



HAL
open science

Voir ou entrevoir le tigre : tourisme domestique et expérience de nature en Inde

Anthony Goreau-Ponceaud, Raphael Mathevet

► To cite this version:

Anthony Goreau-Ponceaud, Raphael Mathevet. Voir ou entrevoir le tigre : tourisme domestique et expérience de nature en Inde. *Les Cahiers d'Outre-Mer. Revue de géographie de Bordeaux*, 2020, 73 (281), pp.289-305. 10.4000/com.11332 . halshs-03081171

HAL Id: halshs-03081171

<https://shs.hal.science/halshs-03081171>

Submitted on 13 May 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Les Cahiers d'Outre-Mer

Revue de géographie de Bordeaux

281 | Janvier-Juin

Environnement : perspectives indiennes

Voir ou entrevoir le tigre : tourisme domestique et expérience de nature en Inde

Anthony Goreau-Ponceaud et Raphaël Mathevet



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/com/11332>

DOI : [10.4000/com.11332](https://doi.org/10.4000/com.11332)

ISSN : 1961-8603

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2020

Pagination : 289-305

ISSN : 0373-5834

Référence électronique

Anthony Goreau-Ponceaud et Raphaël Mathevet, « Voir ou entrevoir le tigre : tourisme domestique et expérience de nature en Inde », *Les Cahiers d'Outre-Mer* [En ligne], 281 | Janvier-Juin, mis en ligne le 01 janvier 2022, consulté le 07 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/com/11332> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/com.11332>

TERRAIN DE COM

Voir ou entrevoir le tigre : tourisme domestique et expérience de nature en Inde

Anthony Goreau-Ponceaud^{1,2,*} et Raphaël Mathevet^{1,3}

Profitant d'un séjour de recherche en Inde du Sud, nous avons chacun eu l'opportunité de visiter à plusieurs reprises des parcs nationaux et sanctuaires de faune sauvage du sous-continent indien en quête d'émotions naturalistes. De nos expériences et frustrations respectives sont nées de nombreuses interrogations sur la dichotomie homme/nature en Inde et les philosophies environnementales dans les traditions et religions indiennes (Callicott et McRae 2014) dans le contexte d'un développement économique rapide. Les aires protégées se sont multipliées depuis les années 1970 et ces dernières années le tourisme de nature connaît un réel engouement qui à l'évidence transforme paysages et rapports sociaux autant qu'il structure les modalités d'accès et de visite de ces joyaux de nature. Au-delà des anecdotes et de nos modestes expériences contemplatives, ce court texte propose une illustration de ce qui est à l'œuvre dans les aires protégées indiennes et propose des pistes à explorer pour mieux comprendre les relations entre tourisme et conservation de la biodiversité en Inde et plus largement en Asie du Sud.

La mise en tourisme de la nature

La conquête touristique de la planète s'achève progressivement – contribuant à faire coïncider la Terre et le Monde (Knafou, 2011) – et chaque année des catégories nouvelles de populations des pays dits « émergents » accèdent aux

1. French Institute of Pondicherry (IFP) – UMIFRE 21 CNRS-MAEE/USR 3330 – 11, St. Louis street, P.B. 33 – Pondicherry 605001, India.

2. Université de Bordeaux et affecté au laboratoire LAM – UMR 5115, Sciences Po Bordeaux.

3. CEFE, CNRS, Univ. Montpellier, Univ. Paul Valéry Montpellier 3, EPHE, IRD, Montpellier, France.

* Correspondance : anthonygoreau@yahoo.fr et raphael.mathevet@cefe.cnrs.fr

loisirs et au tourisme. Ceci est d'autant plus significatif en Inde où le tourisme intérieur est le principal moteur de la croissance du secteur. Les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT) montrent que le pays a reçu 9 millions d'arrivées internationales en 2016 (10,2 millions pour 2017, selon le rapport du ministère du Tourisme), ce qui le place au 40^e rang des destinations touristiques dans le monde. Dans le même temps, l'Union indienne enregistrait 1,6 milliard de déplacements relevant de touristes domestiques. De plus en plus d'Indiens sont ainsi de plus en plus mobiles et cette mobilité géographique permet, même partiellement, d'observer ce que Stock (2007) nomme le « recreational turn », c'est-à-dire une généralisation et une diversification des pratiques, des lieux et des temps de récréation dans les sociétés contemporaines (Goreau-Ponceaud, 2019).

L'Inde est un pays de *mégadiversité* en accueillant une riche diversité d'écosystèmes, de faune et de flore (Mittermeier *et al.* 2011). Plus de 600 aires protégées (parcs nationaux, réserves, sanctuaires) sont gérées par les départements des forêts des différents États et territoires de l'Union tandis que les gouvernements associés à une grande diversité d'opérateurs privés assurent la promotion du tourisme de nature, activité pourvoyeuse d'emplois pour les moins qualifiés et dont le revenu connaît une forte croissance depuis ces dix dernières années (Karanth *et al.* 2017). Désormais, certains parcs nationaux peuvent accueillir plus de 600 000 visiteurs par an (comme Periyar au Kerala). L'Inde n'échappe pas au processus mondial de *mise en tourisme* et à la création de valeur économique à partir de paysages, de la biodiversité et d'expériences. Comme le note Saarinen, "in our age of modernity nature has become a product, a general trademark with certain qualities attached to particular places, which can be wild, untouched, untamed, scenic, beautiful, rough, and the like" (2004 : 440). La néolibéralisation de la nature par le tourisme rend visible les tensions entre conservation de la nature et marchandisation, et permet l'expansion continue des logiques capitalistes à un éventail de plus en plus large de phénomènes non humains. Dans ce sens, le tourisme crée et dissimule simultanément les contradictions du capitalisme (Butt, 2012). Dans un pays marqué par l'opposition, selon Gagdil et Guha (1995) entre d'un côté, les *omnivores* (incarnés par les représentants de la bourgeoisie industrielle, rurale et urbaine et les fonctionnaires d'État) et de l'autre les *ecosystem people* (petits agriculteurs de régions pluviales, travailleurs sans terre, communautés de chasseurs-cueilleurs et éleveurs, qui dépendent fortement des ressources naturelles), il nous semble pertinent de questionner comment les aires protégées sont fréquentées par les représentants de cette classe moyenne supérieure anglophone qui incarnerait l'engagement de l'Inde dans sa transition libérale (Fernandes, 2006)⁴. De quelle manière se pense et peut-être pensée cette *expérience de nature* ?

4. Alors que les anciennes classes moyennes étaient freinées dans leur consommation par le socialisme de Nehru ou les idéaux d'austérité de Gandhi, cette nouvelle classe moyenne doit son explosion aux lois de

L'expérience de nature, le Tigre et l'Indian shinning

L'expérience de nature, c'est-à-dire de passer un moment au contact de la nature, dans un espace sauvage, un jardin ou même un parc urbain est l'objet, avec ses conséquences, de plus en plus de recherches (Rosa et Collado, 2019 ; Prevot *et al.* 2018). Voir un tigre ou un autre représentant charismatique de la mégafaune – éléphant et rhinocéros par exemple (les trois espèces présentes sur le billet de 10 roupies indiennes) – dans une aire protégée est une expérience médiée par des relations sociales spécifiques ancrées dans les pratiques et les imaginaires historiques et contemporains de la nature. Même s'il y a plusieurs façons de voir (Adler, 1989), la notion de regard touristique (*tourist gaze*) de John Urry (1990), capture l'idée que nos désirs de visiter certains lieux, et notre expérience de ces lieux, ne sont pas personnels et autonomes, mais sont aussi les produits d'une organisation sociale.

En Inde, de nombreux parcs nationaux s'ouvrent aux citoyens pour qu'ils puissent observer le tigre⁵ « dans son habitat naturel » grâce à un safari (dont les modalités de mises en œuvre sont très codifiées). Cette expérience de l'observation du tigre médiée par des interventions humaines (les gestionnaires de parc réglementent et contrôlent les interactions avec la nature, et ils développent, attirent l'attention ou cachent les « affordances » – au sens de Gibson – dans le paysage naturel à des fins particulières) et des interventions non humaines, est un produit qu'un nombre croissant d'Indiens de la nouvelle classe moyenne choisissent d'acheter, et c'est cette expérience que nous allons brièvement vous décrire plus avant. Cette « consommation de nature » (Tremblay 2001 et 2002) implique des expériences qui influencent les conceptions populaires de la nature et une plus large circulation sociale des imaginations de sa conservation. La culture contemporaine de la nouvelle classe moyenne (NCM), est principalement visuelle, son imagination et ses désirs sont façonnés par internet, la télévision, le cinéma et la publicité. Si la notion de classe moyenne en Inde est une catégorie élastique qui n'est ni « moyenne » dans le spectre économique, en termes de revenus, ni une classe au sens sociologique strict du terme (Deshpande, 2003), il s'agit toutefois d'une catégorie importante d'auto-perception. Avec l'émergence économique, les modes de vie évoluent et, en particulier, l'accès aux loisirs se développe. Celle-ci induit des transformations économiques et spatiales de grande ampleur faisant coexister extrême pauvreté et opulence, définissant l'Inde comme un pays marqué par de multiples grands écarts socio-spatiaux (Landy, 2015). Cette NCM, éduquée et anglophone, dont les pratiques de

libéralisation économique et à la révolution des médias de la décennie 1990 diffusant des modèles de liberté et d'accomplissement de soi.

5. Rappelons qu'un tiers des tigres indiens vivent en dehors des espaces protégés (Ghosal *et al.* 2013).

consommation font corps avec le modèle de développement du pays et la globalisation des économies (Fernandes, 2000), est encouragée à adopter une nouvelle subjectivité. *L'India Shinning*⁶ est un autre terme associé au désir et à la capacité d'apprécier et d'avancer dans ce nouveau modèle de développement fait de promesses de confort et de prospérité où de nouveaux groupes professionnels (issus des secteurs des technologies de l'information), de nouveaux espaces de consommation et de nouvelles pratiques apparaissent. L'accès à ces nouvelles pratiques permet d'entretenir des mécanismes de distinction sociale qui se cumulent aux lignes de clivages classiques que sont la caste et la parenté, tout en leur donnant un nouveau sens. Bien que très hétérogène, ce nouveau groupe social se considère cosmopolite dans son style de vie, revendique une appartenance à une classe aisée internationale tout en restant Indien (Briosius 2010). *L'Indian shinning* conforte leur position dans le système social et façonne leurs manières de consommer, d'expérimenter le plaisir ou les difficultés. Les caractéristiques individuelles, les normes, les motivations, les attentes, les expériences antérieures et les influences sociales peuvent ainsi façonner les perceptions de l'environnement naturel et, en fin de compte, les préférences et les expériences personnelles.

Le tourisme faunique (*wildlife tourism*) est une forme de tourisme axé sur la nature qui dépend de la rencontre d'animaux non domestiqués et comprend des activités non consommatrices comme l'observation et la photographie notamment (Reynolds et Braithwaite, 2001; Ballantyne *et al.*, 2011). De telles expériences font de plus en plus partie d'un tourisme organisé qui contribue de manière substantielle à l'économie de l'Inde. Comment étudier ces expériences de nature? Quel outillage méthodologique convoquer? Nous tenterons de répondre à ces interrogations à partir d'observations et entretiens informels, menés en avril 2019 au sein du Parc national de Nagarhole.

Le Parc national de Nagarhole et ses touristes indiens

Seulement 20 % des touristes des parcs nationaux en Inde sont internationaux (Uddhammar 2006). 80 % des visiteurs des 10 réserves de tigres les plus visitées sont des touristes indiens qui représentent 50 % des revenus de ces espaces protégés (Karanth et DeFries 2010). Cependant, le cadre institutionnel reste faible si bien que cette croissance du tourisme domestique constitue de nouveaux défis dans un paysage où les efforts de conservation sont déjà

6. Slogan marketing popularisé par le parti Bharatiya Janata (BJP), alors au pouvoir, pour les élections générales indiennes de 2004, qui faisait dès lors référence au sentiment général d'optimisme économique de l'époque.

confrontés à la croissance des infrastructures, à la forte densité et à la dépendance des populations locales vivant autour des parcs et au déclin des populations de grands mammifères (Sekhar 2003). Nagarhole fait partie de ces dix réserves de tigres les plus fréquentées. Le paysage de Nagarhole a progressivement été réaménagé en un environnement destiné à la consommation touristique. Même s'il reste sensiblement moindre qu'à Ranthambhore, l'un des joyaux du Rajasthan, l'essor de l'industrie touristique a des conséquences évidentes sur les projets de conservation de la faune et de la forêt dans la région, et joue un rôle essentiel dans la promotion des stratégies de conservation néolibérales. L'émergence du tourisme de nature donne de la valeur et favorise la marchandisation de la forêt, de la faune sauvage et des tribus locales qui ont été considérées jusqu'alors par les propriétaires et agriculteurs locaux comme des obstacles au développement (Münster et Münster, 2012).

Ancienne réserve de chasse du royaume de Mysore, Nagarhole, dont le nom provient de la combinaison de deux termes de langue kannada, (« Naga » signifiant « serpent » et « Hole » signifiant « ruisseau », du nom de la rivière éponyme qui coule vers l'est dans le parc), a été classé, dès 1955, comme sanctuaire de faune sauvage (*wildlife sanctuary*) avant de devenir un parc national le 2 février 1975. Par la suite, une superficie de plus de 70 km² a été ajoutée, portant la superficie totale du parc à un peu plus de 640 km². Le parc a été également déclaré réserve de tigres (*Tiger Reserve*) en 1999. Il est situé à une altitude moyenne de 800-850 mètres au-dessus du niveau moyen de la mer. Le point culminant est le pic Masalbetta à 959 m et le point le plus bas, la rivière Kabini, à 701 m qui constitue une frontière entre le parc national de Bandipur et le parc national Rajiv Gandhi, autre nom de Nagarhole, mais qui est bien moins usité. Avec le parc national de Bandipur (Karnataka), celui de Mudumalai (Tamil Nadu) et le sanctuaire de faune sauvage de Wayanad (Kerala), ce parc national forme la plus grande aire protégée du sud de l'Inde, la Réserve de biosphère des Nilgiri, couvrant une superficie de 2 183 km² et constituée en tant que tel en 1986.

Même s'il n'existe pas de statistiques concernant les origines sociales des visiteurs du parc, la faiblesse de son accessibilité, les coûts liés au logement, aux visites du parc (selon les modalités particulières des safaris) font que sa clientèle principale est représentée par la classe moyenne urbaine indienne et anglophone. Celle-ci a suffisamment de revenus pour prendre des vacances et séjourner dans des *resorts*. En avril et mai 2019, nous avons eu l'occasion de participer à plusieurs safaris au sein de ce parc. Safaris motivés à l'instar de la grande majorité des visiteurs par la possibilité d'observer *Panthera Tigris* et les paysages pittoresques. Les visiteurs ont le choix du privilège de l'accès selon deux formules. La première, en jeep de 4 ou 9 places, formule

plutôt réservée à l'élite ou aux classes moyennes supérieures où l'on peut généralement se laisser guider ou être actifs dans la recherche de contacts visuels avec la faune et piloter le rythme des découvertes, ou alors le minibus et le camion plateforme plutôt réservés à un public familial, non spécialisé et/ou moins aisé, dont le chauffeur cherchera prioritairement le tigre quitte à oublier en chemin de magnifiques opportunités d'observation de faune ou de paysages singuliers.

Vous voyez⁷, les gens ont vu un tigre ce matin ! Je vous assure qu'ici vous avez une chance sur 3 de voir un tigre. Si vous prenez 3 safaris vous êtes sûr d'en voir un. Après vous pouvez également demander à être en jeep individuelle, c'est plus cher, mais vous avez plus de chances d'en voir un ! (mots d'accueil du responsable de l'hôtel, Kabini, 29 avril 2019).

La très grande majorité de la clientèle est indienne, appartenant à cette NCM et s'en revendiquant. Lors des safaris de l'auteur 1, les visiteurs indiens étaient majoritairement originaires de Pune et de Mumbai. Nous étions les seuls visiteurs étrangers. Tous prennent des tickets pour un safari qui s'effectue très généralement en minibus à partir des hôtels et en jeep à partir des lodges du Forest Department. Certains touristes sont prêts à s'acquitter d'un surplus conséquent pour s'assurer l'accès à la zone située en cœur de parc où la probabilité d'observer un tigre semble être plus élevée. Il apparaît que la rareté et l'accès contrôlé font de l'observation du tigre dans le Parc national de Nagarhole un produit de première qualité. Son observation encourage une *consommation compétitive et visible*, les touristes souhaitant acheter l'expérience même à un coût plus élevé (pour leur propre budget et pour le tigre susceptible d'être dérangé), au risque même de rendre cette « marchandise » plus rare. L'expérience touristique de *l'observation compétitive* des tigres incarne les logiques territoriales de pouvoir (entre les guides et chauffeurs), produisant l'expérience de la nature comme une réalisation étroitement liée aux hiérarchies socio-économiques. L'observation des tigres semble devenir une sorte d'accomplissement personnel, indiquant le statut économique et social du spectateur. Les zones tampons sont ainsi moins attractives. Comme souvent en Inde, Nagarhole est un parc habité ; le gouvernement du Karnataka et les ONG ont entrepris de déplacer les populations tribales, des familles

7. La grande majorité des hôtels accueillant les touristes visitant le parc sont situés en lisière, près de la rivière Kabini et du lac de retenue. Tous les hôtels ou *resorts* organisent, en relation avec les autorités du parc, deux types de safaris : le *jeep safari* organisé le matin et le soir et le *boat safari* qui lui s'effectue exclusivement en fin d'après-midi. En pratique, les *jeep safari* sont réservés exclusivement à ceux qui dorment dans les lodges du parc tandis que les autres opérateurs sont contraints d'utiliser exclusivement des minibus. Cet abus de langage employé par les autres hôtels génère des incompréhensions et des transactions marchandes pour les clients qui souhaiteraient effectuer la visite en jeep et non en minibus. Au retour du safari, chaque hôtel est équipé d'un tableau où le gérant coche au feutre les noms d'espèces animales qui ont pu être observées durant la sortie.

appartenant au groupe Jenu Kuruba à la périphérie de la zone forestière (discussion personnelle avec le guide). Cet effort de relocalisation s'inscrit selon le guide dans le cadre d'une action plus vaste visant à conserver les populations existantes de tigres et les habitats des éléphants qui seraient menacés par les changements de mode de vie des populations tribales dans les forêts. Le guide précise également qu'il y a aussi beaucoup de braconnages, de coupe de bois pour le feu. L'auteur 2 observa lors de deux safaris comment le chauffeur de la jeep vociférait systématiquement à l'encontre des tribaux rencontrés sur le chemin afin qu'ils cessent immédiatement la collecte de bois ou de pêcher, ce qu'ils firent tous avec nonchalance, comme si le chauffeur était intervenu non pour les chasser véritablement des lieux mais plutôt pour satisfaire les passagers de sa jeep en quête de nature sauvage (photographie 1).



Photographie 1 – Jeunes tribaux pris en action de pêche dans le parc et qui finissent par déguerpir en riant suite aux nombreuses injonctions du chauffeur

R. Mathevet, mai 2019

À l'entrée du parc, l'ensemble des véhicules se dispersent vers leur lieu/zone d'affectation. Tous n'iront pas dans la même zone ; il y a un tirage au sort des zones (qu'il est possible de moduler). Certains iront en cœur de parc, d'autres dans les zones tampons. Généralement le safari suit le même déroulé : le guide accompagnateur indique les principales espèces de faune et de flore le long du parcours, avec en général de très brefs arrêts pour prendre des photos. Un sentiment d'urgence se met en place pour aller voir au plus vite le tigre. Les jeeps et les bus prennent des chemins différents à l'intérieur de la zone allouée. Lorsque des véhicules se croisent, il semble se mettre en place une temporalité particulière, un moment d'attente et d'enthousiasme, à la fois empli de curiosité sur le sort d'autres touristes ainsi que d'empressement

à s'informer. On se dévisage, les autres ont-ils vu un tigre ? Ou mieux, le Graal du parc pour les spécialistes de l'observation naturaliste, la panthère noire ? Le fait d'avoir pu découvrir, entrevoir ou voir le tigre en premier est source de prestige au sein des naturalistes et de la communauté des guides et chauffeurs. La compétition entre les guides pour être celui qui voit le tigre en premier est intense. Les véhicules entrent littéralement dans une course à la recherche du félin, passant pourtant souvent par des clairières ou des prairies parsemées de cerfs axis qui paissent paisiblement (photographie 2), ou encore devant de vastes étendues d'eau où l'on pourrait aisément s'adonner à l'ornithologie. Mais là n'est pas l'objet de cette course exaltée. Il faut être le premier sur site, bien qu'il existe d'innombrables mammifères, dont certains de taille imposante comme le bison indien (appelé Gaur), à observer. La vue d'empreintes fraîches (photographie 3), ne calme que pour un moment cette frénésie du tigre.

Des empreintes ce n'est pas suffisant, cela fait un très maigre souvenir à emporter à la maison et surtout à montrer. Il s'agit pour certains, non pas de témoigner que l'on a vu les traces de cet emblème national, mais bien d'affirmer que l'on a les moyens de faire un safari dans un parc national. Au bout d'un moment la route reprend, la présence d'un groupe d'éléphants ne suffira pas à stopper longtemps le véhicule. Ce qui compte c'est de pouvoir voir le tigre. Tout à coup le guide fait un grand signe, le chauffeur stoppe le véhicule. Il entend une biche de cerf sambar aboyer. Suite à un rapide jeu de regards entre le guide et le chauffeur, ce dernier démarre en trombes, comme s'il fallait être le premier sur zone. Les appareils photos sont prêts. Le chauffeur coupe le moteur, pendant une minute, tout le monde reste sans voix. Le tigre est là, allongé, paisible à 250 m de distance. Puis tout le monde ne cessera plus de bavarder à l'intérieur du bus malgré les multiples recommandations régulièrement assénées par notre guide. Durant quelques minutes se joue là une véritable lutte des places pour obtenir le meilleur cliché. La moitié des visiteurs étant du mauvais côté du bus se déplace de l'autre côté. Certains se chamaillent et prétendent qu'ils ont une meilleure vue, une vue plus proche, un meilleur angle, une meilleure photo du tigre. Les personnes n'hésitent pas à prêter au guide, qui se tient debout sur le marchepied de la porte du bus⁸, leur appareil photo afin d'obtenir un meilleur cliché. Il n'hésite pas à modifier la réalité, à prendre la photo à l'aide d'un dispositif : pour ceux qui ne possèdent pas de téléobjectifs, le guide prend la photo à l'aide de ses jumelles, le résultat est saisissant (photographies 4 et 5). Ainsi, dans le bus, beaucoup sont déçus. Ils pensaient naïvement pouvoir observer ce tigre de beaucoup plus près. Il semble que leur regard a été construit, modelé par toutes ces images

8. Il est interdit aux visiteurs de descendre du véhicule, en tant que guide, il a le droit d'être dans une co-spatialité particulière, une sorte de sas entre ce monde social vibrant et cette nature que l'on souhaiterait sauvage.



Photographie 2 – Des cerfs axis (*Axis axis*), appelés également Chitals, pâturent avec les Éléphants d’Asie (*Elephas maximus*) les berges de la rivière dans le Parc national de Nagarhole

R. Mathevet, mai 2019



Photographie 3 – Empreintes de Tigre du Bengale (*Panthera tigris tigris*) marchant au pas sur la piste, on distingue de part et d’autre les traces des pneus des jeeps et de cervidés. La trace mesure chez l’adulte 16 cm de long et 15 cm de large à comparer aux traces de chat domestique (*Felis sylvestrus catus*) qui font 5 cm de long et 3 cm de large

R. Mathevet, PN de Ranthambore, Rajasthan, octobre 2017

disponibles dans les médias. Si le zoom et les téléobjectifs des caméras jouent un rôle majeur dans la perception de proximité, les récits touristiques tendent aussi à rapprocher le tigre. La proximité à la fois réelle et fictive apparaît comme un indicateur important de la qualité de cette expérience de nature.



Photographies 4 et 5 – Rôle joué par le zoom et autres téléobjectifs sur cette proximité avec la nature qui fait partie de cette expérience

A. Goreau-Ponceaud, avril 2019

Avec l'augmentation considérable du nombre d'appareils photo et l'utilisation de plus en plus fréquente des téléphones, la valeur de l'expérience de nature associée à l'observation de la faune est étroitement liée à la photographie. Au bout de quelques minutes, une dizaine d'autres véhicules, alertés de la présence du tigre par radio, rejoignent ce site d'observation. Bientôt le tigre est cerné d'un mur de véhicules, comme s'il était au centre de la scène. Cette spectacularisation de la nature est d'autant plus intense qu'arrivent progressivement (3 autres véhicules) des « professionnels » de l'image, ou plus exactement des amateurs avertis dotés d'appareils photos onéreux dont nous allons rapidement parler un peu plus loin (photographie 6).



Photographie 6 – Spectacularisation de la nature. Au prix d’entrée du parc s’ajoute un droit de photographie dont le prix est fonction de la taille du zoom

A. Goreau-Ponceaud, avril 2019

À l’enthousiasme dans le bus succède très vite un autre sentiment, l’impatience. Les visiteurs de Pune et de Mumbai commencent à sortir paquets de chips et autres encas et boissons. L’un d’entre eux interpelle de manière véhémement et arrogante le guide : « Que faisons-nous maintenant à attendre ? Nous attendons quoi d’ailleurs. Ça y est, on l’a vu le tigre, tout le monde l’a vu et a pris sa photo, nous pouvons donc partir ». Le guide apporte la réponse suivante « nous attendons encore un peu pour voir si le tigre va entrer en action de prédation ! ». La réponse ne satisfait que trop peu notre interlocuteur (contrairement aux photographes et naturalistes qui s’installeraient pour longtemps à l’affût d’une telle observation de prédation, Dalla Bernardina 1996), qui ne voulant pas perdre la face devant les membres de sa famille et de sa famille élargie rétorque : « j’ai payé pour faire un safari, je veux donc continuer ce safari ». Contraint par la pression, après plusieurs minutes d’observation, le véhicule quitte en premier ce site privilégié de fétichisation du tigre. L’ordre est ainsi respecté...

Nous repartons alors vers l’entrée du parc que nous avons précédemment emprunté. À l’arrivée au poste d’entrée, notre guide semble faire un topo aux gardiens du parc. Une fois notre *resort* regagné, on nous pose la question suivante : alors, avez-vous vu un tigre ? Notre guide descend du bus, prend le feutre et devant nous commence consciencieusement à cocher les cases du tableau. Il se met en place, à ce moment-là, une sorte de complicité entre le personnel de l’hôtel et les divers clients au sujet, semble-t-il, de la seule chose

qui vaille le détour ici : avoir vu le tigre ou figurer parmi les opérateurs qui donnent cette opportunité presque à coup sûr.

L'expérience humaine, la conservation et la marchandisation de la nature

On le voit avec ce bref récit, cette mise en tourisme du parc entraîne des interactions complexes entre les gestionnaires du parc (mais également les chauffeurs et les guides), les collectivités locales (ces tribaux qui y vivent, qui ont été chassées et relocalisées, mais aussi les agriculteurs), les entreprises touristiques commerciales (les *resorts* mais pas uniquement) et les touristes. Cette expérience de nature, voir ou entrevoir le tigre, émerge dans une économie néolibérale comme une forme spécifique de marchandise touristique, diffusée et soutenue à travers une gamme de médias, accessible sur le marché uniquement par l'investissement de capital économique et social. Elle est préfigurée et fétichisée par des aspects qui vont au-delà de l'expérience immédiate. En somme, l'expérience du touriste indien urbain de classe moyenne qui observe le tigre au sein d'un parc national apparaît comme l'un des nombreux lieux de la (re)production quotidienne du tigre cosmopolite fétichisé à travers le regard des touristes (Jalais, 2008). Figure qui pourrait contribuer à la conservation de la nature. Celle-ci a en effet accompagné le développement du capitalisme depuis très longtemps (Fletcher, 2019). Le tourisme a toujours été une façon de donner une valeur économique aux aires protégées et d'inciter à leur conservation (Ceballos-Lascrain, 1996 ; McAfee 1999). Mais le paradoxe de payer pour observer la faune sauvage ou pour vivre une expérience de nature est croissant. Au lieu de reconnecter le visiteur à la nature, ces safaris de grande consommation ne font que creuser l'opposition entre les humains et la nature et les retombées économiques pour les populations locales restent difficiles à évaluer en raison de politiques de redistribution inexistantes ou confuses.

Qu'il s'agisse du tourisme des classes moyennes indiennes ou des photographes naturalistes amateurs européens qui constituent l'autre public dominant dans ce parc en raison de la forte probabilité d'y observer et donc de « shooter » la très rare panthère noire (individus mélaniques du Léopard indien – *Panthera pardus fusca*), ces deux types de visiteurs pratiquent une forme de voyeurisme très encadré (véhicules et guides, lodges, circuits, points d'eau, lieux de prise de vue). Les opérateurs touristiques organisent des tours des plus beaux parcs nationaux indiens en quelques semaines. Cela au prix fort mais le photographe passionné et fortuné est néanmoins assuré de prendre des clichés exceptionnels et de filmer la panthère des neiges dans l'Himalaya, les tigres du Bengale,

les lions et éléphants d'Asie, les léopards et les ours indiens ou encore le rhinocéros unicolore dans les plaines inondables du Brahmapoutre. Photos et films constituent ensuite autant de preuves tangibles de leur expérience de nature dont l'exploit sera très vite mis en récit. Ces preuves seront aussitôt partagées avec leur réseau social resté en Europe grâce à la téléphonie 4G qui couvre les lodges du parc ou de l'hôtel, et grâce au matériel dernier cri dont ils sont équipés (appareils photos connectés, smartphones, tablettes).

Cette marchandisation de l'observation de la faune a des impacts immédiats sur les résidents locaux, tant sur les humains que sur l'environnement (et les non humains), aux subjectivités spatialement et temporellement éloignées. L'accès à la « nature spectacle », déclinaison parmi d'autres de la *société du spectacle* de Guy Debord ainsi proposée avec l'observation des espèces emblématiques fétiches, ne semble que rarement s'inscrire dans les principes de la découverte naturaliste (au terme d'une quête individuelle ou collective) ni du développement durable ou de la justice sociale. La *nature spectacle* contient les visiteurs dans la société de consommation et ses rapports à la nature. Elle n'est guère pourvoyeuse de connaissances qui faciliteraient l'engagement social en faveur de l'environnement et de la conservation, même si malgré tout certains visiteurs devraient tirer de ces interactions quelques émotions et impressions qui devraient contribuer à une attitude plus positive envers les enjeux de conservation de la biodiversité (Skibins *et al.* 2013). La promotion de cette *nature spectacle*, cette « consommation du tigre » au contraire accentue la dichotomie homme/nature (Vasan 2018), transforme non seulement la nature mais l'accès à la nature (Castree 2003) et l'expérience même de nature en produits de consommation (Mathevet 2004) et ce faisant passe sous silence les processus socio-écologiques qui ont façonné et façonnent encore le paysage de l'aire protégée, et les relations des humains à la nature et des humains entre eux au sujet de la nature (Mathevet et Béchet 2020).

Quelles pistes de recherches poursuivre alors ?

En tant que chercheurs occidentaux en mission de longue durée en Inde, ces modalités d'observation de la faune sauvage ont été dominées, contrairement à nos expériences africaines, par une frustration naturaliste croissante : la quasi-impossibilité d'avoir une véritable expérience de nature dans ces parcs nationaux (qui sont par ailleurs incontestablement intéressants pour la conservation des paysages et de la biodiversité) alors que des excursions aux périphéries de parcs ou sanctuaires ont ponctuellement permis de connaître les émotions de la *sauvagerie* indienne avec, malgré ou sans l'empreinte humaine. Fort de ces observations à Nagarhole et ailleurs en Inde, il nous semblerait

intéressant de poursuivre un travail d'identification des différentes formes de tourisme de nature en Inde et plus largement en Asie du Sud et du Sud-Est. Une typologie basée sur l'intérêt des visiteurs pour la nature elle-même ou comme support d'activité récréative vs un accès individuel et indépendant ou groupé et très standardisé pourrait être construit en adaptant la typologie proposée par Arnegger *et al.* (2010). Cette typologie pourrait utilement contribuer à définir l'expérience de nature dans ces aires protégées en prêtant particulièrement attention au type de parc et de paysage, de lodges et de campements, de routes et de véhicules, étant donné que la rencontre avec la nature et ses composantes se fait par ces éléments, et que tous les sens y participent (Hays, 2012) tout comme la place du corps (Markwell, 2001) ainsi que le lieu de la première mise en récit. Un tel travail pourrait chercher à combler les besoins de recherches identifiés par Puri *et al.* (2019) et s'accompagner d'études de cas pour évaluer les effets de la pression touristique (1) sur les usages des milieux et la distribution de la faune mais aussi sur l'évolution des comportements des animaux au sein et en dehors de l'aire protégée; (2) sur l'aménagement du territoire environnant les aires protégées, les impacts sur la connectivité écologique et la ressource en eau et en bois ou encore la pollution et le bruit généré par l'activité touristique; (3) la distribution des bénéfices matériels et immatériels du tourisme de nature selon les acteurs et populations locales (ressources, prix du foncier, arrivées de nouveaux opérateurs etc.).

Entre activité de niche pour l'élite et consommation de masse, le tourisme dans les aires protégées est encore à amender afin qu'il contribue à reconnecter les humains à la nature et aux économies locales. Une approche selon différents types d'aires protégées et de faune emblématique associée, selon différentes aires ethniques et culturelles (bouddhisme, hindouisme, islam), selon la distance aux zones touristiques de sites culturels et des environnements variés, serait à même de fournir une meilleure compréhension des fondements et des pratiques observées afin de contribuer à améliorer la satisfaction des visiteurs et mettre celle-ci en phase avec les principes de conservation de la biodiversité.

Bibliographie

Adler J., 1989 – « Travel as a performed art », *American Journal of Sociology*, n° 94, p. 1366-1391.

Arnegger J., Woltering M. et Job H., 2010 – Toward a product-based typology for nature-based tourism: a conceptual framework, *Journal of Sustainable Tourism* 18, 7, p. 915-928.

Ballantyne R., Packer J. et Falk J., 2011 – “Visitors” learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife

tourism experiences using structural equation modelling”, *Tourism Management*, n° 32, p. 1243-1252.

Brosius C., 2010 – *India’s middle class: New forms of urban leisure, consumption and prosperity*, London, Routledge, 381p.

Butt C., 2012 – “Commoditizing the safari and making space for conflict: Place, identity and parks in East Africa”, *Political Geography*, vol. 31, n° 2, p. 104-113.

Callicott J.B., MacRae J., 2014 – *Environmental Philosophy in Asian Traditions of Thought*. New York, SUNY Press, 440 p.

Castree N., 2003 – “Commodifying what nature?”, *Progress in Human Geography*, vol. 27, n° 3, p. 273-297.

Ceballos-Lascurain H., 1996 – *Tourism, ecotourism, and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Gland, IUCN. 301 p.

Dalla Bernardina S., 1996 – *L’utopie de la nature. Chasseurs, écologistes et touristes*. Paris, Imago, 304 p.

Debord G., 1967 – *La Société du Spectacle*. Paris, Buchet-Chastel, 175p.

Deshpande S., 2003 – “The centrality of the middle class”, in Deshpande S, *Contemporary India: a sociological view*, New Delhi, Viking, p. 125-150.

Fernandes L., 2006 – *India’s New Middle Class: Democratic Politics in a Era of Economic Reform*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 336 p.

Fernandes L., 2000 – “Restructuring the New Middle Class in Liberalizing India”, *Comparative Studies of South Asia, Africa and Middle East*, vol. 20, n° 1-2, p. 88-104.

Fletcher R., 2019 – “Ecotourism after nature: Anthropocene tourism as a new capitalist “fix””, *Journal of sustainable tourism*, vol. 27, n° 4, p. 522-535.

Gadgil M., Guha R., 1995 – *Ecology and Equity: The Use and Abuse of Nature in Contemporary India*. Londres, Routledge, 213p.

Ghosal S., Athreya V.R., Linnell J.D.C. et Vedeld P.O., 2013 – “An ontological crisis? A review of large felid conservation in India”, *Biodiversity and Conservation*, vol. 22, n° 11, p. 2665-2681.

Goreau-Ponceaud A., 2019 – « Colonialité et tourisme: la fabrique des identités et des altérités en Inde », *Via* [En ligne], n° 16, URL: <http://journals.openedition.org/viatourism/4212>; DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.4212>.

Hays C.M., 2012 – “Placing Nature(s) on Safari”, *Tourist Studies*, vol. 12, n° 3, p. 250-267.

Jalais A., 2008 – « Unmasking the cosmopolitan Tiger », *Nature and culture*, vol. 3, n° 1, p. 25-40. <https://doi.org/10.3167/nc.2008.030103>.

Karanth K.K., DeFries R., Srivathsa A., Sankaraman V., 2012 – “Wildlife tourists in India’s emerging economy: potential for a conservation constituency?”, *Oryx*, vol. 46, n° 3, p. 382-390.

Karant K.K., Jain S., Mariyam D., 2017 – “Emerging trends in wildlife and tiger tourism in India”, in J.S. Chen & N.K. Prebensen (ed.), *Nature tourism*, New York, Routledge, p. 159-171.

Knafou R., 2011 – « Le tourisme, indicateur et outil de transformation du monde », *Géococonfluences*, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/TourScient.htm>.

Landy F., 2015 – « Le grand écart spatial de l'Inde: introduction », *EchoGéo*, n° 32 URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/14279>; DOI: <https://doi.org/10.4000/echogeo.14279>.

Markwell K., 2001 – “An intimate rendezvous with nature? Mediating the tourist-nature experience at three tourist sites in Borneo”, *Tourist studies*, vol. 1, n° 1, p. 39-57.

Mathevet R., 2004 – *Camargue incertaine. Sciences, usages et natures*. Paris, Buchet-Chastel, 208 p.

Mathevet R., Béchet A., 2020 – *Politiques du flamant rose. Vers une écologie du sauvage*. Marseille, WildProject, 148 p.

McAfee K., 1999 – “Selling nature to save it? Biodiversity and green developmentalism”, *Society and Space*, vol. 17, n° 2, p. 133-54.

Mittermeier R.A., Turner W.R., Larsen F.W., Brooks T.M., Gascon C., 2011 – “Global biodiversity conservation: The critical role of hotspots”, in Zachos F et Habel J. (ed.), *Biodiversity hotspots*, Heidelberg, Springer, p. 3-22.

Münster D., Münster U., 2012 – « Consuming the Forest in an Environment of Crisis: Nature Tourism, Forest Conservation and Neoliberal Agriculture in South India », *Development and Change*, n° 43-1, p. 205-277.

Prévot A.C., Clayton S, Mathevet R., 2018 – “The relationship of childhood upbringing and university degree program to environmental identity: Experience in nature matters”, *Environmental Education Research*, vol. 24, p. 263-279.

Puri M., Karant K.K., Thapa B., 2019 – “Trends and pathways for ecotourism research in India”, *Journal of ecotourism*, vol. 18, n° 2, p. 122-141.

Rosa C.D., Collado S, 2019 – « Experiences in Nature and Environmental Attitudes and Behaviors: Setting the Ground for Future Research », *Frontiers in Psychology*, en ligne, DOI: 10.3389/fpsyg.2019.00763.

Saarinen J., 2004 – “Tourism and Touristic Representations of Nature”, in A.A. Lew, C.M. Hall and A.M. Williams (eds.), *A Companion to Tourism*, Oxford, Blackwell Publishing, p. 438-49.

Sekhar N., 2003 – “Local people’s attitudes towards conservation and wildlife tourism around Sariska Tiger Reserve, India”, *Journal of Environmental Management*, n° 69, p. 339-347.

Skibins J.C., Powell R.B., Hallo J.C., 2013 – “Charisma and conservation: charismatic megafauna’s influence on safari and zoo tourists’ pro-conservation behaviors”, *Biodiversity and Conservation*, vol. 22, p. 959-982.

Stock M., 2007 – “European Cities: Towards a Recreational Turn?”, *Hagar: Studies in Culture, Polity and Identities*, vol. 7, n° 1, p. 115-134.

Tremblay P., 2001 – “Wildlife tourism consumption: Consumptive or non-consumptive?”, *The International Journal of Tourism Research*, n° 3, p. 81-86.

Tremblay P., 2002 – “Tourism wildlife icons: Attractions of marketing symbols?”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 9, n° 2, p. 164-180.

Uddhammar E., 2006 – “Development, conservation and tourism : conflict or symbiosis?”, *Review of International Political Economy*, vol. 13, n° 4, p. 656-678.

Urry J., 1990 – *The Tourist Gaze: leisure and travel in contemporary societies*, Londres, Sage, 180 p.

Vasan S., 2018 – “Consuming the Tiger : experiencing neoliberal nature”, *Conservation and Society*, vol. 16, n° 4, p. 481-492.