

---

No. 3 - Juin 2010

---

**Le plus beau paysage sous le ciel :  
Les pratiques et les lieux des  
touristes intérieurs chinois**

Benjamin Taunay

**Benjamin Taunay** est chargé de cours à la faculté d'ingénierie du tourisme (ESTHUA) de l'université d'Angers, rattaché à l'UMR 6250 LIENSs (Littoral, environnement et sociétés).

**Résumé :** Ce texte, qui s'inspire d'une thèse soutenue en novembre 2009, a été présenté dans la forme qui suit à l'Institut d'Asie Orientale (IAO) le 04 mars 2010. L'article explicite tout d'abord le choix du sujet de la thèse qui est consacrée au tourisme intérieur chinois, à partir de l'exemple de provinces du sud-ouest de la Chine ; il présente ensuite les principaux résultats de cette étude au niveau des pratiques touristiques chinoises ainsi que les lieux aménagés pour cette clientèle ; il analyse enfin les pistes de recherche ouvertes à la suite de ce travail.

**Mots-clés :** Chine, Tourisme, Tourisme intérieur chinois, Pratiques spatiales, Regards, Paysages, Lieux touristiques, Géographie culturelle.



**Institut d'Asie Orientale**  
Lyon Institute of East Asian Studies

# **Le plus beau paysage sous le ciel : Les pratiques et les lieux des touristes chinois en Chine.**

*Benjamin TAUNAY*

## **Introduction**

Nous nous proposons de revenir sur les principales interrogations que nous avons soulevées dans notre thèse<sup>1</sup> qui portait sur les pratiques des touristes chinois et dans laquelle nous avons cherché à mieux comprendre les logiques de production des espaces touristiques destinés à ces touristes non-occidentaux. Le tourisme intérieur est un thème encore très peu traité par la littérature géographique et l'espace chinois ne fait pas exception à ce constat. Les seules études disponibles ont toutes des visées économiques ou d'aménagement, voire les deux. La thèse a donc été orientée dans une perspective de géographie culturelle, en axant l'analyse sur les pratiques spatiales des touristes et les fondements socioculturels de celles-ci. Cette exploration du tourisme intérieur chinois a été principalement effectuée dans le Sud-Ouest du pays, région où nous pouvons maintenant 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 ce tourisme, utilisé comme outil de développement dans des régions pauvres.

Le présent article s'organise en trois parties permettant de revenir tout d'abord sur le choix du sujet, ses objectifs, et sur les conditions de travail pendant la durée de la thèse (1) ; de faire un bilan de la recherche menée sur le thème du tourisme intérieur chinois, méconnu avant cette étude (2) ; de s'intéresser aux interrogations nouvelles qu'a pu soulever cette thèse, et aux perspectives de recherche à venir (3).

## **1. Retour sur le choix du sujet et sur les conditions du travail pendant la thèse**

Le travail de thèse s'est déroulé dans le sud-ouest de la Chine, une région peu parcourue par les chercheurs qui s'intéressent à la civilisation de la Chine contemporaine, ce qui a généré des difficultés et nous a obligé à forger nos propres outils.

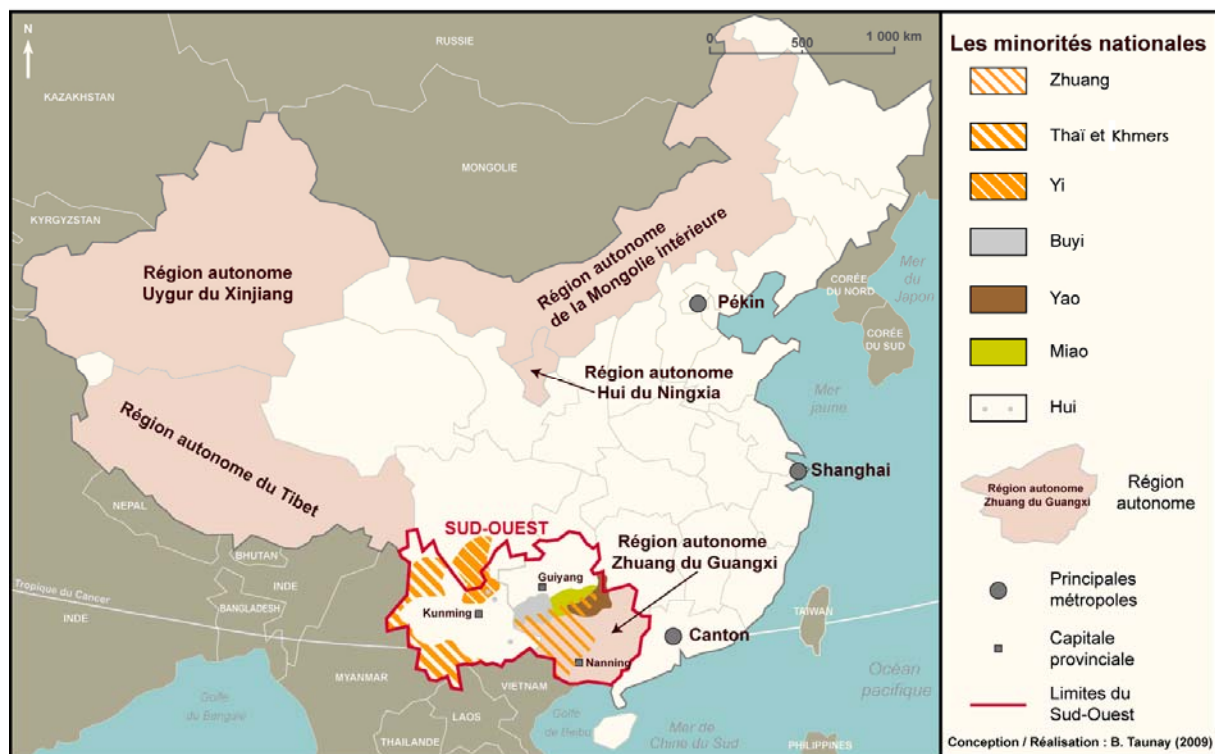
---

<sup>1</sup> *Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, thèse de doctorat en géographie, Université de La Rochelle, dirigée par Patrice Cosaert et Isabelle Sacareau, soutenue le 27 novembre 2009. Membres du jury : messieurs Patrice Cosaert, Philippe Duhamel, Richard Maire (rapporteur), Madame Isabelle Sacareau, messieurs Thierry Sanjuan, et Philippe Violier (rapporteur).

## 1-1. Travailler en Chine du Sud-Ouest ?

Comme le montre la carte 1, nous avons choisi de mener nos recherches dans la Chine du Sud-Ouest, une partie du pays en développement quoique encore majoritairement rurale et peuplée de minorités ethniques. Il s'agit d'une région encore assez peu affectée par l'explosion économique en cours dans les provinces côtières, « lieux de la mondialisation » (Sanjuan, 2007). Ici, les métropoles sont au mieux des villes moyennes, avec seulement trois agglomérations comptant plus de 1 million d'habitants (les capitales provinciales).

Carte 1. Le Sud-Ouest chinois, rural et en retard



Initialement, notre étude s'est d'abord focalisée sur la région autonome Zhuang du Guangxi, notamment parce qu'à La Rochelle, la sinologue Martine Raibaud avait déjà mené des travaux sur cette région<sup>2</sup> et avait également tissé des liens avec diverses universités partenaires<sup>3</sup>.

## 1-2. Le choix des lieux d'enquêtes

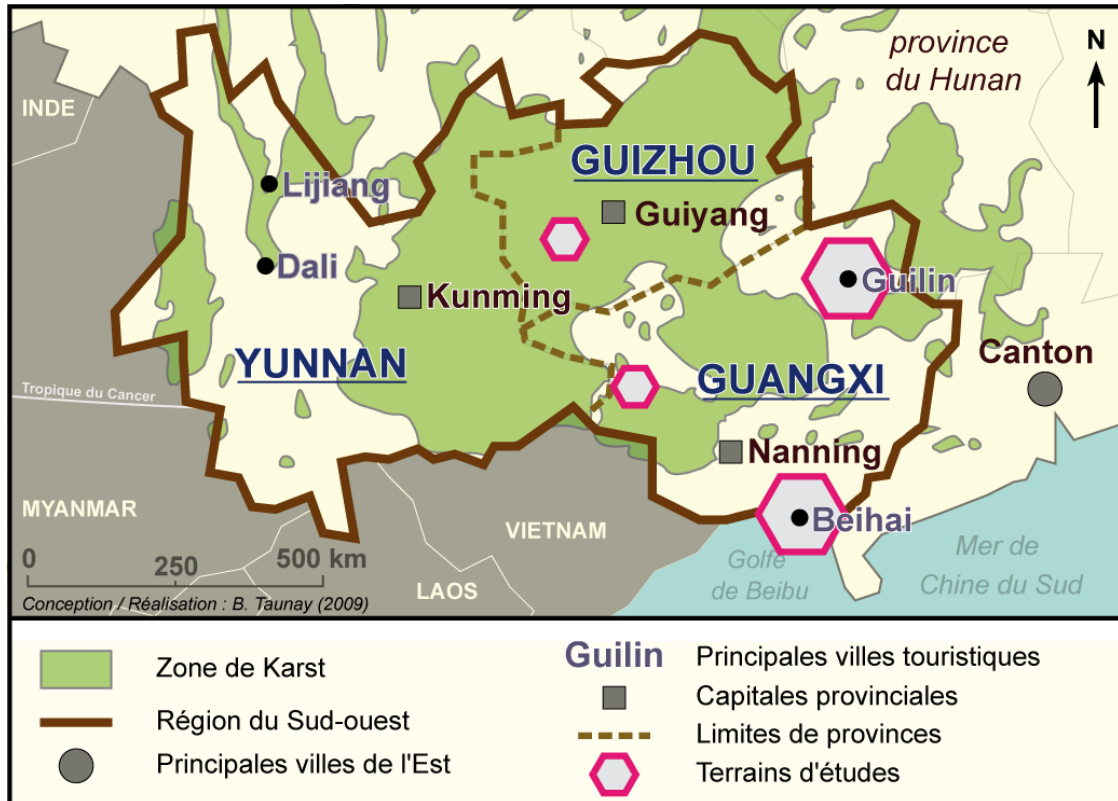
Au départ de cette thèse, l'objectif était de mettre en perspective deux terrains diamétralement « opposés ».

-Un lieu fondamental de la culture chinoise, situé dans l'intérieur (nord-est) de la province : Guilin. Cette ville moyenne (700 000 habitants) est emblématique des paysages de la Chine du Sud (carte 2 : une région qui représente un demi million de km<sup>2</sup>, ces karsts ayant été classé à l'UNESCO en 2007) : ses paysages (photo 1) ont été représenté sur le billet de 20 yuans (photo 2).

<sup>2</sup> Voir notamment : RAIBAUD M., (2004) « Les migrations intra-provinciales : le cas de la province du Guangxi », en collaboration avec Hu Xinyu, *Études Chinoises*, vol. XXIII, p. 313-334.

<sup>3</sup> Notamment l'université des minorités à Nanning.

Carte 2. Les sites et lieux étudiés dans le Sud-Ouest



D'après Maire, 2004.

Photo 1. Paysage du fleuve Li



Photo 2. Paysage du fleuve Li reproduit sur le billet de 20 Yuans



Clichés de l'auteur, 2005.

- A l'autre extrémité de la province, au sud, un lieu littoral : la ville de Beihai (300 000 habitants environ), beaucoup moins connu. L'intérêt d'étudier Beihai réside dans l'analyse de

la récupération par le tourisme national chinois d'un lieu d'abord destiné aux pratiques des touristes occidentaux.

Au fur et à mesure de l'exploration de ces deux terrains, et pour éviter de réaliser une monographie du tourisme intérieur au Guangxi, le choix a été fait d'élargir l'analyse à la province voisine du Guizhou, avec un travail de terrain en 2008. Quant à la province du Yunnan, elle n'a ici été approchée qu'à partir de données livresques et de données chiffrées. D'où le sous-titre de cette thèse : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine. La carte 2 représente l'ensemble des municipalités qui ont fait l'objet d'un ou plusieurs travaux de terrain.

### **1-3. Problématique et méthodologie de la thèse**

C'est l'examen des pratiques touristiques chinoises, ainsi que celui des lieux aménagés pour les touristes, qui constituent l'épine dorsale de la thèse. En particulier : y a-t-il eu un transfert de modèles depuis l'Occident quand le tourisme s'est diffusé en Chine ? Quand aux lieux destinés au tourisme intérieur, comment sont-ils structurés, aménagés, mais aussi pensés ? Y a-t-il des stratégies urbaines plutôt orientées vers le tourisme international et ses pratiques, d'autres plutôt axées sur le tourisme intérieur et ses représentations ?

Pour répondre à cette problématique, nous avons adopté une méthodologie qui se fonde d'abord sur un investissement personnel dans les terrains étudiés. Au total, j'ai passé presque 2 années en Chine, sur les 5 consacrées à cette thèse. J'ai également utilisé ce temps pour acquérir les notions de base de la langue chinoise, afin de pouvoir évoluer sur le terrain de manière autonome sans avoir recours à un interprète. J'ai donc passé deux semestres à étudier le chinois à Pékin, un temps mis également à profit pour comprendre le cadre de vie des touristes chinois (qui sont des citoyens, je vais y revenir).

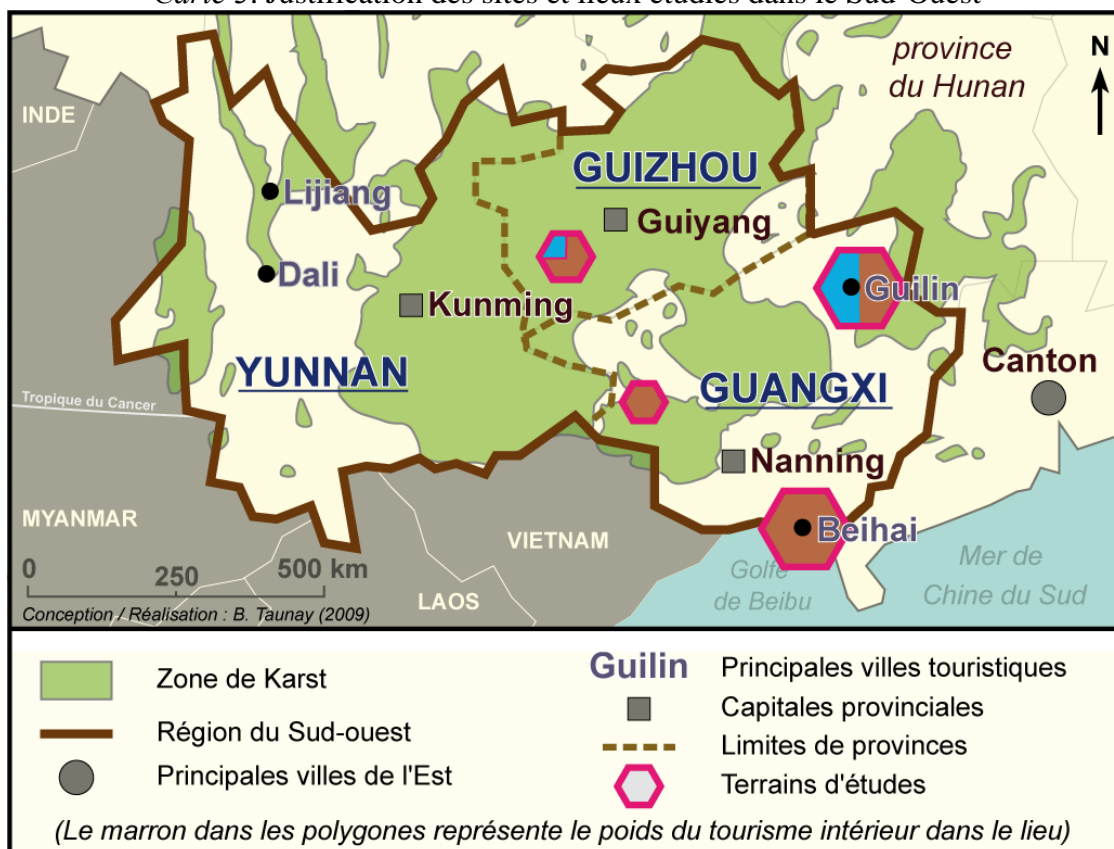
Les terrains d'investigation ont été retenus en fonction de la part du tourisme intérieur et de la part du tourisme international dans chacun (carte 3) : Guilin est un lieu de l'intérieur, fondamental dans les circuits des touristes internationaux et des touristes chinois ; son analyse est complétée par le terrain du Guizhou (faible part du tourisme international), et par celui dans l'ouest du Guangxi (où l'on ne rencontre que des touristes chinois). Beihai est un lieu littoral désormais uniquement visité par les Chinois.

Grâce à mon approche par le terrain, j'ai rapidement compris que face à l'échelle des phénomènes observés (environ 15 millions de touristes chinois à Guilin par an, soit au moins 500 000 touristes présents chaque mois), il était nécessaire d'adapter mes outils, voire d'en forger de nouveaux. Mes observations (2005 et 2006), ont donc adopté des mailles plus larges.

Ensuite, pour relativiser des statistiques incomplètes, tronquées, ou bien inexistantes, j'ai également créé mes propres données : sur le terrain, j'ai réalisé des entretiens et j'ai soumis un questionnaire (en Chinois), à 300 touristes. Ce questionnaire m'a permis de caractériser les pratiques touristiques chinoises à Guilin et à Beihai, notamment l'importance du phénomène générationnel dans les comportements et les représentations.

Toute cette étude de terrain a été précédée par une approche bibliographique qui a visé à comprendre ce qu'est le tourisme intérieur à travers d'autres exemples. L'objectif était aussi d'essayer de saisir les éléments fondamentaux de la culture et de la société chinoise, fondements des représentations des touristes et de leurs pratiques touristiques. L'objectif était également de dépasser le couple tradition/modernité pour inscrire cette étude de géographie sociale et culturelle dans l'analyse des transformations qui secouent la société chinoise contemporaine.

Carte 3. Justification des sites et lieux étudiés dans le Sud-Ouest



## 2. Bilan de cette recherche

Cette deuxième partie synthétise les principaux résultats obtenus sur les pratiques des touristes chinois et leur manière de regarder les espaces naturels et urbains ainsi que les transformations urbaines induites par le tourisme, utilisés comme outil de développement.

### 2-1. Le tourisme intérieur chinois, phénomène massif et « urbain »

Le tourisme intérieur chinois est un phénomène massif et urbain à l'échelle du pays. Massif, car environ 300 millions de ressortissants de la Chine continentale font du tourisme chaque année au sein de leur pays. Comment parvenir à ce chiffre ? L'administration nationale du tourisme (tableau 1) nous montre qu'en 2007, 1,6 milliard de « déplacements touristiques » ont été effectués par des résidents de Chine continentale dans leur pays.

Ce chiffre n'est pas plausible et doit donc être relativisé selon la part des touristes « urbains » et des touristes « ruraux ». Moins nombreux, les citoyens dépensent 4 fois plus en moyenne. Ils sont également 60 % plus mobiles, montrant en cela des erreurs de statistiques. De plus, 70,3 % des touristes passent moins d'une nuit dans les sites touristiques, ce sont donc des excursionnistes. Enfin, c'est sans compter sur la part des migrations économiques campagnes-villes, particulièrement fortes pendant les périodes de fêtes.

En fait, le nombre de touristes intérieurs semble avoisiner les 300 millions d'individus, recoupant en cela le nombre de consommateurs recensés dans les villes chinoises en 2004 par Pierre Gentelle. Ce dernier estime ce chiffre à 240 à 290 millions de personnes ; des individus qui pourraient donc se déplacer dans leur pays à des fins touristiques.

Tableau 1. Les principales caractéristiques du tourisme intérieur (citadins et des ruraux) en 2007

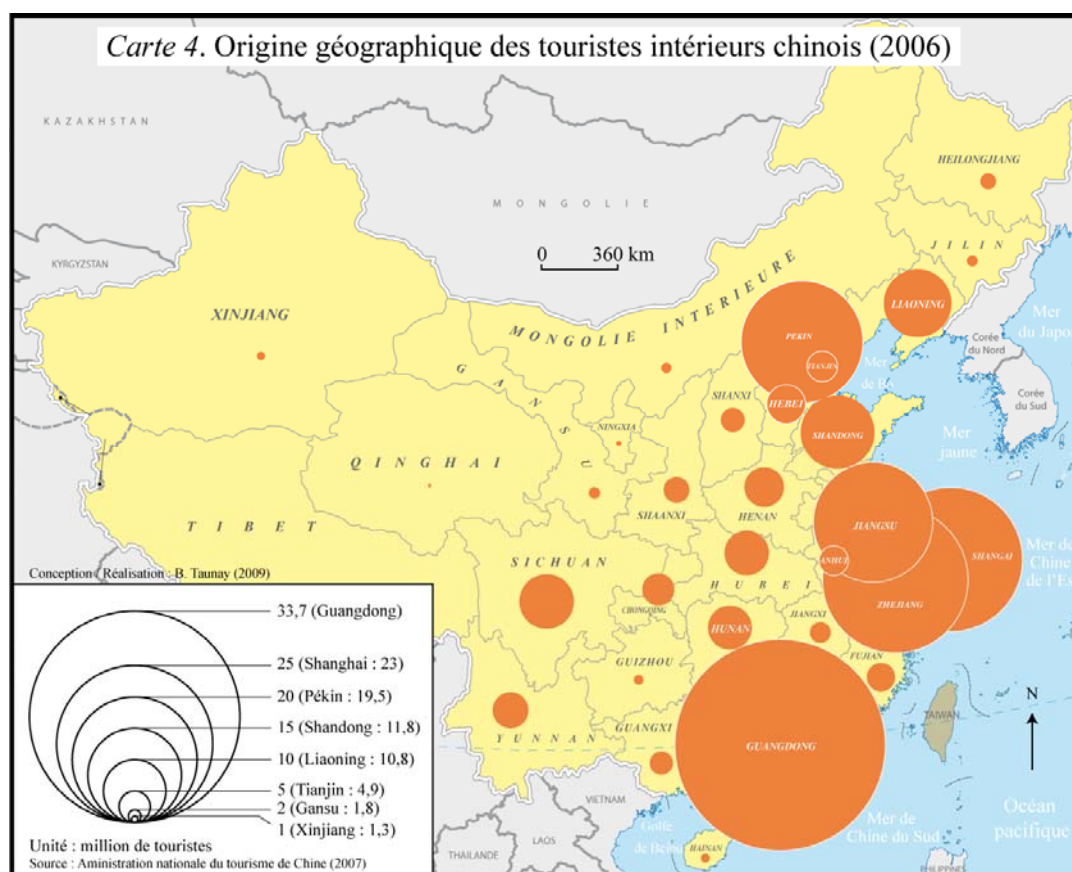
	Nombre de déplacements	Fréquence des déplacements (%) <sup>4</sup>	Dépenses touristiques	Dépenses moyennes par touriste
Citadins	612	166,3	555	906,9
Ruraux	998	105,4	222	222,5
Total	1610	122,5	777	482,6

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

Source : Administration nationale du tourisme de Chine

## 2-2. Le tourisme intérieur chinois : un phénomène urbain et contrôlé

Les statistiques présentées ci-dessus recourent d'ailleurs en partie celles concernant le nombre de Chinois ayant fait du tourisme en 2006 et étant passé par une agence de voyages. C'est ce que montrent les cartes 4 et 5, qui représentent chacune environ 215 millions de touristes. En ajoutant les touristes qui ne sont pas passés par une agence de voyage, on peut arriver au nombre de 300 millions de touristes à l'échelle du pays. Ceux-ci sont d'abord originaires des principales villes de l'est, comme le montre la carte 4, justifiant en cela notre précédente hypothèse. Tous ces individus profitent de l'amélioration considérable de leur niveau de vie et des congés pays (que l'on appelle les semaines d'or) octroyés en 1999 (avec une modification en 2007, où l'on est passé de 3 à 2 semaines de congés, mais de 10 à 11 jours sur l'année).

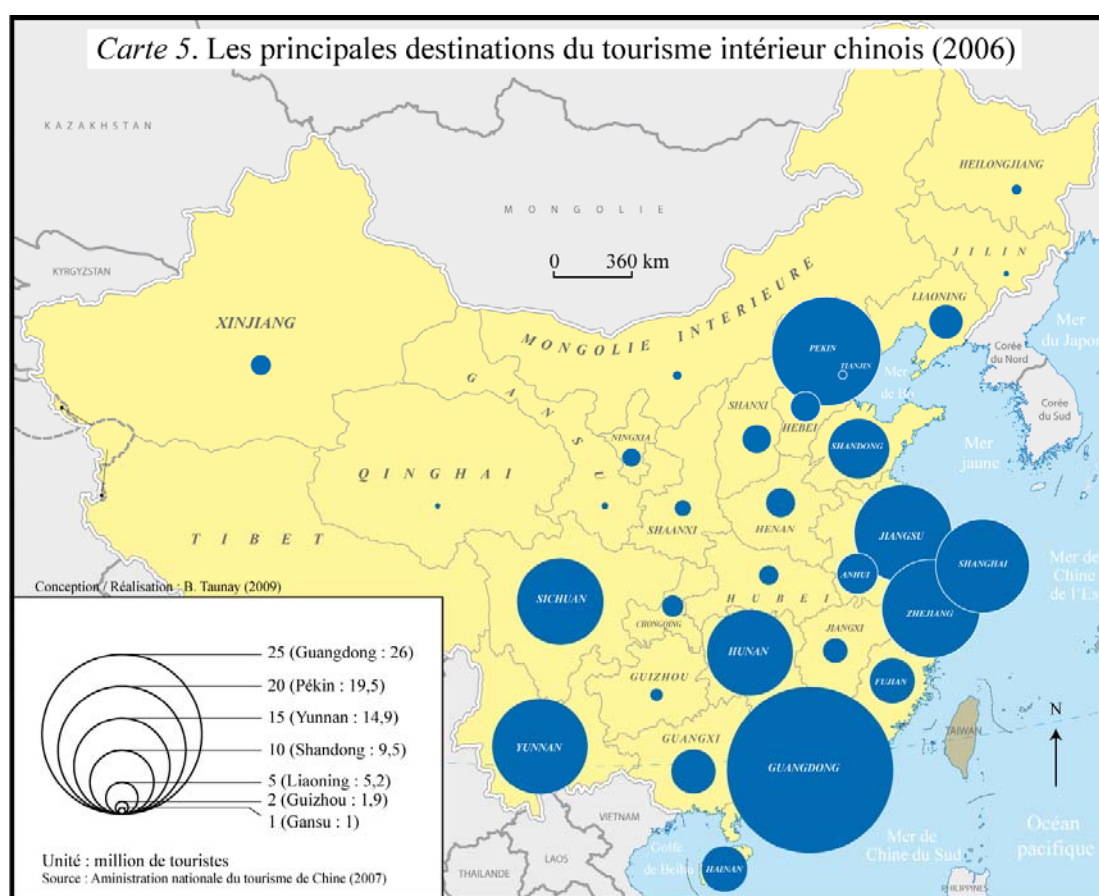


Source : Administration nationale du tourisme de Chine (d'après les fichiers des agences touristiques)

<sup>4</sup> 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.

La carte 5 montre que les touristes « *urbains* » se dirigent d'abord vers les principales villes du pays, du moins les provinces majoritairement urbaines (comme la province du Guangdong), où ils recherchent une certaine « *modernité* », dans des pratiques qui ignorent souvent l'aspect « *patrimonial* » des anciennes constructions « *historiques* ».

La carte 5 montre également le poids du Sud-Ouest et du Centre en termes de réception de touristes : ici ce sont des lieux connus, des zones « *d'intérêt paysager et historique d'importance nationale* » (*Zhongdian fengjing mingsheng qu*) qui attire le regard des touristes intérieurs. Ces zones sont centrées sur des lieux « *célèbres* » (« *Mingsheng* » en chinois), visités depuis le XV<sup>ème</sup> siècle par une noblesse lettrée. La filiation entre les pratiques des anciens voyageurs et celles des touristes d'aujourd'hui a été réalisée par l'Etat dans un but de « *construction nationale* ». C'est ce que montrent notamment Nyíri en 2006 et David en 2007 : les lieux et les pratiques sont stéréotypés afin d'affirmer le sentiment national chez les touristes.



Source : Administration nationale du tourisme de Chine (d'après les fichiers des agences touristiques)

### 2-3. Les pratiques spatiales des touristes intérieurs : quel modèle ?

Sur la question des pratiques touristiques, on constate de manière générale que les pratiques chinoises se différencient clairement en Chine de celles des « étrangers », notamment de celles des « Occidentaux ». Ce constat démontre bien que les pratiques chinoises ne sont pas une « copie » de celles des Occidentaux.

Au contraire, les pratiques chinoises sont « hybrides », en particulier parce que « *toute diffusion porte en germe des innovations* ». Ici, ces innovations sont dues à la culture (qui n'explique bien sûr pas tout), et à l'histoire. Par exemple, à cause de ce que représentait « *aller à la campagne* » sous la période maoïste, peu de touristes se dirigent vers des espaces

ruraux : ils préfèrent de loin la modernité des espaces urbains, ou le confort de la proximité de ces derniers.

Autre exemple, les touristes chinois vont eux aussi à la plage, mais l'influence de la sociabilité y est grande, tout comme la logique de prise de soi en photo : comme l'indique la photo 3, les touristes chinois perçoivent dans les photos un moyen d'amélioration de leur statut social. L'objectif étant de « *gagner de la face* » en ayant visité des lieux connus.

Photo 3. Prise de soi en photo à la plage d'argent (Beihai)



Cliché de l'auteur, 2005.

Enfin, pour la contemplation de la Nature, comme dans les grottes (photo 4), l'imagination est importante pour les Chinois : l'aspect formel et la signification imagée de la forme prime sur la connaissance, ou même l'aspect scientifique de la formation des paysages. Ainsi, la photo 4 montre en arrière-plan, une « *bru massant sa belle-mère* ».

Photo 4. Prise de soi en photo dans la grotte Zhijin (Guizhou)



Cliché de l'auteur, 2008.

## 2-4. La définition d'un autre rapport à la nature

Il y a donc des rapports fascinants, au corps, à la nature, etc., à explorer dans les pratiques sociales et spatiales du tourisme intérieur chinois. Les considérations esthétiques chinoises ne sont pas forcément partagées par les touristes internationaux qui restent souvent dubitatifs devant un paysage dont ils ne perçoivent pas l'essence, qu'ils ne « voient » donc pas. Par exemple, dans le cas de la descente de la Li, entre la ville de Guilin et le village de Yangshuo, les internationaux préféreront un temps ensoleillé (photo 5), là où les Chinois n'auront rien contre un temps brumeux (photo 6). Notamment parce que les touristes intérieurs y voient la beauté du lieu exprimée dans de nombreuses peintures anciennes.

*Photo 5 et 6. Paysage de la rivière Li, ensoleillé (à gauche) et brumeux (à droite)*



*Cliché de l'auteur, 2005.*

De même, 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 : la contemplation de la nature est toujours mise en scène (pas un site sans une porte monumentale, même au bord de la mer), les aménagements sont denses et nombreux, même dans les sites dits « naturels » (Violier, 2008).

## 2-5. Deux trajectoires urbaines liées au tourisme en Chine

Sur l'aspect des aménagements justement, j'ai montré que les transformations liées au tourisme ne sont pas les mêmes selon que les stratégies sont dirigées vers telle ou telle population touristique. De plus, les transformations sont plus importantes quand elles sont dirigées vers le tourisme intérieur, ce qui est majoritairement le cas aujourd'hui.

D'ailleurs, comme je me suis attaché à le montrer dans la troisième partie de ce travail, il y a eu de profondes transformations urbaines réalisées après la greffe du tourisme dans les activités économiques, et dans les stratégies de planification urbaine. Comme le montre la carte 6, dans l'exemple de la rue Binjiang, une importante artère touristique située à Guilin, nombreuses sont aujourd'hui les boutiques, les bars, les restaurants, les agences de voyage et les hôtels le long de cet axe longeant la rivière Li.

Ensuite, les aménagements sont surtout orientés pour la clientèle nationale. Ceux du circuit « 2 rivières, 4 lacs » (qui est un nouveau circuit fluvial ceinturant la ville historique), datant de 2003, avec ses nouvelles pagodes, ses lumières multicolores la nuit en sont une preuve évidente : ils témoignent des aspirations « modernes » des touristes chinois qui le visitent. La nouvelle rue commerçante, entièrement dédiée à la pratique du shopping, mais aussi le vaste marché souterrain de la place du « petit Hong Kong », en sont d'autres témoins non moins révélateurs.

Carte 6. Le tourisme sur la rue Binjiang (2008)



Beihai, deuxième ville d'importance dans cette étude sur les aménagements urbains destinés au tourisme, montre des développements similaires : d'abord tournés vers le tourisme international, les aménagements ont été depuis repensés pour les touristes intérieurs chinois, modifiant considérablement le visage de la ville, ce que j'ai montré à une échelle infra-urbaine.

## 2-6. Le tourisme intérieur, outil de développement

Deuxième aspect fondamental des résultats de ce travail, j'ai également montré qu'en Chine, le tourisme a été utilisé comme un outil de développement dans plusieurs lieux, dont Guilin et Beihai. Dès 1978, l'objectif a été de créer des enclaves riches dans des régions pauvres. L'Etat, aidé par des capitaux de Chinois de l'extérieur (comme le montre P. Cosaert en 2009), s'est donc fait aménageur.

A Guilin en particulier (carte 7), le processus a fonctionné car le développement du tourisme s'est diffusé au village de Yangshuo, devenue grâce au tourisme une petite ville au tournant des années 2000. Autour de Guilin, mais aussi de Yangshuo (le deuxième espace urbain d'importance, dans la municipalité, pour le tourisme après Guilin), d'autres sites touristiques ont été ouverts ; des sites majoritairement visités par des touristes intérieurs (cantons indiqués en vert). Ceci montre d'ailleurs que le système touristique à Guilin, mais aussi à Beihai est maintenant d'abord orienté vers le marché national.

On note enfin que chacun des douze cantons de la municipalité de Guilin comporte, à deux exceptions près, un site touristique. Ceci afin de récupérer une partie de la manne financière générée par le tourisme. La récupération du tourisme pour sortir des localités de leur isolement et de leur pauvreté est d'ailleurs un phénomène récurrent à l'échelle des provinces du Guangxi et du Guizhou, mais aussi du Yunnan.

Carte 7. Les sites et les lieux touristiques dans la municipalité de Guilin (2008)



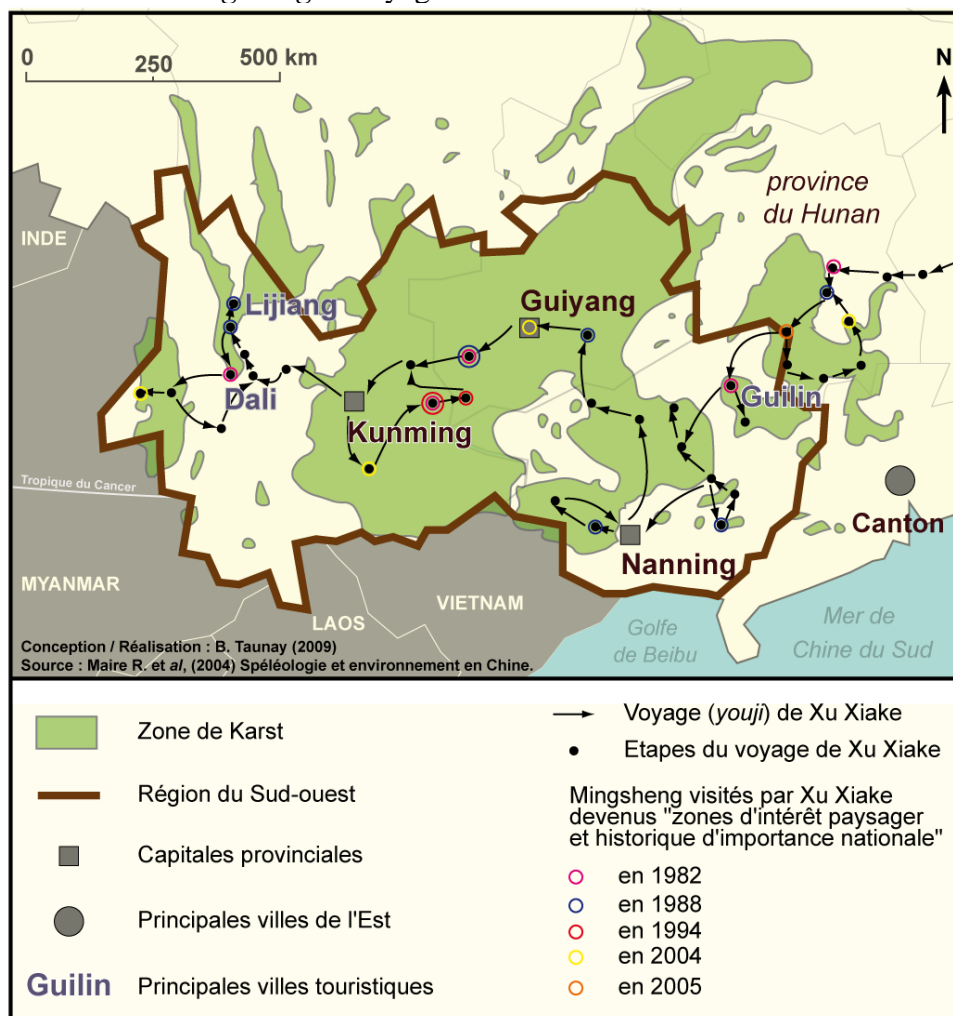
### 3. Pistes de recherche et ouvertures nouvelles

Mon approche géographique du tourisme intérieur chinois s'est, notamment dans la troisième partie de la thèse, majoritairement concentrée sur deux exemples principaux, Guilin et Beihai. Cela montre les difficultés qu'il y a aujourd'hui à aborder le tourisme intérieur chinois, même à l'échelle d'une partie du pays. Pourtant, au-delà de cette première exploration, d'autres recherches sur ce phénomène pourraient et devraient être conduites. C'est pourquoi je vais ici lier limites de ce travail et ouvertures possibles.

#### 3-1. Chine, ville, tourisme

Evidemment, il faudrait tout d'abord densifier l'approche empirique entamée ici, autant sur les pratiques que sur les lieux, par d'autres exemples, pris tout d'abord dans le Sud-Ouest du pays : comme le montre la carte 8, il existe de nombreux autres exemples de *Mingsheng* transformés en sites ou lieux touristiques. Y existe-t-il d'autres pratiques spatiales ? D'autres stratégies urbaines liées au tourisme ? La méthode qui a été utilisée dans cette thèse pourrait être reprise à d'autres endroits.

Carte 8. *Mingsheng* et voyageurs lettrés dans le Sud-Ouest chinois



Ensuite, il faudrait sortir de ce cadre (le Sud-Ouest représente seulement 8,4 % de la superficie du pays), et élargir aux pratiques dans d'autres parties de la Chine continentale. En effet, dans un autre cadre, le sujet aurait peut être été différent. Qu'en est-il des générations de touristes dans d'autres régions ?

Il serait donc également intéressant de poursuivre l'analyse de la thématique « Chine, ville, tourisme » dans d'autres villes du pays, en particulier dans des espaces urbains plus vastes et plus denses que les cas ici traités. Ceci à de multiples échelles spatiales, de la municipalité à la dimension infra-urbaine, voire celle des différents aménagements. Pour mieux analyser ces phénomènes, des collaborations avec des chercheurs locaux seraient nécessaires : des géographes bien sûr, mais aussi des urbanistes et des architectes.

Un essai de classification des lieux en fonction des stratégies, des trajectoires urbaines et des opérations de mise en tourisme, de leur situation au sein du pays, de leur taille, etc., en serait l'objectif. Une telle classification représente un objectif ambitieux, difficile à réaliser, mais nécessaire à moyen terme.

### 3-2. Approfondir le système d'acteurs

L'analyse du système d'acteurs constitue un des points faibles de cette thèse, et c'est donc une des principales pistes pour les recherches à venir. En 2007 pourtant, j'avais essayé de mettre à jour les différents acteurs du système touristique, les hôteliers, les gérants d'agences touristiques, etc. L'objectif était alors de comprendre les trajectoires individuelles des différents propriétaires d'établissements et des responsables d'agences. Ceci pour analyser l'attractivité du lieu, dont la réussite dépend en partie de ses forces vives.

Toutefois, cette enquête s'est heurtée à de multiples difficultés et, faute de disposer de l'ensemble des données, j'ai pour l'instant laissé de côté cette question. Pourtant, cette analyse devrait être reprise et approfondie. Par exemple au travers de la récupération au Guizhou du statut du Patrimoine mondial par les acteurs locaux. Ceci pour développer de nouveaux sites et circuits touristiques, comme c'est également le cas dans la province du *Wutaishan*, dans la province du Shaanxi, suite à son classement en 2009<sup>5</sup>.

Autre piste à l'issue de ce travail, l'impact du nouveau système de congés payés sur les pratiques touristiques et sur les acteurs. Jusqu'en novembre 2007, les touristes chinois bénéficiaient de trois semaines de congés payés par an, trois semaines d'or. Aujourd'hui ils n'en disposent plus que de deux, les jours de la troisième ayant été reportés sur des fêtes traditionnelles.

*Photo 7. Un village à proximité de Huangguoshu, aujourd'hui mis en tourisme.*



*Cliché de l'auteur, 2008.*

Outre que cette nouvelle répartition des congés payés entraîne de nouvelles pratiques touristiques (des déplacements plus courts vers des destinations plus proches), cela permet à

---

<sup>5</sup> La fréquentation a augmenté de 20% en 2009 (par rapport à 2008), alors même que le prix d'entrée du site s'est envolé de 80% pendant la même période.

de nouveaux acteurs de se placer sur le marché du tourisme intérieur chinois. Ceux-ci vendent de nouveaux produits, tels que la possibilité de se loger le temps d'un week-end dans la périphérie des plus grandes villes, à la découverte d'espaces plus « ruraux ».

Le tourisme intérieur chinois se diffuse donc à de nouveaux espaces (photo 7), ce qui est aussi une piste à explorer géographiquement. Il est d'ailleurs intéressant de noter que pour ces touristes qui ne veulent « pas suivre une voie fréquentée » et « aiment seulement les nouvelles routes » (*bu zou xinchang lv, zhi ai mosheng ren*), de nombreux guides touristiques imprimés sont apparus depuis le début des années 2000. Avec les sites Internet dédiés au tourisme, mais aussi les systèmes de réservations en ligne, c'est tout un nouveau système de pratiques touristiques, plus individuelles, qui apparaît. Le tourisme chinois est ainsi un phénomène de contrastes : même si le tourisme « collectif » domine encore, même si les unités de travail sont toujours visibles dans les principaux sites touristiques, il est maintenant possible pour ceux qui le souhaitent de louer un appartement le temps de quelques jours à une semaine et de s'affranchir du passage à l'hôtel, étape autrefois obligée.

### **3-3. Regards croisés sur le tourisme**

Une dernière question concerne donc l'évolution future des pratiques touristiques chinoises, en Chine comme à l'étranger. Car plus généralement, l'étude du tourisme intérieur chinois pose la question 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.

J'ai pu commencer très récemment une étude, menée en collaboration avec un collègue chinois de l'Université de Hangzhou, sur les représentations croisées des Français souhaitant se rendre en Chine et inversement. La méthode, issue de la psychanalyse, consiste à classer selon un ordre croissant, mais aussi décroissant, une série de photos représentant la France ou la Chine. Chaque série de photos est montrée à des Chinois et à des Français, ce qui nous permettra, une fois l'étude terminée, de mieux comprendre les représentations de ces deux groupes de touristes, fondements de leurs pratiques touristiques. Pratiques pour lesquelles les lieux sont aménagés.

### **Conclusion**

Cette thèse a apporté des connaissances sur un phénomène méconnu, le tourisme intérieur chinois, ses pratiques spatiales et l'étude des lieux fréquentés par cette population. Cette mobilité mobilise plusieurs centaines de millions de Chinois qui se déplacent aujourd'hui pour leur agrément en Chine continentale. Malgré des statistiques emphatiques, l'analyse nous montre que ce sont en majorité des citoyens qui se dirigent vers les villes et qui apprécient ces mêmes villes de l'est du pays, prospères et modernes. Les habitants originaires des provinces les plus rurales, tout comme ces mêmes provinces, sont exclus des mobilités

touristiques qui traversent la Chine contemporaine. Les pratiques touristiques chinoises en Chine sont ainsi « hybrides », se réappropriant les modèles issus de l'Occident, voire parfois en créant de nouveaux. Le tourisme intérieur, reflet des disparités qui secouent la Chine d'aujourd'hui, est par exemple un bon moyen, pour ceux qui peuvent s'y adonner, de frimer devant des collègues de retour au bureau, photos à l'appui des principaux sites connus à l'échelle du pays. Tout est donc organisé pour ces touristes, des aménagements pour la modernité des lieux qu'ils recherchent, aux sites de prises en photos, clichés rapidement développés avec la date et le lieu. Les lieux bâtis pour le tourisme intérieur ont donc été profondément transformés pour répondre aux attentes, notamment « modernes » des touristes chinois.

Deux pistes principales s'ouvrent à l'issue de cette recherche. La première serait d'utiliser professionnellement cette recherche dans un objectif pratique : transposer les résultats pour mieux répondre aux attentes des touristes chinois qui voyagent en Chine mais aussi à l'étranger. Ensuite, ces touristes chinois à l'étranger, de plus en plus nombreux, devraient être analysés par une étude universitaire : une fois que ces touristes chinois viennent en Occident, quelles sont leurs pratiques spatiales ?

### **Orientations bibliographiques**

- 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.
- Cabasset C., (2000) *Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ?*, Thèse de géographie, Université de Paris IV, 366 p.
- Cabasset C., Peyvel E., Sacareau I., Taunay B., (2010) « Nouvelles mobilités touristiques au Sud : ampleur et modes d'habiter du tourisme domestique en Asie », *Espace Population Sociétés*, n°2, à paraître.
- 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.
- Cosaert P., (2009) *Les Enjeux du Pacifique*, Editions Ellipses, Paris, 2009, 352 p.
- Wang X., *Le développement du tourisme à Pékin*, Thèse de géographie, Université d'Angers, 2008, 362 p.
- David B., (2007) « Tourisme et politique : la sacralisation touristique de la nation en Chine », *Herodote*, n° 125, p. 143-155.
- Equipe MIT, (2002) *Tourismes 1, lieux communs*, Belin, Paris, 320 p.
- Leicester T., (2008) « Conflits et enjeux identitaires dans le tourisme rural à Yangshuo, Chine », *Civilisations*, Volume 27, n° 1-2, p. 223-241.
- Gentelle P., (2004) « Une société en mouvement », *Questions internationales*, La Documentation Française, n° 6, p. 26-38.
- Ghimire K., (2001) « The Economic role of national tourism in China », p. 86-108 **In** : Ghimire K. (dir.), *The Native tourist : Mass Tourism within Developing Countries*, Eartscan, London, 224 p.
- Lew A. et al, (2002) *Tourism in China*, The Haworth Hospitality Press, New-York, 325 p.
- 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.
- McKhann C., (2001) « Tourisme de masse e identité sur les marches sino-tibétaines. Réflexions d'un observateur », *Anthropologie et Sociétés*, Volume 25, n° 2, p. 35-54.

- Nyíri P., (2008) « Between encouragement and control : tourism, modernity and discipline in China », In : Winter T., Chang T.C., Teo P. (Dir.), *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*, Routledge, Londres, p. 153-169.
- Nyíri P., (2006) *Scenic spots. Chinese tourism, the state, and cultural authority*, University of Washington press, Seattle and London, 135 p.
- Oakes T., (1998) *Tourism and modernity in China*, Routledge, London, New-York, 272 p.
- Peyvel E., (2009) *L'émergence du tourisme domestique au Vietnam : lieux, pratiques et imaginaires*, Thèse de Géographie, Université de Nice, 405 p.
- Raymond N., (1999) *De Macchu Picchu à Fujimori. Les pays andins observés à travers leur tourisme. Le cas plus particulier du Pérou (1960-1996)*, Thèse de géographie, Université de Paris VII-Denis Diderot, 410 p.
- 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, volume 3, 385 p.
- Sanjuan T., (2007) *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Autrement, Paris, 80 p.
- Sanjuan T., (2006) *Dictionnaire de la Chine contemporaine*, Armand Colin, Paris, 303 p.
- Taunay B., (2009) *Le tourisme intérieur chinois : approche géographique à partir de provinces du sud-ouest de la Chine*, Thèse de géographie, Université de la Rochelle, 471 p.
- 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.
- Xu G., (1999) *Tourism and local economic development in China, Case studies of Guilin, Suzhou and Beidaihe*, Curzon Press, Padstow (Cornwall), 244 p.
- Zhang W., (1997) « China's domestic tourism : impetus, development and trends », *Tourism Management*, Volume 18, Issue 8, p. 565-571.