a	p	b	a	b	a	e	d	4	4	28
67	b	a	a	a	a	a	a	b	c	b	b	a	c	f	4	5	30
68	b	a	b	b	b	c	b	j	d	b	b	a	c	a	7	30	25
69	b	b	b	b	b	c	d	a	c	b	b	a	e	f	1	4	35
70	b	b	b	a	b	b	b	b	c	b	b	b	c	a	2	7	25
71	b	a	b	b	b	c	b	b	c	a	b	a	c	d	2	7	28
72	b	b	a	b	b	c	a	u	a	b	b	a	c	f	3	3	45
73	b	a	b	b	b	a	a	u	a	a	a	a	c	d	3	5	36
74	b	a	a	a	b	b	a	b	c	a	b	a	e	f	5	7	45
75	b	b	a	a	b	c	b	a	c	b	a	a	c	f	3	3	24
76	b	b	a	a	b	c	b	a	c	b	b	a	c	f	2	3	24
77	b	b	b	b	b	c	c	a	c	b	a	a	c	a	1	1	23
78	b	a	a	a	b	d	a	c	c	a	b	a	f	d	3	4	21
79	b	a	a	b	b	a	b	g	d	a	b	a	c	a	1	6	50
80	b	b	b	a	b	c	a	p	b	b	b	a	b	d	3	3	30
81	b	a	a	a	b	a	b	h	d	a	b	a	e	a	3	5	40
82	b	a	a	b	b	a	c	c	c	b	a	b	c	f	2	3	40
83	b	a	b	a	b	b	b	j	d	b	b	b	c	a	3	5	24
84	b	b	b	a	b	c	b	h	d	b	b	b	e	d	3	4	24
85	b	a	b	a	b	d	b	h	d	b	b	b	c	f	1	3	23
86	b	a	b	a	b	c	c	b	c	a	b	a	c	a	2	3	35
87	b	a	b	b	b	a	c	c	c	b	b	b	e	a	1	3	46
88	b	a	b	c	b	c	a	p	b	a	b	a	c	f	4	4	31
89	b	a	a	b	b	a	b	q	b	b	b	a	a	f	2	6	54
90	b	b	b	b	b	a	c	c	c	b	a	a	c	a	3	5	26

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
91	b	b	b	a	b	c	c	c	c	a	b	a	b	a	2	10	18
92	b	a	a	b	b	a	c	c	c	a	a	a	c	d	3	1	33
93	b	b	b	a	b	a	b	c	c	b	a	a	c	d	5	12	25
94	b	a	b	b	b	c	b	c	c	b	a	a	e	a	4	13	31
95	b	b	b	a	a	b	c	c	c	b	b	a	c	a	1	3	19
96	b	b	b	a	b	b	b	a	c	a	a	a	e	b	4	5	30
97	b	a	b	a	b	c	b	a	c	a	a	a	c	a	5	5	35
98	b	b	b	b	b	c	b	c	c	b	b	a	e	f	4	10	20
99	b	b	a	b	a	b	b	c	c	b	b	a	c	d	2	4	40
100	b	b	b	a	b	b	a	k	b	b	b	b	c	a	1	4	14
101	b	b	b	a	a	d	b	k	b	a	a	b	c	a			22
102	b	b	b	b	b	d	b	s	d	a	a	a	b	f	7	14	20
103	b	a	b	b	b	c	a	k	b	b	b	b	c	a	1	4	32
104	b	a	a	a	b	a	a	q	b	b	b	a	c	a	2	5	40
105	b	a	a	a	b	c	a	q	b	a	b	a	c	a	2	7	41
106	b	a	a	a	b	a	a	q	b	a	b	a	c	f	2	4	34
107	b	a	b	b	b	c	a	j	d	b	a	a	c	a	4	10	30
108	b	a	a	b	b	a	a	l	b	b	b	a	c	f	1	5	29
109	b	b	a	a	b	a	c	l	b	b	a	a	e	d	4	4	22
110	b	b	a	a	b	c	c	b	c	b	b	a	e	a	1	2	22
111	b	b	a	a	b	c	c	a	c	b	b	a	f	b	4	4	19
112	b	b	b	a	b	c	c	u	a	b	b	a	e	f	2	2	21
113	b	b	b	b	b	c	c	b	c	b	a	a	c	a	2	4	18
114	b	a	b	b	b	c	c	a	c	a	a	a	e	f	1	1	20
115	b	b	b	b	b	c	c	a	c	b	b	a	e	a	1	1	20
116	b	a	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	e	a	1	4	20
117	b	a	a	a	b	d	b	q	b	b	b	b	c	a	1	2	47
118	b	a	b	b	b	c	a	p	b	b	b	b	e	a	2	4	26
119	b	a	b	b	b	c	a	p	b	a	a	a	e	f	2	3	35
120	b	a	b	b	b	c	b	c	c	a	b	a	c	d	3	3	30
121	a	a	a	b	b	a	b	t	a	a	b	a	e	a	5	10	59
122	a	a	b	a	a	a	b	t	a	b	b	a	c	a	5	10	29
123	a	a	b	a	b	a	b	t	a	b	a	a	c	a	3	10	38
124	a	a	b	a	b	b	b	n	d	a	b	a	c	f	5	15	19
125	a	a	b	a	b	a	a	t	a	b	b	a	c	b	5	5	30
126	a	b	b	a	b	a	a	t	a	b	b	a	c	b	3	3	27
127	a	a	a	b	b	a	b	j	d	b	b	b	c	d	3	5	59
128	a	a	b	a	b	b	a	o	d	b	b	b	c	f	15	45	30
129	a	a	a	b	b	a	b	w	d	b	a	a	c	f	3	12	39
130	a	a	b	b	b	c	b	w	d	a	a	a	c	a	3	12	30
131	a	b	b	b	b	a	b	w	d	b	b	b	c	f	3	3	30
132	a	a	b	b	b	a	b	w	d	a	b	a	c	a	3	13	35
133	a	a	a	a	b	b	a	s	d	b	b	a	e	d	7	30	33
134	a	b	a	b	a	b	b	s	d	b	b	a	c	a	10	20	26
135	a	b	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	b	a	7	15	19

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
136	a	a	a	b	b	b	a	s	d	b	b	a	c	a	30	30	35
137	a	a	b	b	b	c	b	c	c	a	a	a	e	a	7	14	21
138	a	b	b	b	b	c	b	i	d	b	b	b	e	f	4	5	33
139	a	b	a	b	b	c	b	f	d	b	b	a	c	a	6	10	56
140	a	a	a	a	b	b	b	n	d	a	a	a	c	f	14	14	40
141	a	b	a	b	b	b	b	n	d	b	b	a	c	f	14	14	41
142	a	b	a	a	b	b	b	l	b	a	b	a	e	a	14	14	35
143	a	b	a	b	b	b	b	l	b	a	b	a	e	a	14	14	38
144	a	a	b	b	b	b	b	n	d	a	b	a	c	f	14	14	12
145	a	a	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	e	f	7	8	19
146	a	a	b	b	b	a	a	r	d	a	b	a	e	b	2	7	44
147	a	a	b	b	b	a	a	r	d	a	b	a	e	f	2	7	45
148	a	a	a	a	b	b	b	b	c	b	b	a	e	f	7	14	30
149	a	b	b	b	b	b	b	b	c	b	b	a	c	f	30	45	27
150	a	a	a	b	b	c	a	k	b	a	b	a	e	a	3	7	41
151	a	a	a	a	b	c	a	k	b	a	b	a	e	a	3	7	50
152	a	b	a	a	b	c	a	r	d	a	b	a	c	a	4	8	32
153	a	b	b	a	b	c	a	r	d	a	b	a	c	f	4	8	35
154	a	b	b	a	b	b	d	c	c	a	a	a	e	f	3	5	17
155	a	b	b	b	b	c	b	u	a	b	b	a	c	a	30	30	45
156	a	b	b	b	a	c	b	u	a	b	b	a	c	a	7	10	40
157	a	b	b	b	b	c	b	u	a	a	a	a	c	a	7	10	30
158	a	a	b	a	b	c	b	m	d	b	b	a	c	a	30	45	24
159	a	a	b	a	a	c	b	m	d	b	b	a	e	a			23
160	a	a	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	e	f	4	6	24
161	a	a	b	a	b	c	b	a	c	b	b	a	e	a	7	9	23
162	a	a	a	a	b	c	b	t	a	a	a	a	e	b	10	15	25
163	a	a	a	a	b	c	c	s	d	b	b	b	b	a	5	10	19
164	a	a	b	b	b	d	c	a	c	b	b	a	c	a	10	10	21
165	a	a	a	b	b	c	d	b	c	b	b	a	e	a	5	15	40
166	a	b	b	b	b	c	a	p	b	a	a	a	c	a	4	4	30
167	a	b	b	b	b	c	a	p	b	a	a	a	b	f	5	6	40
168	a	b	b	a	b	b	a	p	b	b	b	a	e	f	2	7	16
169	a	b	a	b	b	b	b	v	d	b	b	a	e	a	3	3	20
170	a	b	a	b	b	b	b	v	d	b	b	a	c	b	3	7	56
171	a	a	a	b	b	a	b	k	b	b	b	a	c	f	5	7	30
172	a	b	a	b	a	a	a	x	d	a	a	a	c	a	3	16	45
173	a	a	b	b	b	a	c	x	d	b	b	a	c	a	3	15	40
174	a	b	b	b	a	a	c	x	d	b	b	a	c	a	3	15	41
175	a	b	b	a	b	b	a	b	c	a	b	a	b	a	30	30	21
176	a	a	b	b	b	c	b	r	d	b	b	a	c	f	15	30	28
177	a	a	a	b	b	c	a	b	c	a	b	a	c	f	2	4	37
178	a	a	a	a	b	c	a	b	c	a	a	a	e	d	4	4	41
179	a	a	a	a	b	c	c	b	c	a	b	a	c	a	3	7	45
180	a	a	a	a	b	c	c	b	c	b	b	b	e	a	3	7	26

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
181	a	a	a	a	b	c	a	u	a	b	b	a	e	f	3	3	25
182	a	b	b	a	b	c	d	a	c	a	a	a	c	a	1	4	37
183	a	a	a	b	b	b	b	t	a	b	b	a	e	f	7	10	27
184	a	a	a	a	b	c	a	u	a	a	b	b	c	a	7	10	40
185	a	a	a	b	b	c	a	b	c	b	b	b	c	a	1	1	55
186	a	b	a	b	b	c	b	c	c	b	b	a	b	a	5	7	18
187	a	a	b	b	b	d	b	c	c	a	a	b	c	f	4	5	30
188	a	b	b	b	a	c	b	a	c	a	b	a	c	a	3	3	18
189	a	b	b	b	a	c	b	a	c	b	b	a	b	f	10	12	23
190	a	b	a	b	b	c	a	s	d	a	a	b	e	d	1	7	25
191	a	b	a	b	b	b	a	s	d	a	b	b	c	f	1	5	30
192	a	b	b	a	b	c	a	f	d	b	b	a	c	f	8	8	22
193	a	b	b	a	b	d	a	f	d	a	b	a	c	a	8	10	19
194	a	a	a	b	a	c	a	v	d	b	b	a	b	a	7	30	50
195	a	a	a	b	b	c	b	v	d	b	b	a	c	f	4	4	56
196	a	b	a	a	b	b	b	h	d	b	b	a	c	a	7	10	15
197	a	a	b	a	a	c	b	h	d	b	b	a	b	f	3	5	23
198	a	a	a	b	b	a	a	b	c	b	b	a	a	f	5	5	26
199	a	a	b	b	b	c	a	b	c	b	b	a	e	f	4	4	22
200	a	b	a	a	a	a	a	e	d	b	b	b	e	f	5	7	32
201	a	b	b	b	b	a	a	e	d	a	b	a	c	a	2	4	25
202	a	a	a	a	a	c	a	e	d	b	a	a	e	f	3	5	58
203	a	a	a	b	b	a	a	e	d	b	b	a	c	a	3	4	46
204	a	b	b	b	b	b	a	p	b	a	b	a	c	d	3	4	38
205	a	a	b	a	b	a	a	p	b	b	b	b	c	a	4	4	30
206	a	b	b	b	b	a	a	p	b	b	b	b	c	a	2	3	30
207	a	b	a	b	a	b	a	p	b	a	b	a	c	f	4	4	22
208	a	a	b	a	b	a	a	s	d	b	b	b	e	a	3	9	23
209	a	b	b	b	b	a	b	c	c	a	a	a	c	a	3	4	37
210	a	a	a	b	b	c	b	m	d	a	a	b	c	a	2	3	51
211	a	a	b	a	b	d	b	u	a	a	b	a	c	a	1	3	24
212	a	b	a	a	b	b	b	u	a	b	b	a	b	a	3	3	25
213	a	a	b	a	b	b	a	u	a	a	b	a	c	a	3	10	30
214	a	b	b	a	b	b	a	u	a	b	b	a	b	a	3	9	32
215	a	a	a	b	b	a	a	b	c	b	b	b	c	d	4	4	25
216	a	b	b	a	b	a	a	b	c	a	a	a	c	d	2	4	26
217	a	a	b	b	b	c	a	j	d	a	b	a	c	f	7	15	40
218	a	a	b	b	b	a	a	p	b	b	a	a	c	f	4	5	24
219	a	a	b	b	b	b	a	m	d	b	b	a	c	a	7	10	22
220	a	a	a	b	b	c	a	m	d	b	b	a	c	f	7	14	34
221	a	b	b	b	b	c	b	p	b	b	b	a	c	b	5	5	46
222	a	b	b	b	b	c	a	p	b	a	b	a	e	f	5	5	61
223	a	a	a	a	b	a	a	b	c	a	a	a	c	a	5	5	44
224	a	a	a	b	a	c	a	b	c	b	a	b	c	f	3	5	43
225	a	a	b	a	b	a	a	b	c	b	a	b	c	f	6	6	56

	QUESTIONS																
										D							
INDIVIDUS	A	B	C	1	2	3	4	6	"+"	7	8	9	10	11	12	13	14
226	a	b	a	b	b	d	b	b	c	b	a	a	f	a	1	4	24
227	a	a	b	a	b	a	a	p	b	b	b	b	c	f	5	5	59
228	a	a	a	a	b	a	a	p	b	a	b	a	c	a	5	5	57
229	a	b	a	a	b	a	a	p	b	b	b	a	c	a	5	5	56
230	a	b	a	a	b	a	a	p	b	b	b	a	c	a	4	5	60
231	a	b	b	a	b	c	a	i	d	a	a	a	c	d	5	6	23
232	a	a	b	b	b	c	a	j	d	a	a	a	c	a	3	7	24
233	a	a	b	a	b	c	b	a	c	a	b	a	b	a	7	7	23
234	a	a	b	a	b	d	c	b	c	b	b	b	c	a	7	7	25
235	a	a	b	b	b	b	a	v	d	b	b	a	b	a	3	4	30
236	a	b	a	b	b	b	a	v	d	a	a	a	c	a	4	5	32
237	a	b	a	b	b	b	a	p	b	a	a	a	c	f	3	3	36
238	a	b	b	a	a	c	b	c	c	a	b	a	f	b	15	15	22
239	a	b	b	b	b	c	c	q	b	b	b	a	c	a	7	14	42
240	a	b	a	a	b	a	c	b	c	b	b	a	c	a	4	4	24

Annexe 5. Données statistiques supplémentaires sur le tourisme intérieur chinois en 2006

Etant donné le peu d'informations disponibles sur le tourisme intérieur, nous présentons ici une série de onze tableaux sur les dépenses des touristes (selon qu'ils soient « urbains » ou « ruraux »), sur les profils des individus, ainsi que sur la part des excursionnistes dans ce que le gouvernement appelle « tourisme ». Ces tableaux sont issus du recueil statistique officiel sur le tourisme en Chine (2007), et ils sont basés sur des enquêtes dans les lieux de vie des touristes, pas dans les lieux visités.

5-1. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville et métier)

unité：yuan/personne

城市 Ville	公务员	企事业管理人员	专业技术人员	服务销售人员	工人	军人	离退休人员	学生	其他
总平均Moyenne globale	Fonctionnaire	Dirigeants d'entreprise	Personnel professionnel et technique	Service et personnel de vente	Ouvrier	Militaire	Retraités	Etudiant	Autre
	1649,8	1189,4	962,4	751,2	629,9	1015,8	652,3	618,3	629,9
Pékin	1622,3	1319,2	1090	647,6	717,6	1000,8	682,7	555,4	733,9
Tianjin	1529,9	942	777,1	613,8	599,4	-	836,8	484,8	637,7
Shijiazhuang	1226,2	836,7	938,9	636,4	481,7	-	428,7	578,3	445,4
Taiyuan	1045	1516,2	691,7	2113,1	1659,2	242	1079,4	3144,9	930,6
Hohhot	1688,7	2256,5	2855,2	1265,4	561	1397	1944,5	754,6	1051,6
Shenyang	519,8	527,4	449,4	405,5	456,5	-	336,4	429,1	287,3
Dalian	637,3	354,7	552,4	387,2	239,5	1844,7	181,3	208,5	231,2
Changchun	1870,1	2635,9	2640,7	1606,5	2056,1	4070	2064,1	1419,2	2564,7
Harbin	2746,9	2219,1	1351,4	1094	848,7	-	1003,1	969,5	828,6
Shanghai	1264,7	1116,1	1013,2	851	808,7	-	1174,2	841	594,3
Nanjing	2110,2	1201,5	1694	820	674,3	-	1545,4	1490,2	933
Wuxi	2108,2	1258,6	1729	818	397,7	-	849,6	1267,2	952,2
Suzhou	9218	15195,7	1072,3	550	700,1	-	451,3	1377,2	623
Hangzhou	1325,1	1481,6	594,7	999,2	900,6	1210	744	618,1	382,1
Ningbo	1180,2	1497,7	1203,8	665,5	364,9	246,8	223,3	410,6	784,8
Hefei	1499,5	1082,9	1515,6	731,1	672,7	624,8	1191,2	575,6	1254,5
Fuzhou	552,3	962,4	610,9	955,5	373,2	-	432,8	327,4	606,2
Xiamen	1267,2	1127,8	863,5	3242,3	897	3190	839,9	604	992,5
Nanchang	14021,3	1141,5	660,6	825,4	1115,2	-	1092,2	412,8	983,4
Jinan	961,7	746,4	860,3	557	318,8	-	886,7	430,9	146,1
Qingdao	2115,9	2043,6	1279,4	2274,2	787,9	484	1003,8	371,3	1153,2
Zhengzhou	902,8	1020,2	961,8	183	1032,4	-	789,3	586,3	757
Wuhan	2344,5	1415	2133,4	840	915,2	258,5	988,5	793	759
Changcha	1611	2181,8	2090,2	1136,9	402,7	906,9	877,7	900,8	1353,4
Canton	740,4	552,1	800,7	750,6	779,7	346,5	529,4	496,2	570,4
Shenzhen	1834,6	1717,9	1851,2	2041,3	2549,6	1375	1411,4	1702,5	1706,6
Zhuhai	2301,8	1516,1	1062,8	1024,7	439,3	-	1315,4	998,6	863,2
Nanning	678,5	917,3	1198,1	650,3	439	-	629,1	748,2	417,2
Guilin	2816,6	2679,1	1411,1	94,6	712,9	-	492,5	211,9	830,5
Haikou	2224,6	1018,1	819,8	988,6	478,1	-	375,6	5670,7	661,2
Chengdu	1604,7	936,7	1108,5	596,9	530,7	-	467,2	678,4	848,5
Guiyang	1716,8	680,2	595,1	777,9	358,9	1081,4	537,2	605,3	461,2
Kunming	1010,5	1008,4	482	468,7	583,8	-	288	307,9	343,1
Chongqing	451,9	453	962,8	378,1	202,9	-	301	420,3	267,8
Xi'An	582	685,5	417	380,1	213,6	451,2	362,1	379,7	350,9
Lanzhou	446,3	752,7	683	260,5	384,7	-	510,9	362	325,4
Xining	556,1	771,5	914,9	870,8	445,1	-	1045,1	667,7	432,3
Yinchuan	1554,7	1675,1	2129,3	1165,8	1016,1	-	1126	1497,7	725,6
Urumqi	1792,2	831,1	1031,5	808,3	382,3	35,2	938,2	614,1	587,3

5-2. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, âge et sexe)

单位:元/人　Unité：yuan/personne

城市 Ville	性别(%)Sexe		年龄Age				
总平均	男 Homme	女Femme	上>65ans	45-64ans	25-44ans	15-24ans	<14ans
Moyenne globale	846.8	789.8	712.1	787.2	963.9	785.3	427.4
Pékin	939.5	796.3	591.3	874.3	1046.6	704.2	494.1
Tianjin	808.9	716.2	821.7	843.5	779.5	493.5	468.2
Shijiazhuang	647.0	665.8	238.6	551.9	886.9	530.1	608.6
Taiyuan	1159.7	1857.1	1215.1	841.8	1569.7	3292.9	656.9
Hohhot	2058.3	1800.2	1547.9	2233.1	2018.3	80.7	1116.0
Shenyang	427.1	366.9	418.6	390.5	390.3	564.3	176.0
Dalian	309.8	249.4	180.5	237.8	403.3	277.5	113.0
Changchun	2553.8	1877.8	1161.3	3123.5	2062.4	1410.2	1101.9
Harbin	1408.2	1093.3	746.9	1349.1	1366.6	1450.0	331.6
Shanghai	819.7	1116.1	2924.0	626.6	1019.0	1107.7	588.4
Nanjing	1570.0	1138.6	2082.8	1175.7	1338.3	1327.9	994.0
Wuxi	1451.5	909.9	1215.9	635.7	1577.0	961.7	1350.4
Suzhou	3002.7	822.7	547.4	732.7	7429.0	686.4	2068.0
Hangzhou	802.6	821.7	599.8	897.2	822.2	893.9	413.1
Ningbo	889.5	669.4	1149.2	596.1	986.5	653.0	263.0
Hefei	988.4	1059.6	899.2	1220.7	1001.5	723.5	539.6
Fuzhou	633.7	592.6	306.0	450.2	835.5	701.4	245.4
Xiamen	709.1	1330.8	518.9	1042.4	1351.6	717.1	470.7
Nanchang	1685.4	1052.1	1019.2	1990.9	1067.8	1442.1	203.5
Jinan	549.0	769.9	142.7	1215.8	417.9	602.3	291.6
Qingdao	1347.8	1498.6	1336.0	1471.4	1583.6	1161.6	207.1
Zhengzhou	847.1	796.8	1077.3	825.5	854.3	596.5	660.7
Wuhan	1312.3	989.6	1166.3	1209.3	1134.8	884.5	527.3
Changsha	1623.4	1115.4	1092.6	1495.3	1441.2	1209.4	446.4
Canton	591.2	668.3	466.4	685.9	690.9	628.3	418.8
Shenzhen	1767.1	1820.6	425.7	1903.1	1876.1	1865.9	1091.8
Zhuhai	1229.7	1070.0	155.1	1474.9	1135.6	1411.1	711.5
Nanning	739.3	798.6	475.3	757.0	844.4	1105.1	530.1
Guilin	1374.4	861.2	284.9	1105.4	1670.4	301.2	78.1
Haikou	1496.7	960.7	376.1	754.5	994.4	7238.0	3424.3
成都chengdu	770.7	753.6	537.1	681.1	915.5	694.4	643.6
Guiyang	588.0	622.7	443.1	647.1	571.2	950.8	439.6
Kunming	584.8	392.1	306.6	564.5	531.6	508.7	211.7
Chongqing	386.1	372.0	437.9	352.9	396.0	546.0	123.7
Xi'An	356.5	426.1	309.4	396.7	403.9	469.6	292.7
Lanzhou	515.5	408.9	672.2	438.7	486.4	442.9	254.6
Xining	692.9	889.6	661.6	1122.7	683.1	529.2	447.0
Yinchuan	1202.6	1412.0	961.7	1186.8	1370.3	1004.4	1608.2
Urumqi	598.4	1019.6	528.0	763.3	1012.8	671.9	312.3

5-3. Les dépenses touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, métier et but du séjour)

Unité : Yuan

城市 Ville	观光旅游 Tourisme	探亲访友 Visite de parents et d'amis	商务 Commerce	公务会议 Réunion officielle	度假/休闲 Vacance/Loisir	宗教/朝拜 Religion /Pèlerinage	文化/教育/科技交流 Civilisation/Education/Les échanges scientifiques et technologiques	其他 Autre
总平均	887.4	751.6	1852.2	1821.1	543.7	343.1	1229.9	628.7
Pékin	911.5	889.7	1025.2	1909.6	671.5	317.2	1051.3	303.1
Tianjin	819.1	618.5	833.2	1324.0	822.4	228.5	733.3	519.5
Shijiazhuang	653.9	349.8	905.0	1930.5	789.9	–	2640.0	545.9
Taiyuan	1689.6	871.1	–	2898.5	1007.9	–	981.8	1750.4
Hohhot	2876.1	1067.6	453.2	2810.5	1162.3	–	–	1028.2
Shenyang	411.3	315.0	1742.0	609.7	303.2	78.7	825.0	588.5
Dalian	307.7	316.6	217.8	1286.1	138.2	–	327.5	201.0
Changchun	1726.2	844.7	3313.0	4222.3	1684.1	–	4081.0	2365.7
Harbin	1066.1	1008.2	2955.5	2687.0	1249.6	–	1913.3	1211.0
Suzhou	1940.2	464.0	11843.3	762.3	550.0	–	–	1120.1
Hangzhou	987.9	517.3	343.8	1860.1	387.3	374.0	561.7	1035.4
Ningbo	743.8	535.6	3734.8	3168.4	949.3	87.6	1733.9	627.1
Hefei	1073.0	760.0	1634.4	1534.4	1650.0	–	1199.0	692.8
Fuzhou	589.5	437.5	1863.0	1161.5	507.2	201.9	335.0	745.8
Xiamen	981.5	672.0	947.9	7761.5	805.7	516.5	569.8	1487.1
Nanchang	1232.6	1845.9	284.9	–	457.6	273.9	–	1128.6
Jinan	485.8	918.7	–	1778.7	3520.0	–	6644.6	–
Qingdao	1514.3	829.5	4390.8	2950.4	1202.9	–	2519.0	1490.2
Zhengzhou	823.8	681.7	335.5	–	863.3	–	1889.8	1778.3
Wuhan	1341.6	964.2	4860.2	2427.9	879.4	1147.0	485.6	586.2
Changcha	1585.3	1379.9	4369.4	2326.5	553.3	521.4	835.6	1182.6
Canton	721.8	719.7	233.2	662.8	358.5	1056.2	235.8	129.8
Shenzhen	2466.9	1086.1	1013.5	1466.9	1785.3	686.1	2568.5	5935.6
Zhuhai	1174.2	1464.9	617.4	660.0	138.4	1567.5	914.1	419.6
Nanning	890.9	570.3	–	861.7	777.2	689.4	1426.0	325.6
Guilin	1693.0	754.8	2299.0	3763.4	118.7	746.5	–	261.4
Haikou	2779.4	162.7	325.6	1604.9	916.7	364.1	5727.7	9106.6
Chengdu	809.6	610.2	3387.2	989.3	409.7	1650.0	1721.0	781.0
Guiyang	1098.7	604.6	1244.1	669.2	325.5	–	2560.8	1480.6
Kunming	606.4	627.0	1017.9	3276.0	202.4	121.2	–	249.1
Chongqing	464.4	727.8	2035.0	–	180.4	119.8	312.4	476.1
Xi'An	455.8	455.8	373.5	775.3	170.6	51.7	798.0	148.3
Lanzhou	597.8	456.1	461.0	1855.6	275.6	70.5	1189.9	387.8
Xining	1074.6	1507.9	1575.3	3705.7	313.7	110.0	–	211.1
Yinchuan	1577.7	965.8	2824.8	915.2	1333.6	126.5	2824.8	1426.7
Urumqi	553.2	875.0	2418.9	3584.4	364.2	–	2775.3	505.3

5-4. Les dépenses des résidents urbains en 2006 (selon la ville et l'activité professionnelle)

（%）

城市 Ville	合计（%） Total(%)	公务员 Fonctionnaire	企事业管理人员 Dirigeants d'entreprise	专业技术人员 Personnel professionnel et technique	服务销售人员 Service et personnel de vente	工人 Ouvrier	军人 Militaire	离退休人员 Retraités	学生 Etudiant	其他 Autre
总平均 Moyenne globale	100	5	14,2	12,3	7,8	12,1	0,4	23,5	12,7	12
Pékin	100	5,2	15,6	9,6	5,6	10,4	0,6	28,4	13,4	10,8
Tianjin	100	4,4	13,3	10,1	7,4	15,7	–	28,3	13,1	7,5
Shijiazhuang	100	5	11,6	16,2	16,6	8,3	–	24,1	11,2	6,6
Taiyuan	100	2,2	16,7	12,9	1,5	11,4	0,7	23,6	19	10,6
Hohhot	100	14,6	14,6	21,9	7,3	1,2	2,4	23,1	8,5	6
Shenyang	100	2,7	14	8,7	8,7	9,4	–	36,1	7,2	12,9
Dalian	100	1,1	8,2	9,9	7,2	8,2	0,2	33,8	13,3	17,5
Changchun	100	14,4	28,9	13	16,6	3,6	2,1	10,1	5	5,7
Harbin	100	6,3	12,7	8,6	6,7	6,7	–	25,4	2,9	30,3
Shanghai	100	2,2	8	15,3	9,1	10,9	–	36,5	9,1	8,6
Nanjing	100	2,7	18,9	13,4	6,7	7,2	–	28,4	12,8	9,4
Wuxi	100	4,8	17	13,4	3,6	8,5	–	29,2	12,1	10,9
Suzhou	100	1,3	9,2	6,5	1,3	11,8	–	63,1	2,6	3,9
Hangzhou	100	3,6	9	13	10,3	11,5	0,3	33,3	9,3	9,3
Ningbo	100	5,8	16,7	11,8	8,2	13,1	0,6	16,3	12,7	13,6
Hefei	100	6,4	30,3	3,8	7	14,8	0,6	10,3	10,3	16,1
Fuzhou	100	7	15,6	15,6	10,6	8	–	22,3	9,6	11
Xiamen	100	2,7	9,1	14,3	6,3	6	0,2	25,1	14	21,8
Nanchang	100	2,6	27,1	6,1	4,3	11,4	–	31,5	7	9,6
Jinan	100	7,2	12,8	26,8	2,5	10,3	–	15,4	17	7,7
Qingdao	100	12,8	22,4	5,2	7,2	11,6	0,4	14	8,4	17,6
Zhengzhou	100	12,4	13,5	10,8	4,3	11,3	–	25,9	14,5	5,4
Wuhan	100	3,6	18,2	8,2	7,5	16	0,2	21,5	8,5	15,9
Changcha	100	8,1	17,6	8,8	6,8	4	4	25,8	7,1	17,3
Canton	100	3,9	11,9	13,7	9	14,3	0,1	16,3	19,1	10,9
Shenzhen	100	22,9	26,4	17,9	4,9	4,4	0,9	6,4	10,7	4,7
Zhuhai	100	2,9	21,6	14,9	12,6	2,2	–	5,2	20,1	20,1
Nanning	100	9,6	12,7	19,2	5	13,5	–	11,8	21,7	5,6
Guilin	100	12,6	11,3	7,5	1,2	10,1	–	26,5	18,9	11,3
Haikou	100	9,1	16,5	11	3,6	20,1	–	19,2	9,1	11
Chengdu	100	5	23,3	9,9	11,3	12,7	–	23	8,7	5,6
Guiyang	100	1,8	16,7	21,3	7,1	8,1	0,8	24,3	11,4	8
Kunming	100	4	8,2	15,3	9,1	17,3	–	15,6	14,4	15,8
Chongqing	100	1,3	12	7	10,4	8,1	–	33,8	12,9	14
Xi'An	100	2	10,6	13,3	10,5	15	1,1	18,3	17,8	10,8
Lanzhou	100	3,7	9,7	10,7	6,4	24,7	–	18,6	17,5	8,3
Xining	100	2,5	10,7	13,6	12,5	6,6	–	27,3	8,1	18,4
Yinchuan	100	5,8	6,5	15	11,7	19,6	–	19,6	7,1	14,3
Urumqi	100	12,7	8,9	15	6,6	20,2	0,4	6,1	19,8	9,9

5-5. Caractéristiques des résidents urbains en 2006 (par ville, âge et sexe)

Ville 总平均	合计(%) Total(%)	性别(%) Sexe(%) 男Homme	 女Femme	年龄(%) âge(%) >65ans	 45-64ans	 25-44ans	 15-24ans	 <14ans
Moyenne globale	100	47,7	52,3	7,3	40,9	35,4	8,6	7,8
Pékin	100	46,4	53,6	6,6	48,7	27,8	10,9	6
Tianjin	100	47,5	52,5	6,6	44,9	31	11,7	5,8
Shijiazhuang	100	51,6	48,4	7	42,5	36,6	5,4	8,5
Taiyuan	100	43,5	56,5	10,6	32,8	34,3	17,5	4,8
Hohhot	100	45,1	54,9	8,5	40,2	39	3,6	8,7
Shenyang	100	47,8	52,2	15,5	45,6	29,2	5,5	4,2
Dalian	100	41,4	58,6	5,6	46,5	29,7	7,9	10,3
Changchun	100	53,6	46,4	5	26,8	60,1	5	3,1
Harbin	100	46,8	53,2	11,9	41,5	39,3	2,6	4,7
Shanghai	100	40,3	59,7	10,2	49,6	27,8	5,7	6,7
Nanjing	100	46,3	53,7	11,7	35,1	35,7	8,9	8,6
Wuxi	100	39	61	9,7	34,1	35,3	13,4	7,5
Suzhou	100	55,2	44,8	23,6	53,9	19,7	1,3	1,5
Hangzhou	100	47,2	52,8	8,1	44,5	33	6,9	7,5
Ningbo	100	43,4	56,6	5,3	36,2	41,1	9,1	8,3
Hefei	100	49,6	50,4	4,5	32,9	50,3	6,4	5,9
Fuzhou	100	47	53	6	36,3	41,6	9,3	6,8
Xiamen	100	46,1	53,9	6,6	39,2	37	8	9,2
Nanchang	100	47,3	52,7	20,1	37,7	33,3	1,7	7,2
Jinan	100	47,4	52,6	3,6	31,9	43,2	9,2	12,1
Qingdao	100	43,7	56,3	3,2	36,5	50,6	3,2	6,5
Zhengzhou	100	52,9	47,1	6,4	35,1	42,7	7,5	8,3
Wuhan	100	44,5	55,5	5,3	46,7	37,8	6,5	3,7
Changcha	100	47,9	52,1	9,1	38,7	41,4	4,4	6,4
Canton	100	47,9	52,1	4,9	30,6	39,8	9,5	15,2
Shenzhen	100	49,8	50,2	4,7	28,4	48,8	15,4	2,7
Zhuhai	100	43,2	56,8	1,4	16,4	59,7	8,2	14,3
Nanning	100	55,3	44,7	3,1	28,8	44,9	5,3	17,9
Guilin	100	48,1	51,9	2,5	44,3	34,1	11,3	7,8
Haikou	100	55,9	44,1	11	35,7	43,1	4,5	5,7
Chengdu	100	44,7	55,3	3,4	49,1	36,7	5,8	5
Guiyang	100	51,2	48,8	7,1	42,2	34,5	6,2	10
Kunming	100	48,3	51,7	8,2	35,7	34,4	9,8	11,9
Chongqing	100	48,4	51,6	8,6	46,8	30,2	9	5,4
Xi'An	100	51,1	48,9	8,8	44	26,2	12	9
Lanzhou	100	49,5	50,5	9,6	38,3	32,9	10,4	8,8
Xining	100	55,7	44,3	14,7	28,4	44,6	4,7	7,6
Yinchuan	100	58,1	41,9	4,5	28,1	58,1	5,2	4,1
Urumqi	100	45,7	54,3	0,4	31,1	45,2	15,5	7,8

5-6. Caractéristiques des séjours touristiques des résidents urbains en 2006 (par ville et but du séjour)

Les voyages des résidents urbains en 2006, (selon la ville et le but du séjour touristique)

(%)

城市 Ville	合计 (%) Total (%)	观光旅游 Toutisme	探亲访友 Visite de parents et d'amis	商务 Commerce	公务会议 Réunion officielle	度假/休闲 Vacance/Loisir	宗教/朝拜 Religion /Pèlerinage	文化/教育/科技交流 Civilisation/Education/Echanges scientifiques et technologiques	其他 Autre
总平均 Moyenne globale	100	42.6	23.4	1.9	3.1	20.6	1.5	1.4	5.5
Pékin	100	53	14.5	0.9	1.9	26.5	0.3	2	0.5
Tianjin	100	43.5	31.9	3.2	4.8	8.4	0.6	2.6	4.6
Shijiazhuang	100	53.7	27.9	5.4	4.5	6.2	–	0.4	1.6
Taiyuan	100	65.6	18.3	–	5.3	6.1	–	1.5	3
Hohhot	100	42.6	37.8	1.2	4.8	3.6	–	–	9.7
Shenyang	100	56.6	20.6	1.6	1	18.9	0.3	0.1	0.6
Dalian	100	37.9	31.4	0.1	0.6	23.1	–	3	3.5
Changchun	100	26.8	20.2	13	15.2	16.6	–	3.6	4.3
Harbin	100	32.9	29.9	2.2	5.6	21.3	–	1.1	6.7
Shanghai	100	65.9	12.4	0.4	0.4	18.4	1.7	–	0.4
Nanjing	100	62.5	23.4	3.9	1.1	8.3	–	–	0.5
Wuxi	100	52.4	25.6	6	–	10.9	–	1.2	3.6
Suzhou	100	42.1	40.7	7.8	2.6	1.3	–	–	5.2
Hangzhou	100	41.8	34.2	1.2	7.2	10.6	0.6	0.9	3.3
Ningbo	100	41.6	22.1	2.9	3.8	2.4	17.6	0.8	8.5
Hefei	100	54.1	24.5	3.8	5.1	0.6	–	4.5	7
Fuzhou	100	40.3	18.3	5	3.3	22.6	4	2	4.3
Xiamen	100	43.3	32.5	4.1	2.4	5.2	5.2	0.5	6.3
Nanchang	100	66.6	25.4	0.8	–	0.8	1.7	–	4.3
Jinan	100	81.4	13.9	–	3	0.5	–	1	–
Qingdao	100	46.1	28.9	2.4	4	13.6	–	3.2	1.6
Zhengzhou	100	72.4	18.9	0.5	–	5.4	–	1	1.6
Wuhan	100	36.3	21.8	0.7	4.4	25.4	0.4	0.8	9.8
Changcha	100	41.1	24.4	2	2	18.3	0.6	1.7	9.5
Canton	100	60.5	13.1	0.1	0.5	23.3	0.7	1.3	0.1
Shenzhen	100	36.6	34.4	2.7	6.2	15.9	1.7	0.9	1.2
Zhuhai	100	51.4	29.1	2.9	0.7	6.7	2.9	0.7	5.2
Nanning	100	54.2	17.5	–	0.8	9	7.3	1.6	9.3
Guilin	100	29.1	43	1.2	5	11.3	6.3	–	3.7
Haikou	100	22	51.3	0.9	2.7	2.7	14.6	1.8	3.6
Chengdu	100	41.2	18.8	1.6	7.7	25.7	0.2	3.7	0.7
Guiyang	100	17.5	15.4	5.3	8.8	51.3	–	0.3	1
Kunming	100	40.3	14	0.5	1.8	32.2	4.1	–	6.7
Chongqing	100	39.5	9.5	0.2	–	35.9	3.4	1.1	10.2
Xi'An	100	34.9	34.5	1.1	1.7	14.5	0	1.8	11.1
Lanzhou	100	27.4	28.3	1.9	0.9	22.5	1.5	1.3	15.7
Xining	100	15.8	21.4	2.9	1.8	48.7	0.3	–	8.8
Yinchuan	100	26.7	33.9	1.3	1.9	31.3	0.6	0.6	3.2
Urumqi	100	41.5	39.6	0.9	3.3	5.1	–	1.8	7.5

5-7. La situation du tourisme intérieur des résidents urbains en 2006 (par ville)

中国2006年城镇居民国内旅游情况统计(按城市分)

La situation du tourisme intérieur des résidents urbains en 2006 (par ville)

城市 Ville	人均花费(元) Dépenses par habitant(yuan)	比上年增长(%) Croissance par rapport à l'année précédente(%)	出游率(%) Taux de voyage(%)	比上年增长(%) Croissance par rapport à l'année précédente(%)
总平均 Moyenne globale	766,4	4	156,7	16
Pékin	853,6	6,2	265,8	17,8
Tianjin	749,2	7,9	210,3	9,8
Shijiazhuang	528,1	-2,3	106,9	2,9
Taiyuan	2013,5	36,3	77,5	-2
Hohhot	1153,2	-49,7	81,9	-3,3
Shenyang	354,9	-14,8	152,9	-4,6
Dalian	332,3	-31,5	203	49,4
Changchun	2078,1	13,4	79,4	11
Harbin	1208,2	-16,3	106,8	9
Shanghai	899,1	6,7	104,7	-20,2
Nanjing	1444,5	19,8	102,7	29,1
Wuxi	1176,8	34	99,2	-9,4
Suzhou	1202,7	102,4	125,2	27,9
Hangzhou	868	8,4	142,6	-14,5
Ningbo	730,7	18,1	205,8	30,3
Hefei	869,8	27,5	99,7	10
Fuzhou	673,2	-21,4	116	7,9
Xiamen	985,2	23,3	152,4	44,7
Nanchang	1234,9	30	73,5	3,1
Jinan	498,5	-31,8	104,9	12,1
Qingdao	1002,9	16,1	167,1	-3,7
Zhengzhou	627,7	-29	95,7	38
Wuhan	1186,2	6	146,3	22,5
Changcha	762,6	-75,6	265,3	75,9
Canton	614,5	-9,4	197	-5,6
Shenzhen	1043,1	-28,2	242,6	17,5
Zhuhai	917,6	26,8	168,7	15,3
Nanning	676,1	-10,7	192,2	31,6
Guilin	726	8,8	112,9	3,4
Haikou	864,6	18,6	120,7	25,3
Chengdu	623,5	22,6	192,6	15,5
Guiyang	749,9	-8,7	210,4	139,6
Kunming	488,7	-11,3	253,9	45,6
Chongqing	1932,7	213,5	162	24,8
Xi'An	360,5	9,9	274,8	3,6
Lanzhou	533,4	-16,2	176,5	-24,8
Xining	1178,7	-29,9	110,2	45,1
Yinchuan	1266,6	19,1	98,8	-2,3
Urumqi	767,8	2,9	105,7	15,7

5-8. La situation du tourisme intérieur des résidents ruraux en 2006 (par province)

地区 Région	过夜游出游率(%) Part des touristes(%)	一日游出游率(%) Part des excursionnistes(%)	过夜游人均花费(元/人) Dépenses par touriste (yuan/Persone)	一日游人均花费(元/人) Dépenses par excursionniste (yuan/Perssone)
总平均 Moyenne globale	16.1	70,3	678,17	123,86
Pékin	12,1	47,5	1243,88	227,01
Tianjin	9,4	123,3	975,97	200,01
Hebei	9	42,5	907,91	106,62
Shanxi	8,6	75,4	836,69	87,97
ngolie intérieu	14,8	93,6	840,77	301,11
Liaoning	9,1	86	441,05	164,09
Jilin	15,1	113,6	601,77	115,73
Heilongjiang	14,1	63,6	426,53	196,21
Shanghai	14,8	102,4	1476,61	132,48
Jiangsu	10,7	124,1	1136,5	187,49
Zhejiang	9,1	82,9	1082,58	99,25
Anhui	18,2	55,5	502,12	85,9
Fujian	18,1	109,8	788,03	97,5
Jiangxi	15,2	46,3	682,76	97,01
Shandong	10,5	75,5	1253,8	156,29
Henan	12,7	67,2	437,49	82,37
Hubei	19,7	108,4	583,21	112,57
Hunan	35,1	72,4	574,2	96,42
Guangdong	18,7	26	705,1	92,39
Guangxi	21,6	37,7	519,59	159,9
Hainan	18,2	76,8	406,87	101,94
Chongqing	22,4	90,6	507,49	85,25
Sichuan	21,6	88,8	645,27	85,86
Guizhou	17,2	23,3	473,15	100,76
Yunnan	19	42	414,88	131,45
Shaanxi	8,8	62,2	591,88	66,07
Gansu	14	97	747,97	137,86
Qinghai	11,5	82,2	651,22	87,33
Ningxia	12,1	59,9	495,7	83,44
Xinjiang	12,5	68,4	1371,88	146,85

5-9. Les agences de voyages en 2006

单位:家　Unité: agence

Province	旅行社总数 Nombre total		国际旅行社 Agences internationales		国内旅行社 Agences intérieures	
	2006年	2005年	2006年	2005年	2006年	2005年
总计 Total	17957	16245	1654	1556	16303	14689
Pékin	734	690	205	195	529	495
Tianjin	245	248	27	27	218	221
Hebei	941	772	43	34	898	738
Shanxi	598	549	42	41	556	508
Mongolie intér	476	395	47	40	429	355
Liaoning	1029	970	77	69	952	901
Jilin	369	303	50	49	319	254
Heilongjiang	436	390	72	73	364	317
Shanghai	805	731	51	47	754	684
Jiangsu	1403	1282	78	76	1325	1206
Zhejiang	1169	1059	54	53	1115	1006
Anhui	638	540	37	35	601	505
Fujian	565	515	44	40	521	475
Jiangxi	598	530	30	33	568	497
Shandong	1640	1480	86	76	1554	1404
Henan	895	787	35	33	860	754
Hubei	701	617	43	36	658	581
Hunan	554	530	48	41	506	489
Guangdong	913	839	187	183	726	656
Guangxi	335	328	61	60	274	268
Hainan	147	143	39	33	108	110
Chongqing	221	212	25	21	196	191
Sichuan	586	550	52	54	534	496
Guizhou	162	153	15	14	147	139
Yunnan	419	406	51	46	368	360
Tibet	37	33	22	22	15	11
Shaanxi	435	378	40	34	395	344
Gansu	283	268	29	31	254	237
Qinghai	150	112	16	12	134	100
Ningxia	92	84	7	7	85	77
Xinjiang	381	351	41	41	340	310

5-10. L’activité touristique en Chine en 2006 (en nombre d’employés)

单位:人Unité: Personne

Province	合计 Total	星级饭店 Hôtels avec étoiles	旅行社 agences de voyage	其他 Autre
总计 Total	2713413	1580403	285917	847093
Pékin	132988	93157	18764	21067
Tianjin	27827	18552	4226	5049
Hebei	110112	69883	9614	30615
Shanxi	58795	33140	9199	16456
Mongolie intérieure	31545	21057	4235	6253
Liaoning	123902	60408	10936	52558
Jilin	28139	21757	4294	2088
Heilongjiang	38974	23838	5361	9775
Shanghai	112995	73760	15157	24078
Jiangsu	133800	95019	16654	22127
Zhejiang	247113	130672	18738	97703
Anhui	82572	39030	7904	35638
Fujian	61369	41677	10746	8946
Jiangxi	182126	28395	7776	145955
Shandong	165621	104271	18503	42847
Henan	73538	50693	12117	10728
Hubei	90947	58078	12204	20665
Hunan	134422	43254	11295	79873
Guangdong	261029	184788	28161	48080
Guangxi	76822	46014	7201	23607
Hainan	40683	28466	5494	6723
Chongqing	44252	31898	4359	7995
Sichuan	128757	61442	10047	57268
Guizhou	47494	20236	2558	24700
Yunnan	104586	85056	11465	8065
Tibet	12032	10865	759	408
Shaanxi	53766	38544	7460	7762
Gansu	33900	22590	3873	7437
Qinghai	9505	5427	1846	2232
Ningxia	9233	7084	946	1203
Xinjiang	54569	31352	4025	19192

Annexe 6. Les discours des guides (exemple de la grotte *Ludi*)

Le discours des guides montre un regard particulier sur les espaces visités. Surtout, la plupart des touristes intérieurs voyageant en groupe, c'est ce type de discours qu'ils écoutent. Cette annexe présente donc une version traduite du discours des guides dans la flute du roseau (*Ludi yan*), à Guilin.

Page 1.

Mesdames et Messieurs,

Maintenant, nous allons visiter la Grotte de flûte en roseau, qui est la plus jolie grotte de Guilin. Elle a toujours été appelée "le Palais de l'Art". Il y a beaucoup de grottes a Guilin, comme la Grotte des 7 étoiles, la Grotte argentée et la Grotte de la colline en forme de tunnel, etc. Mais la Grotte de la flûte en roseau est la plus spectaculaire.

Selon les géologues, Guilin était, à l'origine, située au niveau de la mer, il y a trois cent millions d'années environ. Il y a a peu près 200 millions d'années, beaucoup de dépôts calcaires se trouvaient au niveau de la mer. Juste par le mouvement de la plaque tectonique, le niveau de la mer s'éleva et vint la terre sèche. A cause de l'érosion de l'eau de pluie, toutes les collines de calcaire, les grottes et rivières se sont créées par la formation de quartz à cette époque à Guilin. Donc, il y a des milliers voire des millions de collines en calcaire et des hautes forêts, des pins, autour de cet endroit.

La Grotte de flûte en roseau est située à mi-chemin en haut de la Colline de la Lune Brillante, au nord-ouest de Guilin. Plus de 1000 ans auparavant. c'était une place touristique sous la Dynastie Tang, et il y avait des anciennes inscriptions sur la façade des rochers de certaines parties de la Grotte. Elle était redécouverte en 1959 et ouverte aux touristes en 1962. Il y avait habituellement beaucoup de roseaux poussant autour de l'entrée, qui pouvaient être fait dans une flûte.Si vous jouez une de ces flutes à l'intérieur de la Grotte, le son sera agréable à vos oreilles, d'oú le nom de la "*Grotte de flûte en Roseau*". Il y a environ deux cent quarante mètres de profondeur mais la route touristique fait à peu près cinq cent mètres. Donc cela prendra environ quarante minutes pour parcourir entièrement la Grotte. J'espère sincèrement que vous apprécierez le panorama à l'interieur de la Grotte et faites attention à vous quand vous montez ou descendez les marches. J'aimerai vous montrer les alentours de la Grotte mais j'espère vraiment qu'ici, vous pouvez utiliser votre imagination lors du parcours.

Maintenant, nous sommes debout, en face de la forêt vierge. Un vieil arbre vient à nos yeux. Il y a un grand lion avec la tête, le corps et la queue. Il y a des lionceaux, au pied de cette montagne. Chaque matin, quand le soleil se lève, ce groupe de lions viendra et jouera dans cette forêt. Donc on l'appelle en premier "*Le soleil du matin au dessus de la forêt de Lions*".

S'il vous plaît, regardez un peu au-delà de la lumière de mon flash. Au dessus là, cela ressemble à un haut rassemblement de moustiques, qui fait halte avec son côté tourbillonnant. Il est aussi nommé la *Terrasse En Vue*. C'était un point de vue de la Grotte pendant l'ancienne époque. Près du nid de moustiques en bas, en bas à droite, nous pouvons voir la dinde de l'Oncle Sam et une autruche par sa queue.

Puis-je vous demander si vous avez déjà visité les chutes du Niagara? Au dessus lorsque nous tournons la tête un peu sur la gauche, il y a une grande cascade, descendant de la falaise montagneuse. Il semble que nous pouvons entendre le son de la chute d'eau. Et cela nous fait rappeler un poème très connu écrit par Li Bai, un poète de la dynastie Tang. "La cascade se déversant de trois mille pieds de haut, c'est comme la Voie Lactée tombant du ciel". Vous pouvez juste imaginer les chutes du Niagara. D'oú le nom de la "*Cascade descendant de la Montagne Haute*".

Page 2.

Ici vous pouvez voir deux stalagmites spectaculaires. Comme je l'ai mentionné, l'imagination est parfo assez importante lorsque nous parcourons la Grotte. Donc pouvez-vous s'il vous plaît utiliser votre imagination pour apprécier celle qui est en face de nous et me dire à quoi elle ressemble? Peut-être pouvez-vous voir un bonhomme de neige ou une grande image du Buddha riant? Oui, voici la tête et le corps. Cette protubérance est son bras, parce que le temps est froid en hiver, il met sa main dans sa poche. Sur le côté droit, se touve un arbre de pins en forme de tour. Il est couvert d'une neige épaisse. Vous pouvez également imaginer que c'est un arbre de Noël sans guirlande.

A présent tournons à gauche, nous pouvons voir beaucoup de champignons poussant sur la montagne, certains sont grands, d'autres sont petits. Je vous invite à suivre la lumière du flash: un champignon gigantesque est au dessus de nous. Il s'agit sans doute du plus gros du monde. Et il y a un vieil homme portant un énorme champignon dans sa main, descendant de la montagne: Celle-ci se nomme la *"Colline du Champignon"*.

Après que nous ayons avancé de la Colline du Champignon, nous nous approchons de la montagne qui renferme beaucoup de légumes et de fruits Nous trouvons ici des racines de lotus, des choux-fleurs, une gourde d'éponges, des fils d'haricots, du choux chinois et des cacahuètes, etc. Un pamplemousse, un des fruits de notre spécialité locale, au goût de raisin, est au-dessus, là. Cette partie de la Grotte est très riche avec des ouvertures sur le toit. Il y a beaucoup d'infiltrations au travers du toit suitant quand il pleut. L'eau et les gouttes sont pleines de carbonate de calcium. Nous disons toujours qu'il y a une douche à l'intérieur de la Grotte lorsqu'il pleut dehors. Donc la conduite d'eau principale a formé des draps donnant une riche culture de melons et de légumes.

Cet énorme stalactite en face de nous ressemble vraiment à une superbe gravure en bois. Pendant ce temps, des gens pensent que c'est "la terre de conte de fée Penglai".Il y a tellement d'herbes médicinales chinoises qui y poussent. Voici du Ginseng, de l'angélique chinoise et du Lingzhi (Fungus magique), etc.

Près de la gravure en bois, nous pouvons voir une grande pagode avec un dragon bleu chinois s'enroulant autour. Dans la culture traditionnelle chinoise, le dragon, le phoenix et la tortue sont les symboles de la longuévite et du bonheur. Voici le corps et la queue du dragon. Il est nommé "Un Dragon Chinois Bleu s'enroulant autour de la Pagode".

Avec les escaliers descendants, nous sommes debout près d'une "*Colline de Fleurs et d'Oiseaux*". Devant nous, se trouve une hirondelle aux plumes noires et blanches en dessous, elle émet un son inaudible avec un hibou.

Sur la montagne là, se trouvent des fleurs *celosia argentea cristata (latin)*. Et en dessous, il y a une magnifique fleur *celosia*. On dit que cette fleur tres belle peut s'épanouir, mais c'est dommage que nous ne soyons pas venus au bon moment. Donc s'il vous plaît, venez la voir quand elle sera complètement fleurie.

Apres avoir écouté le chant de l'oiseau, nous approchons d'une forêt de pierre soutenue par de nombreux piliers soutenant le ciel. Si vous y jetez un coup d'oeil, vous trouverez qu'ils sont plus ou moins les mêmes. Mais si vous regardez attentivement, vous découvrirez qu'ils sont différents les uns des autres. Suivez s'il vous plaît la lumière de mon flash, le pilier intérieur est relié au toit maintenant, mais celui a l'exterieur n'est pas encore relié au toit. Selon les géologues, les stalactites et stalagmites sont toujours en train de pousser grâce aux gouttes d'eau, mais de manière très lente. Leur croissance est de un à vingt centimètres tous les cent ans. En cas de doutes, s'il vous plaît venez les voir d'ici cent ans. Je serai très heureux(se) d'être encore votre guide touristique.

Page 3.

Maintenant, nous avançons dans la forêt de stalactites, de stalagmites, de colonnes de pierre, de draps et de rideaux. Et il semble que nous entrons juste dans la maison de quelqu'un maintenant. Ici se trouve le cadre de la fenêtre mais avec le rideau suspendu dehors. Il y a deux épis de blé, un citron, et un ananas. Il y a deux nids de moustiques tourbillonants sur votre gauche. Donc quelqu'un doit vivre ici dans la maison. Mais qui sont-ils? Peux-tu essayer de trouver le propriétaire de la maison? Oh, au dessus, il y a le grand-père et son petit-fils assis et admirant le paysage.

Bien que le panorama ici soit magnifique, celui de devant est encore plus fantastique. Comme nous sommes à present debout, nous sommes dans une énorme zone détachée. C'est la plus grande partie de la Grotte avec 93 mètres de large et 18 mètres de hauteur. Vous voyez, ici c'est assez spacieux avec quelques stalactites, stalagmites et des colonnes de pierre. Comme je l'ai mentionné, Guilin était à l'origine au niveau de la mer. Cette partie de la Grotte était lisse et unie, avec la strate. L'eau du lac de l'ancien souterrain a dissout la couche des rochers. Il y avait de petites fissures sur le toit dans cette partie de grotte. L'eau suintante pouvait difficilement s'écouler au travers. Donc c'est pourquoi nous avons moins de stalactites et de stalagmites ici.

Plus loin en distance, j'aimerai vous demander à quoi cela ressemble. Oui, cela semble être la *'Statue de la Liberté"*. Il y en a une a Manhattan, New York, mais celle-ci est même plus vieille que celle-la. Sur notre côté gauche, en haut de la Grotte, il y a une lanterne de palais colorée, qui nous donne des lumières colorées magnifiques dans cette partie. Juste grâce à son espace, cela nous fait penser à une histoire folklorique d'un livre classique, qui traite du Roi Singe. Avez-vous déjà entendu parlé de cela ou avez-vous regardé l'Opera de Beijing "Le Roi Singe"? L'histoire nous raconte que le Roi Singe et le Moine Tang Zhen étaient en pélerinage à l'Ouest. Sur le chemin, on lui a dit qu'il y avait une baguette magique dans le Palais de Crystal. Il a donc décidé de l'utiliser comme arme pour combattre tous les differents fantômes pendant leur voyage vers l'Ouest. Mais la baguette appartenait au Roi Dragon, qui refusa de laisser le Singe s'enfuir avec celle-ci. Alors, ils avaient un combat dans le Palais de Crystal. Ici se trouvent les troupes envoyées par le Roi Dragon. La Grande Carpe est ici mais avec sa tête cachée dans le sol. Donc nous pouvons seulement voir sa tête et sa queue. Il avait tellement peur du Singe Roi après avoir constaté la cuisante défaite de l'escargot et la méduse par le Roi Singe. Finalement, le Singe gagna et pris la baguette magique avec lui vers l'Ouest.

Après avoir monté quelques marches à cet endroit, une ville moderne de par sa côté nous apparait avant au loin. Les gens disent que c'est une ville à New-York ou à Shanghai. Là se trouvent de hauts bâtiments et de l'eau, il y a la mer ou la rivière dans la ville. Mais j'aimerai dire qu'il n'y a pas d'autres villes que Guilin elle-même. Les montagnes sont situées des deux côtés de la Rivière. Et l'eau ici est sûrement la Rivière Li que nous prenions lors de la croisière. Elle représente toutes les quatre beautées du panorama de notre ville de Guilin, les collines vertes, les eaux claires crystallines, les grottes fantastiques et les rochers spectaculaires.

S'il vous plaît regardez en arrière, la route ou nous passons au travers est petite et étroite.
Et nous pouvons voir une grande fleur du soleil suspendue au-dessus de nos têtesici. D'oú son nom :"*la Gorge de la Fleur du Soleil"*.

Avec nos pas sans dessus dessous, nous arrivons dans un endroit bien tranquille. Pouvez-vous écouter la musique jouée à la flute? On raconte, qu'il était une fois, un joueur de flûte l'utilisait pour venir ici pour en jouer et chanter. La musique était si agréable qu'elle venait aux oreilles des animaux, attirés par celle-ci. Le petit singe s'est arrêté pour manger sa banane: un bébé éléphant faisait signe à l'aide de sa trompe et dansait ici. Sur le côté droit, ce Père Noël avec sa longue barbe et son visage souriant était aussi attiré par cette musique douce. Les Gens l'ont appelé"*En écoutant de la Musique dans la Tranquillité*". Au dessus, un très fin morceau de pierre est pendu d'en haut. Il est aussi fin qu'un morceau de papier. Donc nous pouvons voir au travers avec de la lumière en arrière.

Page 4.

Après la grimpée de ces marches, un endroit mythique nous apparaît. Il y a une légende chinoise à propos du miroir magique. Il est dit que, si la couverture au dessus disparaissait, tous les monstres et les esprits seraient effrayés. Ce mille-pattes était effrayé par cela même si la couverture était couverte d'une pièce de vêtement. Sur la partie gauche du miroir, un hibou est assis là avec un oeil ouvert et un autre fermé.

Géologiquement parlant, c'est un morceau de bouclier de grotte;des touristes occidentaux l'ont appelé palette. Ce type de bouclier de grotte détient entièrement en son sein des éléments de ferromanganèse, de couleur magenta.

Avec une entrée étroite ici, nous pouvons pencher notre tête vers la partie intérieure, il y a deux pièces de rideaux de pierre suspendues du haut de la Grotte. Cela ressemble à la fin d'un Opéra de Beijing et les rideaux de la scène sont aussi fermés.

Après que nous ayons apprecié l'opéra, nous traversons une pierre de cascade naturelle. Nous pouvons seulement voir la cascade s'écoulant quand il pleut intensement dehors. Il s'agit de la plus basse partie de la Grotte. S'il fait une pluie torrentielle, l'eau s'écoule à travers les fissures du plafond et s'écoule à travers la Grotte. Quand la ville est inondée, la Grotte est aussi inondée.

Devant nous, nous pouvons voir un Poisson-Or, à l'envers. On peut voir les deux grands yeux et le corps. Ses écailles ressemblent à des perles, d'oú le nom *:"Le Poisson-Or en Perles"*.

Mesdames et Messieurs, nous avons parcouru la Grotte pendant à peu près quarante minutes.

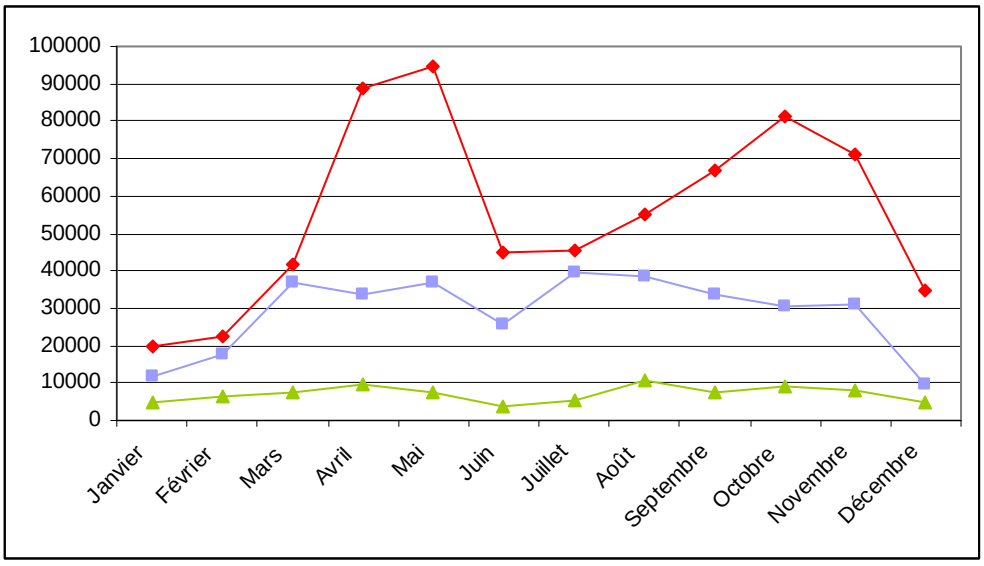
Synba, le personnage adorable de dessin animé, *le roi Lion* vient nous accompagner maintenant. Nous pouvons voir l'ouverture large de sa bouche, qui nous dit au revoir à tous. C'est la fin de notre parcours dans la Grotte. J'espère sincèrement que vous avez apprécié. Merci!

BREVE DESCRIPTION: Le Quartz est un sorte de paysage, trouvé sur des rochers de carbonate (calcaire, dolomite, marbre) ou de rocs qui s'évaporent (gypse, anhydrite et sel de rocher) et dont le contenu est une large étendue de dépressions de surface rapprochée, un système d'écoulement souterrain bien développé et une cavité de ruisseaux de surface. Les interactions avancées et variées parmi les procédés chimiques, physiques et biologiques contiennent une gamme étendue d'effets géologiques incluant la dissolution, la précipitation et la sédimentation et l'affaissement du sol. L'examen se caractérise par les trous d'écoulement (dolines), les ruisseaux d'écoulement; les grottes et les larges sources sont les résultats de l'action de solution de l'eau souterraine en mouvement, qui peuvent se terminer en ruisseaux d'affluent retranché. La plupart de cette eau souterraine se déplace en ruissellement laminé, au sein d'étroites fissures qui peuvent s'elargir au dessus, sur, ou en dessous de la surface aqueuse, pour former des grottes souterraines, dans lesquelles le ruissellement peut devenir turbulent. Les Grottes contiennent une variété d'éléments dissolus, de sédiments et de spéléothermes (dépôts avec des formes variées et de minéralogie, surtout du calcite), tout ce qui peut preserver un enregistrement de l'histoire géologique et climatique de la région. Les dépôts de quartz et les formes de terre peuvent persister pendant des millions d'années en grottes de vestige et de paléoquartz).

Annexe 7. Les touristes étrangers et les compatriotes à Guilin : des fréquentations assez diverses

Les touristes autres qu'intérieurs sont assez peu nombreux à Guilin et leur logique de fréquentation est également différente. Pour les touristes internationaux, la basse saison est par exemple plus longue que pour les touristes intérieurs : elle dure cinq mois, de novembre à mars inclus. Il existe ensuite une haute saison (d'avril à octobre), mais elle se divise en deux parties (graphique 2) : avril et mai sont d'abord les mois qui accueillent le plus de touristes internationaux (27,2 % de la fréquentation annuelle sur ces deux mois), mais le nombre de touristes chute brutalement en juin (baisse de 52,8 % entre mai et juin), pour ne remonter que progressivement à partir d'août jusqu'à octobre (progression de 77,9 % sur trois mois, entre août et octobre).

Graphique 2. La fréquentation des touristes internationaux et « compatriotes » à Guilin (2007)



En rouge : les touristes internationaux / En bleu : les touristes de Taiwan / En vert : les touristes de Hong Kong et Macao (Unité : touriste)

Source : Bureau du tourisme de Guilin, 2008

Ensuite, concernant la fréquentation des « compatriotes » de Hong Kong, Macao et Taiwan, deux logiques se distinguent. Les touristes de Taiwan (les plus nombreux, ils représentent 80,2 % de la fréquentation des compatriotes avec 344 400 déplacements touristiques sur un total de 429 700), sont surtout présent de mars à novembre, avec des pics aux mois de mars (10,8 % de la fréquentation annuelle), de mai (10,7 %) et juillet (11,5 %,

soit le mois le plus fréquenté pour ces touristes). Aussi, si le nombre d'internationaux augmente progressivement de juillet à novembre, le nombre de Taiwanais baisse progressivement sur la même période (baisse de 21,8 % en quatre mois). Quant aux touristes de Hong Kong et Macao, en plus d'être très peu nombreux (85 300 en 2007), leur courbe de fréquentation est assez régulière sur l'année. Comme pour les Taïwanais, trois pics de fréquentation sont observables : avril (11 % de la fréquentation annuelle), août (12,8 %, soit le maximum de l'année), et octobre (10,6 %). A l'inverse, les mois les moins fréquentés sont là encore juin (4,7 % de la fréquentation touristique annuelle, le minimum de l'année), ainsi que les mois de décembre et janvier (5,5 % et 5,6 % de la fréquentation touristique annuelle).

Annexe 8. Articles de journaux : des touristes nombreux

8-1. ***Sites overflowing with holiday visitor*** (Les sites débordent avec les visiteurs des vacances), China Daily du 04/10/2005.

2005/10/04

Sites overflowing with holiday visitors

By Guan Xiaofeng

One Beijing city management officer said he had never seen so many people in Tian'anmen Square as he did on Saturday.

"The torrent of people is 10 times what it normally is," said the officer, who gave only his surname, Zhu.

It is "golden week" in China – one of three week-long holidays, this time for National Day – and across the country people are flooding to tourist sites.

According to the National Holiday Office, the major 126 scenic spots across China received 2.54 million tourists on Sunday alone – an average of more than 20,000 visitors per site.

Total ticket revenue reached 93.72 million yuan (US$11.57 million), an increase of 75.6 per cent over Saturday, the National Holiday Office said.

In Beijing, 56,100 people visited the Forbidden City on Saturday, exceeding its maximum capacity by 12 per cent. Other famous spots such as the Summer Palace, the Temple of Heaven and Beihai Park are each receiving more than 30,000 tourists a day.

Statistics from the Beijing Municipal Bureau of Parks showed nearly 1 million domestic and foreign tourists visited Beijing's parks and scenic spots on Saturday.

The huge crowds of tourists have also put the nation's transport network to the test.

According to an estimate by China's transport sector authorities, during the period from September 28 to October 7, passenger volume will surpass 380 million journeys.

About 1.12 million people arrived or left Beijing on Saturday, the National Holiday Office said.

The Beijing Transportation Management Bureau predicted that during the holiday, the city's bus-passenger volume will be 92 million fares, the subway 15 million and taxis 17 million.

The three subway stops near Tian'anmen Square – Qianmen, Tian'anmen East and Tian'anmen West – were closed from Saturday to today due to overcrowding. The Beijing Subway Company said they would be reopened tomorrow.

National Holiday Office officials also confirmed that none of the more than 800 Chinese tourists on the Indonesian island of Bali were hurt in the bombings that killed at least 26 people on Saturday. But 112 people were killed on China's roads between 12:00 pm on Saturday and 12:00 pm yesterday, according to the Ministry of Public Security.

Leaders visit factories, countryside

National Day on Saturday saw President Hu Jintao and Premier Wen Jiabao make independent visits to urban and rural areas.

While Hu's trip took him to the factories, shops, ports and residential areas of North China's Tianjin Municipality to spread the word on "scientific development," Wen visited rural communities in Luanping County of Hebei Province, the focus of a national poverty-relief programme, about 200 kilometres northeast of Beijing.

As well as developing the rural economy and offering financial and technical help to rural communities, Wen said a collaborative healthcare system was also being set up.

8-2. ***« Wu yi » huangjinzhou lüyou renao kaichang*** (L'ouverture animée des vacances touristiques du 1er mai), Guilin ribao du 02/05/2006.

2006年05月

桂林日报

全国各地节日文化丰富多彩

新华社记者

"五一"黄金周旅游热闹开场

◀5月1日，江苏连云港市花果山主景点水帘洞前人山人海。当日是"五一"国际劳动节，全国许多旅游景区游人如织，到处是节日的热闹景象。 新华社发

▼5月1日，游客在三峡工地坛子岭景区游览，据介绍，"五一"黄金周第一天，三峡大坝游客接待量接近1万人次，创2006年三峡大坝日游客量的最高纪录。 新华社记者 杜华平 摄

◀5月1日，游人在游览修缮后的祈年殿。当日，修葺一新的北京天坛祈年殿主建筑群正式向游客开放。天坛祈年殿主建筑群修缮工程自2005年5月21日开始全面封闭修缮，至2006年4月底主建筑群修缮及陆展工程全部竣工。 新华社记者 鞠焕宗 摄

大批内地游客到香港过"五一"

据新华社香港5月1日电(记者吴小苹 李均地)"五一"黄金周拉开序幕，截至1日下午5时，以内地游客为主的19.2万人经香港各口岸入境。

香港入境处在罗湖口岸开放了50个柜台和54条通道，并从其他部门抽调了270多名人员支援各陆路边境管制站。旅客15分钟左右就可以通关。

虽然香港两大主题公园迪斯尼乐园和海洋公园的访客在上周末有明显增加，但1日并未出现一些游客担心的爆满情况。迪斯尼乐园1日提前半小时开门迎宾，大多数游客都是事先订票然后到门口换入场券，但有一些游客看到乐园开不满，临时在门口购票入场。

下午2点多，记者在繁华商业区铜锣湾看到，这里"人山人海"，金店、化妆品店和服装店里顾客盈门。

针对"五一"黄金周，时代广场、崇光百货、大丸广场等位于香港繁华商业区的主要购物中心也纷纷出招吸引内地游客。

香港入境处预计，从4月29日到5月6日，将有42万内地游客访港。

Annexe 9. Les ethnies minoritaires en Chine

Le tableau suivant est placé ici pour compléter la rapide présentation des minorités nationales, évoquées dans l'introduction générale.

Tableau des ethnies minoritaires de Chine*

1. Famille sino-tibétaine (74 %) :

Tibéto-birman	Miao-Yao	Thaï-Kadaï
Yi (6 572 173)	Miao (7 398 035)	Zhuang (15 489 630)
Tibétain (4 593 330)	Tujia (5 704 223)	Buyi (2 545 059)
Bai (1 594 827)	Yao (2 134 013)	Dong (2 514 014)
Hani (1 253 952)	Gelao (159 328)	Li (1 110 900)
Lisu (574 856)		Dai (1 025 128)
Lahu (411 476)		She (630 378)
Naxi (278 009)		Shui (345 993)
Qiang (198 252)		Mulao (159 328)
Jingpo (119 209)		Maonan (71 968)
Pumi (29 657)		Jing (18 915)
Achang (27 708)		Gaoshan (2 909)
Nu (27 123)		
Jinuo (18 021)		
Moinba (7 475)		
Dulong (Drung) (5 816)		
Lhoba (2 312)		

2. Autres familles (26 %) :

Altaïque	Austro-asiatique	Indo-européen	Autres
Mandchou (9 821 180)	Wa (351 974)	Tajik (33 538)	Hui (8 602 978)
Ouighour (7 214 431)	Bulang (B'lang) (82 280)	Russes (13 504)	Coréens (1 920 597)
Mongol (4 806 849)	Benglong (De'ang) (15 462)		
Khazak (1 111 718)			
Dongxiang (313 872)			
Tu (191 624)			
Xibe (172 847)			
Khirghiz (141 549)			
Dahour (121 357)			
Salar (87 687)			
Ewenki (26 315)			
Ouzbek (14 502)			
Yugur (12 297)			
Baoan (12 212)			
Orochen (6 965)			
Tatar (4 873)			
Hezhe (4 245)			

** Les ethnies sont classées dans chaque colonne par ordre d'importance de leur population, dont les chiffres sont tirés des sources officielles chinoises (Quotidien du Peuple — du 14/11/90)*
*** Pourcentage de la population des ethnies minoritaires, à l'exclusion des Han.*

Source : Grenot-Wang F., 2005, p. 17[532].

[532] Grenot-Wang F., (2005) *Chine du Sud, la mosaïque des minorités*, Les Indes Savantes, Paris, 342 p.

Table des matières

Remerciements ----------p. 5
Sommaire ---------- p. 9

Introduction générale

Une « autre » conception du monde ---------- p. 13
Le tourisme intérieur chinois ---------- p. 14
La première civilisation paysagère ----------p. 15
L'esthétisation du paysage ---------- p. 16
Le tourisme intérieur dans une civilisation paysagère ----------p. 17

1. *Thématique* : le tourisme intérieur chinois : un phénomène méconnu
1-1. Le tourisme intérieur ----------p. 19
1-1-1. Le tourisme intérieur, concept « émergent » ---------- p. 19
1-1-2. Un concept peu documenté ---------- p. 20
1-1-3. Les informations disponibles ---------- p. 20
1-1-4. Qu'est-ce alors que le tourisme intérieur ? ----------p. 21

1-2. Le tourisme intérieur chinois ---------- p. 22
1-2-1. Le tourisme intérieur vu depuis la Chine ----------p. 22
1-2-2. Des connaissances à partir d'ouvrages occidentaux ---------- p. 24
1-2-3. Tourisme, modernité et affirmation de la nation chinoise ---------- p. 25
1-2-4. La construction d'un patrimoine national ---------- p. 26
1-2-5. Transformation des lieux et nouvelle société de loisirs ---------- p. 27
1-2-6. Pistes de réflexion à partir du tourisme international chinois ---------- p. 28

2. *Concepts utilisés* : les pratiques et les lieux du tourisme intérieur chinois
2-1. Pratiques touristiques ---------- p. 30
2-2. Lieux touristiques ---------- p. 32
2-3. Tourisme intérieur chinois ----------p. 34
2-4. Villes moyennes en Chine ---------- p. 35

3. *Contexte spatial* : le Sud-Ouest, son développement et le tourisme
3-1. L'Ouest chinois, une région pauvre que le gouvernement souhaite développer -p. 37
3-2. « Au sud des nuages » : le Sud-Ouest, une zone de minorités ---------- p. 40
3-3. Le tourisme dans le Sud-Ouest chinois ----------p. 43
3-3-1. Le Guizhou dans l'ombre de ses voisins ---------- p. 43
3-3-2. Touristes internationaux et compatriotes ---------- p. 44
3-3-3. Le Yunnan, une première place toute relative ---------- p. 46
3-3-4. Peu de villes touristiques sont très connues dans le Sud-Ouest ---------- p. 48

4. *Terrains* : La région autonome *Zhuang* du Guangxi et le Guizhou
4-1. Présentation : la province littorale la moins développée du pays ----------p. 52
4-2. Une ouverture sur la province du Guizhou ---------- p. 56
4-3. Echelles d'études et données récoltées ----------p. 56

4-3-1. Les données à l'échelle du pays ----------p. 56
4-3-2. Les données à l'échelle du Guangxi et des villes étudiées ---------- p. 57

Partie 1. **Le tourisme intérieur chinois : état des lieux**

Introduction de la première partie. ---------- p. 63

Chapitre 1. **Le tourisme intérieur domine le tourisme en Chine**

Introduction du Chapitre 1 ---------- p. 65
1. L'apparition au plan touristique de la Chine ---------- p. 68
1-1. La Chine est en apparence une vaste aire d'arrivée du tourisme international - p. 68
1-1-1. Le tourisme international en Chine s'est beaucoup développé depuis 1978 --------- p. 68
1-1-2. Un développement tardif à l'échelle du système touristique mondial ----------p. 70
1-1-3. Un tourisme réhabilité et souhaité depuis l'époque des quatre modernisations (1978) ---------- p. 72
1-2. Les particularités des flux touristiques venus de l'extérieur de la Chine --------- p. 73
1-2-1. Plus de la moitié des touristes internationaux en Chine provient des régions spéciales ---------- p. 73
1-2-2. Les ressortissants étrangers « d'ethnie chinoise » sont nombreux parmi les touristes étrangers ---------- p. 76
1-3. Le tourisme international en Chine reste tributaire des marchés émetteurs voisins ---------- p. 77
1-3-1. Le tourisme international en Chine, un phénomène essentiellement asiatique ------ p. 77
1-3-2. Les revenus du tourisme international par province montrent une nette erreur statistique ----------p. 78
1-3-3. Les retombées économiques du tourisme international sont finalement assez faibles ----------p. 81

Transition. Le tourisme chinois vers Hong Kong est-il du tourisme intérieur ? ---------- p. 82

2. Le tourisme intérieur domine le système touristique chinois ---------- p. 86
2-1. Le tourisme intérieur est le plus important phénomène touristique en Chine ----p. 86
2-1-1. Le tourisme intérieur est numériquement bien supérieur au tourisme international -p. 86
2-1-2. Un phénomène récent : le tourisme s'est développé depuis l'ère des réformes (après 1978) ---------- p. 88
2-1-3. Le tournant du tourisme intérieur : les « semaines d'or » ---------- p. 90
2-2. Les limites des statistiques et des définitions liées au tourisme intérieur ---------- p. 92
2-2-1. Plus d'un milliard de touristes ? ---------- p. 93
2-2-2. Ce que représentent les touristes urbains et les touristes ruraux ---------- p. 94
Conclusion du Chapitre 1 ---------- p. 97

Chapitre 2. **Le tourisme intérieur chinois, un « autre » tourisme ?**

Introduction du Chapitre 2 ---------- p. 99
1. Le tourisme intérieur chinois, un phénomène aux fondements anciens ----p. 102
1-1. La Chine : une approche différente du tourisme ? ----------p. 102
1-1-1. Le tourisme intérieur chinois, un « autre » regard sur le tourisme ---------- p. 102
1-1-2. « La beauté autrement » : Le rapport à la Nature et à la montagne ---------- p. 104

1-1-3. Tradition et modernité en compétition ? Le patrimoine et le tourisme intérieur --- p. 106
1-2. Le « tourisme » intérieur chinois, du 15ème siècle à aujourd'hui ---------- p. 108
1-2-1. Le développement de formes pré-touristiques à partir de la Dynastie Ming --------p. 108
1-2-2. Le tourisme intérieur repose sur les formes pré-touristiques ----------p. 110

2. La modernité chinoise, fondement du tourisme intérieur chinois ? --------- p. 113
2-1. La société chinoise est-elle en quête de modernité ? ---------- p. 113
2-1-1. Tourisme intérieur et modernité en Chine ---------- p. 113
2-1-2. Tourisme intérieur et valeurs confucéennes ----------p. 116
2-2. Une géographie du tourisme intérieur ----------p. 118
2-2-1. Origines et destinations des touristes intérieurs chinois ---------- p. 118
2-2-2. Les profils des touristes urbains chinois ---------- p. 121
2-3. La modernité chinoise : les pratiques de la nouvelle classe de loisirs et la modernisation accélérée des espaces urbains ---------- p. 123
2-3-1. Les mutations accélérées des espaces urbains ---------- p. 123
2-3-2. Les villes, lieux d'une « société en mouvement » ----------p. 125

3-*Ouverture*. De nouvelles formes de tourisme, plus individuelles ? ----------p. 128
3-1. Un nouveau rapport aux vacances ----------p. 128
3-2. L'individu et le tourisme ---------- p. 130
Conclusion du Chapitre 2 ----------p. 133

Chapitre 3. Le rôle de l'Etat dans les mises en tourisme

Introduction du Chapitre 3 ---------- p. 135
1. L'argument des paysages (*Shanshui*), pour la mise en tourisme de Guilin ----------p. 138
1-1. Utiliser la « valeur » des paysages du Sud-Ouest ---------- p. 138
1-1-1. L'Etat mise sur le tourisme (1978-1979) ---------- p. 138
1-1-2. *Mingsheng* et « zones d'intérêt paysager et historique d'importance nationale » --p. 140
1-1-3. Les paysages et le tourisme en Chine du Sud-Ouest ---------- p. 142
1-2. Une « nouvelle » ville pour admirer les paysages ----------p. 144
1-2-1. Guilin avant et aux débuts du tourisme ----------p. 144
1-2-2. Les réels débuts du tourisme à Guilin ----------p. 147
1-2-3. Guilin : une enclave développée dans une région en développement ----------p. 149
1-3. L'Etat a étendu les limites en créant une périphérie touristique ---------- p. 153
1-3-1. La périphérie touristique de Guilin ---------- p. 153
1-3-2. Une ville et sa périphérie : des lieux différents pour les touristes internationaux et les touristes intérieurs ---------- p. 155

2. La mise en tourisme de Beihai pour développer un littoral marginal ---- p. 157
2-1. Développer la province du Guangxi, notamment son littoral ----------p. 157
2-1-1. Le Guangxi, la moins développée des provinces côtières du pays ----------p. 157
2-1-2. Le développement en cours de l'économie du Guangxi ----------p. 158
2-2. Beihai : un lieu touristique développé récemment ---------- p. 162
2-2-1. Beihai avant le tourisme : une petite ville méconnue ---------- p. 162
2-2-2. Chute et renaissance du tourisme à Beihai (1995-2005) ----------p. 165
2-3. L'échec relatif de la création d'une plage au Sud de Beihai ----------p. 168
2-3-1. L'échec de la plage des années 1990 ---------- p. 168
2-3-2. La plage est refondée au début des années 2000 ----------p. 170

2-3-3. Un espace très aménagé, mais des touristes peu satisfaits ----------p. 172
Conclusion du Chapitre 3 ----------p. 174

Conclusion de la première partie. ----------p. 175

***Partie 2*. Les pratiques spatiales des touristes intérieurs chinois**

Introduction de la deuxième partie. ----------p. 179

***Chapitre 4*. Les générations de touristes intérieurs chinois**

Introduction du Chapitre 4 ----------p. 181
1. Les caractéristiques d'un voyage réussi ---------- p. 183
1-1. Les profils des touristes intérieurs ----------p. 183
1-1-1. Les touristes intérieurs : les principaux touristes ---------- p. 183
1-1-2. L'origine des touristes à Guilin : l'importance de l'Est du pays ----------p. 185
1-1-3. Combien de temps restent les touristes intérieurs et à quoi s'intéressent-ils ? ------p. 187
1-2. Groupes et individu ----------p. 191
1-2-1. Pratiques individuelles et pratiques de groupe ----------p. 191
1-2-2. Les modes de transports utilisés : l'importance des transports collectifs ----------p. 193
1-2-3. La réaction des touristes une fois sur les lieux touristiques ---------- p. 196

2- Les pratiques du tourisme intérieur : lieux communs ----------p. 197
2-1. La méthode du Khi² ---------- p. 197
2-1-1. Comment analyser une relation entre deux variables qualitatives ? ----------p. 197
2-1-2. L'interprétation du Khi carré ----------p. 198
2-2. La question de l'origine géographique ----------p. 199
2-2-1. Y a-t-il un lien entre l'origine géographique et la consultation de documents avant le voyage ? ----------p. 199
2-2-2. L'origine géographique et les aspects importants d'un voyage ----------p. 201
2-3. Les générations de touristes intérieurs chinois ----------p. 202
2-3-1. Trente ans de politique d'ouverture et de réformes ---------- p. 202
2-3-2. La relation entre l'âge, la préparation du voyage et la manière de voyager --------p. 204
2-3-3. La représentation d'un voyage réussi n'est pas la même selon l'âge des touristes -p. 206
Conclusion du Chapitre 4 ----------p. 208

***Chapitre 5*. Les modalités de la contemplation et de la découverte de la Nature par les touristes intérieurs**

Introduction du Chapitre 5 ----------p. 209
1. Les modalités de la découverte et de la contemplation des paysages -------p. 211
1-1. La galerie de peintures de Guilin ---------- p. 211
1-1-1. Ce que voient les touristes dans le fleuve Li ---------- p. 211
1-1-2. Les éléments regardés lors de la visite ---------- p. 214
1-2. Les grottes et leurs formes mises en valeur (exemples à Guilin et au Guizhou) -p. 218
1-2-1. Les formes des grottes sont également nommées ----------p. 218
1-2-2. Les couleurs des grottes et la modernité ---------- p. 220
1-3. La question des photos ---------- p. 223
1-3-1. Le prix d'une photo : une société qui évolue rapidement ---------- p. 223

1-3-2. Les photos sont stéréotypées : l'importance de l'Etat ----------p. 225

2. Les pratiques de la Nature des touristes plus « individuels » ----------p. 229
2-1. Les différents territoires touristiques ----------p. 229
2-1-1. Les différents touristes à Ping'An et Jinken ----------p. 229
2-1-2-Des territoires touristiques très différents ---------- p. 231
2-2. Les nouvelles formes d'un tourisme plus individuel ---------- p. 233
2-2-1. Les profils et les modèles des touristes individuels dans le Guangxi ---------- p. 233
2-2-2. Les pratiques collectives dominent ----------p. 235
2-2-3. L'apparition d'un tourisme encore plus local ---------- p. 238
2-3. « *Une bonne carte est une bonne aide* » : les guides touristiques imprimés -------p. 240
2-3-1. Des guides touristiques de plus en plus nombreux ----------p. 240
2-3-2. Des guides qui montrent des visages différents de la province du Guangxi --------p. 242
2-3-3. Aller plus en profondeur : une autre vision de Guilin et de cette région en général -------
----------p. 245
Conclusion du Chapitre 5 ---------- p. 248

***Chapitre 6*. Les pratiques urbaines des touristes intérieurs : Modernité, Entertainment, Sociabilité**
Introduction du Chapitre 6 ----------p. 249
1. Les pratiques urbaines, entre désir de modernité et « entertainment » ---- p. 251
1-1. Les touristes intérieurs et la modernité urbaine ----------p. 251
1-1-1. A Guilin, des pratiques urbaines de découverte ---------- p. 251
1-1-2. Les « nouvelles » pratiques urbaines et la modernité ---------- p. 253
1-1-3. Le patrimoine intéresse peu les touristes intérieurs : l'exemple de Qingyan (Guizhou) --
----------p. 255
1-2. Le goût pour les parcs à thèmes ----------p. 258
1-2-1. Les parcs à thèmes en Chine : développement et objectifs ----------p. 258
1-2-2. L'affirmation de soi dans un monde moderne ---------- p. 259
1-3. Le parc des sept Etoiles : pratiquer Guilin en miniature ---------- p. 260
1-3-1. Un site connu des visiteurs lettrés, reconstruit à la « gloire de la Chine » ---------- p. 260
1-3-2. Une visite de Guilin en miniature ----------p. 263

2. Les pratiques de la plage urbaine à Beihai : l'importance de la sociabilité -----
---------- p. 267
2-1. La plage, un espace urbain, mais un espace pas assez aménagé ----------p. 267
2-2. Les temps de la plage : la découverte prime sur le repos ou le jeu ----------p. 269
2-2-1. Qui vient sur la plage de Beihai ? ----------p. 269
2-2-2. L'importance des pratiques de découverte ---------- p. 270
2-3. Les divisions spatiales de la plage selon les pratiques touristiques ---------- p. 273
2-3-1. Le cœur de la plage : un espace « animé » ---------- p. 273
2-3-2. Vers des pratiques plus « occidentales » ? ----------p. 276
Conclusion du chapitre 6 ----------p. 278

Conclusion de la deuxième partie. ----------p. 279

***Partie 3*. Le tourisme intérieur chinois, outil de développement**

Introduction de la troisième partie. ---------- p. 283

***Chapitre 7*. Des lieux touristiques fortement aménagés**

Introduction du Chapitre 7 ----------p. 285
1. L'hébergement de touristes de plus en plus nombreux ---------- p. 287
1-1. L'importance des hôtels et des grands hôtels à Guilin et Beihai ---------- p. 287
1-1-1. La fin de la distinction entre hôtels pour internationaux et hôtels pour intérieurs (2000) ----------p. 287
1-1-2. La fonction sociale des plus grands hôtels à Guilin et Beihai ----------p. 288
1-2. Guilin à bâti une fonction d'hébergement au sud de l'ancien centre-ville ------- p. 290
1-2-1. Des zones franches pour construire des hôtels ---------- p. 290
1-2-2. Les hôtels sont aujourd'hui au cœur de la ville ---------- p. 291
1-3. La différence entre le nord et le sud de la presqu'île à Beihai ---------- p. 293

2. Mettre en scène les pratiques de découverte ---------- p. 296
2-1. Le déplacement du centre-ville pour donner plus de place au tourisme ----------p. 296
2-1-1. Favoriser l'accessibilité des sites touristiques par de larges avenues : l'exemple de Guilin ---------- p. 296
2-1-2. Le Centre-ville est déplacé vers le nord à Guilin ---------- p. 299
2-1-3. À Beihai, un nouveau centre-ville qui est construit ex-nihilo au sud de l'ancienne ville ---------- p. 302
2-2. Des aménagements qui témoignent d'une volonté de modernité ---------- p. 305
2-2-1. Le circuit « 2 rivières, 4 lacs » autour de la vieille ville de Guilin ---------- p. 305
2-2-2. La vieille rue de Beihai, un espace très aménagé ----------p. 308
2-2-3. La recherche de la modernité dans des villes « saines et rationnelles » ---------- p. 310

3. Favoriser la pratique du shopping ---------- p. 313
3-1. Les pratiques du hors-quotidien telles que le shopping et les repas sont importants pour les touristes intérieurs ---------- p. 313
3-2. Les rues et les centres commerciaux à Guilin ---------- p. 314
3-3. Les aménagements de l'île *Waisha* à Beihai ---------- p. 317
Conclusion du Chapitre 7 ---------- p. 320

***Chapitre 8*. Tourisme intérieur et extension urbaine**

Introduction du Chapitre 8 ---------- p. 321
1. Des villes qui s'étendent et rejettent leurs habitants en périphérie --------- p. 323
1-1. Guilin : l'extension de la ville grâce au développement touristique ---------- p. 323
1-1-1. Le centre-ville est destiné aux services touristiques, pas aux habitants ---------- p. 323
1-1-2. L'extension de nouveaux quartiers au sud de la ville ---------- p. 326
1-1-3. Extension urbaine et nouveaux quartiers résidentiels à Guilin ----------p. 329
1-2. Une extension urbaine partiellement réussie à Beihai ----------p. 330
1-2-1. Beihai, une ville moyenne qui reste encore modeste ----------p. 330
1-2-2. La presqu'île de Beihai reste scindée en deux entités urbaines distinctes ----------p. 333
1-3. La vente des droits du sol : le cœur de l'essor urbain en Chine ---------- p. 335
1-3-1. La vente des droits du sol : exemples à Guilin et Beihai ---------- p. 335
1-3-2. De nouveaux projets de ville à Guilin et Beihai ---------- p. 338

2. L'extension et les transformations de la périphérie de Guilin ----------p. 341
2-1. Les transformations urbaines dans la ceinture de Guilin ---------- p. 341
2-1-1. L'extension de la périphérie touristique de Guilin ---------- p. 341
2-1-2. La périphérie de Guilin est le théâtre de transformations et extensions urbaines -- p. 342
2-2. Les transformations spatiales sont présentes jusqu'aux plus lointaines extrémités de cette périphérie : l'exemple de *Longsheng* ---------- p. 345
2-2-1. L'amélioration de l'accessibilité de Longsheng depuis Guilin (2005) ---------- p. 345
2-2-2. La transformation des rizières (entreprise), et de l'habitat traditionnel (habitants) p. 346

3- Les projets d'extension de Beihai ---------- p. 349
3-1. Une nouvelle plage à Beihai et une périphérie sur le littoral du golfe de Beibu -p. 349
3-2. Vers le Sud : l'île de *Weizhou*, le Vietnam et les pays de l'ASEAN ---------- p. 353
Conclusion du Chapitre 8 ---------- p. 355

***Chapitre 9.* La diffusion spatiale du tourisme intérieur à une échelle régionale**
Introduction du Chapitre 9 ---------- p. 357
1. Yangshuo, une ancienne périphérie au cœur de nouvelles dynamiques touristiques ---------- p. 359
1-1. Une ancienne périphérie de Guilin ---------- p. 359
1-1-1. Des étrangers dans le plus beau paysage de Guilin ----------p. 359
1-1-2. La transformation du village ---------- p. 361
1-1-3. Le changement de commandement territorial ----------p. 363
1-2. Yangshuo au cœur d'une nouvelle périphérie ----------p. 365
1-2-1. D'un village à une petite ville ---------- p. 365
1-2-2. De nouvelles pratiques et de nouveaux lieux ---------- p. 367

2. De nouvelles périphéries apparaissent ---------- p. 369
2-1. Le tourisme intérieur se diffuse au Guangxi ---------- p. 369
2-1-1. Les *Mingsheng* d'importance régionale sont en plein essor ----------p. 369
2-1-2. La promotion poétique de la nature ---------- p. 372
2-2. Au Guizhou, *Huangguoshu* se transforme ---------- p. 375
2-2-1. Un site « incontournable » dans l'ouest du Guizhou ----------p. 376
2-2-2. Un site qui devient un lieu touristique ---------- p. 377
2-2-3. Le tourisme se diffuse autour de Huangguoshu ----------p. 380
Conclusion du Chapitre 9 ----------p. 382

Conclusion de la Troisième partie. ----------p. 383

Conclusion générale ----------p. 385
Bibliographie ----------p. 395

Table des documents ----------p. 418
Table des annexes ----------p. 423
Table des matières ----------p. 465

Résumé

Depuis la politique de réformes lancée par Deng Xiaoping à la fin 1978, la Chine s'est ouverte sur le monde et de nombreux touristes internationaux visitent aujourd'hui ce pays. Les statistiques officielles surestiment cependant la forme internationale du tourisme : il existe en effet un tourisme intérieur chinois qui est largement sous-estimé. Il est le produit de la nouvelle société de loisirs qui se développe dans les principales métropoles du pays. Les pratiques sociales et spatiales de ces nombreux touristes de l'intérieur sont encore méconnues, autant sur le plan de leurs formes que de leurs fondements ; en particulier dans les lieux fréquentés par les deux populations touristiques, mais encore plus dans les sites uniquement fréquentés par les Chinois. Cette thèse propose donc un travail pionnier sur cette question de la dissemblance des pratiques touristiques observées entre touristes intérieurs et touristes occidentaux, ainsi que sur les effets géographiques de cette dernière : selon qu'un site est orienté au profit de l'une ou l'autre de ces populations, les aménagements ne seront pas les mêmes, ce qui intéresse au premier titre la géographie de la Chine en général, l'approche géographique du tourisme en particulier. A partir de l'échelle nationale tout d'abord, puis à partir de deux provinces du sud-ouest du pays, ce travail entame un état des lieux du tourisme intérieur chinois. Il analyse ensuite les pratiques spatiales chinoises en face d'espaces naturels et urbains, notamment selon les différentes générations de touristes. Il démontre enfin que le tourisme intérieur chinois est un outil de développement dans le Sud-Ouest, un instrument qui a été utilisé par l'Etat pour produire des lieux urbains aux dynamiques spatiales méconnues.

Mots-clés : Tourisme intérieur chinois, pratiques spatiales, lieux touristiques, production d'espace, aménagements, paysage, Chine du sud-ouest, regard, géographie culturelle et géographie urbaine, Guangxi, Guizhou, Guilin, Beihai.

Since the political reforms initiated by Deng Xiaoping in late 1978, China opened to the world and many international tourists visit this country today. Official statistics, however, overstate the form of international tourism: there is indeed a Chinese domestic tourism which is largely underestimated. It is the product of the new entertainment society which develops in the main cities of the country. The social and spatial practices of these many tourists from within are still unknown, both in terms of their forms as their foundations; especially in places frequented by both tourist populations, but most for sites visited only by Chinese. This thesis proposes a pioneering work on the issue of dissimilarity tourism practices observed between domestic tourists and Western tourists, as well as its geographical effects: as a site is oriented to the benefit of one or the other of these populations, the development will not be the same, what interests first as the geography of China in general, the geographical approach of tourism in particular. From the national first, then from two provinces in south-west, this work began an inventory of the Chinese domestic tourism. It then analyzes the practice space in front of Chinese natural and urban spaces, in particular by different generations of tourists. It finally shows that the Chinese domestic tourism is a tool for development in the Southwest, an instrument that was used by the state to produce urban places with still unknown spatial dynamics.

Keywords: Chinese domestic tourism, spatial practices, tourist places, production of space, development, landscape, Southwest of China, view, cultural geography and urban geography, Guangxi, Guizhou, Guilin, Beihai.