

Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

Dossiers

105-3 | 2017

Montagnes et montagnards des Suds dans la mondialisation touristique : imaginaires et pratiques

Montagnes et montagnards des Suds dans la mondialisation touristique : imaginaires et pratiques

ISABELLE SACAREAU

Traduction(s) :

Mountains and Mountain Dwellers of the Global South and the Globalisation
of Tourism: Imaginaries and Practices

Texte intégral

- 1 L'appel à numéro thématique de la Revue de Géographie Alpine invitait à interroger le rôle des imaginaires dans la place que tiennent les montagnes et les sociétés montagnardes des Suds dans la mondialisation touristique. Cette dernière peut être définie comme le processus historique de diffusion du tourisme dans le monde. À la fois facteur et produit des différentes mondialisations qui se sont affirmées à partir du 19^{ème} siècle, le tourisme a aussi été l'agent d'une mondialisation spécifique qui a produit son propre espace de flux et de pratiques (Coëffé *et al.*, 2007 ; Duhamel et

Khadri, 2011).

- 2 Si les Alpes et les Pyrénées ont été les foyers initiaux d'invention d'un nouveau rapport à la montagne qui a fondé une grande partie des pratiques touristiques contemporaines, c'est dans le contexte particulier de la colonisation au cours du 19^{ème} siècle, puis sous l'impulsion au cours de la deuxième moitié du 20^{ème} siècle d'un marché touristique mondialisé, prompt à jouer avec les imaginaires passés et contemporains, que s'est effectuée la mise en tourisme des montagnes d'Asie, d'Afrique ou d'Amérique latine. Elles ont ainsi été progressivement englobées dans l'écoumène touristique des Européens et des Nord-Américains, à travers des pratiques telles que l'alpinisme, l'écotourisme ou la découverte des villages des minorités ethniques, avec une inégale participation des sociétés montagnardes dans la mise en tourisme de leur territoire. Cette dernière procède d'un système localisé d'acteurs, de pratiques et de lieux (Équipe MIT, 2002), variable selon les époques et les destinations, dans lequel les imaginaires géographiques de l'Ailleurs et de l'Autre jouent un rôle essentiel (Gravari-Barbas et Graburn, 2012). Depuis le début des années 1980, les montagnes des Suds sont entrées dans une nouvelle phase de la mondialisation touristique avec l'arrivée en masse de touristes issus des pays émergents et en développement. En particulier, le bassin touristique Asie-Pacifique s'est hissé à la deuxième place mondiale au cours de la dernière décennie, en devenant non seulement une grande région réceptrice du tourisme international, mais aussi une région émettrice de flux touristiques régionaux et domestiques.
- 3 Il se trouve que les contributions reçues pour ce numéro spécial portent toutes sur des terrains asiatiques, ce qui témoigne de l'importance actuelle de cette aire géographique dans la mondialisation touristique et de la place qu'y tiennent les destinations de montagnes auprès des touristes. S'il existe une certaine universalité dans les imaginaires de la montagne comme dans les représentations et les pratiques contemporaines des touristes (Bozonnet 1992, Debarbieux 1995, 2010), les montagnes asiatiques sont cependant porteuses d'un imaginaire touristique spécifique qui doit s'envisager à la fois dans les différents contextes culturels et historiques de sa construction et dans celui de la circulation mondialisée des images, des valeurs et des pratiques (Sacareau, Taunay, Peyvel, 2015). Ainsi, au-delà de la diversité paysagère et humaine des études de cas présentées – le massif de l'Everest dans l'Himalaya du Népal (contribution d'Etienne Jacquemet), les moyennes montagnes forestières des Ghâts en Inde, (contribution de Lucie Dejouhanet) ou les moyennes montagnes rizicoles des Shui de la province du Guizhou en Chine (contribution d'Evelyne Gauché) – ce sont les origines historiques de la construction des imaginaires attachés aux montagnes asiatiques ainsi que la place assignée à leurs populations au sein des systèmes touristiques localisés qui sont ici interrogées.

Des périphéries touristiques pour qui ?

- 4 Vues d'Europe ou des États-Unis, les montagnes d'Asie apparaissent comme des périphéries d'un système touristique international qui s'organise selon des logiques de proximité et qui privilégie plutôt les destinations tropicales balnéaires. La fréquentation relativement modeste et spatialement très concentrée des montagnes contraste avec la place majeure qu'occupent certaines d'entre elles dans l'imaginaire touristique occidental, qui en a fait de haut lieux touristiques du monde à l'instar de l'Everest, dont Etienne Jacquemet analyse ici les ressorts de la fréquentation. Le déplacement touristique se nourrit du différentiel qui existe entre les lieux (Équipe

MIT, 2002). Il relève autant d'une matérialité physique et paysagère ou d'un différentiel socio-économique, que de la construction d'un imaginaire géographique, qui nourrit le désir d'Ailleurs et la curiosité pour l'Autre.

- 5 Les montagnes d'Asie présentent un puissant différentiel avec les montagnes que fréquentent ordinairement les touristes européens ou nord-américains, de par leur éloignement des grands foyers émetteurs de touristes internationaux (Europe et Amérique du Nord) et de leur accessibilité souvent difficile, de leur altitude et leurs dimensions parfois impressionnantes, s'agissant de l'Himalaya. Différentiel qui s'exprime aussi par la présence d'une faune et d'une flore en partie inconnues dans les montagnes tempérées, ainsi qu'une très grande diversité ethnique et culturelle. Elles constituent ainsi un véritable « horizon d'altérité » (Lazzarotti, 2006), que les acteurs du tourisme cherchent à réduire, tout autant qu'à mettre en scène. Toutefois, leur diversité oblige à distinguer les grandes montagnes comme l'Himalaya, associées à la haute altitude et aux pratiques spécifiques qui y sont liées (alpinisme, trekking), des moyennes montagnes d'Asie, où, mis à part les spectaculaires pics karstiques chinois ou vietnamiens, ce sont les cultures des minorités ethniques, les paysages ruraux qu'elles ont façonnés et l'image de la jungle, qui constituent le principal facteur d'attraction pour les touristes occidentaux. L'Asie est cependant une destination lointaine et coûteuse et ces derniers ne représentent qu'une minorité de touristes, surtout si on les compare aux flux touristiques massifs issus du bassin Asie-Pacifique et en particulier à ceux du tourisme domestique (Cabasset-Sémédo *et al.*, 2010).
- 6 Vues des pays asiatiques en effet, ces montagnes sont loin de tenir une place marginale dans les flux touristiques. L'Himalaya est déjà depuis longtemps une destination prisée des Japonais et les Sud-Coréens, auxquels s'ajoutent depuis peu les Chinois et les Indiens. Mais ce sont surtout les moyennes montagnes plutôt que les hautes cimes enneigées, que privilégient les touristes asiatiques et en particulier les touristes domestiques. Les destinations montagnardes qu'ils fréquentent en masse se localisent souvent dans des régions peu fréquentées voir même inconnues du tourisme international, comme en témoignent les contributions à ce numéro de Lucie Dejouhanet à propos des Ghâts et d'Evelyne Gauché à propos de la province chinoise du Guizhou. Caractérisées par leur fraîcheur par rapport aux plaines environnantes, les moyennes montagnes recouvertes de forêts et peuplées d'animaux sauvages, mais aussi de minorités ethniques, apparaissent comme des destinations particulièrement exotiques pour ces touristes domestiques issus des grands foyers urbains ou des plaines rizicoles densément peuplées. Si leurs pratiques de la montagne sont globalement similaires à celles des touristes occidentaux (découvrir et contempler le paysage, marcher et respirer le « bon air »), leur tourisme se réfère néanmoins à d'autres généalogies et filiations – le pèlerinage, les voyages de lettrés – et valorise d'autres motifs paysagers comme les forêts et les cascades plutôt que la haute montagne enneigée (Sacareau, Taunay, Peyvel, 2015 ; Wang, 2015).
- 7 Alors même que les montagnes européennes ont largement perdu leur signification religieuse, les montagnes d'Asie conservent toujours une dimension sacrée au sein des sociétés asiatiques qui constitue une part de leur attractivité touristique. C'est le cas des grands sommets de l'Himalaya, demeures des panthéons bouddhistes et hindous, comme des 5 montagnes sacrées de la Chine, à l'altitude nettement plus modeste. Ces dernières, avec leurs pics karstiques recouverts d'arbres et enveloppés de brumes, représentent l'archétype du paysage de montagne dans l'imaginaire chinois (Berque, 1995) et sont de très hauts lieux du tourisme domestique (Wang, 2015). Sièges de nombreux sanctuaires religieux, les montagnes asiatiques sont également pour les hindous, les bouddhistes ou les taoïstes, d'importants lieux de pèlerinage, où la

pratique religieuse s'articule de plus en plus étroitement avec les pratiques touristiques. Quant aux moyennes montagnes forestières d'Asie du Sud-Est, aux nombreuses minorités ethniques, elles sont en revanche considérées par les ethnies majoritaires des plaines comme des espaces périphériques, sauvages et relativement répulsifs. Associées dans les représentations collectives à la solitude et à la mélancolie, elles sont aussi des lieux de refuge et de retraite à l'écart de l'agitation du monde pour les ermites, les moines et les poètes, et au-delà, des lieux de ressourcement pour les citadins (Peyvel, 2009).

La construction d'un imaginaire de la haute altitude à l'époque coloniale

- 8 L'imaginaire touristique contemporain des montagnes asiatiques ne peut être dissocié du contexte colonial dans lequel s'est effectuée leur découverte. C'est en effet au cours du 19^{ème} siècle, que le tourisme de montagne s'est déployé hors des Alpes ou des Pyrénées pour toucher des montagnes situées à la périphérie des territoires, dont les Européens font progressivement la conquête. La curiosité des scientifiques et des alpinistes, appuyée sur les intérêts stratégiques et coloniaux des militaires, se porte alors vers les hautes terres de l'Himalaya qui font figure de *terra incognita*. Les premières expéditions de reconnaissance se heurtent non seulement à l'éloignement de la chaîne et à la rigueur du climat d'altitude, mais aussi à l'hostilité et à la fermeture politique des royaumes himalayens. La montagne himalayenne a l'image d'un bastion inaccessible et secret, peuplé de populations aux mœurs étranges, siège de sanctuaires religieux, où méditent ermites, yogis et moines bouddhistes, dont les aventuriers, les mystiques et les orientalistes cherchent à percer les mystères. Les récits de leurs voyages, la description des rites chamaniques et tantriques et les photographies rapportées de leurs périples, nourrissent alors l'imaginaire des contemporains et le désir de se rendre sur ces hautes terres associées à la spiritualité et aux mysticisme (Sacareau, 2014). Dans la première moitié du 20^{ème} siècle, profitant de l'appui logistique et financier des expéditions militaires et scientifiques, les alpinistes européens jouent à leur tour un rôle majeur dans ce mouvement d'exploration. Ils participent à la construction de l'imaginaire touristique des hautes terres d'Asie, en fournissant une image héroïsée qui mobilise la figure du danger, de la conquête et du dépassement de soi (cf. contribution d'Etienne Jacquemet). Ils font également entrer dans l'imaginaire occidental, les Sherpa, montagnards d'origine tibétaine qui ont rendu possible ces ascensions.
- 9 Parallèlement à l'exploration et à la conquête des grands sommets, la colonisation européenne a été à l'origine des premiers lieux touristiques établis dans les moyennes montagnes tropicales situées à la périphérie des empires coloniaux en voie de constitution. Les *hill stations* édifiées pour des raisons stratégiques et sanitaires par les Britanniques aux environs de 2000 m sur les contreforts de l'Himalaya ou dans les Ghâts occidentaux, ont été la première forme de mise en contact de ces montagnes avec le tourisme. Ces sanatoriums d'altitude couplés à des cantonnements militaires sont devenus après la sécurisation des empires coloniaux, des lieux de villégiature pour les colons (Kennedy, 1996). Le tourisme en situation coloniale mobilise alors un imaginaire du bon air qui soigne et de la nature qui guérit, comparable à celui qui prévaut dans les stations touristiques européennes. Il reconstitue sous les Tropiques, mais à l'étage tempéré, un paysage verdoyant, « *a home away from home* » (*ibidem*),

qui permet aux colons de réduire l'altérité des territoires colonisés. Aujourd'hui, il est à noter que ce paysage à l'europpéenne ne fait plus sens pour les touristes occidentaux en quête de destinations tropicales et exotiques. En revanche pour les touristes domestiques qui fréquentent en masse ces anciennes stations coloniales, ils constituent un différentiel fort avec leurs lieux de vie quotidiens et un substitut commode à un voyage lointain et couteux en Europe (Sacareau, 2011). En Inde, le cinéma de *Bollywood* qui mobilise volontiers les images d'une montagne couverte de forêts et de cascades rafraichissantes, dominée au loin par des sommets enneigés contribue avec la fréquentation touristique des *hill stations* à construire un imaginaire touristique de la montagne que les Indiens projettent en retour sur l'Angleterre ou la Suisse.

10 L'Himalaya conserve de cette phase pionnière d'exploration un parfum d'interdit, d'aventure et de danger, d'autant plus que l'accès de certaines vallées de culture tibétaine en est toujours limité par les autorités sous la forme de permis et de contrôles policiers. Sa fréquentation touristique fonctionne toujours sur les mêmes ressorts imaginaires : la fascination pour le vide, pour les pays cachés et pour l'interdit. Les montagnes du monde industriel intensément fréquentées, aménagées et urbanisées, ont depuis longtemps perdu leur aura de mystère et vu diminuer leur altérité, du moins pour les touristes occidentaux, pour qui elles sont essentiellement un terrain de jeux et des lieux de séjour. À l'inverse, les montagnes d'Asie, par leur éloignement, leur difficulté d'accès et leur diversité ethnique, attirent les pratiques de découverte de touristes en quête de distinction et d'altérité. Dans un monde désormais largement exploré, et dans le contexte de la massification du tourisme, elles font figure d'hétérotopie, de territoire exclusif dont l'accès doit se mériter (Goeury, 2011). À cela s'ajoute l'imaginaire de la nature sauvage tel qu'il s'est déployé aux États-Unis à travers l'invention de la *wilderness*, associé à la sensibilité écologique contemporaine. Présentées comme des *hotspots* de la biodiversité et des laboratoires du changement climatique, de nombreux massifs montagneux des Suds ont été inscrits dans des aires protégées. L'encouragement de l'écotourisme se veut une réponse à l'aspiration des touristes pour une nature préservée. Le tourisme participe ainsi activement à la circulation mondialisée et à la médiatisation à l'échelle locale des imaginaires de la Nature et des enjeux globaux qui s'y rapportent.

11 Mais les parcs naturels ne renferment pas seulement une flore et une faune sauvage. Ils jouent aussi parfois le rôle de « conservatoires ethniques ». Dès lors que les populations montagnardes présentent des traits culturels particuliers et un mode de vie qui semble avoir échappé au monde industriel, le marché touristique s'en empare pour les ériger en facteur d'attraction au même titre que des paysages ou des monuments remarquables. Les « montagnards » sont présentés aux touristes comme des peuples censées vivre en harmonie avec la nature, et qui n'auraient jusque-là été approchés que par les aventuriers ou les ethnologues, autres figures fascinantes auxquelles le touriste est invité à s'identifier. Les modes de vie des populations montagnardes servent alors de fondement à un tourisme ethnique (Graburn, *in* : Smith, 1989) reposant sur une exotisation de l'Autre, largement héritée de l'époque coloniale (Staszak, 2008, Zytnicki et Kazdaghli, 2009).

La permanence de la figure coloniale du « montagnard »

12 La colonisation s'inscrit dans un mouvement de mise en ordre naturaliste du monde

opéré par la science européenne qui a « donné naissance à un type particulier d'être humain appelé à une grande postérité, le montagnard » (Debarbieux, 2010, p. 34). En découvrant les communautés qui peuplaient leur Empire, les administrateurs coloniaux, ont construit une vision fortement ethnicisée et hiérarchisée de l'Autre qui perdure encore dans les représentations contemporaines des touristes (cf. contributions de Lucie Dejouhanet et d'Evelyne Gauché). La diversité ethnique et culturelle des peuples colonisés est embrassée par les colons dans un même regard, essentialisant et discriminant. La classification des populations au sein des empires coloniaux répond alors à une volonté de contrôle politique des montagnes et de leurs peuples qui font figure de marges dissidentes à soumettre, et dont les habitants, renvoyés au statut de sauvages sanguinaires et cruels et de primitifs, alimentent tous les fantasmes. Toutefois, certains groupes, comme les Gurkha du Népal ou les Pahari du Garhwal indien, qui ont résisté à l'avancée des Britanniques, ont suscité l'intérêt des officiers coloniaux, qui leur ont attribué des qualités martiales de courage, d'obéissance et de pugnacité, propres à en faire de bons soldats pour leurs propres troupes. Une fois soumis, ils les ont recrutés comme mercenaires, de préférence aux masses hindoues des plaines, jugées peu fiables et potentiellement dangereuses. De redoutable guerrier, l'image du montagnard s'inverse alors de façon spectaculaire. Présenté comme un être doux et pacifique, il se voit attribuer des qualités de simplicité, d'honnêteté, de courage et d'innocence morale. Sa vie communautaire et son absence de servilité l'opposent aux indigènes des plaines, tandis que son caractère « primitif » le rend proche de la Nature, et en particulier de la forêt. Du coup, sa connaissance de la faune et de la flore le fait employer par les explorateurs, les chasseurs de gibier et les scientifiques comme guide dans leurs expéditions en montagne. Cette hiérarchisation est aujourd'hui reprise à leur compte par certaines de ces communautés montagnardes, selon un processus d'auto-exotisation. C'est ainsi qu'au Népal, les Sherpas peuvent se targuer auprès des Occidentaux d'être l'ethnie la mieux adaptée au milieu de haute altitude, et de ce fait la plus légitime pour les conduire en haute montagne.

13 Le regard exotisant et essentialisant porté sur les montagnards d'Asie n'est cependant pas le propre du seul Occident colonisateur. Le tourisme ethnique connaît également un vif succès en Inde, en Chine, et en Asie du Sud-Est auprès des touristes domestiques. Dans un monde marqué par la circulation des imaginaires et des pratiques, la vision que les touristes asiatiques contemporains ont de la montagne et des montagnards relève non seulement de représentations culturelles propres à ces sociétés, mais aussi en partie de la percolation du regard colonial au sein de certains groupes de population, qui ont acquis une position dominante voire impériale vis à vis des minorités. Au Viet Nam, par exemple, les Kinh, ethnie majoritaire, manifestent un sentiment de supériorité vis-à-vis des Hmong toujours désignés par le vocable de Moï, ou sauvage, forgé par les administrateurs coloniaux français (Peyvel, 2009). En Chine, la curiosité des touristes han pour les minorités ethniques du pays relève également d'une forme d'orientalisme interne (Oakes, 1995), qui s'inscrit dans l'histoire impériale de la construction territoriale de la Chine et de ses relations avec les populations « barbares » des territoires montagneux périphériques. La période maoïste n'a fait que conforter l'idée que les minorités ethniques représentent un stade inférieur de développement et doivent à ce titre bénéficier de la modernité communiste. En Chine, comme en Inde ou en Thaïlande, le développement du tourisme dans les périphéries montagnardes est devenu un moyen de moderniser et d'intégrer, à moindres frais, au territoire national des régions frontalières pauvres et politiquement sensibles. Les villages des minorités ethniques du Yunnan, du Guangxi ou du Guizhou, ont été désignés par les autorités chinoises comme des lieux touristiques dignes d'être visités

pour leurs particularismes culturels (Nyri, 2006 ; Graburn *in* : Diekmann et Smith, 2015), quitte à en fabriquer l'authenticité pour les rendre conformes à l'image préconçue que l'on a construit d'eux (cf. la contribution d'Evelyne Gauché). Quant aux touristes chinois, la visite de ces villages, regardés avec un mélange de curiosité et de condescendance, est un moyen de manifester leur propre accès au monde moderne et de se distinguer de ces populations qui témoigneraient d'un stade de développement jugé inférieur (Oakes, 1997, Taunay 2011). Ce même jugement de valeur se retrouve dans le regard que la société de castes indienne porte sur les *adivasi*, toujours considérés comme arriérés. Leur pauvreté et les nombreuses discriminations dont ils sont victimes les ont fait classer parmi les *sheduled castes* ou castes répertoriées, à l'instar des intouchables ou *dalits*, dont Lucie Dejouhanet analyse les représentations dans la société indienne et parmi les touristes qui visitent leur territoire.

14 Selon les périodes, les montagnes d'Asie et leurs populations ont donc représenté des *terra incognita* à explorer, des limites de l'écoumène à conquérir, des marges dissidentes à soumettre, des tribus sauvages et arriérées à civiliser, des « conservatoires ethniques » objet de fascination et d'exotisation de la part des ethnologues et aujourd'hui des conservatoires de la biodiversité à protéger. Dans ce contexte, les représentations des montagnards construites depuis plusieurs siècles non seulement par les Occidentaux dans le cadre de la colonisation puis de l'extension du tourisme international, mais aussi par les groupes sociaux dominants et les états des pays concernés, expliquent en partie, aux côtés d'autres facteurs liés aux jeux d'acteurs et aux contextes politiques régionaux, la place différenciée que ces populations montagnardes tiennent dans les systèmes touristiques localisés. Celle-ci varie selon qu'elles ont été ou non parties prenantes de la mise en tourisme de leur territoire. Certaines refusent leur instrumentalisation par le tourisme, lorsque celui-ci ne leur profite pas et qu'il continue de perpétuer des formes de domination antérieures contre lesquelles elles luttent, comme le montre Lucie Dejouhanet à propos des *adivasi* des montagnes du Kerala. D'autres subissent de façon passive les images qui sont projetées sur elles avec l'espoir que la valorisation touristique de leur culture, même reconstruite à l'usage des touristes, leur permettra de la maintenir dans un contexte de modernisation accélérée, comme pour les Shui étudiés par Evelyne Gauché. Les imaginaires touristiques peuvent parfois en effet devenir un moyen d'affirmer, de défendre ou de renouveler les identités collectives (Debarbieux, 2012). Elles peuvent faire également évoluer le statut des minorités montagnardes au sein de leur propre société si, à l'instar des Sherpas du Népal, elles ont les moyens matériels et mentaux, voir politiques, de s'en emparer pour les incarner et en jouer, afin de tirer profit du système touristique. Pour autant, la jeune génération sherpa étudiée par Etienne Jacquemet semble vouloir se débarrasser au moins partiellement de cette identité co-construite à travers le regard des Occidentaux (Adams, 1996), pour revendiquer leur égalité avec les étrangers en affirmant leur appartenance pleine et entière à un monde globalisé. Peut-être est-ce là le prix à payer pour parvenir à une véritable décolonisation du regard touristique...

Bibliographie

Adams V., 1996.– *Tigers of the Snow and Other Virtual Sherpas, an Ethnography of Himalaya Encounter*, Princetown University Press.

Berque A., 1995.– *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèse*, Hazan.

Bozonnet JP., 1992.– *Des monts et des mythes, l'imaginaire social de la montagne*, Presses

Universitaires de Grenoble.

Cabasset-Sémédo C., Peyvel E., Sacareau I., Taunay B., 2010.– « De la visibilité à la lisibilité: le tourisme domestique en Asie. Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens », in *Espace, Population, Sociétés*, n° 2-3, pp. 221-235.

Coëffé V., Violier Ph. Pébarthe H., 2007.– « Mondialisations et mondes touristiques », *L'Information Géographique* n° 2, vol. 71, p. 83-96
DOI : 10.3917/lig.712.0083

Debarbieux B. et Rudaz G., 2010.– *Les faiseurs de montagne*, CNRS éditions.

Debarbieux B., 2012.– « Tourisme, imaginaires et identités : inverser le point de vue », in *Via@*, Les imaginaires touristiques, n° 1, 2012, mis en ligne le 16 mars 2012. URL : <https://viatourismreview.com/fr/2015/06/tourism-imaginaries-and-identities-reversing-the-point-of-view/>
DOI : 10.4000/viatourism.1191

Duhamel Ph., Kadri B. (dir.).– « Tourisme et mondialisation », *Mondes du Tourisme*, hors-série, septembre 2011.

Équipe MIT, 2002.– *Tourismes 1, Lieux communs*, Collection Mappemonde, Belin.

Goeury D., 2011.– « Les espaces du mérite : enclavement, tourisme et mondialisation. Les cas de Zaouiāt Ahansal (Haut-Atlas central, Maroc) et du Zanskar (Himalaya, Inde) », Thèse de doctorat de géographie de l'Université Paris IV-Sorbonne.

Graburn N., 2015.– « Ethnic tourism in rural China : cultural or economic development ? » in Diekmann A., Smith M.K. (ed.), *Ethnic and Minority Cultures as Tourist Attractions*, Channel View Publications, pp. 176-187.

Gravari-Barbas M., Graburn N., 2012.– « Les imaginaires touristiques », in *Vi@* n° 1, pp. 1-5. Accessible aussi en ligne : <https://viatourismreview.com/fr/2015/06/tourist-imaginaries-3/>, mis en ligne le 16 mars 2012.

Kennedy D., 1996.– *The Magic Mountains : Hill Stations and the British Raj*, Berkeley, University of California Press.

Lazzarotti O., 2006.– *Habiter, la condition géographique*, Coll. Mappemonde, Belin.

Nyri P., 2006.– *Scenic Spots : Chinese Tourism, the State and Cultural Authority*, University of Washington Press.

Oakes T., 1995.– « Ethnic tourism in Guizhou: The legacy of internal colonialism », in *Tourism in China. Geographical, political, and economic perspectives*, ed. A. Lew and L. Yu, Boulder, West view, pp. 203-222.

Oakes T., 1998.– *Tourism and Modernity in China*, Routledge.

Peyvel E., 2009.– « L'émergence du tourisme domestique au Viêt Nam : lieux, pratiques, et imaginaires », thèse de doctorat de géographie de l'Université de Nice-Sophia-Antipolis.

Sacareau I., Taunay B., Peyvel E. (dir.), 2015.– *La mondialisation du tourisme, les nouvelles frontières d'une pratique*, Collection Espace et Territoires, Presses Universitaires de Rennes.

Sacareau I., 2014.– « Marcher dans l'Himalaya, imaginaires et pratiques » in Guichard-Anguis S., Frérot A-M., Da Lage A. (dir.), *Natures, miroir des hommes ?*, Collection Géographie et cultures, L'Harmattan, pp. 165-178.

Sacareau I., 2011.– « La diffusion du tourisme dans les sociétés non occidentales, entre imitation et hybridation, l'exemple de la fréquentation de la montagne himalayenne par les touristes indiens », in Duhamel P. et Kadri B., « Tourisme et mondialisation », *Mondes du Tourisme*, hors-série, septembre 2011, pp. 310-317.

Smith L.V. (dir.), 1989, *Hosts and Guests, Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press.

Staszak JF, 2008.– « Qu'est-ce que l'exotisme ? », *Le Globe, Revue genevoise de géographie*, n° 148, pp. 7-30.
DOI : 10.3406/globe.2008.1537

Taunay B., 2009.– *Le tourisme intérieur chinois*, Collection Espace et territoires, Presses Universitaires de Rennes.

Wang Y.J., 2015.– « Représentation de la montagne dans la Chine contemporaine : une observation à partir de l'évolution des pratiques touristiques dans le Yunnan », Thèse de doctorat de géographie de l'Université d'Angers.

Zytnicki C., et Kazdaghli H. (dir.).– 2009, *Le tourisme dans l'Empire Français, Politiques, pratiques et imaginaires (XIXème – XXème siècles)*, Publications de la Société Française d'Histoire d'Outre-mer.

Pour citer cet article

Référence électronique

Isabelle Sacareau, « Montagnes et montagnards des Suds dans la mondialisation touristique : imaginaires et pratiques », *Journal of Alpine Research / Revue de géographie alpine* [En ligne], 105-3 | 2017, mis en ligne le 09 janvier 2018, consulté le 10 janvier 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rga/3863>

Auteur

Isabelle Sacareau

Professeur de géographie à l'Université Bordeaux Montaigne. UMR5319 Passages- CNRS
Isabelle.sacareau@cnrs.fr
isabelle.sacareau@u-bordeaux-montaigne.fr

Articles du même auteur

Évolution des politiques environnementales et tourisme de montagne au Népal [Texte intégral]

Paru dans *Revue de Géographie Alpine / Journal of Alpine Research*, 97-3 | 2009

Changes in environmental policy and mountain tourism in Nepal [Texte intégral]

Paru dans *Revue de Géographie Alpine / Journal of Alpine Research*, 97-3 | 2009

Droits d'auteur



La Revue de Géographie Alpine est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.