

## Mondes du Tourisme

2 | 2010 Vers une théorisation de l'approche géographique du tourisme

# Emmanuelle Peyvel, L'Émergence du tourisme domestique au Viêt Nam : lieux, pratiques et imaginaires

Thèse de doctorat en géographie, université de Nice-Sophia Antipolis, dirigée par Jean-Christophe Gay (soutenue le 23 novembre 2009)

### **Emmanuelle Peyvel**



#### Édition électronique

URL: http://journals.openedition.org/tourisme/285

DOI: 10.4000/tourisme.285

ISSN: 2492-7503

#### Éditeur

Éditions touristiques européennes

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2010

Pagination: 102-105 ISSN: 2109-5671

#### Référence électronique

Emmanuelle Peyvel, « Emmanuelle Peyvel, L'Émergence du tourisme domestique au Viêt Nam : lieux, pratiques et imaginaires », Mondes du Tourisme [En ligne], 2 | 2010, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 22 septembre 2020. URL : http://journals.openedition.org/tourisme/285 ; DOI : https://doi.org/10.4000/tourisme.285



Mondes du tourisme est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

# COMPTE RENDU DE THÈSE

# L'émergence du tourisme domestique au Viêt-Nam : lieux, pratiques et imaginaires

Thèse de doctorat en géographie, université de Nice-Sophia Antipolis,

dirigée par Jean-Christophe Gay

(soutenue le 23 novembre 2009)

EMMANUELLE PEYVEL

[empeyvel@yahoo.fr]

n 2009, le Viêt-Nam a recensé officiellement 25 millions de Vietnamiens ayant fait du tourisme dans leur pays, soit près de 30 % de la population nationale. C'est plus de six fois le nombre de touristes étrangers comptabilisés la même année (3,8 millions)(1). Le tourisme domestique y constitue une base solide, toujours supérieure au tourisme des étrangers et connaissant une croissance importante depuis plus de vingt ans maintenant. En 1990, les touristes domestiques n'étaient en effet qu'un million, pour 75 773 touristes étrangers(2). En cette période troublée de crise, où le tourisme international fluctue beaucoup, le tourisme domestique apparaît également comme plus stable : il a en effet augmenté de 19 % entre 2008 et 2009, alors que, dans le même temps, le nombre d'arrivées de touristes étrangers reculait de 10,9 %(3).

Même si l'appareil statistique vietnamien n'est pas toujours très fiable, et malgré une définition large faite du tourisme, les proportions sont bien là : le Viêt-Nam n'est pas seulement récepteur de touristes internationaux. Or, l'état de la recherche montre que le tourisme

intéresse peu dans ce pays dit en voie de développement. Cette minoration est en fait double : non seulement peu d'études portent sur cette activité, souvent considérée comme économiquement secondaire et scientifiquement futile mais, en outre, l'écrasante majorité d'entre elles s'intéresse aux touristes étrangers, partant du principe discutable qu'ils sont plus rentables(4). Les études n'évoquent pas le tourisme domestique, comme si le tourisme des pauvres était un pauvre tourisme. Il existe pourtant une demande interne qui mérite d'être questionnée. Afin de comprendre les évolutions récentes du tourisme. il est en effet légitime de se demander comment ces populations ont non seulement su accueillir des touristes étrangers, mais aussi acquérir elles-mêmes des compétences afin de construire leurs propres mobilités récréatives. Sur quelles structures et quels cadres ces Vietnamiens prennent-ils appui pour faire du tourisme ? Répondre à cette problématique est d'autant plus heuristique que la recherche sur le tourisme est essentiellement le fait d'Occidentaux(5) l'ayant étudié dans des pays riches ou auprès

de touristes en étant issus. Or, si le tourisme est une activité datée dans le temps comme située dans l'espace, alors ses caractères d'universalité doivent être interrogés, à la lumière de sa spectaculaire expansion en à peine un siècle et demi. La diffusion du tourisme à partir de l'Europe a-t-elle entraîné une simple répétition des mêmes pratiques et modèles, ont-ils été adaptés sur place, voire se sont-ils confrontés à d'autres formes spécifiques de tourisme ? C'est la conception même du tourisme qui peut alors être enrichie au travers du cas vietnamien.

S'inscrivant dans une perspective interactionniste, ce travail accorde une place centrale aux multiples "tactiques" (6) dont usent les Vietnamiens pour concrétiser leurs projets touristiques en tant qu'acteurs dotés d'un capital. Ces notions forcent à s'intéresser à l'autonomie, et par là même aux capacités d'innovation que peut posséder un touriste, même pauvre. Complétés par le concept d'habiter, ces outils permettent de saisir combien le tourisme est une façon de s'approprier l'espace et d'investir le monde, en habitant temporairement le horsquotidien pour se livrer à des activités procurant du plaisir par leur aspect déroutinisant. C'est pourquoi l'expression de "tourisme domestique" a été finalement retenue au cours de ce travail. Contrairement à celles de "tourisme intérieur" et de "tourisme national", elle a en effet le mérite d'insister sur les processus de domestication spatiale, à l'œuvre au cours d'un séjour touristique.

La méthodologie ici retenue repose sur l'étude des lieux et des pratiques du tourisme domestique, de l'échelle nationale à l'échelle locale. Le corpus mobilisé pour ce faire se compose d'enquêtes statistiques, de documents officiels et d'entretiens qualitatifs multisites menés auprès de touristes et de professionnels du secteur.

Dans un premier temps, ces matériaux ont permis de caractériser comme remarquable la diffusion spatiale et sociale du tourisme par les Vietnamiens. Le tourisme concerne aujourd'hui une diversité croissante de lieux : les bords de mer, les franges montagneuses, certaines campagnes et les principales villes du pays, où il s'imbrique de plus en plus avec des logiques de patrimonialisation. Le développement du tourisme a entraîné la constitution de trois grandes régions touristiques polarisées par Hanoi au Nord, Hô Chi Minh-Ville au Sud et, au centre, autour du trio urbain Huê, Da Nang et Hoi An. La concentration de l'activité touristique en des régions kinh<sup>(7)</sup> et urbanisées amène une redistribution relative des richesses sur le territoire. En effet, si les montagnes du Nord et les hauts plateaux du centre s'ouvrent de plus en plus au tourisme, leur fréquentation n'a encore rien de comparable à celle des plaines. Cette dichotomie traditionnelle

entre terres kinh et montagnes peuplées d'ethnies dites minoritaires(8) explique non seulement la forte altérité ressentie par les Kinh lorsqu'ils font du tourisme en montagne, mais aussi l'importance accordée aux destinations balnéaires, encore largement préférées. Celles-ci se prêtent à l'épanouissement de pratiques centrées sur le repos procuré par la fraîcheur (que résume l'expression "di nghi mat", signifiant littéralement "partir se reposer au frais"). Leur originalité principale tient essentiellement au fait que les Vietnamiens répugnent à s'exposer au soleil<sup>(9)</sup>. Il en résulte une organisation spatiale singulière, où le sable devient répulsif, les touristes s'abritant sous de grands auvents lorsqu'ils ne se baignent pas(10).

Socialement, la diffusion du tourisme est tout aussi remarquable, puisqu'elle est loin de concerner seulement une frange riche et minoritaire de la population : la classe moyenne, apparue avec le Doi Moi<sup>(11)</sup>, en profite déjà de manière significative, produisant ses propres valeurs récréatives. Le critère ethnique joue un rôle important dans la diffusion du tourisme : il est, en effet, surtout le fait des Kinh, signe en creux de l'exclusion des ethnies "minoritaires". L'identité citadine compte également, les villes étant davantage pourvoyeuses de touristes que les campagnes. Par là même, les touristes sont des vecteurs d'urbanité dans les lieux qu'ils fréquentent. Le dépouillement de recueils statistiques a permis de dresser un profil moyen du touriste domestique vietnamien. Il est généralement jeune et diplômé. Accédant à plus de richesses et de liberté de déplacements, il accorde une place croissante à son bienêtre, en faveur duquel le tourisme joue. Il organise habituellement

seul ses déplacements touristiques, signe manifeste de ses compétences en la matière. Il choisit le plus souvent des courts séjours, ceux-ci étant marqués par une certaine saisonnalité.

Les deux temps forts du calendrier touristique du pays sont en effet le Têt(12) propice aux retrouvailles familiales au pays natal (que traduit l'expression "ve que nghi", soit "partir se reposer au pays natal"), et les vacances d'été. Une telle temporalité s'explique non seulement par les jours fériés octroyés par le gouvernement, mais aussi par la généralisation des congés payés(13) liée à la montée en puissance du salariat vietnamien dans les secteurs de l'industrie et des services. La place accordée à la famille par ces touristes est en outre centrale. Non seulement le tourisme est vécu comme une occasion de "faire famille" (en particulier lorsque les Vietnamiens de l'étranger y sont associés), mais il constitue également un cadre d'apprentissage efficace et rassurant, tant dans la gestion du budget que de l'altérité. L'importance qu'occupe aujourd'hui la famille dans le tourisme domestique est autant à comprendre comme une spécificité culturelle (liée au confucianisme notamment) que comme une caractéristique d'un pays dit pauvre développant son tourisme domestique(14).

Dans un second temps, deux cadres ont été identifiés comme particulièrement structurants pour le tourisme domestique, dont le premier est étatique. L'étude détaillée du rôle de l'État dans la sphère touristique, à travers des sources juridiques et administratives, a en effet clairement montré que, sans un État aussi interventionniste, il n'y aurait pas autant de touristes domestiques au Viêt-

Nam. C'est là une clé fondamentale pour comprendre l'importance de ce phénomène dans un pays pourtant stigmatisé comme pauvre(15). Avant le Doi Moi, les archives d'État attestent en effet d'infrastructures construites dans certaines stations balnéaires et d'altitude, comme Do Son, Sam Son, Vung Tau ou Tam Dao. Loin d'être réservées aux apparatchiks, elles servaient également, dans une perspective d'émulation sociale, de récompenses aux ouvriers et paysans désignés comme méritants, dont les organisations de masse et les syndicats constituaient les courroies de transmission. Ces structures, calquées sur le modèle soviétique, ont servi de cadres d'apprentissage au tourisme particulièrement efficaces pour les Vietnamiens d'alors. En restructuration depuis le Doi Moi, ces organisations poursuivent toutefois toujours le même but : permettre à la population, au sein de structures collectives assurant des prix abordables, de voyager à travers le pays.

Le tourisme a également servi d'outil au service de la construction nationale, ce qui explique l'investissement direct de l'État dans certains sites, qu'il s'agisse de hauts lieux du socialisme (comme le mausolée d'Ho Chi Minh ou les tombes des héros martyrs), de sites de guerre (cas de Cu Chi ou du musée de Diên Biên Phu, célébrant la souveraineté de la Nation) ou de musées d'histoire et d'ethnologie (donnant une vision unitaire et ancestrale de l'identité nationale). Ces lieux ne peuvent cependant se résumer à leurs processions idéologiques, tant les pratiques touristiques observées lors d'enquêtes de terrain y sont complexes, forçant à interroger leur degré de touristicité. Prendre en compte l'empreinte socialiste sur le tourisme domestique est d'autant plus important que celui-ci est souvent spécifié par la "culture asiatique". Cette perspective peut permettre de se dégager de la dichotomie habituellement construite entre culture touristique occidentale et non occidentale, en ouvrant des passerelles vers les spécificités du tourisme des pays socialistes (Chine, Cuba, anciennement URSS et pays d'Europe de l'Est).

Le deuxième cadre structurant les mobilités touristiques domestiques au Viêt-Nam est celui de la mondialisation. À l'époque coloniale déjà, les archives attestent de la création de quatre stations d'altitude (Dalat, Bana, Tam Dao et Chapa) ainsi que de sept stations balnéaires (Hong Gay, Do Son, Sam Son, Cau Lo, Cua Tung, Nha Trang et Cap Saint-Jacques). D'un habiter mimétique et exclusif, qui consistait pour les colons d'alors à recréer de petites France pour se récréer, elles sont passées à un habiter inclusif et novateur grâce au travail de réappropriation mené par les Vietnamiens à partir de 1954. Le tourisme des colons a également amené une nouvelle esthétique, hissant au rang d'intérêt remarquable certains paysages (le bord de mer, les cimes montagneuses), monuments (comme ceux de la culture Cham) ou groupes ethniques "minoritaires".

Le tourisme d'aujourd'hui, s'insérant dans ce contexte postcolonial particulier, en est encore partiellement l'héritier, ainsi qu'en témoignent les processus complexes d'"exotisation" et d'"auto-exotisation"<sup>(16)</sup> aujourd'hui à l'œuvre. La colonisation française constitue de ce fait un moment important de l'histoire touristique du pays, non seulement parce que, pour la première fois, le tourisme, entendu sous sa forme moderne, y a fait son apparition, mais aussi parce que, plus globalement, le Viêt-Nam a alors été arrimé au système monde touristique, dont il ne s'est plus, dès lors, détaché.

La mondialisation explique également l'arrivée toujours croissante de touristes étrangers au Viêt-Nam. Afin de comprendre les interactions spatiales entre eux et les touristes domestiques, propices à l'échange de regards et de pratiques, a été bâtie, essentiellement à partir d'entretiens et d'observations participantes, une typologie reposant sur cinq grands types: l'ignorance, l'évitement, la juxtaposition, le chevauchement et l'intégration. L'ignorance s'applique aux lieux, le plus souvent ruraux, seulement fréquentés par les Vietnamiens mais inconnus des touristes internationaux ; l'évitement concerne des espaces connus par les touristes étrangers mais qu'ils évitent soigneusement, car ils ne correspondent pas à leur habiter (exemples de Tam Dao, Ba Na et Hoa Binh). Toutefois, le conflit entre touristes n'est pas une fatalité. Ils peuvent cohabiter sous la forme de la juxtaposition spatiale (où, sur un même espace, ils se sont construits deux territoires distincts, comme à Sa Pa) et du chevauchement (où leurs territoires s'imbriquent sans être tout à fait les mêmes, comme à Da Lat). La forme d'interaction la plus aboutie est l'intégration, où les pratiques et territoires sont les mêmes, comme le montrent les sites classés Unesco (cas de la baie d'Along et de la vieille ville de Hoi An). Loin de fixer chaque touriste dans sa "culture", ces types ont plutôt été conçus comme des outils permettant de saisir le dynamisme des lieux touristiques, ainsi que l'acquisition et la circulation de compétences mobilitaires à des fins récréatives au sein d'une population.

On aurait tort d'opposer ces deux cadres, comme si la mondialisation effaçait les prérogatives de l'État Nation ou comme si celuici devait se poser comme dernier rempart aux supposés ravages de la première. Ce travail a montré, en effet, qu'ils participent tous deux à la construction d'un habiter touristique vietnamien complexe, ne pouvant se résumer à un simple conflit entre l'individu et l'environnement normatif dans lequel il évolue. En effet, si le touriste domestique peut être défini comme un acteur construisant un habiter au moyen d'un capital, cette position ne doit pas se transformer en un parti pris survalorisant l'individu, son pouvoir et sa liberté. Le cadre étatique, familial, scolaire ou du quartier jouent en effet encore un grand rôle dans le Viêt-Nam d'aujourd'hui, et il est important de ne pas seulement les envisager comme des contraintes: ils sont aussi de formidables cadres d'apprentissage touristique, sur lesquels les Vietnamiens prennent appui aujourd'hui pour construire leur projet touristique. En cela, le tourisme dit beaucoup des évolutions mentales et sociales induites par le Doi Moi, et des négociations permanentes instaurées depuis lors entre l'État, l'individu et sa famille. Et c'est de ce rapport aux cadres étatiques et mondialisés que naissent les spécificités du tourisme domestique vietnamien. Du même coup, cellesci ne s'inscrivent plus ni dans une ornière essentialiste, ni dans la dialectique binaire entre tradition et modernité.

Dans la compréhension de cet habiter touristique vietnamien, une place spécifique a été enfin accordée aux articulations complexes unissant pratiques touristiques et imaginaires. Ceux de l'époque coloniale, de la guerre américaine et de la montagne ont été retenus pour leur récurrence dans les discours touristiques, analysés au travers de sources artistiques et historiques, de brochures touristiques et d'entretiens. Non seulement ces imaginaires nourrissent des pratiques touristiques spécifiques, comme le fait de partir en montagne après le Têt pour les Kinh et que résume l'expression "du xûan", mais ils justifient également une mise en ordre touristique des lieux, que cela

concerne ceux liés à l'époque coloniale comme Sadec, à la guerre américaine (la zone démilitarisée DMZ, par exemple) ou à une montagne apprivoisée tel le jardin Ham Rong à Sa Pa. Cette imbrication est la preuve de la capacité qu'ont les Vietnamiens à se réapproprier ces imaginaires avec une inventivité remarquable<sup>(17)</sup>, mais aussi de leur circulation et de leur hybridation croissante dans un contexte mondialisé.

- (1) Nguyen DAT, "Tourisme : le Vietnam table sur 4,2 millions d'étrangers", *Courrier du Vietnam*, 19 mars 2010.
- (2) Tong Cuc Thong Kê, Niên giam thong kê, 1990.
- (3) Nguyen DAT, op. cit.
- (4) Olivier ÉVRARD, "L'exotique et le domestique : tourisme national dans les pays du Sud, réflexions depuis la Thailande", *Autrepart*, 40, 2006, pp. 115-167.
- (5) Même s'il s'agit d'une bannière faussement unificatrice, cette expression désigne couramment l'ensemble formé par l'Europe de l'Ouest, l'Amérique du Nord et l'Australie.
- (6) Michel DE CERTEAU, L'Invention du quotidien, I. Arts de faire, Folio, 1990 (rééd.).
- (7) Les Kinh, ou Viêt, sont l'ethnie majoritaire du pays, entendue comme l'ethnie la plus nombreuse d'un point de vue démographique. Les Kinh représentent en effet 85 à 87 % de la population. Cette ethnie est également dominante d'un point de vue politique et économique : elle détient l'essentiel du pouvoir au Viêt-Nam.

  (8) Ce terme désigne toutes les populations n'étant pas kinh, et rassemble officiellement
- n'étant pas kinh, et rassemble officiellement 53 groupes ethniques différents. L'adjectif "minoritaire" renvoie plus globalement à leur position marginale au sein du territoire vietnamien et à leur exclusion des instances de pouvoir.
- (9) "Bronzer" n'existe d'ailleurs pas en vietnamien : il se traduit par "den di, di" dénotant un accroissement négatif et den

- correspondant à la couleur noire. "Bronzer" se dit donc "noircir" en vietnamien et reste dépréciatif.
- (10) Emmanuelle Pervel, "Mui Nê (Viêt-Nam): deux approches différenciées de la plage par les touristes occidentaux et domestiques", *Géographie et Cultures*, 67, 2009, pp. 79-92.
- (11) Décidé lors du vie congrès du Parti communiste vietnamien en 1986, le Doi Moi a consisté en une libéralisation progressive encadrée de l'économie ainsi qu'en un assouplissement du contrôle social en faveur des libertés individuelles. Contrairement aux anciens pays d'Europe de l'Est, qui ont clairement rompu avec le socialisme depuis la chute du mur de Berlin, le Viêt-Nam, comme la Chine, a opté pour une voie intermédiaire, politiquement socialiste mais économiquement de plus en plus libérale.
- (12) Nouvel an lunaire, fêté généralement entre les mois de janvier et de février de notre calendrier solaire.

  (13) D'après l'article 74 du code du travail vietnamien, 12 jours de congés minimum sont octroyés à la population active, auxquels s'ajoutent 9 jours fériés fixés par l'article 73 du même code. En moyenne, les Vietnamiens disposent aujourd'hui de 20 à 25 jours de vacances par an.
- (14) Voir notamment les travaux de Mohamed BERRIANE sur le tourisme des nationaux au Maroc (1992) et de Nathalie RAYMOND sur le Pérou (1999).
- (15) Le PIB/habitant du pays était de 1 040 dollars US à parité de pouvoir d'achat en 2008. Source : État du Monde, 2010.
- (16) Jean-François STASZAK (dir.), "L'Exotisme" (dossier), Le Globe, tome 148, 2008, pp.5-128.
- (17) Voir notamment Arjun APPADURAI, Après le colonialisme, les conséquences culturelles de la globalisation, Payot, 2005 (rééd.).