



Bulletin n° 32
Février 1999

Bulletin édité par
Alexandra Schleyer-Lindenmann
Faculté de Luminy - Département des Sciences Humaines
Case 901 - 163 Ave de Luminy
F-13 288 Marseille cedex 9

SOMMAIRE

I. ACTIVITÉS DE L'ASSOCIATION	page
1.1 Le mot de la présidente.....	5
1.2 Le point sur les dossiers par <i>Alexandra Schleyer-Lindenmann</i>	6
1.3 La mémoire de l'ARIC. Une reconstitution de ses débuts par <i>Pierre Dasen</i>	8
1.4 Le VIIe Congrès International de l'ARIC.....	11
II. ARTICLES	
2.1. L'éducation face aux défis du pluralisme ethnoculturel. Les grandes questions de l'heure par <i>Fernand Ouellet</i>	16
2.2. Transformations et incidences comportementales liées au développement d'une activité tertiaire par <i>Abdallah Gabsi et Patrick Denoux</i>	28
III. PUBLICATIONS	
3.1 Comptes-rendus d'ouvrages	
Jean Chesneaux : <i>Habiter le temps</i> par Christian Alix	46
Riva Kastoryano: <i>La France, l'Allemagne et leurs immigrants : négocier l'identité</i> par l'éditeur.....	49
3.2 Publications récentes	
3.2.1 Recension de la Chaire Concordia-UQAM en études ethniques	50
3.2.2 Recension de l'ADRI.....	52
3.2.3 Les numéros de la REMI.....	53
3.2.4 Et aussi	54
IV. COMPTE RENDUS DE RECHERCHE / DE MANIFESTATION	
4.1 Compte rendu de recherche : <i>Le traitement de conflit par les adolescentes : La différence faite par l'expérience d'acculturation</i> par Kerstin Goebel..	55
4.2. Compte rendu de manifestation : <i>Vers une société multiculturelle ?</i> par Sakina Bargach	59
4.3. Annonce de compte rendu de manifestations.....	63
V. MANIFESTATIONS A VENIR	64
FICHE D'INSCRIPTION À L'ARIC	65

I. ACTIVITÉS DE L'ASSOCIATION

1.1 Le mot de la présidente

Au nom de la présidente et de tous les membres du CA de l'ARIC nous vous souhaitons santé et bonheur pour la Nouvelle Année 1999. Exceptionnellement, cette édition ne sera pas préfacée par la présidente, mais par la secrétaire. Pour des raisons privées, Marie Louise Lefebvre a été dans l'impossibilité de nous faire parvenir son mot à temps pour l'impression. Nous vous présentons toutes ses excuses.

Le bulletin n° 32 rassemble des nombreuses informations sur la vie de l'Association et des nouvelles concernant le Congrès International du mois de Juin/Juillet. Deux contributions originales, d'une part de Fernant Ouellet sur l'éducation interculturelle, d'autre part de Abdallah Gabssi et Patrick Denoux sur les transformations économiques et psychologiques de la vie d'une ville tunésienne par le développement du tourisme, nous font connaître différents aspects de l'interculturel.

Merci à tous les auteur(e)s et institutions qui nous ont fourni des informations.

Sachant que ce bulletin a pris du retard pour des raisons indépendantes de l'Edition, et que finalement de nombreuses informations n'ont pu être intégrées par manque d'espace, nous projettons de sortir le bulletin n° 33 au plus tard en mai. Par conséquent, veuillez envoyer vos contributions au plus tard le 31 mars à l'éditrice temporaire, A. Schleyer-Lindenmann (coordonnées ci-dessous). Notamment des informations "annonces de manifestations, colloqs etc." seraient les bienvenues.

Bien à vous,

A. Schleyer-Lindenmann, secrétaire
Fax : (+33) (0) 491 82 93 55
E-mail : asl@luminy.univ-mrs.fr

2.2 Transformations et incidences comportementales liées au développement d'une activité tertiaire
ABDALLAH GABSI*
PATRICK DENOIX**

Hammamet, une petite bourgade autrefois, devint suite à la croissance vertigineuse de l'activité touristique une station balnéaire de réputation internationale. Le développement de cette activité se poursuit à un rythme encore très rapide entraînant et accentuant les bouleversements profonds qui marquent la vie socio-économique de Hammamet. Les prévisions et les seuils de saturation, déjà largement dépassés, laissent la société se métamorphoser dans bien des domaines.

D'importantes transformations se réalisent au niveau socio-économique et spatial. L'extension urbaine se poursuit à un rythme très rapide et convient-il de la contrôler pour une meilleure maîtrise de l'environnement afin d'assurer aux habitants et aux touristes une meilleure vie dans la cité et une rencontre suscitant une connaissance authentique des populations que cette activité met en présence?

Alors que les Hammamétois émigraient pour trouver du travail, Hammamet devint une ville d'immigration pour la main-d'œuvre venue d'autres régions du pays et un centre d'accueil de touristes de cultures diverses et de modes de vie différents.

Tourisme et transformation de l'espace: du monde rural au monde urbain.

Le choix du tourisme a entraîné la Tunisie dans une course aux investissements hôteliers et extra-hôteliers financés par des capitaux nationaux et étrangers, visant l'apport de devises, la création d'emplois et l'effet d'entraînement sur les autres secteurs d'activités.

* Docteur en Géographie et Aménagement, Docteur en Droit, Chercheur au LESC, Université Toulouse le Mirail

** Maître de Conférences en Psychologie, Chercheur au LESC, Université Toulouse le Mirail.

Pour une activité nouvelle, les interrogations sur la politique de gestion à entreprendre s'imposent. Le pragmatisme fût, depuis le début, adopté. Il a été à l'origine de l'essor remarquable enregistré par cette activité de services qu'on voulait, de par la taille des hôtels et l'intensité des capitaux qu'elle a drainés, une industrie.

La Société Hôtelière Touristique Tunisienne (S.H.T.T), créée par l'Etat en 1959, a construit et mis en exploitation l'hôtel "Miramar". Celui-ci a servi à l'Etat pour attirer les investisseurs privés en leur montrant les différentes possibilités d'exploitation de ce nouveau secteur ainsi que sa rentabilité permettant de récupérer très vite le coût du capital.

D'autres hôtels, connus sous le nom de TANIT ont pu être construits par cette même société à Hammamet et ailleurs (Djerba, Sousse, Monastir...). La part de l'Etat dans l'investissement hôtelier était, entre 1962 et 1964, de 93 %. Face à la rapidité avec laquelle la réponse du secteur privé s'est faite, la part de l'Etat dans le total des investissements hôteliers n'a cessé de chuter au fil des années. Le caractère privé de l'investissement hôtelier est d'autant plus apparent aujourd'hui que la société d'Etat (S.H.T.T) a procédé à la vente de ses hôtels aux particuliers. Ce phénomène a dû être stimulé par les déficits enregistrés par les hôtels de la société publique et dont les directeurs ont créé, plus tard, leurs propres hôtels qu'ils ont réussi, par contre, à rentabiliser.

Le déficit des hôtels de l'Etat trouve plusieurs explications. L'Etat était le premier à respecter les règles du droit du travail et de sécurité sociale. Les travailleurs, dans ces hôtels, bénéficient d'un certain nombre de privilèges (salaires minimum, stabilité de l'emploi...). Le taux de rotation de la clientèle était d'autant plus fort dans ces "hôtels-témoins" que l'usure de leurs équipements était rapide. Paradoxalement, une rentabilité n'a pu être dégagée même si celle-ci doit être fonction du chiffre d'affaires.

De 36 hôtels en 1980, Hammamet passe à 76 hôtels en 1996, regroupant respectivement 12047 lits et 29510 lits, soit une augmentations de 145%.

L'espace touristique est, aujourd'hui, très important et le tourisme continue à étendre son champ d'action. Outre la multiplication du

nombre d'hôtels, ceux existants ont accru leur capacité d'accueil. Ainsi, la part de la surface bâtie, qui était, au départ, de 10 % par rapport à la superficie totale du terrain, n'a fait qu'augmenter depuis. Sur dix hôtels construits au début de l'activité touristique 1963-1970, nous avons constaté que certains d'entre eux, ont doublé leur capacité d'accueil. Il en est ainsi pour "Miramar", "Sheraton", "Hammamet Beach". Pour l'ensemble de ces 10 hôtels, l'accroissement moyen est de 73 %. Les hôteliers ont opté pour cet accroissement afin de bénéficier de l'économie d'échelle: ils ont appris sur le tas que plus la taille de l'hôtel s'accroît et plus la rentabilité augmente par la baisse des charges fixes unitaires, parties intégrantes du coût de production unitaire constituant la base du prix à pratiquer que l'on veut compétitif. Aujourd'hui, la crise économique, qui a épargné jusqu'ici l'industrie des loisirs, commence à faire réfléchir ses exploitants. Elle les pousse à opter pour une gestion prudente et scientifique: le pragmatisme a ses limites. Une mauvaise conjoncture économique peut déséquilibrer ces entreprises et leur faire subir des pertes et affecter les unités du processus de production touristique qui sont tout à fait interdépendantes: tours opérateurs, agences de voyage, compagnies aériennes...

Il en est ainsi pour le Club Méditerranée qui se présente certainement parmi les principaux acteurs du tourisme tunisien et qui enregistre ces dernières années des pertes croissantes pour ne pas dire gigantesques, terme déjà employé pour traduire la gravité de sa situation: ces pertes ont été évaluées à 1,3 milliard de francs pour l'exercice 96-97, résultat plus désastreux que celui de l'année 95 soit 740 millions de francs (1).

La superficie touristique de la zone de Hammamet-Nabeul, définie par trois décrets est des plus importantes: 7000 ha.

Elle vient en tête pour la capacité de saturation, fixée à 57 874 lits dont 37 133 seulement pour Hammamet.

Celle-ci s'apprête à approcher puis à dépasser ce seuil de saturation. En 1980, avec 12 047 lits, elle a atteint le tiers de ce seuil, en 1996, 80 % avec 29 510 lits et avec l'achèvement des centres d'hébergement de Hammamet-Sud, elle le dépassera certainement puisqu'elle comptabilisera 43 288 lits.

La zone de Hammamet-Sud regroupant 40 centres d'hébergement hôteliers réalisés sur une superficie totale de 115,56 Ha d'une capacité totale de 12 893 lits soit une moyenne de près de 100 m² par lit installé et 3 ha de terre fertile par hôtel.

En y intégrant le programme immobilier et les projets Marina et Médina à réaliser dans cette zone, le nombre de lits sera de 23 032 sur une superficie totale de 227 Ha (2).

L'élargissement de l'espace touristique et le dynamisme que cette activité a suscité n'a pas été, après certaines réticences initiales de la population, sans incidences sur les mentalités et surtout sur leur transformation.

Transformation des mentalités: le sens des affaires.

La thésaurisation, pratique ancienne, a laissé la place à l'épargne active. Les fonds déposés dans les banques servent au financement des investissements hôteliers et extra-hôteliers dont le choix et la réalisation restent tout à fait guidés par la rentabilité à dégager.

Les décideurs touristiques sont convaincus qu'un pays qui ne développe pas sa capacité et son produit d'une année à l'autre risque de réduire l'intérêt que pourraient lui porter les tours opérateurs (3). Une concurrence vive se joue non seulement entre les établissements mais aussi entre les régions.

Le tourisme de masse a favorisé la construction d'établissements hôteliers de moyenne gamme. Sur ce plan, le modèle présenté par l'Etat, par le biais de la S.H.T.T, a été scrupuleusement suivi. On constate une prépondérance des "3 étoiles". Hammamet, une des plus importantes et réputées stations touristiques ne comptait, jusqu'à 1972, aucun hôtel "4 étoiles". Le "Sindbad" n'a accédé à cette catégorie qu'en 1973. En y ajoutant le "Sheraton" et le "Phénicia", Hammamet ne comptait que 3 "4 étoiles" sur les 30 établissements créés entre 1959 et 1980, soit un sur dix. Ce rapport avoisine celui calculé pour toutes les zones touristiques privilégiées. Cependant, une concentration relative des hôtels haut de gamme reste favorable à Sousse-Kairouan, Monastir-Mahdia et Tunis-Zaghouan.

Par l'édification de la zone de Hammamet-Sud, les décideurs hôteliers visent à consolider l'image de marque de Hammamet et lui éviter la banalisation relative qui la menaçait. Par la construction de "Port El Kantaoui", la zone "Sousse-Kairouan" a gagné en standing. Aujourd'hui, le haut de gamme se présente comme un besoin des

32 Association pour la Recherche Interculturelle

zones les plus anciennes en phase de maturité du cycle de développement touristique.

L'investissement réalisé par la Tunisie à Hammamet et ailleurs en faveur de "4 et 5 étoiles" était considéré par les décideurs comme judicieux. Il a permis à la Tunisie d'améliorer, par la stratégie de diversification, sa part de marché qu'une vive concurrence anime fortement.

Cet investissement est venu solutionner les problèmes de vétusté qui a frappé une partie non négligeable du parc hôtelier tunisien de catégorie "2 et 3 étoiles". Il a permis à ces hôtels de répondre aux normes de qualité que les instances de contrôle, comme l'O.N.T.T, cherchent à faire respecter.

Les spécificités régionales contribuent à la stratégie de diversification adoptée par les pouvoirs publics pour réaliser la politique touristique, pièce maîtresse de la politique économique générale. La diversification du produit favorise incontestablement le taux de retour jugé relativement faible.

Une forte concentration hôtelière caractérise encore les zones touristiques traditionnelles. Prés de 30 % des projets "jeunes promoteurs" concernent la région de Hammamet. Pour Hammamet-Sud, les hôtels "jeunes promoteurs" retiennent sur les 23032 lits à réaliser, 2882 lits, soit 12,5 %, ayant nécessité un terrain d'une superficie de 35 Ha 73 A et 88 Ca, soit 121 m² par lit alors que la moyenne est 98 m² par lit pour l'ensemble du projet (4).

Dans la structure des capitaux ayant servi la réalisation des projets, nous retrouvons également les capitaux étrangers animés par l'esprit de recherche du lucre et par la consolidation des liens entre les acteurs du commerce international.

Transformation des origines des capitaux: l'investissement étranger.

Dans ses discours manifestant, de façon permanente, le souci d'insérer la Tunisie dans le concert des nations développées, l'Etat ne cesse d'encourager l'investissement dans le tourisme et notamment dans l'hébergement, l'animation, le transport touristique, le

thermalisme, le tourisme de congrès, la société de gestion d'unités d'hébergement et d'animation, l'agence de voyages touristiques. Ainsi, précise-t-il dans l'arrêté du Ministre du tourisme et de l'Artisanat du 18 juillet 1997: "Toute personne physique ou morale tunisienne ou étrangère, résidente ou non-résidente ou en partenariat, peut investir librement conformément aux conditions d'exercice dans les activités touristiques mentionnées ci dessus". Pour l'activité agence de voyages touristiques la participation étrangère est soumise à l'approbation de la commission supérieure d'investissement si elle dépasse 50 % du capital de l'entreprise. Les Italiens, les Allemands, les Irakiens et les Koweïtiens ont élu Hammamet, zone d'investissements touristiques (5).

Pour favoriser les investissements étrangers notamment, l'Etat, les sociétés nationales comme la Société Nationale Immobilière de Tunisie (S.N.I.T) et les banques (C.N.L) ont investi dans les infrastructures et les logements. Ces investissements accentuent la transformation de l'espace et obligent à une fréquentation continue de populations d'origine culturelle différente.

Transformation du tissu urbain: la prolifération des logements

L'extension urbaine rapide d'Hammamet reste due au tourisme non seulement par la masse des constructions hôtelières et extra-hôtelières, mais aussi par la multiplication des constructions d'habitation. Outre les particuliers, la S.N.I.T a édifié deux grands complexes de maisons à proximité des hôtels et tout précisément à Barraket Es-Sahel et Bir Bouregba où a été réalisé un terrain de golf destiné aux touristes.

L'intervention de la SNIT a permis de réduire et d'éviter les constructions anarchiques réalisées sans plan ni permis de construire comme à Ennabka; il fallait favoriser l'attraction de la main-d'œuvre venue d'autres régions, dont principalement Jendouba et Sidi Bouzid. Pour que la périphérie de la nouvelle zone touristique d'Hammamet-Sud ne connaisse pas le même sort que Hammamet-Nord, avec Ennabka, dont la réalisation reste tout à fait spontanée, il faut que cette même société agisse encore pour réaliser une véritable politique de logement avec des cités qui s'intègrent dans l'espace touristique: pour des zones touristiques intégrées, il faut des cités intégrées de logements sociaux. Cela apparaît d'autant plus important à observer et à réaliser que bien des logements des cités Berrakat Es-sahel et

Birbouregba ont vu une partie de leur espace transformée en locaux commerciaux. Ces deux cités ont été réalisées à la demande des hôteliers pour loger leur personnel. Elles se trouvent sur la périphérie de Hammamet. Elles sont isolées et non dotées des équipements de commerce et de loisirs, et apparaissent, au départ, comme de véritables cités dortoirs. Des besoins d'approvisionnement notamment se sont faits sentir; pour les satisfaire, des créations spontanées de commerce et de services ont dû être réalisées dans la cité sans qu'elles soient prévues par son plan initial.

Il faut, tout de même, rappeler que la station touristique "Hammamet-Sud" concentrera dans sa Médina sur une superficie de 20 000 m² et dans sa Marina sur une superficie de 12 500 m², des commerces et des centres d'animation. Cet exemple de globalisation de projets mérite d'être suivi pour les cités de logement des familles du personnel hôtelier en les dotant de lieux de vie ou de centres de commodités (crèche, jardin d'enfants, commerce et autres prestations de services...).

Dans l'aménagement touristique de la zone de Hammamet-Sud, les enfants des touristes n'ont pas été oubliés. Un terrain de 4,5 ha, soit près du double de celui consacré à la Médina et ses boutiques, commerces et coins d'animation, situé à proximité de cette dernière, comportera un espace de jeux aquatiques permettant de répondre aux besoins d'une clientèle spécifique, les enfants, et par voie de conséquences leurs parents. La satisfaction des premiers conditionnera le retour des seconds d'où une possibilité d'amélioration du taux de fréquentation de la station. Le marketing touristique est au centre des préoccupations des aménageurs et des décideurs de ce secteur qui ne fait que confirmer et consolider ses atouts et ses potentialités entraînant un enrichissement de ses produits pour une meilleure part du marché concurrentiel.

Pour leur fonctionnement ces hôtels attirent une main-d'œuvre venue de diverses régions du pays et souvent sans tradition touristique. Cette zone développe une interculturelité de fait à la fois intranationale et internationale.

Transformation du marché du travail: la création d'emplois.

Hammamet était une bourgade puis une petite ville (6) de 12 000 habitants. Certains d'entre eux, surtout les cadres de l'administration ou du secteur privé (magistrat, enseignants, militaires...), étaient appelés à l'émigration vers la capitale et les grandes villes pour conserver et promouvoir leur statut. Le tourisme par la création d'emplois directs et induits a renversé cette tendance: Hammamet devint, elle même, une ville d'immigration. Les premiers hôtels employaient une main-d'œuvre locale qui s'avéra insuffisante avec la rapidité du développement touristique.

Hammamet retient, avec 18 % des lits installés dans le pays et 71 % de ceux du Gouvernorat de Nabeul, près de 13 000 emplois directs sur 17 000 créés dans la région et 68 000 dans le pays. Les emplois indirects confirment au tourisme son rôle de créateur d'emplois. Le coût de création d'emploi dans le tourisme, à raison de 2,5 emplois par lit, varie selon la catégorie d'hôtel. Celui calculé pour 13 hôtels de catégorie "3, 4 et 5 étoiles", d'un coût total de 177 950 000 Dinars, d'une capacité globale de 4214 lits, s'élève à 105 570 dinars. Il s'agit de coût de création d'emplois dans les hôtels que l'on peut appeler "nouvelle génération". Ce coût moyen représente près de 10 fois celui calculé pour les hôtels existants en 1984 (7).

Hammamet compte, aujourd'hui, avec l'accroissement naturel et celui de l'immigration des populations venues du reste du pays, près de 40 000 habitants. Lors de la saison estivale ce nombre passe à plus de 100 000 habitants sans tenir compte des touristes séjournant dans les hôtels au nombre de 31 510 en 1996, de 35 488 en 1997 et qui sera de 39 338 en 1999 et de 43 288 en 2001, soit un accroissement de 40 % en 4 ans. Les centres d'hébergements connaissent le surbooking (8) aux mois de juillet-août.

Cette capacité hôtelière d'accueil additionnelle augmentera les offres d'emplois et de logements. Ce qui fera étendre encore le parc immobilier. Nous voilà en présence d'un exemple où le tourisme conditionne, modifie ou transforme l'espace urbain et le tissu économique dans la mesure où les activités traditionnelles s'éteignent au profit des activités nouvelles, réalisant ainsi par l'économie une véritable acculturation.

Transformation du tissu économique: activités induites par le tourisme

Le tourisme a entraîné un développement spectaculaire de certaines activités:

-de l'artisanat utilitaire à l'artisanat touristique: cette activité, qui s'intégrait auparavant dans le tissu économique du village parce qu'elle répondait aux besoins primordiaux des habitants (tissage, broderie, cordonnerie...), devient, aujourd'hui, tout à fait conditionnée par l'évolution du tourisme. Les ateliers qui se trouvaient dans le souk de la Médina passent des mains des artisans traditionnels aux vendeurs de produits d'artisanat touristique animés par un comportement et une logique conduisant à recréer sous une forme "internationalement acceptable" des éléments culturels tunisiens.

Les magasins d'artisanat touristiques prolifèrent à Hammamet. Plus de 150 magasins sont ouverts sur le territoire communal, sans tenir compte de ceux existant dans les galeries des hôtels. La Médina n'a pu être épargnée par ce phénomène créé et stimulé par le développement touristique. Ce type d'artisanat, par la rentabilité qu'il entraîne, n'a cessé de s'étendre; près de 40 magasins, en plus de ces 150, sont installés à la place des maisons, boutiques du souk, ateliers de pêcheurs. Ce type de commerce demeure essentiellement animé par la pratique du marchandage qui dégage une forte rentabilité. Certains gestionnaires de ces magasins comme certains vendeurs, qui perçoivent en plus de leur salaire fixe une commission sur les ventes qu'ils suscitent ou réalisent, ont investi, eux aussi, dans le tourisme: ils sont propriétaires de centres hôteliers ou extra-hôteliers.

-les agences de voyages: une activité réellement récente. Elles sont parmi les activités nouvelles à Hammamet. Leur nombre a connu un accroissement remarquable. Tout au début des années soixante, Hammamet ne comptait aucune agence de voyage. Aujourd'hui, cette activité confirme à Hammamet sa place de leader du développement touristique en Tunisie: 33 agences de voyages agissent à Hammamet pour seulement 8 à Nabeul, capitale régionale. Les agences de location de voitures connaissent la même évolution. Toutes les activités qui se sont avérées rentables, se sont étendues sur l'espace communal.

-la prolifération des restaurants: en 1964 Hammamet comptait deux restaurants ("Chez le Chef" et "Chez Achour").

Comme les magasins d'artisanat, les restaurants ont connu la même évolution: 114 restaurants offrent leurs services aux touristes et aux hommes d'affaires d'Hammamet. Ce chiffre ne prend pas en compte ceux appartenant aux hôtels et ceux prévus pour assurer un service spécial et à la carte. Cela permet de maintenir les clients sur place et éviter un à manque à gagner.

-le rapprochement des banques et de la clientèle: un changement dans l'état d'esprit des habitants et des hommes d'affaires a marqué le système financier. L'intervention bancaire a consolidé l'épargne active que. Les institutions bancaires, parce qu'elles se veulent près de la clientèle, ont ouvert 11 agences bancaires employant en moyenne dix personnes chacune. L'épargne qu'elles drainent, contribue au financement d'une partie des investissements. Le tourisme a renforcé ces clés du développement que sont l'investissement et l'épargne représentant respectivement 25,9 % et 21,2 % du PIB (9). L'activité financière ne se limite pas aux banques. Les hôtels ont ouvert des comptoirs de change des devises. On trouve pratiquement un comptoir dans chaque hôtel.

-le transport au centre des mouvements touristiques: les services de transport qu'ils soient publics ou privés ont connu une croissance indéniable. La compagnie régionale de Nabeul, parmi les rares compagnies régionales rentables dans le pays, a développé, sur la base de l'augmentation du taux de rotation des passagers (personnel hôtelier et touristes notamment) et de l'autofinancement, son parc de cars et minicars. Le nombre des taxis a également augmenté: 159 autorisations ont été attribuées de 1959 à nos jours alors qu'on en comptait 7 en 1965 et 81 en 1980. La demande pour ce type d'activité reste très forte durant la haute saison, surtout aux heures de pointe où leur disponibilité reste difficile. Les touristes, une fois partis, les chauffeurs de taxis vont à la "chasse" aux clients. "Hammamet Sud", à plus de 8 Km du centre ville est actuellement sans logements sociaux à proximité. Au moins 5 hôtels sont déjà en exploitation. Le besoin en main-d'œuvre exige donc que l'on favorise ce type de logements et que l'on améliore, en outre, les transports collectifs. Le tarif des taxis est jugé trop cher par cette clientèle.

La compagnie nationale "Tunis Air" et le Tourisme se sont stimulés mutuellement. Le développement de l'une revient au développement de l'autre. Dans son intervention au Colloque, M. Ahmed SMAOUI, ancien Ministre et actuel P.D.G de Tunis-Air a mis en évidence cette

interaction et la complémentarité qui régit les deux activités. Des villes tunisiennes sont dotées aujourd'hui d'aéroport. Ce qui n'est pas le cas de Hammamet que l'autoroute a rendu encore plus proche de la capitale: les 60 km en 40 minutes font de Hammamet, une banlieue de Tunis.

Pour les mouvements d'avions ou de passagers, on enregistre un accroissement pour les années 1995 et 1996 de respectivement 3,7 % et 5,7 %.

-l'élevage: production avicole et approvisionnement des hôtels. L'élevage traditionnel a dû céder la place à l'élevage moderne. Plus de 83 poulaillers sont créés à Hammamet dont la production avicole dépasse aujourd'hui les 693 000 poules. Les producteurs avicoles sont des fournisseurs importants pour les hôtels. La société "Poulina" s'est développée très vite au niveau national; elle a réussi à accroître ses exportations notamment aux pays du continent africain. Pour diversifier ses activités, elle investit aujourd'hui dans le tourisme. Elle est le promoteur d'un hôtel 5 étoiles "Hôtel Solaria" à Hammamet d'une capacité de 400 lits et d'un coût total de 24 000 000 Dinars.

Ces multiples transformations de l'espace, des mentalités, des origines des capitaux, du tissu urbain, du marché du travail et du tissu économique... ont profondément bouleversé la structure des interactions entre les autochtones et avec les touristes du point de vue de l'appréhension de la différence culturelle.

Les incidences comportementales

Le regard touristique porté par le visiteur sur l'autochtone saisit, signifie et organise la différence culturelle suivant trois modes particuliers d'appréhension. L'objet de cette section est de présenter, d'analyser un de ces modes d'appréhension de la différence culturelle (la téléonomie historique) et de décrire certaines de ses implications sur la conception des relations interculturelles à l'oeuvre dans les choix de politique touristique. Cette réflexion "offshore" à partir de la psychologie interculturelle justifie son statut d'extraterritorialité disciplinaire par la nécessité, au-delà des impératifs du discours gestionnaire, de décoder les significations rémanentes qui l'organisent.

Chaque rencontre interculturelle présuppose une confrontation dont les formes ne peuvent pas totalement être présumées par chacun des partenaires à partir de sa propre culture. En effet, la caractéristique de toute relation interculturelle est de produire une interaction originale qui ne se laisse pas enfermer dans les rets de l'une ou l'autre des cultures en présence. En quelque sorte, une réalité inassignable voit le jour sans qu'une signification préconstruite ne puisse la résumer. Dans les choix qu'opère un couple mixte (Varro, 1995), dans le fonctionnement qu'élabore une équipe internationale de travail (Demorgon, 1989), dans la mise en forme des échanges réalisés au cours d'une négociation internationale (Pinxten, 1994) ou d'un échange économique (Albou, 1989, Gabsi 1989) comme dans la relation touriste/autochtone réside une réalité interculturelle non réductible à l'une ou l'autre des cultures en présence, faite de compromis singuliers plus ou moins conflictuels.

Cependant, toutes les rencontres ne prêtent pas nécessairement à élaboration interculturelle. La présence d'une différence culturelle entre les partenaires d'une interaction mobilise immédiatement un ensemble finalisé d'images implicites qui modélise la relation avant toute structuration de l'interaction et l'oriente vers une rationalité spécifique: le mode d'appréhension de la différence. Par exemple, celui-ci s'exprimera notamment à travers la structuration des rencontres spontanées, dans les modélisations véhiculées par les décideurs aussi bien que dans les démarches scientifiques. Lors d'une rencontre dans un cadre touristique, je peux voir dans ce que j'observe (Denoux, 1992):

- soit un état inachevé d'une évolution historique incontournable accepté comme tel par mon vis à vis "ils en sont encore là vs voilà ce qu'on devrait faire", en fonction du rapport de forces. De la même manière, le discours scientifique peut s'imprégner de cette visée surplombante tendant à faire accroire que les erreurs de politique touristique des uns constitue un passage obligé pour les politiques des autres (téléonomie historique),

- soit une complémentarité factice acceptée comme telle par mon vis à vis "au moins eux ils respectent les vieux vs les femmes" ou une symétrie imaginaire: si un espace géopolitique est identifié comme articulant le balnéaire à l'urbain, cette inclination nous porte immédiatement à analyser l'autre espace géopolitique comme articulant l'urbain au balnéaire (téléotopie culturelle).

Certaines de ces rationalités conduiront à une production interculturelle d'autres non, suivant des critères explicités plus loin. Cependant, si la relation touristique met en jeu la différence culturelle, elle le fait selon certaines spécificités:

- elle est commerciale dans le sens où l'économie touristique met la culture au norme d'un produit et tend à réduire la rencontre à sa consommation "j'ai fait la Tunisie",

- elle s'appuie sur la confrontation à une différence d'avec le mode de vie initial,

- elle doit procurer du plaisir, ce qui n'équivaut pas à la positivation du pays d'accueil, le frisson (avec happy end, il est vrai) a une valeur marchande.

L'interaction touristique reposant essentiellement sur le trépied commerce, différence et plaisir, a pour objectif de vendre le plaisir d'un contact aménagé avec la différence. Nous l'interrogerons aux trois niveaux des citoyens; des acteurs professionnels et des concepteurs afin d'étudier les représentations des principaux partenaires de la décision touristique, d'analyser l'interaction autochtone/touriste, de comprendre les attitudes induites par le marketing touristique et d'évaluer les effets sur les culture locales des différents modes d'appréhension de la différence.

Nos connaissances sur les modes d'appréhension de la différence nous permettent aujourd'hui d'identifier trois types (téléonomie historique, téléotopie culturelle, hétéronomie interculturelle) mais nous n'en présenterons ici qu'un seul: la téléonomie historique.

Le regard touristique téléonomique est un regard porté sur l'autre qui s'articule sur une conception sous-jacente d'un continuum historique menant les cultures d'un état de sauvagerie à la civilisation. C'est un regard surplombant qui propose comme lecture de la réalité de l'autre, la vision d'un état primitif voire primaire supposé représenter les limbes de l'histoire. Profondément exotique, ce regard offre la culture de l'autre comme devant être exploitée, par la relation touristique. Alors que d'un point de vue scientifique cette vision reste marquée par une confusion entre objet de recherche et d'exploitation, du point de vue des pratiques sociales, elle s'illustrera principalement par ce tourisme de pseudo-aventuriers qui ensauvage l'autre, accroît les différences interculturelles et les correspondances intraculturelles. Si les débuts du tourisme de masse ont parfois revêtu cette forme, ce sont surtout les explorateurs imbus d'une pensée

racialiste qui l'ont galvaudée. Les conceptions du tourisme s'inscrivent dans cette perspective se voient caractérisées par leur action homogénéisante et projective. L'action homogénéisante s'organise autour de quatre processus:

- une présentation outrancière de l'homogénéité de la culture de l'autre: renforcer la différence pour exacerber le dépaysement. Le commentaire lors du voyage organisé malgré la diversité des lieux tend toujours à dégager implicitement des généralités sensées ériger des stéréotypes en fondements communs, l'architecture culturelle supposée. En cela il masque la réalité dynamique, éclatée de chaque culture et l'effraction qu'y réalise ce genre de tourisme. Qu'est-ce que le patrimoine? Est-il cet espace culturel clos et idéal ou un ensemble vivant et ouvert? Epargnons-nous le dilemme de l'architecte ne sachant que restaurer tant les strates se sont succédées. Toute promotion du patrimoine est un processus d'objectivation de l'histoire,

- une exclusion de l'observateur: le touriste ne se perçoit pas comme agissant sur le milieu qu'il traverse. « De nos jours, Monastir n'a plus pour conquérants que les pacifiques touristes en quête d'une évasion à la fois confortable et insolite.... » (10). Il est au spectacle à partir d'une position postulée transparente, un non-lieu. Or ce regard touristique, téléonomique est un regard constituant. Il réifie l'autochtone, l'incitant à exhiber une tunisianité de façade qui accroît la déculturation. Car ce n'est pas le moindre des paradoxes que ce mode d'appréhension de la différence introduisant sous l'apparence d'une reconnaissance de l'identité culturelle locale, l'exhibition d'une culture falsifiée, figée, inauthentique, stéréotypée c'est à dire essentiellement reproductible et immédiatement consommable. Voir toute la culture de l'autre sans jamais percevoir que regarder est une intervention conduit au tourisme du porteur d'eau.

- un effet de dénaturaion des cultures locales, sensées s'aligner sur de pseudo-fondements culturels, c'est à dire, ethniciser leurs rapports sociaux, en l'occurrence, il s'agit plutôt de surculturaliser. Outre les conséquences altérantes de ce déguisement, le plus imprévisible de ces effets réside dans la méprise de certains acteurs économiques qui voient là une sorte au moins de revitalisation, au plus de refondation de traits culturels. En fait les aboutissements sont connus: un affadissement culturel offert au touriste, le repli des pratiques authentiques vers des isola plus ou

moins abrités (ex: Aïssaoua au Maroc). Par là, le divorce même d'un peuple avec sa culture peut se voir insensiblement prononcé.

-une survalorisation du critère de visibilité dont les incidences sur les stratégies identitaires sont nombreuses (Camillieri, 1990), alors que beaucoup d'éléments culturels, pour être de l'ordre du non-dit ne se laissent capter que par l'expérience. Le regard touristique téléonomique, lui, ne donne pas droit de cité à la culture mais à la visibilité de l'ethnicité, c'est un regard qui, en exposant, enclôt.

Dans l'action projective trois processus sont à l'oeuvre (Denoux, 1985):

-la confusion entretenue entre le pays d'accueil et un état historiquement antérieur du pays d'origine du touriste. Confusion qui pare le déplacement géographique de l'attrait fantasmé d'un voyage dans le temps ("Ils en sont encore là"). Confirmation factice d'un continuum historique qui renforce la certitude de la supériorité d'un niveau de développement sur l'autre. A cet endroit les campagnes publicitaires touristiques lorsqu'elles induisent le fantasme d'un retour aux sources, portent une lourde responsabilité dans la justification d'une hiérarchie implicite et orientée des états de développement. A propos de la médina de Monastir (11): "Un voyage dans le temps: Ici le dépaysement est total..Au long des ruelles tortueuses, des passages voutés des venelles hautes en couleurs et senteurs, c'est un bourdonnement d'activité, une fabuleuse caverne d'Ali Baba où le cuir ouvragé côtoie l'argent ciselé, le grand bazar de tapis, la minuscule échoppe d'où s'échappe la petite musique cristalline d'un marteau de ciseleur penché sur son ouvrage et perpétuant à l'infini le geste de ses aïeux...". Se trouve sollicitée la fonction présente du souvenir tendance à imputer à ce que nous avons vécu la responsabilité de ce que nous croyons être (Boesch, 1995). Le passé de l'un s'y voit métamorphosé en présent de l'autre.

-la mise en exergue de sous-populations supposées être plus proches du touriste, la mythification du kabyle par exemple qui a longtemps servi et sert encore à s'accomoder des réticences à l'égard de l'arabe.

-la transgression. Depuis longtemps le pays de l'autre a été pensé comme un exutoire à nos fantasmes et le lieu de possibles transgressions. Beaucoup d'entreprises touristiques reposent encore sur la base d'un attrait peu ou prou concrétisable pour la transgression des lois sociales, religieuses, des tabous sexuels.... (Thaïlande...).

Dans ce cas, le regard touristique soutient l'altérisation de l'autre, convoqué à exhiber son étrangeté pour oublier la nôtre (aucun défilé avec des fleurs blanches en Occident pour protéger les enfants Thaïlandais des pédophiles). Un regard qui rend l'étranger étrange.

Mon propos, nécessairement en décalage par rapport aux différentes réflexions présentées (n'étant ni géographe, ni spécialiste des politiques de la ville) avancera néanmoins trois questionnements:

-Quelles sont les conditions de mise en place d'un tourisme de proximité permettant l'établissement à long terme de liens durables entre les deux peuples, au-delà d'un traitement de masse de la demande, un affinement et une différenciation créant des régularités et une constance dans les flux?

-Quelles sont les conditions de la mise en place d'une réciprocité qui stabilise et consolide un tourisme d'échange sur la base d'une rétroaction? La rencontre franco-tunisienne est aussi, et peut-être plus fondamentalement en ce qui concerne le tourisme, un lieu de modification des rapports franco-français et tuniso-tunisiens.

-Quelles sont les conditions de la mise en valeur de lieux de production interculturelle, résistant au multiculturalisme internationaliste répandant le silence des polyglottes (Kristeva, 1988), afin de renforcer un tourisme interculturel reposant à la fois sur la durée et l'engagement de la différence culturelle (Denoux, 1994) dans une situation de déculturation protégée par une co-construction des choix (interculturalisation)?

En termes d'action, la formation interculturelle des principaux opérateurs de la décision et de la réalisation touristique dans le sens, non d'une adaptation dénaturante à la demande, mais d'une co-construction de la réponse nous apparaît indispensable pour dégager le regard touristique de ses aléas téléonomiques et pour compenser les effets dénaturants des multiples transformations guidées par une logique de marché et de rentabilité. Dès lors, le développement touristique pourrait enfin régénérer "le sens urbain profondément inhérent à l'Islam constituant une prise de parti dans la dialectique fondamentale du désert: dynamisme de l'errance, appel de l'oasis" (Berque).

NOTES

- (1) Bonazza, P. (1998). L'année noire du Club Med. *Le Point.*, 1323, 64-69.
- (2) S.E.D.H.S. (1995). Rapport de la Société d'Etudes et de Développement de Hammamet-Sud Station Touristique Intégrée de Hammamet Sud. Note de présentation.
- (3) (1997). Ces pays du Sud qui émergent. *Alternatives Economiques.*, 34, 50-51.
- (4) (1995). Rapport du projet de société d'étude et de développement de Hammamet-Sud.
- (5) Signoles, P. (1978). Les effets géographiques des investissements étrangers en Tunisie. *Etudes Méditerranéennes.*, 1, 3-60.
- (6) Laborie, J.P. (1979). *Les petites villes*. Toulouse: Editions. du C.N.R.S.
- Laborie, J.P. (1976). *Les petites villes en France*. Travaux de recherches et de perspective, 64.
- Laborie, J.P. & Lugan, J.C. (1975). *Le système politique des petites villes*. Travaux et documentation du C.I.E.U n° 5.
- (7) Gabsi, A. (1984). *Analyse socio-économique et spatial du tourisme en Tunisie de 1962 à 1982. Le cas de Hammamet*. Thèse de Doctorat. Université Toulouse-Le- Mirail.
- (8) Le surbooking désigne un dépassement de la demande par rapport à l'offre: certains hôteliers craignant de ne pas remplir leurs établissements sur la base d'une seule offre, louent la même capacité d'accueil à plusieurs tours opérateurs.
- (9) Ces pays du Sud qui émergent op. cit.
- (10) Extrait de prospectus touristique.
- (11) Id.

BIBLIOGRAPHIE

- Albou, P. (1989). La Psychologie des relations économiques internationales in A. Touati (Ed), *Cultures et Personnalité*. Paris: Editions du Journal des Psychologues.
- Berque, J. (1973). *Les arabes*. Paris: Sindbad.
- Bertrand, M. (1970). *Les rapports entre villes et villages du Bas Livradois*. Annales de Géographie, 79.
- Boesch, E.E. (1995). *L'action symbolique, Fondements de la Psychologie Culturelle*. Paris: L'Harmattan.
- Boulalres, H. (1978). *La Tunisie*. Paris: P.U.F.
- Camillieri, C., Taboada-Leonetti, I. & Lipianski E-M. (1990). *Stratégies identitaires*. Paris: PUF.
- De Kadt, E. (1980). *Tourisme, passeport pour le développement?* Paris: Banque Mondiale, Unesco et Editions Economica.
- Demorgon, J. (1989). *L'exploration interculturelle, pour une pédagogie internationale*. Paris: Armand Colin-OFAJ.
- Denoux, P. (1985). La rencontre interculturelle de la téléonomie historique à la téléotopie culturelle, in Clanet, C., (Ed.), *L'interculturel en Education et en Sciences humaines* (pp. 33-47). Toulouse: PUM.
- Denoux, P. (1992). *Les modes d'appréhension de la différence*. Thèse d'habilitation Psychologie, Toulouse.
- Denoux, P. (1994). Pour une nouvelle définition de l'interculturalité. In: Blomart, J. & Krewer, B. (Eds). *Perspectives de l'interculturel* (pp. 67-81). Paris: Ecole Normale Supérieure de l'ontenay St Cloud/L'harmattan.

- Dewailly, J.M. (1990). *Tourisme et Aménagement en Europe du Nord*. Paris: Ed. Masson.
- Derycke, P.H. (1996). *Penser la ville, Théories et modèles*. Paris: Anthropos.
- Djefflat, A. (1995). *Science, technologie et croissance au Maghreb*. Sfax: Biruni.
- Dulong, R. (1972). *Les régions, l'Etat et la société locale*. Paris: P.U.F.
- Gabsi, A. (1989). La coopération France-Tunisie, rencontre interculturelle. *Cahiers du CERESI*, 2-3, 169-175.
- Kayser, B. (1996). *Ils ont choisi la campagne*. Paris: Ed. de l'Aube Poche/Essai.
- Kassab, A. & Sethom, H. (1981). *Les régions géographiques de la Tunisie*. Université de Tunis.
- Kristeva, J. (1988). *Etrangers à nous-mêmes* Paris: Fayard.
- Laborie, J-P., Langumier, J-F. & De Roo, P. (1985). *La Politique française d'aménagement du territoire de 1950 à 1985*. Paris: La documentation française.
- Lefevre, A. (1973). *Villes et planification*. Paris: Berger-Levrault.
- Marconis, R. (1968). Recherches sur la mobilité dans la croissance urbaine: Graulhet et Lavar. *Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 39.
- Miossec, J-M. (1996). *Le tourisme en Tunisie, un pays en développement dans l'espace touristique international*. Tours: Thèse de Doctorat d'Etat, Université François Rabelais.
- Morin, E. (1973). *Vivent les vacances. Introduction à une politique de l'homme*. Paris: Seuil.
- Pinxten, R. (1994). *Cultures Die Hard*. Antwerpen: Hadewych.
- Troin, J-F. (1971). Essai méthodologique pour une étude des petites villes en milieu sous-développé. *Annales de géographie*, 441.
- Varro, G. (1995). *Les couples mixtes*. Paris: Armand Colin.



association pour la recherche
interculturelle

Bulletin n° 32
Février 1999

Bulletin édité par
Alexandra Schleyer-Lindenmann
Faculté de Luminy, Département des Sciences Humaines
Case 901, 163, Ave de Luminy
F-13 288 Marseille cedex 9