



HAL
open science

**LES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME AU
KILIMANDJARO** Ecriture filmique & écriture textuelle
comme mode de compréhension des dynamiques
géographiques en terre Chagga

Juhane Dascon

► **To cite this version:**

Juhane Dascon. LES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME AU KILIMANDJARO Ecriture filmique & écriture textuelle comme mode de compréhension des dynamiques géographiques en terre Chagga. Géographie. DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE TOULOUSE, 2009. Français. NNT: . tel-01258399

HAL Id: tel-01258399

<https://shs.hal.science/tel-01258399>

Submitted on 20 Jan 2016

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.



Université
de Toulouse

THÈSE

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par l'Université de Toulouse II – Le Mirail

Discipline: Géographie et aménagement
Spécialité : Études rurales

Présentée et soutenue par Juhane DASCON
Le 14 février 2009

Titre : **LES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME AU KILIMANDJARO**
Écriture filmique & écriture textuelle comme mode de compréhension des
dynamiques géographiques en terre Chagga

Volume 1

JURY

M. François BART, Géographe, Professeur, Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3, *Rapporteur*
Mme Marie-Claude CASSÉ, Géographie, Professeur émérite, Université de Toulouse II, *Co-directrice*, Présidente du Jury
M. Bernard CHARLERY de la MASSELIÈRE, Géographe, Professeur, Université de Toulouse II, *Directeur*.
M. Jean-Pascal FONTORBES, Docteur en Communication et Audiovisuel, Ecole Nationale de Formation Agronomique.
Mme Anne-Marie GRANIÉ, Sociologue, Professeur, Ecole Nationale de Formation Agronomique, directrice de l'UMR Dynamiques Rurales.
M. Olivier LAÜGT, Sciences de l'Information et Communication, Maître de Conférences, Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3
Mme Isabelle SACAREAU, Géographe, Maître de Conférences HDR, Université de La Rochelle, *Rapporteur*

Ecole doctorale : Ecole doctorale TESC, Temps, Espace, Société, Culture.

Unité de recherche : UMR Dynamiques Rurales

Directeurs de Thèse : Sous la direction de Bernard CHARLERY DE LA MASSELIÈRE et co-direction de Marie-Claude CASSÉ



Université
de Toulouse

THÈSE



En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par l'Université de Toulouse II – Le Mirail

Discipline: Géographie et aménagement
Spécialité : Études rurales

Présentée et soutenue par Juhane DASCON
Le 14 février 2009

Titre : LES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME AU KILIMANDJARO
Écriture filmique & écriture textuelle comme mode de compréhension des
dynamiques géographiques en terre Chagga

Volume1

JURY

M. François BART, Géographe, Professeur, Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3, *Rapporteur*
Mme Marie-Claude CASSÉ, Géographie, Professeur émérite, Université de Toulouse II, *Co-directrice*,
Présidente du Jury

M. Bernard CHARLERY de la MASSELIÈRE, Géographe, Professeur, Université de Toulouse II, *Directeur*

M. Jean-Pascal FONTORBES, Docteur en Communication et Audiovisuel, Ecole Nationale de Formation
Agronomique.

Mme Anne-Marie GRANIÉ, Sociologue, Professeur, Ecole Nationale de Formation Agronomique, directrice
de l'UMR Dynamiques Rurales

M. Olivier LAÜGT, Sciences de l'Information et Communication, Maître de Conférences, Université Michel
de Montaigne - Bordeaux 3

Mme Isabelle SACAREAU, Géographe, Maître de Conférences HDR, Université de La Rochelle, *Rapporteur*

Ecole doctorale : Ecole doctorale TESC, Temps, Espace, Société, Culture.

Unité de recherche : UMR Dynamiques Rurales

Directeurs de Thèse : Sous la direction de Bernard CHARLERY DE LA MASSELIÈRE et
co-direction de Marie-Claude CASSÉ

A Anna,
Ene Familiari,
Ene Lurrari,

REMERCIEMENTS

La réalisation d'une thèse constitue un parcours où s'entrechoquent perpétuellement dimensions humaines et dimensions scientifiques. Chacune de ces deux dimensions se nourrit de rencontres qui permettent à l'*apprenti-chercheur* de tracer sa propre voie entre les influences extérieures et son identité propre. A l'heure des remerciements je pense donc à tous ceux, qui, de près ou de loin ont contribué à alimenter ma réflexion et qui m'ont permis d'aboutir à ce travail original souhaitant appréhender un questionnement de géographe à l'aide de l'écriture filmique et de l'écriture textuelle. Sur les versants du Kilimandjaro ou dans les différentes universités fréquentées, les rencontres humaines réalisées ont constitué la plus grande richesse de ce parcours scientifique.

Je tiens à remercier tout d'abord les quatre membres de mon comité de thèse qui ont accompagné et soutenu ce projet. Chacun avec son identité disciplinaire et sa personnalité a apporté une couleur spécifique à ce travail, contribuant à faire de l'interdisciplinarité une réalité. Géographie, sociologie et cinéma ont été imbriqués pour donner forme à une approche géographique qui prend le risque d'innover par l'enrichissement des modes d'expression de l'analyse géographique. Mes deux directeurs de thèse, Bernard Charlery de la Masselière et Marie-Claude Cassé ont su me transmettre leur amour de la géographie et le sens de la rigueur scientifique. Anne-Marie Granié, qui accompagne ma réflexion depuis le DEA, m'a permis d'appréhender la richesse scientifique du discours des « acteurs ordinaires » ; elle a suscité l'envie d'aborder les réalités socio-spatiales par l'analyse des discours, m'encourageant à m'ouvrir aux méthodologies du sociologue. Jean-Pascal Fontorbes, chercheur-cinéaste, m'a impliqué dans son *combat* pour la reconnaissance du film-recherche comme véritable objet de pensée scientifique. Il m'a donné le goût du cinéma en me faisant passer de l'autre côté de la caméra me permettant d'appréhender la force du langage audiovisuel pour la production et la transmission d'une analyse scientifique.

Marie-Claude, Anne-Marie, Bernard et Jean-Pascal recevez toute ma gratitude pour votre accompagnement et votre implication dans ce projet atypique. Vous m'avez transmis plus que des connaissances scientifiques, les valeurs du collectif sans lesquelles le chercheur n'est rien.

Je souhaite également remercier toutes les personnes rencontrées sur le terrain. Suleman, Dismas, Lameck, Melkio, Deo, Philip, Rosmin, Matayo, Vinceslaus, Gnataiti, Praigod, Malissa, Haro, Maria, Amanda, Alex, Pascale, Karen, Zamo, August, Emmanuel, Stanley, Wilfried, Stratton, Joseph, Seamus, Daniel, Tony, Mailys, les responsables du *Kilimandjaro National Park*,...vous avez tous joué un rôle majeur dans ce travail en acceptant chacun à votre manière de me raconter votre vie, votre parcours, en m'accueillant chez vous pour me faire comprendre vos vies. Les moments passés à vos côtés ont été chaque fois des pierres s'ajoutant à l'édifice de mon analyse de la réalité socio-spatiale du Kilimandjaro. Ces rencontres dans l'interculturel ont également constitué l'apport majeur de ce travail impliquant remise en cause de mes références propres et questionnements sur la nature de notre monde. *Asante Sana* à vous tous !

Ce travail de thèse s'inscrit également dans la vie d'une équipe de recherche. Accueilli en 2003 au sein de l'UMR Dynamiques Rurales, j'ai appris énormément au contact des doctorants et des enseignants chercheurs de ce groupe pluridisciplinaire. Je

remercie donc l'ensemble des membres du laboratoire et plus particulièrement Arlette, notre « maman » à tous, toujours disponible pour rendre service et répondre aux attentes des chercheurs. Je remercie aussi Aquiles Simoes, Sébastien Rayssac, Laurence Barthe, Agnès Terrieux, Philippe Sahuc, Johan Milian, Mélanie Gambino, Sandrine Bacconnier, Ève-Anne Bulher, Umberto Cugola, Jean-Pierre Loredo, Kate Mailfert, Estelle Uginet, Alain Bonnassieux, Hélène Guetat ...vous avez apporté votre contribution à ce travail au gré d'échanges informels ou de travaux scientifiques communs.

Ce travail a également été l'occasion d'une collaboration étroite avec l'UMR Ades-Dymset à l'Université Michel de Montaigne de Bordeaux 3. Les membres du groupe Dymset dirigé à l'époque par François Bart m'ont accueilli les bras ouverts, partageant leur grande connaissance de la région du Kilimandjaro. Leur appui a été déterminant pour la réalisation de ce travail et je remercie particulièrement Odile Chapuis et Guilène Réaud-Thomas pour avoir mis à ma disposition les cartes nécessaires. Mes pensées vont aussi à Nicolas Lemoigne, Marie-Louise Penin, Arlette Turllet, Bernard Callas et Simon Pomel. Remerciements spécifiques pour Maylis Chavin, géographe de qualité qui m'a accompagné dans les doutes et les joies du terrain, partageant sa grande connaissance de la Tanzanie, de Zanzibar à Moshi.

Je remercie également les membres de l'Institut Français de Recherche en Afrique (IFRA) de Nairobi qui a soutenu ce travail. L'aide financière et logistique apportée fut déterminante pour la réussite de chacun des quatre terrains réalisés.

L'expérience du jeune chercheur serait incomplète sans l'enseignement. Notre statut d'allocataire-moniteur nous a permis de faire nos premiers pas d'enseignant essayant de transmettre notre amour pour la géographie. Je remercie donc toutes les personnes qui ont facilité l'accès à cette expérience qui fut l'un des enrichissements majeurs de notre parcours. Ma gratitude donc aux membres du département de Géographie et d'Aménagement de l'Université de Toulouse II et plus particulièrement à ses directeurs, Robert Marconis, puis Jean-Pierre Wolf et Florence Laumière. Mes remerciements à Laurence Barthe qui a accompagné en tant que tutrice mes premiers pas d'enseignant.

Écriture textuelle, écriture filmique, ce travail comprend aussi tout un apprentissage de la maîtrise de l'audiovisuel. Je remercie donc Anne-Marie Granié, Jean-Pascal Fontorbes et l'École Nationale de Formation Agronomique (ENFA) pour la mise à disposition du matériel audiovisuel. Je remercie Jean-Michel Cazenave, pédagogue patient, qui m'a initié à la technique du montage audiovisuel. Merci également à toi Maxence pour ton implication précieuse dans ce film.

L'insertion du Film-recherche dans ma démarche scientifique a suscité de nombreuses questions fondamentales quant à la nature du langage scientifique. J'ai ainsi souhaité pendant la thèse compléter mon parcours de géographe par un master professionnel de médiation de la science réalisé à l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC) à l'Université Michel de Montaigne de Bordeaux 3. Cette expérience a été décisive pour mon avenir professionnel et m'a permis d'enrichir ma réflexion sur la capacité des différents média à transmettre de l'information technique ou scientifique. Olivier Laugt, directeur de la formation MSICOMS, a été le grand architecte de cette expérience, faisant preuve d'ouverture et de générosité, il m'a accueilli dans cette formation donnant à mon parcours universitaire une dimension nouvelle. Je remercie tous les acteurs de la formation, enseignants et étudiants, et particulièrement Valérie Gènebès enseignante passionnée et Christophe Kenderian mon complice inconditionnel.

Toute ma reconnaissance également à Maylis Goihenex, ancienne collègue de l'UPPA et aujourd'hui cartographe, qui a accepté de travailler avec moi sur la réalisation des cartes originales de cette thèse.

Enfin, soutien décisif, famille et amis, vous m'avez accompagné durant ces longues années acceptant mes doutes et mes espoirs, partageant ma soif de connaissance, mes expériences de voyage et mes questionnements multiples. Anna, d'abord, depuis cinq ans tu m'accompagnes dans cette folle aventure commencée en DEA avec quelques dessins d'enfants que nous avons partagés dans la salle de classe de Menditte ; une aventure qui s'est poursuivie sur les chemins sinueux du Kilimandjaro où tu es venue partager un peu de mon expérience d'apprenti-géographe. Ton aide, ta générosité, ta patience, ton amour ont été des soutiens essentiels dans ce parcours, merci à toi. Aita, Ama, Maider, Graxiana, Henri, Patrick, Cédric, Maite, bihotzetik eskerrik hanits. Familiaren amodioak eta lagüntzak ekarten dü beharrezko süstengia biziaren xenda okerretan.

SOMMAIRE

- Volume 1 -

INTRODUCTION GÉNÉRALE

12

PREMIÈRE PARTIE D'UNE RESSOURCE A L'AUTRE EN TERRE CHAGGA: POUR UNE APPROCHE TERRITORIALE DES ESPACES MONTAGNARDS

32

INTRODUCTION PREMIERE PARTIE	33
Chapitre I HISTOIRE DU DEVELOPPEMENT AU KILIMANDJARO : LOGIQUES D'ADAPTATION ET FORCE ORGANISATIONNELLE DE LA SOCIETE CHAGGA.....	36
1- D'une organisation verticale de la production agricole a la spécialisation des terroirs au profit du modèle de développement colonial	39
1.1- Période précoloniale : organisation verticale des chefferies du Kilimandjaro et intégration à un système circulatoire.....	41
1.2- Logiques coloniales : aux origines de la paysannerie chagga, productrice de café.....	49
2- Crise du modèle agricole Chagga.....	62
2.1- Quelle approche géographique ?.....	63
2.2- Les conditions locales et globales de la crise caféière.....	68
2.3- Crise d'une société paysanne.....	77
3- Recompositions sociales et spatiales.....	85
3.1- Logiques adaptation chagga.....	86
3.2- L'émergence du tourisme au Kilimandjaro	93
Chapitre II APPROCHE TERRITORIALE DES ESPACES MONTAGNARDS : COMPRENDRE LA PRODUCTION DES TERRITOIRES AU TRAVERS DES LOGIQUES D' ACTIONS.....	102
1- La construction territoriale comme cadre de référence.....	106
1.1- Pour une approche multidimensionnelle des territoires.....	106
1.2- Le lieu constitutif du territoire.....	110
2- La ressource comme construction sociale	115
2.1- Une notion d'interface dans les rapports sociétés/espaces à travers le temps.....	117
2.2- Ressources et logiques d'action.....	119
2.3- Les spécificités de la production de la ressource touristique.....	121
3- Les acteurs dans la construction territoriale.....	127
3.1- Les acteurs <i>ordinaires</i> et les pratiques du quotidien.....	128
3.2- Acteurs en interaction : pour une analyse des jeux d'acteurs.....	132

Chapitre III	LA PAROLE DES ACTEURS : ENTRETIENS CONVERSATIONNELS ET ÉCRITURE FILMIQUE.....	140
	1- Le discours au cœur de la compréhension des logiques territoriales.....	145
	1.1- Paroles d'acteurs et constructions territoriales.....	145
	1.2- Recueil du discours et observation des pratiques sociales.....	150
	1.3- L'entretien conversationnel, la rencontre comme exigence.....	158
	2- L'analyse du discours.....	166
	2.1- L'analyse comme fondement d'une approche qualitative.....	166
	2.2- Analyse thématique et analyse intermédiaire.....	168
	2.3- Le discours, révélateur des trajectoires sociales et des représentations socio-spatiales qui sous tendent les pratiques.....	171
	3- Le film recherche comme outil de recueil et d'analyse de la réalité géographique.....	177
	3.1- Le film comme production scientifique : histoire et perspectives.....	180
	3.2- Le terrain caméra au poing.....	187
	3.3- Les apports du film dans l'analyse géographique.....	195
	CONCLUSION PREMIERE PARTIE	221

**DEUXIÈME PARTIE
LES CONDITIONS DE L'ÉMERGENCE DU TOURISME AU
KILIMANDJARO 224**

	INTRODUCTION DEUXIÈME PARTIE	222
Chapitre IV	TOURISME ET DÉVELOPPEMENT.....	228
	1- L'Afrique en marge du tourisme international.....	231
	1.1- La concentration des flux touristiques et le problème des fuites.....	231
	1.2- L'inégal développement du tourisme international en Afrique.....	235
	2- Discours international et référentiels politiques.....	243
	2.1- L'émergence du tourisme dans le discours sur le développement.....	244
	2.2- L'intégration du tourisme aux politiques de libéralisation des services.....	248
	2.3- Tourisme et développement, du mythe à la réalité.....	251
	3- La géographie de l'industrie du tourisme en Tanzanie.....	254
	3.1- Une croissance spectaculaire.....	255
	3.2- Une répartition géographique inégale.....	259
	3.3- Une organisation politique adaptée au développement du tourisme.....	266
Chapitre V	POLITIQUES DE CONSERVATION DE LA NATURE ET ÉVOLUTION DES STRATÉGIES GOUVERNEMENTALES.....	273
	1- Les politiques de conservation en Tanzanie.....	276
	1.1- L'idéologie conservacionniste: maîtrise de l'espace et contrôle des ressources.....	276
	1.2- La protection de la nature sous la colonisation.....	281
	1.3- Le renforcement des politiques de conservation à l'indépendance.....	287
	2- Le tourisme dans les stratégies gouvernementales.....	298
	2.1- De la naissance du tourisme sous la colonisation aux hésitations postcoloniales.....	299
	2.2- La politique touristique dans la Tanzanie contemporaine.....	308

Chapitre VI	CONSTRUCTION MYTHIQUE DU KILIMANDJARO : LA GÉNÉRALISATION DE LA REPRÉSENTATION OCCIDENTALE DE LA MONTAGNE.....	322
	1- La représentation de la montagne dans l'imaginaire occidental.....	327
	1.1- De la montagne repoussoir à son idéalisation.....	328
	1.2- La mise en désir des hauts, l'invention du tourisme de trekking.....	330
	2- La construction du mythe du Kilimandjaro.....	338
	2.1- Récit de la découverte du « toit de l'Afrique ».....	338
	2.2- L'instrumentalisation du mythe par les projets politiques successifs.....	342
	3- La réappropriation du mythe dans la rhétorique commerciale du tourisme international.....	347
	3.1- Le mythe entre l'imaginaire et le réel.....	347
	3.2- Les références aux mythes pour la communication touristique.....	349
	3.3- L'étage café-banane dans la représentation touristique du Kilimandjaro : non-lieu du tourisme de trekking.....	361
	CONCLUSION DEUXIÈME PARTIE	368

- Volume 2 -

TROISIÈME PARTIE LES DYNAMIQUES SOCIO-SPATIALES DU TOURISME AU KILIMANDJARO 378

	INTRODUCTION TROISIÈME PARTIE	379
Chapitre VII	LA STRUCTURATION SPATIALE DU TOURISME DE TREKKING AUTOUR DU KILIMANDJARO.....	382
	1- La mise en tourisme du Kilimandjaro.....	385
	1.1- La mise en réserve des hauts	385
	1.2- Le rôle du <i>Kilimanjaro Mountain Club</i> dans la structuration du tourisme de trekking.....	391
	1.3- Le rôle accélérateur du Parc National du Kilimandjaro.....	398
	1.4- 1980-1990, la diversification des acteurs du tourisme et le développement progressif de l'économie du trekking.....	403
	2- Le Kilimandjaro, un territoire touristique intégré au <i>Northern Circuit</i>.....	408
	2.1- Arusha, centre organisationnel du tourisme tanzanien.....	411
	2.2- Le Kilimandjaro, pôle secondaire du tourisme régional.....	414
Chapitre VIII	LES DYNAMIQUES PROFESSIONNELLES DU TREKKING DANS L'ESPACE LOCAL.....	427
	1- Trekking et dynamiques d'entreprise au Kilimandjaro.....	429
	1.1- L'hétérogénéité des entreprises de trekking.....	430
	1.2- Les moyens de communication, au cœur de l'activité des agences de trekking.....	437
	2- La hiérarchie du trekking : logiques d'acteurs et dynamiques professionnelles.....	440
	2.1- Mécanismes d'insertion dans les métiers du trekking et dynamiques de recrutement.....	441

2.2- La difficulté des métiers du portage : les dangers de la montagne.....	446
2.3- Les inégalités salariales dans la hiérarchie du trekking	452
3- Les conditions de l'ascension sociale dans la hiérarchie du trekking.....	462
3.1- La hiérarchie du trekking bouleversée par l'adoption de standards internationaux.....	462
3.2- La formation au cœur des logiques d'acteurs	464
Chapitre IX PLURIACTIVITÉ ET MOBILITÉ DES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME	470
1- Les emplois du trekking dans la pluriactivité paysanne.	472
1.1- L'accélération des logiques de pluriactivité dans un contexte de crise.....	474
1.2- Territoire du tourisme et territoire paysan : rythmes de travail et mobilités....	481
1.3- La circulation de l'argent du trekking dans l'économie locale.....	487
2- Les Migrations vers la ville : les salariés du trekking dans l'espace urbain	492
2.1- Les modes d'habiter urbains des guides et des porteurs.....	493
2.2- Les fonctions de la ville dans l'organisation des salariés du trekking.....	498
2.3- Structuration de réseaux originaux et mutations identitaires : la ville comme vecteur de changement.....	509
3- Le tourisme et la rencontre ?.....	516
3.1- Standards touristiques et représentations de l' « ailleurs ».....	517
3.2- La rencontre dans le cadre d'un rapport marchand.....	520
Chapitre X LA MISE EN TOURISME DE L'ÉTAGE CAFÉ-BANANE : DISCOURS INTERNATIONAL ET RÉALITÉS LOCALES DU TOURISME ALTERNATIF	528
1- L'émergence d'une demande touristique nouvelle.....	530
1.1 L'apparition du tourisme alternatif dans les référentiels internationaux.....	530
1.2- Une clientèle spécifique en quête de distinction.....	532
1.3- La remise en cause des bienfaits du tourisme alternatif.....	534
2- La réappropriation du discours par le gouvernement tanzanien	536
3- L'hétérogénéité des initiatives de tourisme alternatif au Kilimandjaro	542
3- Les réalités du tourisme alternatif dans l'étage café-banane.....	561
CONCLUSION TROISIÈME PARTIE	569

**QUATRIÈME PARTIE
FILM-RECHERCHE : LES ACTEURS PAYSANS DU TOURISME AU
KILIMANDJARO DVD**

CONCLUSION GÉNÉRALE 572

BIBLIOGRAPHIE 580

Liste des sigles et acronymes.....	596
Table des cartes.....	599
Table des tableaux.....	601

Table des illustrations.....	604
Table des Figures.....	607
Table des Séquences Film.....	609

ANNEXES

611

Annexe 1 : Organisation des différents terrains de recherche.....	614
Annexe 2 : Communications scientifiques et film-recherche.....	615
Annexe 3 : Histoire de l' <i>African Wildlife Managment College of Mweka</i>	616
Annexe 4 : Extraits du <i>Kilimandjaro Mountain Club minute book</i>	620
Annexe 5 : Articles de presse.....	643
Annexe 6 : Examen final pour l'obtention de la licence de guide au Kilimandjaro.....	651
Annexe 7 : Code Mondial d'Ethique du Tourisme.....	654
Annexe 8 : Répartition des revenus du <i>KNCU fair tourism project</i>	662
Annexe 9 : Programme officiel du tourisme culturel en Tanzanie.....	663
Annexe 10 : Les supports de communication des différents projets de tourisme culturel au Kilimandjaro.....	667



**INTRODUCTION
GÉNÉRALE**



« *Compie tourna la tête et sourit en montrant quelque chose du doigt et là, devant eux, tout ce qu'il pouvait voir, vaste comme le monde, immense, haut et incroyablement blanc dans le soleil, c'était le sommet carré du Kilimandjaro* » (Ernest Hemingway, *Les Neiges du Kilimandjaro*, 1946, p49). Le début d'une thèse sur la question du tourisme au Kilimandjaro ne pouvait commencer autrement que par ces mots célèbres d'Hemingway qui montrent toute la charge symbolique de cette montagne, mythe international construit au fil du temps, des écrits et des discours, relayés aujourd'hui par une sémantique commerciale au service d'une activité touristique présentée par les organismes internationaux comme l'un des moyens majeurs de rééquilibrage des inégalités Nord-Sud. Montagne désirée, montagne représentée, montagne *mise en produit*, le Kilimandjaro fait partie de ces sommets rares dans le monde qui ont intégré l'imaginaire collectif et qui souffrent, de fait, d'une forme de méconnaissance simplificatrice paradoxale. Si l'image du sommet du volcan résonne dans les esprits en raison de son statut de *Toit de l'Afrique*, la population vivant sur les versants de cette montagne tropicale d'Afrique et connue sous le nom de Chagga, est, quant à elle, souvent absente de la construction du mythe. Espace rural des hautes terres d'Afrique de l'Est, le Kilimandjaro voile donc, par la renommée de son sommet, un territoire rural densément peuplé, théâtre d'une agriculture dynamique et longtemps prospère, bénéficiant de terroirs à la fertilité remarquable dans cette région de hauts plateaux et de savanes semi-arides. Cette région est le territoire de la paysannerie chagga, groupe ethnique dominant dans cette partie du Nord de la Tanzanie en bordure de la frontière kenyane. C'est sur cette partie du monde que notre regard de géographe s'est porté pendant près de cinq ans afin de comprendre comment une paysannerie montagnarde d'Afrique subsaharienne construit et/ou reconstruit son territoire au gré des contraintes contextuelles, alternant permanences et changements.

Aux origines du questionnement montagnard

Les espaces montagnards sont depuis longtemps au centre de notre intérêt d'*apprenti-géographe* tant pour des raisons affectives que pour des raisons scientifiques qui les ont placés au cœur d'interrogations multiples, institutionnalisées en 2002 par une

Année Internationale de la Montagne (AIM) proclamée par l'Assemblée Générale des Nations Unies. À cette époque, nous faisons nos premiers pas de géographe sur la montagne tropicale à Tahiti – dans le cadre d'une maîtrise de géographie à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour (UPPA) - prenant la mesure de l'exigence du terrain dans un contexte interculturel et confrontant notre regard aux versants des volcans tropicaux et aux pratiques de leurs habitants. Ce premier travail intitulé *Pratiques et représentations de la montagne à Tahiti* (Dascon, 2002) nous a donné l'opportunité de nous familiariser avec les outils méthodologiques du géographe et de dessiner l'esquisse d'une préférence pour la dimension sociale de la géographie qui se précisera avec le temps et l'expérience. Nous avons en effet à cette époque un intérêt naissant pour la construction sociale des espaces, une attention particulière pour les pratiques quotidiennes des individus, leurs représentations et leurs discours comme outil de compréhension du réel. En somme, l'intuition que « *L'espace n'est pas quelque chose qui existe « là-bas » indépendamment de nous. C'est notre pensée qui crée la réalité spatiale, qui lui donne forme et sens* » (Gumuchian, 1989, p35). Cette première approche a contribué à la prise de conscience des enjeux sociaux et scientifiques spécifiques concentrés sur l'espace montagnard, un espace ayant de tout temps fasciné les populations, un espace longtemps craint, aujourd'hui traversé par des logiques controversées. Nous avons découvert à Tahiti une montagne à plusieurs visages : montagne ressource pour les uns, montagne loisir ou encore montagne symbole des enjeux environnementaux globaux pour d'autres. Cette diversité se manifeste non seulement par des représentations hétérogènes projetées sur un même espace mais également par des pratiques souvent différentes et parfois opposées. Des pratiques organisées par des d'individus regroupés en association - de randonneurs, de chasseurs, de protection, etc - témoignant d'une capacité d'organisation selon des modes de pensée communs dans une logique d'appropriation spatiale.

Ce premier terrain tahitien fut l'occasion d'associer très tôt dans notre parcours universitaire démarche de recherche et démarche professionnelle. En effet, la réalisation d'un stage de quatre mois dans un bureau d'études environnementales de Papeete (*Pae Tai-Pae Uta*) nous a donné l'occasion non seulement de nous insérer différemment sur notre terrain de recherche mais également d'évaluer la manière dont un géographe peut trouver sa place dans un milieu professionnel, ici chargé d'évaluer les impacts sociaux et environnementaux de projets d'aménagement. Cette approche sera dès lors un moteur dans notre parcours universitaire, convaincu de la richesse produite par les connexions entre monde universitaire et monde socioéconomique.

La poursuite de notre parcours de géographe s'est orientée vers la formation doctorale ESSOR (Espaces, Sociétés rurales et Logiques économiques) à Toulouse, en raison de sa dimension pluridisciplinaire, de son intérêt pour les espaces ruraux et pour son ouverture à des étudiants étrangers. Par le croisement des approches économiques, sociologiques et géographiques, cette année d'étude nous a éclairé sur les évolutions contemporaines des ruralités du Nord et du Sud dans un contexte de recompositions des espaces suite à la remise en cause des modèles de développement dans les années 1980. La requalification des espaces ruraux est intégrée dans une globalisation accrue des échanges, bouleversant les rapports établis entre les territoires et conduisant à leur mise en concurrence.

Au terme de cette année d'étude, nous avons souhaité dans notre travail de recherche, adopter une démarche théorique afin d'approfondir des concepts mobilisés dans le cadre de la maîtrise mais insuffisamment explorés par manque de temps. Ce travail, intitulé *Approche géographique des espaces montagnards : les représentations socio-spatiales, un outil pertinent d'analyse en géographie* (Dascon, 2003), nous a permis de nous plonger dans la littérature géographique afin de comprendre comment avait été abordé l'objet montagne au cours de la construction de la discipline. Cette démarche nous a révélé l'importance que les géographes ont accordée à cet espace depuis l'origine de leur discipline. De l'essor des sciences naturelles au XVIIIe siècle qui ont fait de la montagne un laboratoire de recherche privilégiant une approche déterministe, aux apports d'Alexander Humbolt qui a jeté les fondements d'une géographie des montagnes, puis aux études récentes s'interrogeant sur la polysémie du concept et sur le statut de cet espace dans la recherche géographique, nous avons privilégié une approche territoriale permettant d'analyser l'adaptation dans le temps des sociétés qui y vivent et l'évolution des représentations dont la montagne est l'objet. Dans ce cadre, nous adhérons à la posture d'Isabelle Sacareau (2003, pp14-15) pour qui la montagne est « *un ensemble spatial porteur de territorialités multiples dont l'altitude et les systèmes de pentes qui le composent opèrent une discontinuité topographique et/ou climatique suffisamment franche avec les espaces voisins pour être perçu comme différent de ces derniers, à la fois par les populations qui y vivent et celles qui n'y vivent pas* ». Cette définition est complétée par la prise en compte des gradients altitudinaux qui permettent aux populations, selon les contingences historiques de jouer des complémentarités écologiques des terroirs faisant évoluer les structures sociales, économiques et politiques. Le rapport société/montagne est

ainsi abordée comme processus évolutif : « *dans cette perspective, la montagne ne peut être étudiée indépendamment de ses relations à d'autres catégories d'espaces, ni des éléments qui structurent et qui maillent les territoires selon différentes échelles spatiales [...] de même une approche géographique de la montagne ne peut faire l'économie de la dimension temporelle dans la construction des territoires* » (2003, pp14-15).

Ce travail de DEA nous a ainsi permis d'acquérir une culture épistémologique sur l'approche géographique des montagnes et d'élaborer un cadre théorique opérationnel pour l'étude des territoires ruraux montagnards. Par ailleurs, considérant que les représentations constituent des systèmes pertinents du réel à même d'aider à la compréhension des pratiques spatiales, nous avons tenté d'en construire une approche théorique adaptée à nos problématiques géographiques. Cette démarche a été riche d'enseignements, notamment dans le dialogue possible avec d'autres disciplines (sociologie, psycho-sociologie, anthropologie) afin de compléter les outils conceptuels et méthodologiques du géographe. En terme de posture disciplinaire, l'approche par les représentations nous a conduit à considérer que l'espace n'a pas de valeur intrinsèque. Il ne prend de sens que par les pratiques et les représentations que les sociétés produisent et qui sont les matériaux accessibles au géographe pour la compréhension du monde. L'espace est alors considéré comme une « *construction complexe où interviennent le sujet, la réalité spatiale terrestre et ses représentations* » (Berdoulay cité par Di Meo, 1991). Le concept de représentation invite de fait à centrer l'étude géographique non sur l'espace lui-même mais sur sa construction par les individus et les groupes privilégiant ainsi l'analyse des processus au détriment des structures établies. Comme le souligne Antoine Bailly (1995, p372)., « *Seule une géographie développée avec et grâce aux acteurs géographiques peut nous permettre de sortir de ce monde fermé de la science, et nous ouvrir à la richesse des rapports structures-significations des lieux, de l'intériorité humaine, des vécus quotidiens et des « régions heureuses » selon l'expression de R. Ferras* ».

Riche de cette double expérience, l'une pratique sur la montagne tropicale de Tahiti, l'autre théorique sur les espaces montagnards en géographie, nous avons entrepris un projet de thèse sur une montagne qui nous était jusqu'alors inconnue, le Kilimandjaro. Ce projet comportait des défis majeurs du point de vue personnel et du point de vue scientifique: un territoire d'Afrique subsaharienne inconnu, une langue de terrain (l'anglais) à améliorer pour assurer un recueil de données efficace, une recherche centrée

sur les paysanneries africaines jusqu'alors très peu étudiées. Par ailleurs, la dimension interculturelle abordée sur le terrain polynésien, prenait ici une dimension beaucoup plus prégnante tant les logiques d'acteurs et les références culturelles se sont avérées différentes de nos propres systèmes de signification. Le projet de thèse sur la société chagga du Kilimandjaro comportait donc la promesse d'un long fleuve agité sur lequel la curiosité, la richesse des rencontres et la démarche scientifique s'avèreraient des outils décisifs pour assurer une traversée constructive.

Contexte d'une recherche sur les acteurs paysans du Kilimandjaro

L'engagement dans un doctorat sur les paysanneries du Kilimandjaro a été étroitement liée à notre intégration à l'Unité mixte de recherche Dynamiques Rurales, un laboratoire de recherche original de par sa triple appartenance institutionnelle : Université de Toulouse 2 le Mirail (UTM), Ecole Nationale de Formation Agronomique (ENFA) et Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie de Toulouse (INP-ENSAT). Cet engagement auprès du laboratoire a constitué une opportunité scientifique majeure dans notre formation universitaire en raison de la richesse intellectuelle que revêt le travail en commun avec des enseignants-chercheurs et des jeunes chercheurs issus de disciplines aussi variées que la géographie, la sociologie, l'économie, l'agronomie ou l'audiovisuel. Notre démarche au sein de ce laboratoire s'est concrétisée par la participation à la réflexion autour de deux des quatre thèmes structurant le projet scientifique du laboratoire :

- Le Thème 3 du projet scientifique du laboratoire intitulé *Construction sociale du territoire, circulation et modes d'habiter*. Ce thème réunit des chercheurs s'intéressant aux relations entre populations et territoires ruraux en recomposition à partir des modes d'habiter, des circulations humaines et des constructions identitaires avec une attention portée sur la question du recueil des données de terrain et sur leur restitution. Au sein de ce travail méthodologique, nous avons participé activement à un travail convoquant l'audiovisuel comme outil de recueil de données et comme écriture scientifique élaborée. Ces réflexions menées aux côtés d'enseignants chercheurs réfléchissant depuis longtemps sur ces questions (Anne-Marie Granié et Jean-Pascal Fontorbes) nous ont conduit à intégrer dans notre travail de thèse une problématique méthodologique centrale : comment l'écriture filmique peut-elle constituer un moyen de produire une analyse géographique? Le doctorat nous a permis de questionner ce couple film-géographie

au travers des pratiques concrètes, par la réalisation[^]du terrain de recherche *caméra au poing* et par la réalisation d'un film-recherche constitutif de la production géographique de notre thèse.

- Le Thème 4 du projet scientifique du laboratoire intitulé *Reconfigurations territoriales, gouvernance et développement durable : quelles ruralités en construction ?*. Ce thème réunit des chercheurs s'intéressant à la redéfinition des fonctions de l'espace rural par les sociétés urbaines et à la réorganisation des principes de l'action publique dans le champ de l'aménagement du territoire. Les réalités contemporaines conduisent en effet, à une reconstruction de la ruralité transformée par les sociétés locales elles-mêmes donnant aux politiques publiques une dimension particulière : celle de la résonance entre les modes de gouvernance territoriale et des mutations profondes des valeurs qui investissent les sociétés rurales. Au sein de ce thème, nous avons participé à la constitution d'un thème d'analyse intitulé « *l'émergence du tourisme comme enjeu du développement territorial* ». L'implication dans cet objet de recherche se traduit par un intérêt particulier accordé aux modes d'appropriation de la ressource touristique par les acteurs du monde rural. Si la question des politiques publiques est centrale concernant les espaces ruraux européens, le cas africain et particulièrement tanzanien a orienté notre contribution sur les processus d'appropriation de la ressource touristique par une population à dominante agricole. Ces processus se manifestent par l'acquisition de compétences nouvelles, la création de réseaux professionnels originaux, la réorganisation et la requalification des espaces de production et à terme par la production d'un territoire qui n'est plus uniquement défini par sa vocation agricole mais qui est traversé par des flux, des pratiques et des représentations propres à la ressource touristique. La notion de logique d'acteurs se trouve donc au fondement de cette approche, des acteurs ni totalement rationnels ni totalement inhibés par leur appartenance sociale et qui agissent sur les espaces et définissent des territoires ruraux oscillants entre logiques locales et intégration au territoire monde.

Notre projet de thèse sur le territoire du Kilimandjaro s'est par ailleurs inscrit dans la continuité d'un programme de recherche conséquent, mené conjointement sur cet espace par l'Université de Dar es Salaam (département de géographie), l'Université Michel de

Montaigne Bordeaux 3 (UMR DYMSET¹) et l'Institut français de recherche en Afrique (IFRA, Nairobi). Cette collaboration a abouti à la publication d'un ouvrage majeur paru en 2003 et intitulé *Kilimandjaro, montagne, mémoire, modernité* (Bart, Mbonile, Devenne, 2003). Cet ouvrage collectif et pluridisciplinaire explore les mutations d'un territoire montagnard, qui a longtemps constitué une exception au sein de l'un des pays les plus pauvres au monde, par sa fertilité, sa richesse et la capacité de sa population à franchir les difficultés contextuelles imposées par l'histoire et qui aujourd'hui montre les signes de changements sociaux et spatiaux profonds. La plupart des aspects de la société chagga sont explorés dans cet ouvrage : production et organisation agricole, crise de la production caféière, structures sociales, mobilités villes-campagnes, urbanisation, religion, évolution écologique de l'environnement montagnard, représentation de la montagne à l'intérieur et à l'extérieur du Kilimandjaro, etc. Seul le tourisme, pourtant de plus en plus présent dans l'économie de la région, dans le paysage chagga et dans les logiques des acteurs locaux n'a pas fait l'objet d'une recherche spécifique ; son analyse contribue cependant à la compréhension des recompositions contemporaines du territoire chagga. Notre proposition de recherche sur le tourisme au Kilimandjaro s'est donc intégrée, modestement, dans la continuité de ce programme de recherche. Nous avons ainsi collaboré à différentes rencontres et échanges scientifiques avec le laboratoire DYMSET² de Bordeaux et nous avons sollicité l'appui scientifique, financier et logistique de l'IFRA³ basé à Nairobi, qui bénéficie d'un large réseau de terrain. Cette collaboration s'est concrétisée par la participation à différents séminaires et colloques animés par DYMSET et par la publication d'un article dans la revue *les Cahiers d'outre-mer* intitulé *D'une ressource à l'autre en terre chagga : le tourisme de trekking au Kilimandjaro* (Dascon, 2006). En outre, de nombreuses cartes qui seront présentées dans ce travail sont le fruit du travail des chercheurs de DYMSET qui ont consenti avec beaucoup d'amabilité à ce qu'elles paraissent dans notre production.

¹ DYMSET : Dynamiques des Milieux et des Sociétés dans les Espaces Tropicaux

² L'accueil de François Bart, directeur de DYMSET jusqu'en 2007 a compté dans notre parcours de thèse. Il nous a ouvert avec beaucoup de générosité les portes d'un laboratoire dynamique et a facilité l'échange avec les chercheurs de cette équipe qui connaît bien le terrain Chagga. En outre les écrits de François Bart ont été déterminants dans notre réflexion et notre connaissance du Kilimandjaro.

³ Bernard Charlery de la Masselière, directeur de l'IFRA entre 2003 et 2007, nous a fourni un soutien scientifique et technique remarquable. Cette aide a été révélatrice de l'appui déterminant que des institutions comme l'IFRA peuvent jouer dans l'accompagnement de jeunes chercheurs. Les écrits de Bernard Charlery sont en outre largement mobilisés dans cette recherche tant son analyse géographique des espaces ruraux africains me semble éclairer la complexité des recompositions contemporaines.

La présentation de ce parcours universitaire qui a précédé et accompagné notre démarche de recherche ne serait pas complète si nous n'évoquions pas la réalisation d'un Master 2 professionnel en *Information et communication, mention médiation de la science* à l'Université de Bordeaux 3 lors de notre quatrième année de thèse. Cette formation, dirigée par Olivier Laügt, a répondu à un double objectif d'enrichissement des outils de communication scientifique et d'ouverture des perspectives professionnelles.

- En effet, la réalisation d'un Film-recherche dans le cadre de notre thèse a suscité de nombreux questionnements sur les techniques d'écritures et de communication de la connaissance scientifique autre que l'écrit. Par la confrontation à des méthodes nouvelles (film, reportage, exposition, rédaction d'articles de médiation, etc) et par l'apport d'enseignements croisés (universitaires et professionnels) cette formation nous a donné une meilleure maîtrise de la restitution des connaissances scientifiques sous des formes multiples.
- Par ailleurs, le travail de thèse s'inscrit dans une démarche personnelle où se croisent recherche, terrain, enseignement et projection professionnelle. Au croisement entre le monde de la recherche et des métiers qui ont pour objectif de rendre accessible l'information scientifique, cette formation a donné à nos perspectives d'avenir un souffle nouveau.

Le contexte scientifique de ce travail de thèse a donc été le fruit d'un parcours universitaire particulier et de collaborations nombreuses avec ces différents laboratoires et instituts de recherche. Ce travail s'inscrit de fait dans une volonté de compréhension de l'évolution des sociétés rurales et montagnardes, qui, placées dans un contexte de remise en cause des modèles de développement et dans le cadre de pratiques touristiques récentes, développent des stratégies nouvelles et produisent de fait des territorialités originales.

Le Kilimandjaro, présentation d'un terrain montagnard (Cf. Carte 1 et 2)

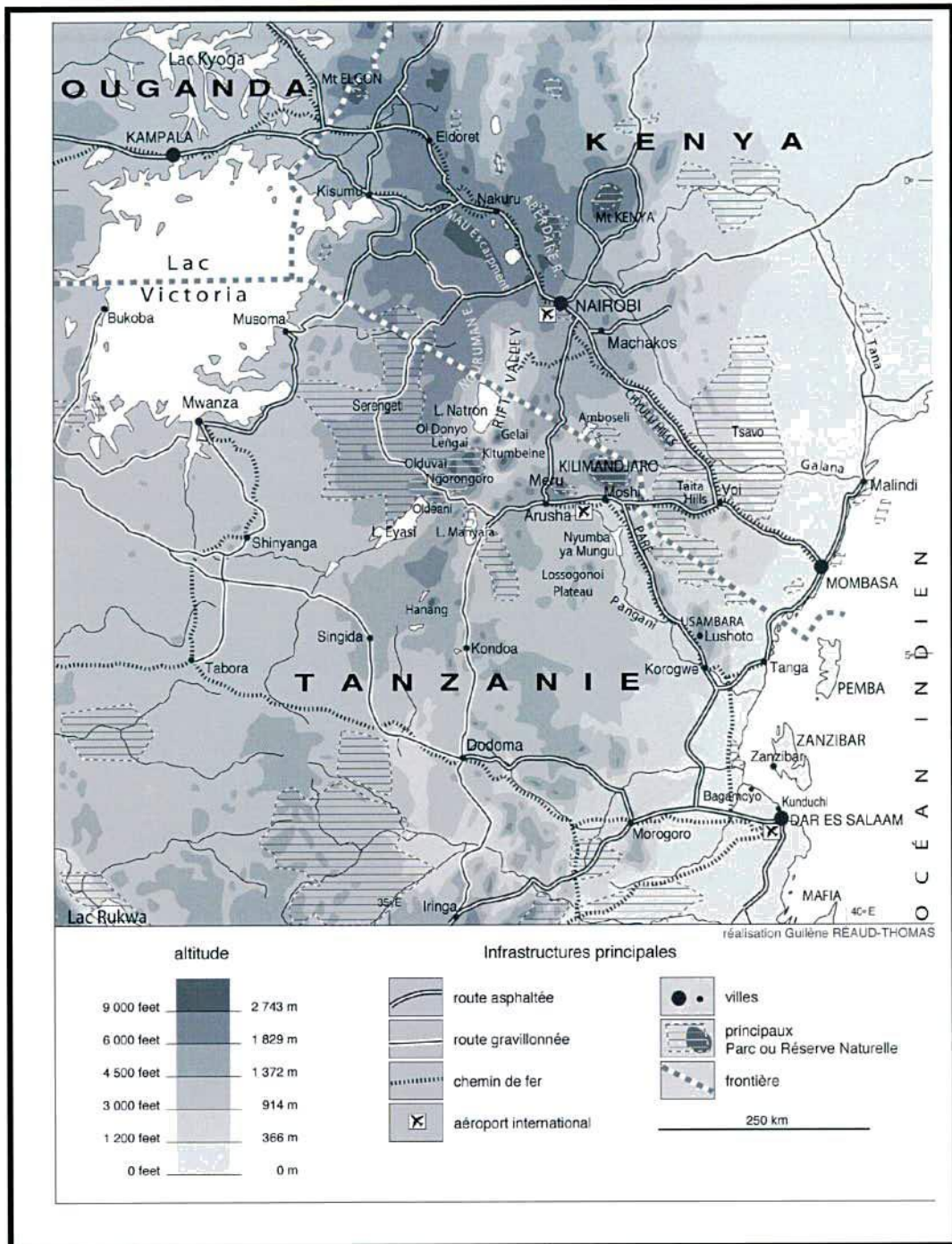
Délimitée par les deux branches du grand Rift (branche occidentale et branche orientale), l'unité morphologique de l'Afrique de l'Est est constituée d'un bloc précambrien caractérisé par de hauts plateaux s'élevant en moyenne à 1000 mètres et par des accidents altitudinaux constituant les plus hauts sommets d'Afrique. Ce bloc, de forme ovale, est délimité à l'Est par la plaine côtière de l'océan Indien, au Nord par l'ensellement du lac Turkana et la cuvette du Nil Blanc, et à l'Ouest par la cuvette forestière du Congo ;

au Sud en revanche, ces hauts plateaux s'inscrivent dans une certaine continuité d'altitudes avec les plateaux de l'Afrique australe (Charlery de la Masselière 2002b, p298). C'est au sein de cet ensemble que l'on trouve à proximité des fossés d'effondrement les sommets les plus élevés d'Afrique, soit sous la forme de horst imposant tels que le Ruwenzori (5 109m), soit sous la forme de grands isolats volcaniques comme le Kilimandjaro (5 895m), son voisin le mont Meru (4 545m), le mont Kenya (5 199m) ou le mont Elgon (4 321m) soit par l'imposante barrière des escarpements dont les sommets dominant les rifts à plus de 3 000 mètres d'altitude. En terme climatique, l'Afrique de l'Est est soumise à un système de circulation atmosphérique à partir de deux cellules anticycloniques : celle de l'Himalaya et celle des Mascareignes. Cette situation provoque des alizés réguliers (vent d'est) qui au contact des hauts-reliefs engendrent des précipitations importantes. Cette caractéristique fait des espaces montagnards des milieux propices à l'agriculture en raison de terres volcaniques fertiles et de régimes pluviométriques, souvent bimodaux, avantageux. Au sein d'un ensemble géographique caractérisé par de hauts plateaux et des savanes semi-arides, les montagnes d'Afrique de l'Est constituent donc depuis longtemps des espaces attractifs, des territoires humanisés où se sont structurés des systèmes sociaux fondant leur occupation spatiale sur la complémentarité altitudinale des terroirs. De par leurs ressources et leur histoire spécifique, ces territoires montagnards sont devenus « *des bastions de très forte densité rurale où, au cours des dernières décennies, accumulation démographique et intensification agricole sont allées de pair. Ces espaces d'altitude ont donc, dans certains cas, forgé des systèmes économiques et socio-spatiaux fondés sur l'exploitation voire l'exaltation des ressources en sols et en eau, sur une force de travail ancrée dans le local. Ces exceptions socio-spatiales, cette autre Afrique, celle de l'intensif, ont très tôt été érigées par les observateurs extérieurs en véritables modèles d'ingéniosité technique et d'organisation sociale, volontiers mis en scène en contrepoint de ce qui prédomine ailleurs* » (Bart, 2003a, p206).

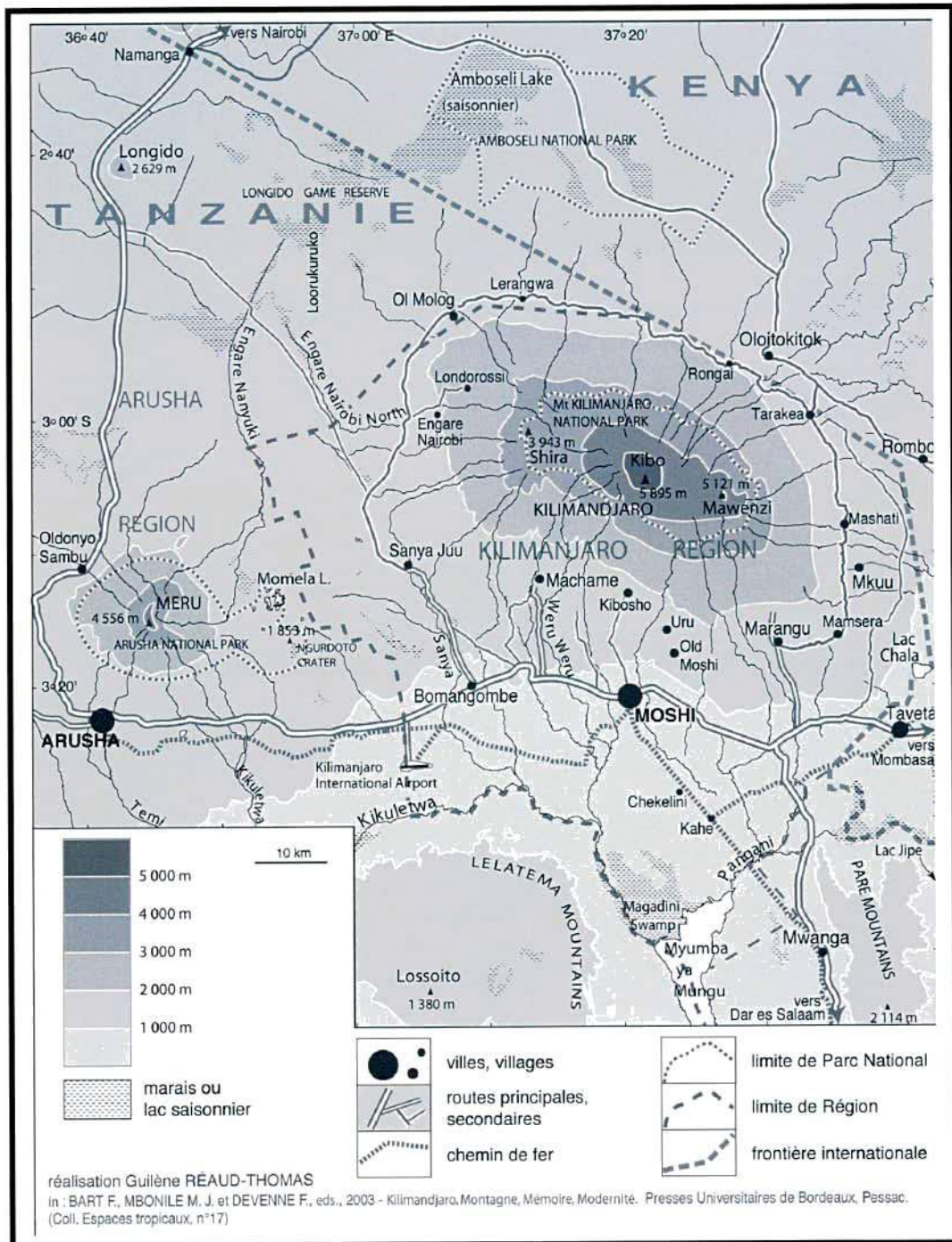
Située en Tanzanie à trois cents kilomètres au Sud de l'équateur, à la frontière kenyane, la plus haute montagne d'Afrique, le Kilimandjaro, s'intègre dans cet ensemble géographique complexe. Sur les pentes de cet édifice constitué en réalité de trois volcans (le Shira 3 962m, le Mawenzi 5149m et le Kibo 5 895m), le relief de la montagne est structuré par une succession de planèzes divisées par des barrancos ou des dépressions où coulent des rivières composant un réseau hydrographique dense. Sur les pentes Sud et Est du massif volcanique, là où entre 1 000 et 1 800 mètres d'altitude les densités de

population varient entre 300 et 1 000 habitants par kilomètre carré⁴, ces plaines aux pentes souvent douces accueillent l'agroforesterie chagga, une polyculture familiale intensive, caractérisée par l'association du caféier et du bananier (donnant son nom à l'étage *café-banane*) sous un couvert arboré dense et complétée par un élevage en stabulation (bovin, ovin, porcin). Les piémonts – zone de contact entre agriculteurs chaggas et pasteurs massais - sont également associés au système agricole chagga par des cultures saisonnières (essentiellement haricots et maïs), tandis que la forêt vers 1 700-1 900 mètres marque la limite supérieure de l'occupation humaine et le début d'un espace mis en réserve et soumis à une réglementation restrictive (Parc National du Kilimandjaro - KINAPA). Cette photographie descriptive a pour objet de montrer que cette montagne monde, icône d'une Afrique souvent abordée par les occidentaux au travers de représentations réductrices, est d'abord un territoire paysan original où les caractéristiques montagnardes doivent être prises en compte (en évitant tout déterminisme) pour appréhender les évolutions sociales et spatiales contemporaines. La montagne est ici plus qu'une simple catégorie de pensée, elle est un cadre spatial déterminant au sein duquel les Chaggas tentent d'adapter dans le temps leur organisation afin d'assurer leur devenir.

⁴ Ce qui en fait l'un des espaces les plus peuplés du continent africain



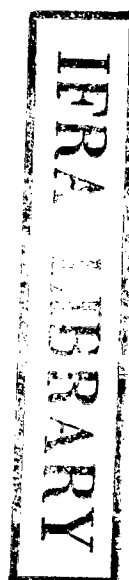
Carte 1 : Le Kilimandjaro en Afrique de l'Est



Carte 2 : Le Kilimandjaro dans sa région

Aux origines de notre question de recherche : comprendre les modes d'adaptation d'une paysannerie montagnarde

Comme tant d'autres territoires ruraux africains, le Kilimandjaro connaît des recompositions majeures depuis quelques décennies en raison d'une remise en cause profonde des modèles de développement initiés pendant la colonisation et prolongés souvent par les gouvernements indépendants. En effet, depuis les années 1980, les pays africains, dans leur grande majorité, connaissent une crise diversifiée et profonde ; crise de l'industrialisation, crise urbaine, crise financière, crise environnementale, crise énergétique, tensions à l'extrême des systèmes productifs, en somme crise d'un modèle de développement que Bernard Charlery de la Masselière (1994, p102) qualifie de *colonial*. Dans ce cadre, la baisse des cours des matières premières et leur variation depuis les années 1980 ont fragilisé les populations rurales africaines qui avaient misé sur les cultures de rentes (café, coton, sisal, thé, etc.) pour atteindre un niveau de développement et de modernité fondé sur l'exemple occidental. Après un demi-siècle d'interventionnisme, les paysanneries africaines se sont retrouvées avec un espace de production fragmenté, des formes d'organisations lignagères déstructurées et des modes de production insuffisants pour assurer une intégration efficace dans le système commercial international. Cette situation est d'autant plus paradoxale pour des territoires montagnards tel que le Kilimandjaro tant leur rôle a été majeur dans les économies coloniales et postcoloniales en raison de leur dynamisme agricole mis à profit dans l'intégration des marchés et dans la modernisation des états indépendants. Pour qualifier ces bouleversements dans les espaces montagnards, François Bart (2001a, p55) va jusqu'à parler de *Crise des systèmes montagnards* afin de souligner l'ampleur de ces changements qui ne touchent pas seulement le système de production mais aussi toute l'organisation sociale et spatiale qui avait été adaptée à ce mode de développement. La modernisation agricole sur ces hautes terres d'Afrique de l'Est a en effet très tôt trouvé ses limites par la conjonction d'une croissance démographique exponentielle, d'un foncier limité et par la dépendance des paysanneries aux cours internationaux des matières premières. L'évolution des paysanneries des montagnes fertiles d'Afrique de l'Est démontre ainsi que le rapport société/montagne n'est pas immuable et qu'il évolue au gré des contraintes contextuelles, des rapports de force et des stratégies d'acteurs. Comme le rappelle Bernard Charlery de la Masselière (2002b, p312) « *la montagne s'est ainsi refermée sur ses populations comme un*



« piège » : la forte accumulation et la forte cohésion au sein des espaces, d'atouts, se sont transformées en blocages structurels internes (foncier en particulier) alors que les fondements externes du modèle se trouvaient eux-mêmes compromis (crise de l'Etat, effondrement des rentes agricoles, politique d'ajustement structurel, etc...) ». C'est dans ce contexte que les acteurs ont trouvé, comme dans d'autres périodes de leur histoire, des formes originales d'adaptation mêlant des mobilités nouvelles, la mise en valeur d'espaces nouveaux ou la mobilisation de ressources jusque-là peu ou pas utilisées. Ainsi, « *Les territoires des hautes terres sont aujourd'hui investis par des forces, des enjeux dont les déterminants modifient de façon radicale les structures de l'accumulation économique comme celles des identités sociales. La fertilité – démographique, agronomique -, qui a fait la spécificité des terres de montagnes est ainsi remise en question. Peut-être doit-elle prendre un sens nouveau dans le contexte d'une évolution structurelle plus large, qui déborde ou altère les caractères stricto-sensu de la montagne* » (Charlery de la Masselière 2002b, p312).

C'est dans ce contexte que l'activité touristique s'est développée dans certains espaces montagnards d'Afrique en raison d'une demande sociale forte provenant d'Occident et d'un discours institutionnel des organismes internationaux (Banque Mondiale, FMI, OMT) qui encouragent les pays du Sud à intégrer la filière touristique pour répondre à leurs enjeux de développement. Le constat de la crise africaine n'a donc pas conduit à une remise en cause du modèle de développement, mais à l'adaptation des processus mis en œuvre dans les territoires pour l'atteindre. Dans ce cadre, le discours international sur le développement présente le tourisme (et ses avatars) comme un moyen d'associer les pays du Sud au développement et comme un moyen de lutte contre la pauvreté, notamment dans les territoires ruraux. Activité croissante dans ces espaces montagnards d'Afrique et nouveau référentiel du développement, le tourisme par les flux humains et financiers qu'il induit et par son intégration aux logiques des acteurs locaux, participe donc aux changements sociaux et spatiaux de ces territoires encore majoritairement ruraux et agricoles. C'est ainsi que dans notre travail, le tourisme est appréhendé comme un *véritable indicateur du changement social* (Rayssac, 2007, p16) permettant de contribuer à la compréhension des recompositions en cours dans les paysanneries montagnardes.

Problématique de thèse

Le Kilimandjaro est un territoire aux réalités complexes qui connaît à partir des années 1980 des changements perceptibles du point de vue social (baisse du niveau de vie, changement des rapports de genre, affaiblissement du système traditionnel...) et spatial (croissance urbaine, développement des cultures vivrières, abandon du café...). La principale cause de ces changements est la crise du modèle agricole caféier adopté par la société chagga au début du XXe siècle. Durant leur histoire, les Chaggas ont su mobiliser les ressources multiples offertes par la montagne en associant des combinaisons de production et une pluriactivité en perpétuelle évolution : agriculture fondée sur la complémentarité altitudinale des terroirs (agroforesterie, irrigation, élevage, cultures saisonnières...), commerce (local ou interrégional), culture de rente caféière à partir du XXe siècle, etc. A partir des années 1990, le tourisme s'ajoute à ces logiques de pluriactivité ainsi qu'à l'éventail de ressources mobilisées par les paysans. Ce faisant de nouveaux espaces sont investis (aire du Parc National du Kilimandjaro) déplaçant les lieux de production de la ressource, tandis que d'autres trouvent des fonctionnalités nouvelles (la ville de Moshi devenant un centre organisationnel du tourisme) construisant peu à peu un territoire touristique au Kilimandjaro. Les acteurs du tourisme (guides, porteurs, voyageurs, etc.) se diversifient et les rapports sociaux avec des groupes culturels différents se multiplient. L'accroissement de la fréquentation touristique (de 7 000 visiteurs en 1981 à 35 000 en 2006⁵) et l'implication croissante des paysans à cette activité participent indéniablement aux changements sociaux et spatiaux de la société chagga au Kilimandjaro. Cette activité émergente fait du volcan une « *montagne monde* » (Bart, Chapuis, Pomel, 2003d, p342) intégrée dans un système touristique international où sont mis en concurrence les plus hauts sommets. Le défi des *Seven summits* en est l'exemple le plus éloquent puisqu'il propose l'ascension des sept sommets les plus hauts de chaque continent (et sous-continent) : l'Everest en Asie, Aconcagua en Amérique du Sud, le Mc Kinley en Amérique du Nord, le Vinson en Antarctique, Elbrouz en Europe, la Kosciusko en Océanie et le Kilimandjaro en Afrique. Avec le tourisme, le Kilimandjaro s'insère donc dans un réseau mondialisé où entrent en jeu des logiques d'actions internationales, des flux financiers et humains accrus ainsi que de multiples acteurs; l'ensemble se joue des échelles

⁵ Nombre de visiteurs dans la Parc National du Kilimandjaro (KINAPA)

en associant le local et le global. Plus que pour la ressource caféière – qui constituait déjà une insertion évidente de la montagne à l'économie mondiale – le tourisme intègre le territoire chagga dans des logiques qui le dépassent (Dascon, 2006, pp323-326).

Le cœur de notre recherche concerne les acteurs-paysans du tourisme qui s'investissent dans cette nouvelle ressource comme leurs aïeux avaient adopté autrefois la ressource caféière ou le commerce avec les caravanes swahilies. Il s'agit de comprendre comment les Chaggas vont faire preuve d'adaptation en inventant de nouvelles combinaisons leur permettant d'associer activité agricole et activité touristique pour continuer à « faire territoire » sur cette montagne. Les pratiques et les représentations qui vont naître de cette adaptation nous renseignent - à travers cette notion d'interface qu'est la ressource – sur la manière dont les Chaggas font évoluer non seulement leurs structures sociales mais aussi leurs rapports à la montagne et aux espaces environnants. Dans ce contexte, notre problématique de recherche a été formulée de la manière suivante :

Dans un contexte de crise du modèle agricole chagga et face aux reconfigurations qui émergent au sein de la société paysanne du Kilimandjaro, quels sont les modes d'appropriation de la ressource touristique par les acteurs paysans et dans quelle mesure cette ressource peut-elle constituer un vecteur de développement territorial ?

Il s'agit en définitive d'analyser les stratégies des acteurs paysans concernés par la ressource touristique, d'analyser les interactions entre ressource touristique émergente et ressource agricole changeante et d'étudier les rapports sociaux et spatiaux en relation avec cette activité. En effet, comme le rappelle Isabelle Sacareau (1997, p167), dans le cadre de sa thèse sur l'activité de trekking au Népal, « *La mobilité des guides et porteurs [principaux acteurs du tourisme de trekking], qu'elle soit géographique (déplacements liés à leurs migrations temporaires de travail) ou professionnelle (ascension sociale au sein de la hiérarchie du trekking), tend à remettre en question ou à redistribuer les rapports et les équilibres entre organisation sociale et organisation spatiale. En effet, entre les salariés du trekking, les touristes qu'ils conduisent en montagne, et les milieux géographiques et sociaux qu'ils fréquentent ou dans lesquels ils vivent, se nouent des rapports dialectiques entre le social et le spatial, qui s'inscrivent dans le déchirement des lieux et des tissus sociaux que provoquent les migrations de travail. La pratique du trekking s'intègre au départ dans la pluriactivité traditionnelle des paysanneries [...], où elle n'apparaît au*

premier abord guère différente des autres formes de travail salarié saisonnier à l'extérieur du village. Pourtant, le tourisme de montagne, sous l'effet de sa propre organisation et de son propre dynamisme, tend à bouleverser les équilibres antérieurs » contribuant au fil du temps à construire un territoire qui n'est plus défini uniquement par sa vocation agricole mais par des pratiques, des représentations et des logiques d'actions nouvelles. **Notre recherche vise donc à mieux comprendre la société chagga d'aujourd'hui en privilégiant l'étude d'une activité, le tourisme, et la manière dont les paysans vont tenter de se l'approprier pour en faire une véritable ressource territoriale au travers d'actions, de représentations et de stratégies (individuelles ou collectives) originales.**

La production scientifique qui découle de notre travail de thèse est organisée autour de quatre parties et de deux types d'écritures : le texte et l'audiovisuel. Les trois premières parties de ce travail correspondent à une production scientifique conventionnelle écrite. La quatrième partie, présentée sous la forme d'un DVD, expose un travail audiovisuel qui intègre complètement notre démarche de recherche. Chaque partie est constitutive de notre raisonnement et de notre réflexion scientifique et tente d'apporter des éléments de réponse à notre problématique.

La première partie de la thèse présente le cheminement vers une problématique et propose un cadre méthodologique et théorique. Dans un premier temps, à la faveur d'une démarche diachronique, nous inscrivons notre problématique de recherche dans l'histoire du développement du Kilimandjaro afin de montrer que la ressource touristique s'inscrit dans des modes d'organisation et de production spécifiques. Au terme de cette démarche historique, nous précisons notre problématique de recherche et nos hypothèses de travail (Chapitre I). Ensuite le cadre théorique et les concepts opérationnels sont présentés afin d'explicitier les outils que nous avons mobilisés pour répondre à la problématique (Chapitre II). Le dernier chapitre (Chapitre III) détaille nos outils méthodologiques et aborde la question du rapport au terrain comme dimension essentielle de la production de la connaissance ; nous y montrons également comment et pourquoi nous avons souhaité mobiliser le couple film/géographie dans le cadre de notre thèse.

Dans la deuxième partie, nous étudions les métaphénomènes à l'échelle internationale puis nationale qui conditionnent en partie la mise en tourisme des territoires ruraux africains. Ce changement d'échelle inscrit notre analyse du système touristique local du Kilimandjaro dans sa réalité complexe où s'imbriquent logiques d'actions locales

et déterminants plus globaux. Dans ce cadre, le chapitre IV propose une analyse critique de la place de l'Afrique dans l'économie mondiale du tourisme. Le tourisme est abordé au travers des flux humains et financiers mais également via l'analyse des discours internationaux qui tendent à faire de cette activité le dernier avatar des politiques de développement dans les pays du Sud. Nous interrogeons ainsi l'impact de ces discours, devenus de véritables référentiels, sur les politiques nationales notamment en Tanzanie. Le chapitre V, aborde la corrélation entre politique environnementale et politique touristique en Tanzanie. Nous y démontrons combien les politiques de conservation ont servi de soubassement au développement de l'activité touristique et nous en donnons une lecture analytique pour mieux comprendre le fonctionnement du trekking au Kilimandjaro, dans le parc national. Le dernier chapitre de cette deuxième partie analyse la mise en tourisme du Kilimandjaro au travers de l'exploitation du mythe appartenant à l'imaginaire collectif. Nous nous intéressons ici à la construction occidentale de la représentation de cette montagne et nous analysons l'instrumentalisation de cette image par le marketing touristique. Dans un contexte de mise en concurrence des territoires touristiques à l'échelle mondiale, nous décryptons les mécanismes commerciaux et leurs impacts sur les pratiques touristiques locales (Chapitre VI).

La troisième partie de ce travail est consacrée aux acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro. Après avoir étudié à des échelles supérieures les métaphénomènes contribuant à l'émergence du tourisme, nous analysons ici les dynamiques sociales et spatiales dans le système touristique local. Le chapitre VII propose une approche spatiale du système touristique par l'étude de l'organisation régionale du tourisme au Kilimandjaro. Dans le chapitre VIII, nous analysons les dynamiques professionnelles du trekking en nous concentrant sur les interactions entre acteurs. Guides, porteurs, voyageurs s'insèrent de manière différenciée dans cette arène sociale du tourisme en fonction d'intérêts propres, de stratégies spécifiques et d'un capital culturel et économique inégal. Dans le chapitre IX, nous interrogeons les modes d'insertion des métiers du tourisme dans la logique ancienne de la pluriactivité montagnarde. Les acteurs paysans du tourisme produisent en effet de nouvelles dialectiques sociales et spatiales créant des polarisations géographiques originales et agençant de manière différente l'espace du village, la ville centre touristique et la haute montagne espace de pratique du trekking.

Enfin, dans le dernier chapitre de ce travail nous analyserons une dynamique touristique spécifique, celle des tourisms alternatifs, qui témoignent d'une forme d'appropriation

spécifique de l'activité touristique caractérisée par son ancrage dans les espaces de production agricole traditionnels. Enfin, le dernier chapitre de cette partie (chapitre X), explore des innovations touristiques, à la marge du tourisme de trekking, qui exploitent un étage tenu jusqu'ici à l'écart de la production de la ressource touristique. Nous montrons comment certains acteurs tentent de faire de l'étage café-banane, non lieu du tourisme de trekking, un espace à vocation touristique. Entre discours internationaux valorisant ce type de pratique et initiatives locales, nous analysons les diverses formes du tourisme alternatif au cœur du pays chagga.

La quatrième partie de la thèse, présentée sous la forme d'un DVD, permettra une approche différente de notre problématique de thèse. Au travers de la mise en image des lieux du tourisme, des paysages et des interactions entre acteurs, nous tenterons de montrer comment la ressource touristique prend forme au Kilimandjaro. Le discours des acteurs sera mis en avant dans ce cadre car « *derrière les mots se cachent les connaissances* » (Blot et Milhian, 2004, p2).

En résumé, l'ensemble de ce travail a pour objet de comprendre comment le tourisme – par une requalification de l'espace rural et par son intégration dans des logiques de pluriactivité - participe aux mutations du territoire montagnard du Kilimandjaro. Ce territoire, comme le souligne François Bart, se trouve désormais face à une transition difficile à maîtriser « *entre ce qui fut un modèle essentiellement paysan et agropastoral, et un autre modèle de société et d'espace d'entre deux, où l'ancrage à la montagne ne constitue plus qu'un élément, éventuellement secondaire sur le plan économique mais qui demeure important sur le plan culturel, dans le cadre de logiques multiterritoriales et de la généralisation de la pluriactivité* » (Bart, 2003a, p218).

L'autre enjeu de ce travail, est un enjeu méthodologique et scientifique puisque cette thèse constitue une tentative d'enrichissement du langage géographique par l'audiovisuel. La réalisation d'un film-recherche, tout en offrant un autre regard sur les réalités sociales et spatiales, interroge les modes de production de la connaissance universitaire.

PREMIÈRE PARTIE

**D'UNE RESSOURCE A L'AUTRE
EN TERRE CHAGGA:
POUR UNE APPROCHE TERRITORIALE
DES ESPACES MONTAGNARDS**

« La vie au village quand j'étais jeune était bien meilleure que maintenant. Le pouvoir d'achat des gens était largement supérieur, tout le monde avait assez d'argent, la terre permettait à chacun de vivre. Les gens produisaient du café et l'argent qu'ils en tiraient était suffisant. Suffisant pour entretenir la famille, suffisant pour assurer l'éducation des enfants. Mais aujourd'hui c'est devenu impossible »

(Melkio - Paysan et guide en tourisme culturel, village de Njari

Extrait du Film Les acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro)

Lorsque nous parcourons un *kihamba*⁶ au Kilimandjaro dans la ceinture café-banane et que nous échangeons avec les différents membres d'une famille sur leur manière de vivre et de travailler, un fait émerge : le recours généralisé à la pluriactivité dans les modes d'organisation des familles chaggas. Cette pluriactivité correspond à une production de ressources très variées que l'on observe dans les paysages et qui se matérialise par des circulations et des échanges multiples : aux cultures de rente (café), aux cultures vivrières et à l'élevage en stabulation s'ajoutent l'émigration des enfants qui contribuent grâce à des métiers urbains au fonctionnement du *kihamba*, les petits *business* divers (vente de produits fermiers au marché, vente de bière locale), les investissements dans le foncier et l'immobilier, etc. La mobilisation de ces ressources complémentaires est le produit d'une histoire complexe au cours de laquelle la paysannerie chagga a adapté sa production selon ses besoins, ses savoir-faire techniques, les injonctions diverses et les rapports de force auxquels elle a été confrontée.

Depuis les années 1990, le tourisme complète cet éventail de ressources dans un contexte général d'instabilité économique provoquée par la remise en cause durable du modèle caféier qui a prédominé pendant presque un siècle et dont on situe l'âge d'or dans les années 1950. Simple variété végétale, le café est devenu en quelques décennies un vecteur important de changements sociaux et spatiaux au Kilimandjaro tant la société chagga avait adapté son organisation pour faire de cette culture une ressource territoriale. Aujourd'hui – témoin de l'impact socio-spatial majeur que peut revêtir une ressource – le café est devenu un référent identitaire fort puisqu'« être chagga c'est produire du café » (Bart, 2002, p.211). La notion de ressource nous semble ainsi pertinente dans l'analyse géographique des adaptations contemporaines pour comprendre comment la société du Kilimandjaro modifie ses rapports à l'espace montagnard à mesure qu'elle mobilise et produit des ressources différentes. Cette notion nous encourage à étudier l'activité touristique dans un continuum d'adaptation de la société du Kilimandjaro plutôt que dans une logique de rupture qui voilerait l'essentiel : la capacité d'adaptation des Chaggas, les processus d'adaptation mis en place - qui changent à la fois l'espace et la société - et qui donnent à

⁶ Kihamba : Unité foncière qui se compose de l'habitation et de la parcelle agricole souvent sous forme de bananeraie-caféière au Kilimandjaro. En moyenne les *kihamba* s'étendent sur 1 ha et sont complétés par des *shamba*, unité foncière de culture saisonnière en plaine.

voir les traces de fonctionnements passés et les indicateurs de l'influence des pratiques contemporaines.

La notion de ressource est appréhendée ici comme une construction sociale – dans une « *enveloppe spatiale et temporelle donnée* » (Raffestin, 1981, p.203) – un processus nourri de pratiques, de représentations et de logiques d'actions qui sont les objets d'étude accessibles au géographe pour lui permettre de comprendre les interactions entre espace et société, les interactions qui sont au cœur de la construction territoriale. Bien évidemment, cette production de ressource intervient dans un cadre politique particulier au sein duquel le modèle de développement colonial puis néo-colonial a joué un rôle majeur. Les sociétés paysannes se sont ainsi retrouvées au cœur de stratégies d'industrialisation et de modernisation agricole. **Dans ce cadre, il nous semble donc évident que pour comprendre dans quel contexte intervient le tourisme aujourd'hui au Kilimandjaro, il nous faut analyser la force organisationnelle de la société chagga qui a su au cours de son histoire mobiliser les différentes ressources disponibles faisant ainsi évoluer son occupation spatiale et son organisation sociale.**

Dans le premier chapitre nous analysons les modes d'organisation successifs des Chaggas au cours de l'histoire récente. Il s'agit d'appréhender les mécanismes mis en œuvre par cette société paysanne face à différentes ruptures qu'elle a connues et de nourrir ainsi notre analyse de modes d'adaptations internes qui seraient susceptibles de nous aider à l'interprétation de l'appropriation de la ressource touristique aujourd'hui. Au terme de cette approche diachronique nous présentons précisément notre problématique de recherche et nos hypothèses de travail. Le deuxième chapitre est consacré à l'explicitation du cadre théorique et des outils conceptuels choisis pour comprendre les modes d'appropriation de la ressource touristique au Kilimandjaro. Nous abordons tout particulièrement le concept de ressource conçu comme interface permettant de comprendre les rapports entre espace et société dans le temps, ainsi que le concept d'acteur qui nous éclaire sur les pratiques et les représentations (individuelles et collectives) sur les territoires en construction. Enfin, le troisième chapitre sera consacré à la présentation de nos outils de recueil et d'analyse de l'information permettant ainsi de placer le rapport au terrain comme un élément essentiel de la production de ce travail de thèse.

CHAPITRE I :

HISTOIRE DU DEVELOPPEMENT AU KILIMANDJARO : LOGIQUES D'ADAPTATION ET FORCE ORGANISATIONNELLE DE LA SOCIETE CHAGGA

Intégrer dans l'analyse géographique l'épaisseur du temps ne fait plus aujourd'hui débat tant il est démontré que cette temporalité est souvent nécessaire à la compréhension des phénomènes contemporains. Cette approche est d'autant plus nécessaire lorsqu'on étudie les espaces montagnards qui ont été souvent appréhendés du point de vue déterministe considérant les caractéristiques physiques comme des facteurs explicatifs dominants dans l'étude des populations montagnardes⁷. Témoin de la relativité des caractéristiques physiques sur les organisations sociales, le renversement démographique qu'ont connu les montagnes d'Afrique de l'Est au XXe siècle « *à travers l'intégration progressive de ces espaces à des réseaux de commerce et d'échanges [rappelant] le caractère relatif des contraintes et des atouts du milieu physique* » (Charlery de la Masselière 2002b, pp299). En effet, au Kilimandjaro comme sur les autres montagnes fertiles d'Afrique de l'Est, l'intégration à l'économie mondiale s'est construite au cours du siècle dernier sur la base des grandes cultures d'exportation telles que le café et le thé. Cette intégration au commerce mondial associée à une amélioration des modes de vie a conduit à une explosion de la démographie faisant passer la population du Kilimandjaro de 110 000 habitants en 1900 à 289 000 en 1948 puis à près de 1 400 000 en 2002. Ce sont

⁷ Cette question a été largement traitée dans le cadre de notre DEA à travers l'analyse des écrits de Dobremez, Debarbieux, Veyret, Sacareau, Charlery de la Masselière, Bras, etc (Dascon, 2003, pp10-45).

ces évolutions historiques rapides qui ont engendré différents blocages structurels dans les modes d'organisation et de production des hautes terres et qui conduisent de nombreux observateurs à qualifier de crise la situation du Kilimandjaro et des autres montagnes d'Afrique. François Devenne participe ainsi de cette analyse en affirmant que « *si l'engouement des planteurs chaggas pour le café constitue une donnée historique, le constat d'une agriculture en crise s'impose* » aujourd'hui (Devenne, 1998, p219). Revenir sur l'histoire du développement du Kilimandjaro a donc pour ambition de proposer une analyse à la fois dénuée de déterminisme et centrée sur la manière dont les contingences historiques font évoluer un territoire au cours de son histoire. « *Sans nier le poids des facteurs physiques, l'occasion est ici donnée de sortir d'un schéma déterministe de cause à effet, pour recentrer l'analyse sur la façon dont les sociétés s'approprient l'espace, en composent et recomposent les éléments, construisent ainsi leur territoire et gèrent leur devenir* » (Charlery de la Masselière *Op. Cit.*).

L'approche historique semble également nécessaire pour renouveler l'analyse des crises diverses que connaissent les espaces ruraux africains et enrichir ainsi l'étude des blocages des modèles de développement que les états et les organismes internationaux tentent d'imposer aux paysanneries africaines. En effet, bien souvent « *le problème du développement n'est abordé que sous l'angle du présent, sans qu'à peu près jamais les modes de fonctionnement dans la longue durée des sociétés concernées, leur dynamique historique propre (l'enchaînement de leurs croissances anciennes, de leurs involutions, de leurs blocages, des ruptures qu'elles ont connues, de leur réaction à ces ruptures, etc) ne soient pris en compte et ne soient insérés comme des référents essentiels dans la réflexion developmentaliste [...] Il n'existe pas de réflexion systématique sur la manière dont ces sociétés ont pu assumer dans le passé des défis similaires à ceux d'aujourd'hui, des situations d'impasse proches des drames du présent, sur les contraintes historiques et écologiques qui fondaient leurs modes d'organisation et leurs productions culturelles. Le trait constitutif du discours contemporain sur le développement, qui est sans doute l'une des raisons principales de sa si faible prise sur le réel, est son défaut d'historicité* » (Coquery-Vidrovitch, Hemery et Piel, 2007, p13-14).

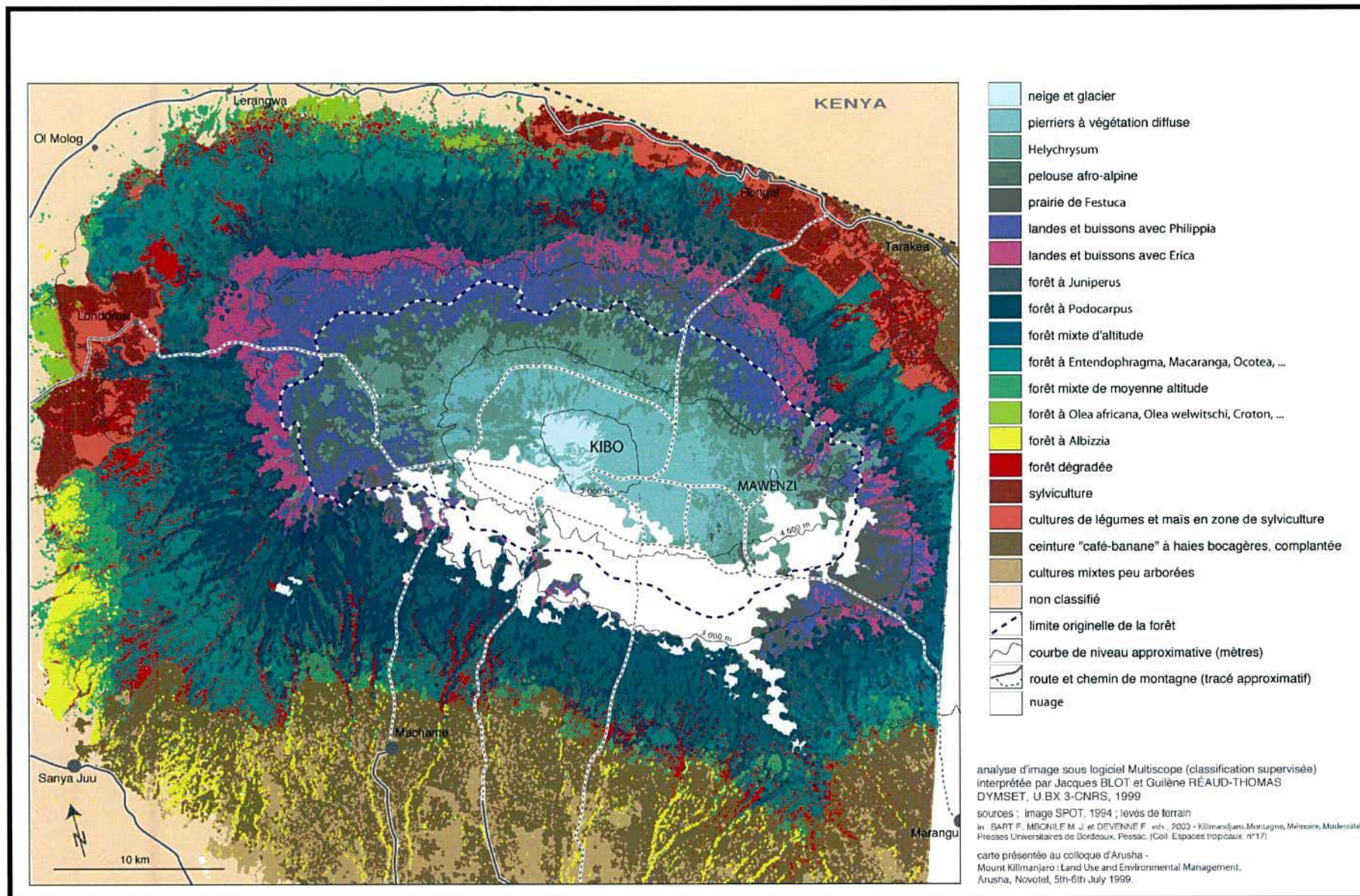
À travers ce chapitre, nous allons donc tenter de comprendre quels ont été les mécanismes mis en œuvre par les paysans du Kilimandjaro pour affronter les défis divers qui se sont présentés à eux en un peu plus d'un siècle. Nous allons nous attacher à identifier dans cette historicité l'évolution des modes d'occupation de la montagne pour comprendre comment une société paysanne politiquement divisée en chefferies et structurée selon une

mise en valeur complémentaire des étages montagnards s'est intégrée à un système de production capitaliste fondé lui sur la spécialisation des terroirs inventant peu à peu une identité chagga, producteur de café. Au croisement d'une analyse spatiale et sociale, nous souhaitons éclaircir les réalités de cette paysannerie confrontée aujourd'hui au nouvel enjeu du développement du tourisme.

1- D'UNE ORGANISATION VERTICALE DE LA PRODUCTION AGRICOLE A LA SPECIALISATION DES TERROIRS AU PROFIT DU MODELE DE DEVELOPPEMENT COLONIAL

Montagne tropicale – située sous l'équateur entre 2°75 et 3°24 de latitude Sud et 37° et 37°45 de longitude Est - , le Kilimandjaro se caractérise par la complexité des contrastes climatiques qui le structurent permettant de passer en quelques kilomètres d'un climat tropical sec sur le bas de ses versants et sur la plaine environnante à un climat alpin symbolisé par le glacier du Kibo. Entre ces deux extrêmes, une succession d'étages et de paysages reflètent la manière dont les sociétés ont successivement aménagé et mis en œuvre leurs systèmes de production (cf. carte 3). Cette montagne longue d'environ 80 km et large de 50 km se caractérise donc par sa forte empreinte humaine avec des contrastes marqués entre les versants Sud et Est sur lesquels s'est épanouie l'agroforesterie chagga et les versants Nord et Ouest moins arrosés (sous le vent) occupés par les pasteurs massais voisins jusqu'à l'arrivée des Européens qui en firent de grandes exploitations de polyculture. Cette montagne monde, aujourd'hui symbole d'un tourisme de trekking international, est donc d'abord une montagne habitée, façonnée par des sociétés qui ont au cours du temps adapté leurs systèmes de production pour valoriser au mieux les potentialités du volcan.

L'origine de l'occupation humaine sur cet espace, naturellement attractif dans cette région de hauts plateaux et de savane semi-aride, n'est pas précisément identifiée. Les recherches archéologiques ont permis de situer les premières occupations aux alentours des premiers siècles de notre ère et peut-être même avant. Les affirmations sont rendues difficiles par manque de témoignages archéologiques des premiers occupants et la tradition orale chagga ne permet pas de remonter au-delà d'une douzaine de générations soit vers le XVIIIe siècle. De fait, le peuplement de la montagne reste encore aujourd'hui un mystère que les mythes traditionnels illuminent d'une histoire originelle : le premier ancêtre aurait découvert ce lieu inoccupé ou bien serait tombé sur de petits hommes mystérieux au sujet desquels les avis divergent (Montlahuc et Philippon, 2003, p 83). De toute évidence, l'occupation humaine sur les pentes du volcan s'est faite au fil du temps à la faveur de migrations diverses inscrivant depuis longtemps le Kilimandjaro dans des logiques de



Carte 3 : Esquisse de la répartition des groupements végétaux

circulation. Selon Kathleen Stahl, « *la montagne située sur une grande plaine sèche entre la côte et la région des grands lacs était idéalement placée pour attirer les peuples mobiles [...] Le Kilimandjaro a dû être utilisé comme une halte, une étape, mais pour beaucoup il représenta la fin du voyage. Nous savons que les Chaggas ne sont pas arrivés en une seule fois et probablement ils vinrent pendant les siècles passés comme les nouveaux arrivants du XIXe siècle, Kamba ou Masai, et comme ils continuent de venir encore* »⁸ (Stahl, 1964, pp 43-44). Contrastant avec son environnement, cette montagne tropicale s'est donc peuplée au rythme des migrations humaines offrant aux nouveaux arrivants une multitude de ressources et de terres arables disponibles. Longtemps, les populations n'ont pas eu à se préoccuper du manque d'espace et de ressource et si des conflits éclataient entre clans, ils étaient plutôt de nature politique. Les blocages fonciers contemporains, en partie dus à l'explosion démographique des dernières décennies, contrastent donc avec la réalité historique de l'occupation humaine du Kilimandjaro. Ainsi, « *au XIXe siècle, il n'y avait pas de problème de terre. Chaque chefferie avait plus de terre que de main d'œuvre disponible. La main d'œuvre était une ressource rare, pas la terre* » (Moore, 1986, p21).

S'agissant de la dimension politique et culturelle, longtemps les paysanneries du Kilimandjaro se sont organisées autour de clans puis de chefferies. L'unité culturelle chagga est une construction récente qui correspond à l'arrivée des Européens et qui s'est structurée autour de la production caféière. Cette construction de l'identité dans et par l'altérité constitue un référent sur cette montagne et au-delà puisque les Chaggas sont aujourd'hui encore renommés dans toute la Tanzanie. Tout cela montre que la société du Kilimandjaro a connu en quelques décennies de profonds bouleversements tant du point de vue de son organisation spatiale que du point de vue de son organisation sociale. La colonisation a bien sûr marqué un moment fort de ces mutations et c'est donc ce passage entre une société précoloniale organisée en chefferie et une paysannerie africaine guidée par des modes de développement exogènes qu'il nous faut analyser pour comprendre la naissance d'une paysannerie au Kilimandjaro et les modes d'adaptations mis en œuvre.

1.1- Période précoloniale : organisation verticale des chefferies du Kilimandjaro et intégration à un système circulatoire

⁸ Nous avons fait le choix, pour tout le manuscrit, de présenter les citations d'auteurs anglophones directement en langue française. Nous avons assuré nous-même cette traduction en essayant chaque fois de préserver au mieux le sens initial.

La mise en valeur agricole de l'espace montagnard

Au Kilimandjaro, les formes d'occupations spatiales dans la période précoloniale sont structurées autour d'une dichotomie spatiale verticale entre d'une part une agroforesterie dynamique abritant l'unité d'habitation et où domine la culture bananière (*Kihamba*) et d'autre part des cultures sur brûlis à la fois sur le haut et le bas des pentes (*Shamba*). La bananeraie, entre 1 000-1 400 et 1 800 mètres d'altitude se compose de cultures diverses et se caractérise par la mise en valeur de toutes les strates végétales allant des légumineuses aux grands arbres d'ombrages délimitant le *Kihamba*, la parcelle de référence d'une famille. Ce système cultural est en outre irrigué grâce à un réseau complexe de canaux qui transporte l'eau par gravitation, parfois sur plusieurs kilomètres, depuis les sources en amont jusqu'aux bananeraies où un réseau de rigoles assure la distribution (Devenne, 1998, p223). Le fonctionnement de ce système d'irrigation, qui fit l'admiration des premiers colons, était soumis à des accords entre chefferies voisines qui partageaient souvent les mêmes sources. Cet état de fait conduit Sally Falk Moore à défendre l'idée que « *l'eau constituait un domaine d'alliance majeur au sein des chefferies entre les parties du haut et les parties du bas, et encourageait les relations amicales avec les chefferies frontalières. Par ailleurs au-delà de la question de l'eau, ces arrangements liés aux canaux d'irrigation favorisaient également le commerce local* » (Falk Moore, 1986, p23). Sur les hauts, les forêts d'altitude sont utilisées de manière diversifiée : bois d'œuvre, bois de chauffe, plantes médicinales ou espace de chasse. La forêt aujourd'hui mise en réserve depuis les lois de conservations coloniales constitue donc à l'époque précoloniale un espace important du système de production. Pour achever la description schématique du système précolonial, il faut y inclure l'élevage qui se trouve au cœur des logiques d'accumulations conduites par les hommes et qui révèle le degré de richesse d'un chef de famille. Cet élevage est, jusqu'à aujourd'hui, essentiellement mené en stabulation, même si au XIXe siècle, le pacage était encore pratiqué mais à proximité des zones habitées pour éviter les raids massais. Cette forme d'élevage en stabulation donne ainsi lieu à des mobilités quotidiennes destinées à collecter le fourrage nécessaire.

Le Kilimandjaro est donc dans la période précoloniale une montagne profondément habitée, un territoire approprié et structuré selon un gradient altitudinal destiné à mettre en valeur de manière complémentaire les ressources diverses de la montagne, depuis la savane arborée de la plaine jusqu'aux forêts altitudinales. Tout cela conduit Sally Falk Moore à

souligner que « *les formes géographiques de l'organisation politique [et agricole] montraient une tendance forte des chefferies à l'organisation verticale. Les conquêtes et les ententes horizontales ou latérales existaient aussi, mais l'organisation politique verticale était dominante [...] cette organisation se caractérisait par une division verticale de la montagne en de larges bandes allant de la forêt sur les hauts à la plaine sur les bas [...] cette verticalité continue d'avoir du sens aujourd'hui* » (Falk Moore, 1986, p24).

Le fonctionnement de ce système montagnard précolonial repose sur une répartition genrée des tâches agricoles. L'homme chagga est le chef de famille faisant autorité sur le *kihamba* et son énergie est surtout concentrée sur des processus d'accumulation - au centre desquels se trouvent le bétail - censés maintenir ou accroître son statut social. « *L'homme chagga cherchait avant tout à accroître sa richesse, c'est-à-dire son bétail. Ce dernier faisait l'objet de taux d'échanges standardisés, où des équivalences étaient établies entre vaches, chèvres et fer. Sous cet angle, l'homme chagga avait peu de bénéfices à tirer de l'agriculture (à la différence par exemple des monts Usambara où la plus petite unité du taux de change était le tabac, une culture de fait réservée aux hommes). La colonisation va modifier cette donne en changeant la nature de la richesse qui deviendra l'argent. C'est ainsi que le développement d'une culture commerciale incitera les hommes à s'investir encore d'avantage dans le système de production. Ce sera l'apport de la caféiculture* » (Devenne, 1998, p226). Ce changement dans les processus d'accumulation qui conduira à transformer les rapports de genre au sein de l'organisation traditionnelle constitue un des éléments fondamentaux des mutations récentes dans l'organisation sociale des Chaggas. Les femmes, elles, ont la responsabilité de la production agricole dans la bananeraie (bien que le bananier soit symboliquement associé à l'homme) et l'alimentation de la famille dépend de leur travail. La culture des tubercules, des légumineuses et l'entretien des arbres fruitiers structurent leurs travaux tandis que l'entretien de l'élevage revêt une importance majeure en raison de l'utilisation de la fumure animale pour assurer la fertilité des sols. De fait, « *l'élevage en stabulation constitue largement une activité féminine. Les femmes alimentent le bétail en prélevant du fourrage [...] en fauchant des herbes naturelles plusieurs heures par jour. Dès les années 1920, C Dundas (1924) notait que les femmes descendaient en plaine, parfois tous les jours, pour couper de l'herbe* » (Devenne, *Op.Cit.*). Cette mobilité quotidienne induite par la récolte du fourrage et induisant des déplacements vers le bas et le haut des versants constitue selon Moore un élément supplémentaire corroborant l'organisation verticale des Chaggas (Moore, 1986, p24). Ce

rapport privilégié entre la femme et la vache a en outre produit une association symbolique dans le système de signification traditionnel qui reste, encore aujourd'hui, un élément majeur dans l'identité des paysans chaggas.

Les rapports commerciaux n'étaient toutefois pas réservés aux hommes puisque les femmes parvenant par leur travail agricole à dégager des surplus pouvaient les vendre dans les marchés locaux. Certes ces apports avaient pour finalité l'unité domestique, mais ils intégraient les femmes dans des réseaux commerciaux qui prendront dans l'avenir un rôle majeur dans leur émancipation vis à vis des hommes.

L'organisation de la production agricole dans l'ère précoloniale est donc fondée sur la complémentarité altitudinale et la répartition genrée des tâches qui ont été mis en place dans une optique d'exaltation des ressources de la montagne au service d'une certaine opulence comparativement aux sociétés environnantes. Mais le système chagga ne saurait se réduire à son organisation agricole puisque depuis longtemps les tribus ont échangé avec les territoires et les sociétés proches ou lointaines. Cette particularité oriente forcément l'analyse vers une approche multiscalaire et inscrit depuis longtemps le territoire chagga dans des logiques d'échanges et de circulations.

Le Kilimandjaro, commerces et circulations

Selon Kathleen Stahl (Stahl, 1964, p21), la compréhension de l'organisation politique du Kilimandjaro au XIXe siècle ne peut se faire que par une approche relationnelle des populations avec les territoires extérieurs. Pour ce faire, elle propose une analyse multiscalaire à trois niveaux :

- Le premier niveau concerne les relations entre les chefferies du Kilimandjaro occupant des planèzes différentes. Ces chefferies sont à cette époque en concurrence au niveau de l'espace mais surtout pour le contrôle du commerce.
- Le deuxième niveau relationnel relève des relations entre les chefferies et les peuples qui entourent le Kilimandjaro notamment dans le cadre de commerce de proximité.
- Enfin, le dernier niveau concerne les relations entre le Kilimandjaro et la côte de l'Océan Indien dans le cadre du commerce de longue distance.

Il existe ainsi au XIXe siècle trois types de marchés qui structurent les activités commerciales des différentes chefferies. Les deux premiers types de marché concernent le niveau local (les marchés des chefferies) et le niveau régional où les Chaggas échangent avec les Massais ou les Pares voisins. Ainsi, comme le rappelle François Devenne, à cette époque « *les Chaggas trouvent auprès des Massais du lait, des chèvres et des peaux qu'ils échangent contre des produits agricoles et du miel ; ils s'approvisionnent en fer et poteries auprès des Pares* » (Devenne, 1998, p 226). Le troisième niveau de marché correspond au négoce avec les caravanes swahilies assurant les liaisons commerciales entre la côte de l'Océan Indien et la région des grands lacs. Ce commerce est par nature réservé aux chefferies bien que les femmes alimentent les caravanes grâce à leurs productions vivrières. L'ensemble de ces pratiques commerciales ont donné naissance au cours du temps à un réseau de chemins complexes qui permettaient de se rendre dans les lieux-clés d'échange. Kathleen Stahl rappelle ainsi qu'« *à travers la montagne existait un réseau complexe de chemins [...] Par d'innombrables chemins encore connus aujourd'hui, les Chaggas communiquaient depuis longtemps entre eux, et pas seulement entre chefferies voisines mais également vers les chefferies éloignées pour pouvoir redescendre vers le monde extérieur à la montagne [...] Les axes en dessous ou au dessus des chefferies étaient empruntés pour le besoin de sécurité permettant d'éviter des chefferies ennemies. Dans certains cas toutefois, les axes en hauteurs étaient les plus pratiques et directs [...] Un des exemples les plus évidents dans l'étude de ces chemins anciens est l'existence d'un chemin reliant directement par le haut la chefferie de Usseri, à la limite Est du territoire chagga habité, à l'autre extrême du territoire à Kibongoto (Siha) à l'Ouest* » (Stahl, 1964, p24-25). Ce réseau des mobilités reflète bien la manière dont un territoire s'organise et s'approprie en fonction des ressources produites par les sociétés, ici le commerce. Le négoce à différentes échelles structurait donc également cette montagne faite de mobilités, d'échanges commerciaux et de circulation de biens propres au commerce.

Dans ce paysage d'ouverture et d'échanges avec les territoires extérieurs, le commerce avec les caravanes swahilies mérite une analyse plus approfondie tant son développement a constitué un facteur important de changements au Kilimandjaro. Comme pour le développement du café puis du tourisme quelques décennies plus tard, le commerce de longue distance a engendré de profonds bouleversements au sein de l'organisation sociale chagga. Ludger Wimmelbucker qui a consacré un ouvrage à l'histoire du Kilimandjaro affirme ainsi que les informations sur les liens commerciaux entre le volcan

et la côte de l'Océan Indien sont très anciennes. Déjà les écrits d'Hérodote au cinquième siècle avant Jésus-Christ font allusion à cette partie de l'Afrique ; puis dès le premier siècle de notre ère, des auteurs témoignent que « *des liens commerciaux connectaient certaines villes d'Afrique de l'Est avec la Mer Rouge, le golfe Persique et l'Inde. Parmi de nombreux biens échangés, l'ivoire était déjà présent dans ce commerce et stimula vraisemblablement les relations avec les terres intérieures, autour de la montagne enneigée, la légendaire « mountain of the moon »* » (Wimmelbucker, 2002, p103). Plus tard, au XIXe siècle, les Arabes Omanais, après avoir aidé les villes états d'Afrique de l'Est à chasser les Portugais, construisirent leur propre réseau commercial. Dès le début du XIXe siècle, la présence omanaise est indiscutable dans trois sites principaux : Zanzibar, Mombasa et Kilwa. C'est à cette époque que le commerce d'ivoire se développe avec le Kilimandjaro. L'ivoire réputé du Kilimandjaro est ainsi échangé contre d'autres produits tels que le fer, le bétail, des tissus en cotons, des perles, du cuivre, etc (Maddox, Giblin, Kinambo, 1996, pp 87-88). Dès les années 1840, le Kilimandjaro devient une étape primordiale sur le parcours des caravanes constituant un relais à partir duquel les convois se divisent pour aller commercer en plus petits groupes dans les régions environnant la montagne et vers la région des grands lacs. Le développement de ce commerce a permis de réellement dynamiser l'économie du Kilimandjaro assurant des débouchés lucratifs tant pour les produits agricoles que pour les produits artisanaux. Comme le rappelle Wimmelbucker ce commerce « *modifia le contexte social d'échange, les traditions coutumières et mêmes les conditions politiques* » en pays chagga. Par exemple, le commerce déstabilisa les règles coutumières de pouvoir puisque les principaux bénéficiaires de cette nouvelle activité étaient les hommes jeunes : « *c'étaient surtout les jeunes ou les hommes de classe d'âge moyenne qui tiraient avantage de ces opportunités en mettant leurs compétences commerciales en avant en tant que vendeurs ambulants, fournisseurs locaux et cela avait tendance à améliorer leur position sociale* ». Les conflits intergénérationnels se développèrent donc entraînant des mutations importantes dans l'organisation sociale et les rapports de pouvoirs (Wimmelbucker, 2002, pp418-428). Les rapports de genre ont également été fortement modifiés par le développement de ce commerce qui étant quasiment réservé aux hommes, leur donnait un pouvoir beaucoup plus grand en raison des richesses accumulées. Au sein de ce commerce, l'ivoire constituait la principale ressource échangée, même si le commerce d'esclaves et notamment de femmes représentait également une manne importante. Durant cette période de réussite commerciale, l'influence des chefferies du Kilimandjaro changea énormément à

la mesure des stratégies politiques mises en œuvre pour contrôler cette activité fortement concurrentielle. Des rapports inter-claniques de cette époque, Moore retient que « *les Chaggas étaient en concurrence pour le contrôle du commerce de longue distance. Les chefferies étaient donc organisées pour commercer, piller les voisins, et se protéger* » (Falk Moore, 1986, p20). En somme, « *le commerce de l'ivoire a eu un impact crucial dans le développement politique [du Kilimandjaro] en mettant en concurrence les différents pouvoirs pour la maîtrise et le monopole de cette matière première convoitée. La domination politique sur les espaces voisins dépendait de trois facteurs principaux : d'une part la capacité à regrouper une population importante, la capacité à faire respecter sa position dans le commerce, et l'accès aux bonnes terres de chasse. Le développement du commerce de longue distance a donné une grande importance à la qualité des relations avec la côte pour la maîtrise du pouvoir local* » (Wimmelbucker, 2002, p 144). Ceci signifie qu'au cours du XIXe siècle, avant l'arrivée des premiers Européens, la société chagga était non seulement définie par son rapport de production agricole sur l'espace montagnard mais également selon des organisations politiques destinées à contrôler le commerce de longue distance. C'est peut-être dans l'ancienneté de ces rapports commerciaux qu'il faut trouver l'origine de la représentation qui caractérise aujourd'hui le peuple chagga, celle d'être un peuple bénéficiant de prédispositions culturelles pour réussir dans les affaires. La légende raconte ainsi que lorsque Rebmann, le premier Européen à fouler le sol chagga, arriva en 1948 au Kilimandjaro, la première chose que les Chaggas lui demandèrent concernait le commerce. Ils voulaient savoir dans quel but commercial cet homme s'était déplacé jusqu'au Kilimandjaro. Rebmann surpris rétorqua qu'il était uniquement venu avec sa bible et son parapluie ce qui intrigua évidemment les Chaggas focalisés sur l'intérêt commercial que pouvait revêtir cette visite.

Les rapports commerciaux au Kilimandjaro ont donc contribué à la structuration politique, économique et sociale des populations du volcan. Cette ressource mise en valeur en raison d'une demande extérieure grandissante a produit de nombreux conflits entre chefferies ce qui donna, à l'arrivée des Européens à la fin du XIXe siècle, l'image d'une société certes d'une ingéniosité insoupçonnée dans sa capacité à valoriser les potentialités de la montagne mais soumise à une instabilité politique meurtrière. Les colons se sont bien évidemment appuyés sur ces divisions pour asseoir leur pouvoir et justifier leur occupation. À ces conflits entre chefferies se sont ajoutées des épidémies importantes qui « *ont contribué à freiner puis à diminuer la population dans les plaines environnant le*

Kilimandjaro. Wimmelbucker parle de véritable crise démographique qu'il « *situe aux alentours de 1810 lorsque les habitants de Mamba, qui était jusque-là l'aire la plus peuplée, furent décimés par la famine et les épidémies. [...] Cette crise affecta également la production agricole* ». L'auteur explique le développement de ces épidémies par l'augmentation des mobilités et des liens avec l'extérieur : « *La variole se fit plus fréquente clairement en raison du développement des mobilités commerciales* ». C'est dans ce contexte que s'est imposée la colonisation. « *La faiblesse de la société dans la région du Kilimandjaro, comme dans une grande partie de l'Afrique subsaharienne fut concomitante au développement de forces extérieures au cours du XIXe siècle avec notamment le phénomène de la colonisation* » (Wimmelbucker, 2002, pp 236-247). Le commerce a ainsi eu sur les peuples du Kilimandjaro des effets complexes et opposés, participant par bien des égards à leur ouverture, leur modernisation et à l'essor d'une culture commerciale mais par bien d'autres égards, le commerce constitua aussi une source de conflits et donc d'affaiblissement.

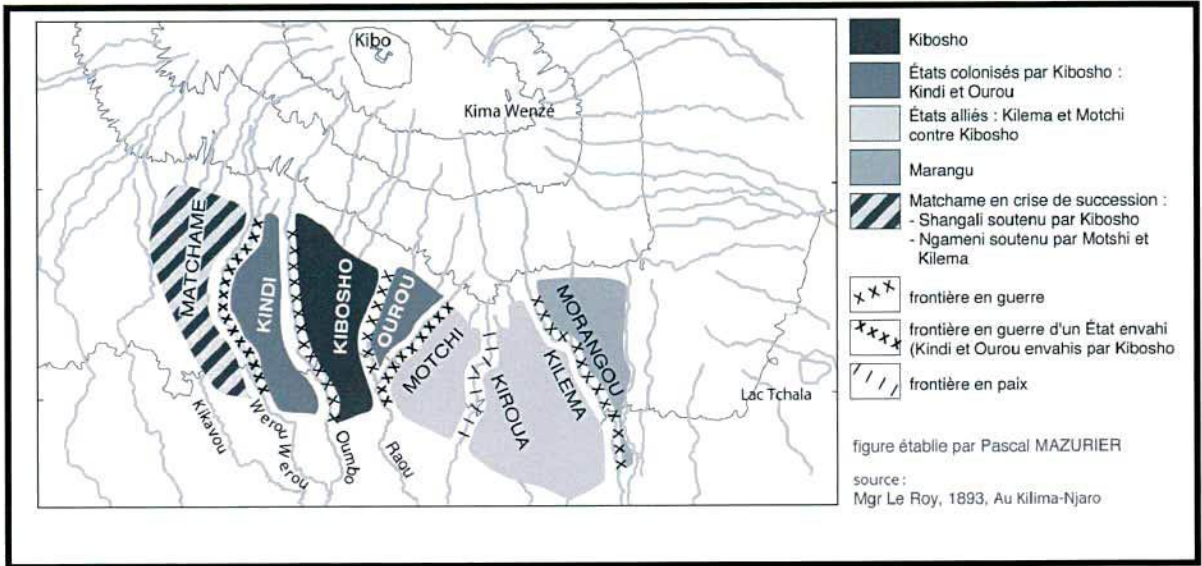
L'invention de l'unité chagga

Si pour des raisons pratiques nous avons jusqu'ici utilisé le terme chagga pour parler de ces sociétés agroforestières du Kilimandjaro, il s'agit en définitive d'un anachronisme puisque l'identité chagga s'est construite durant la période coloniale. En effet, l'identité chagga est une *invention* récente qui occulte une organisation identitaire beaucoup plus complexe qui préexistait à l'invasion coloniale. En effet, longtemps l'organisation sociale a été fondée sur des clans patrilineaires composés de descendants masculins issus d'un même ancêtre. Les clans avaient des tailles différentes, variant de quelques dizaines à plusieurs milliers d'individus et se regroupant sur un territoire identifié et souvent délimité par des marquages naturels. À l'époque où le major Dundas administrait le Kilimandjaro (au début du XXe siècle), il évalua à 800 le nombre de clans. Cette organisation minimale s'est renforcée à la fin du XVIIIe siècle par l'apparition de chefferies comme une « *réponse aux rivalités des clans pour accaparer le commerce de l'ivoire puis des esclaves [...] L'histoire de ces entités politiques, tantôt hégémoniques, tantôt déclinantes fut rythmée par de nombreuses guerres et par les aléas du commerce longue distance* » (Devenne et Bart, 2003, p124). Tout ceci s'explique en partie par la prévalence d'une organisation verticale destinée à « *utiliser les complémentarités entre haut et bas tandis que les ravines forment parfois des obstacles aux échanges horizontaux ;*

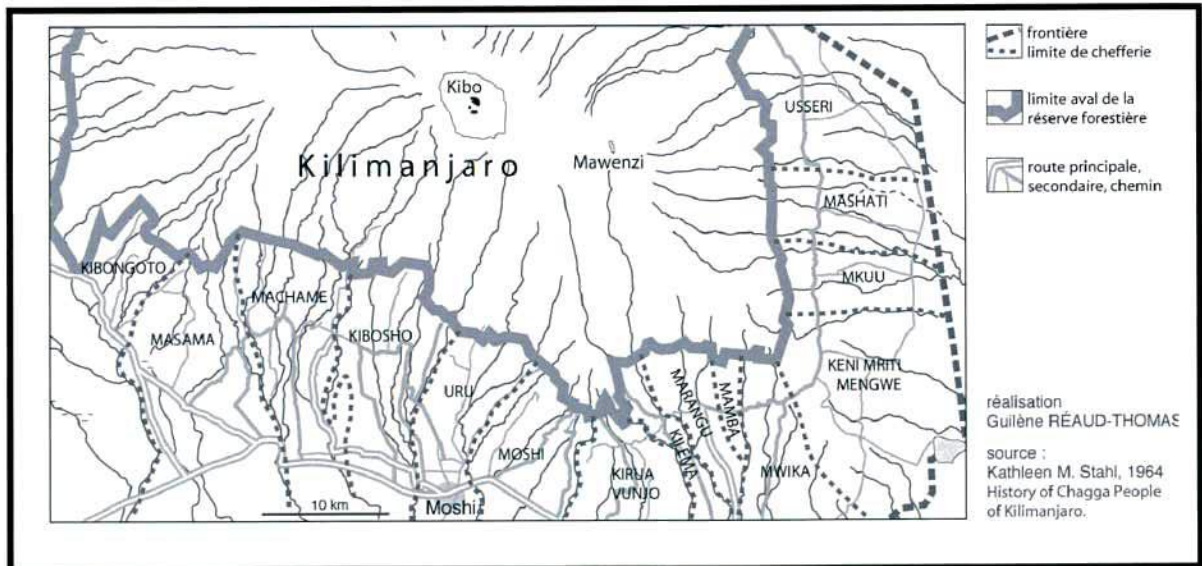
de fait, le peuplement en clan, puis en chefferies, a évolué de manière indépendante sur chaque planèze. L'unité du peuple chagga s'est réalisée lorsque le regard extérieur du colonisateur s'est posé sur cet ensemble de groupes autonomes et les a regroupés au sein de la « tribu » chagga. Ces populations ont repris à leur compte l'idée d'une unité chagga afin de contester certains aspects de la politique coloniale » (Devenne et Bart, *Op. Cit.*). Le terme *chagga* lui-même n'a d'ailleurs pas d'origine précise et son utilisation s'est développée sous l'influence des informateurs swahilis ayant conduit les Européens jusqu'au Kilimandjaro. Montlahuc et Philippon émettent l'hypothèse que ce terme correspond à la manière dont leurs voisins, les Gweno des monts Pare du Nord, les désignaient à savoir par les termes de *Vagha* ou de *Kyagha* (Montlahuc, Philippon, 2003, p83). De toute évidence, les Chaggas n'avaient pas de terme pour se désigner eux-mêmes ce qui corrobore l'hypothèse d'une invention de l'identité chagga en rapport avec l'altérité coloniale. Le processus de construction identitaire que nous allons analyser plus en détail avec le développement de la caféiculture nous intéresse parce qu'il confirme que les identités ne sont pas des structures immobiles mais des constructions évolutives, des processus qui renseignent sur les rapports à l'espace et aux contingences historiques. L'identité est ainsi abordée comme *ipséité* c'est-à-dire comme un processus ininterrompu de construction/reconstruction (Granié, note de cours DEA ESSOR, 2002-2003). Cette dimension de l'histoire chagga est intéressante car cette identité inventée sera bien, des décennies plus tard, mise à profit ou *mise en produit* dans le cadre du tourisme dit culturel. La compréhension de sa construction historique nous permet ainsi de mieux appréhender son instrumentalisation dans le cadre de l'activité touristique au XXI^e siècle.

1.2- Logiques coloniales : aux origines de la paysannerie chagga, productrice de café

La colonisation a constitué un moment fort pour les territoires conquis, occupés par des administrations européennes recherchant dans ces terres lointaines des solutions d'ouverture pour leur mode de développement fondé sur l'industrialisation et l'économie de marché. Les espaces ruraux africains se sont ainsi trouvés au cœur de stratégies de production mises en œuvre localement par une spécialisation et un contrôle des espaces pensés et aménagés pour produire. Comme le rappelle Bernard Charlery de la Masselière cette étape dans l'histoire des paysanneries africaines constitue



Carte 4 : Les chefferies chaggas autour du Kilimandjaro



Carte 5 : La situation des chefferies à la fin du XIX^e siècle, sur le flanc sud du Kilimandjaro

dans la représentation collective un « *mythe fondateur qui fixe définitivement les règles de l'interprétation de ce qui se passe après, où l'on va voir se démultiplier les oppositions binaires : civilisé/sauvage, développé/sous-développé, traditionnel/moderne, dominant/dominé, rural/urbain, etc* » (Charlery de la Masselière, 1994, p25). Ce contact entre des logiques traditionnelles et des logiques productivistes et techniciennes va donner naissance au Kilimandjaro et dans les autres espaces ruraux africains à des territoires nouveaux produits par des sociétés locales affrontant des contingences externes fortes et adaptant ainsi leur manière de produire, de vivre et d'être. Dans ce cadre, le Kilimandjaro, comme beaucoup d'autres montagnes, a trouvé une place spécifique tant la richesse de ses ressources (naturelles et humaines) a été très tôt identifiée par les colons. Il faut ainsi « *replacer brièvement l'intérêt des Européens pour cette montagne dans le contexte de l'époque : préoccupations industrielles et commerciales des grands entrepreneurs acquis au libre-échange, préoccupations politiques et impérialistes des nations colonisatrices, préoccupations de mieux connaître le massif* » (Lenoble-Bart et Constantin, 2003, p21). Les Chaggas jusqu'alors structurés en chefferies autour de leur agriculture et de leur commerce ont vu leur organisation remise en cause et ont dû adopter en quelques décennies des modes d'organisation nouveaux pour continuer à exister et à faire territoire sur la terre de leurs ancêtres.

Une colonisation guidée par l'intérêt économique

L'arrivée des Européens en Afrique s'est faite dans un cadre économique et historique spécifique, celui de l'expansion d'une société industrielle. L'intérêt dans cette expansion impérialiste se focalisait donc en premier lieu sur les matières premières que ce continent pouvait abriter afin d'alimenter un modèle de développement expansionniste. Ceci explique par exemple que l'installation allemande en Afrique de l'Est ne s'est pas faite au début par le gouvernement impérial allemand mais par la société allemande de colonisation (German Colonisation Society – GEAC). Ce n'est que plus tard que l'empire allemand installa son administration sur le territoire. Dans ce contexte, Mschome (Mschome, 2002, pp36-37) identifie quatre objectifs dominants dans l'intérêt colonial. Le premier était de trouver des matières premières à bas coût et en grande quantité pour assurer le fonctionnement des industries européennes. La question des matières premières devenait en effet primordiale pour des industriels souhaitant développer leur activité et prenant conscience des limites du continent européen. Le deuxième objectif consistait à

trouver une main d'œuvre bon marché à la fois pour l'économie européenne et pour les activités dans les colonies. Cela était nécessaire pour répondre aux difficultés qui commençaient à émerger sur le marché de l'emploi en Europe. En effet, l'augmentation des coûts salariaux consécutivement à l'amélioration des conditions de vie était de nature à diminuer les bénéfices des industriels. Le troisième objectif était lié à l'ouverture du marché européen pour les produits manufacturés. Le système commercial européen faisait déjà émerger le besoin d'élargir son marché pour assurer sa croissance et son développement. Les territoires coloniaux offraient ainsi par le développement d'activités agricoles modernes et d'industries nouvelles des débouchés intéressants. Ainsi, les machines agricoles trouvèrent dans la modernisation agricole de l'Afrique un marché porteur tandis que les produits manufacturés du quotidien vinrent peu à peu modifier le mode de vie des Africains (chaussures, vêtements, ustensiles ménagers, etc). Enfin, le dernier objectif concernait celui des investissements. La révolution industrielle ayant accru la capacité de nombreux industriels européens à l'investissement sur un marché relativement fermé, il fallait alors trouver d'autres espaces, d'autres secteurs sur lesquels investir. Avec l'assistance des empires coloniaux, les colonies ont offert à ces investisseurs des espaces réservés pour faire fructifier leur argent. Au Tanganyika, par exemple, c'est le sisal qui accueillit les premiers grands investissements, suivi du café et du thé.

L'ensemble cumulé de ces objectifs initiaux expliquent en partie la manière dont les territoires ruraux ont été gérés et aménagés et les populations autochtones contraintes d'adhérer très tôt à un modèle de développement exogène fondé sur la spécialisation des terroirs et une approche technicienne de la production agricole. Pourtant comme le rappelle Lenoble-Bart et Constantin, l'intérêt initial qui guida les premiers Européens dans les terres chaggas était religieux : « *La Church Missionary Society avait décidé en 1840 d'entreprendre l'évangélisation de l'Afrique orientale. Faute d'Anglais, ce furent trois Allemands, formés au séminaire suisse de Bâle, qui partirent [...]. Leur souci premier était religieux, Rebmann est connu comme étant le premier Européen, à 28 ans, avec sa bible et son parapluie, à apercevoir le Kilimandjaro en 1848* ». (Lenoble-Bart et Constantin, 2003, p22).

De cette occupation économique et religieuse naquirent des relations conflictuelles pour le contrôle du Kilimandjaro : « *les rivalités entre Allemands et Anglais, ici comme dans toute l'Afrique de l'Est, se sont d'abord exprimées par l'intermédiaire de la compagnie coloniale Deutsche Ost-Afrika Gesellschaft et de l'Imperial British East Africa*

Company ». La compagnie allemande d'Afrique de l'Est signa un traité avec le chef chagga Mandara, lui accordant sa protection en échange du droit de lever des taxes et de disposer de droits sur son territoire. « *La compagnie britannique d'Afrique orientale, elle, reprit en septembre 1886, l'action amorcée par Johnston en 1880 aux abords du Kilimandjaro. Mais les heurts étaient inévitables avec la société allemande qui avait fait de la montagne un point indiscutable et toute proposition de partition se heurta à une fin de non recevoir [...] Finalement, après de longues négociations à Londres, matérialisées par une succession de cartes différentes, un accord fut signé le 1^{er} novembre 1886. Une ligne unissant l'Umbe au Lac Victoria délimitait au nord la sphère britannique et au sud la sphère allemande [...] Le 1^{er} janvier 1891, les territoires de l'East African Company sont incorporés dans l'empire allemand. Cette situation dure jusqu'au lendemain de la Grande Guerre, en 1922, quand l'Afrique orientale allemande, devenue le Tanganyika, est confiée en mandat aux Britanniques* » par la Société des Nations (Lenoble-Bart et Constantin, 2003, p31-32). Ce sont donc les Allemands qui les premiers administreront le territoire chagga. Selon Mschome (Mschome, 2002, p43), cette première occupation se caractérise par la brutalité des Allemands autorisant les châtiments corporels et la mise en place de taxes contraignant les autochtones à travailler au profit des planteurs européens. « *Trente ans plus tard, à la fin de la période allemande (1916) toute l'institution chagga était bouleversée par les changements imposés par les Allemands* » (Moore, 1986, p95). Les exemples sont nombreux et concernent tant les mœurs (par l'interdiction de la polygamie, l'imposition de toilettes dans les maisons par exemple) que l'organisation politique des chefferies. C'est ainsi que le système d'armée chagga fondé sur les classes d'âges militaires fut aboli et que les chefs chaggas ne collaborant pas avec l'administration coloniale furent pendus ou chassés.

C'est l'économie tout entière des Chaggas qui fut déstabilisée par l'interruption du commerce de longue distance et par l'arrêt des vols de bétail entre chefferies. « *Le commerce de longue distance devint une activité réservée aux blancs. Les chefs devaient trouver de nouvelles sources de revenu. Tous étaient désormais concentrés dans la recherche de nouvelles ressources notamment pour acquérir et entretenir le bétail* » (Moore, *Op. Cit.*).

L'administration britannique qui succède se caractérise, elle, par la structuration législative qu'elle entreprend dans ses territoires afin d'encadrer les productions. Cela se traduit par un ensemble de lois mises en place, privilégiant les producteurs blancs et

réduisant les paysanneries au statut de producteur. Ces lois⁹ régissent aussi bien les activités commerciales désormais réservées aux Européens que les activités agricoles très encadrées (Moschome, 2002, p 47). Dans ce cadre, l'imposition des taxes est un élément central dans la stratégie coloniale pour contraindre les populations locales à intégrer le système marchand et à prendre le train du développement de manière forcée. En effet, le vote de la législation relative aux impôts (*Hut and Poll Tax ordinance 1922* et *Native Tax Ordinance 1934*) s'est trouvé au cœur du système de développement de l'économie coloniale. Ainsi, les populations locales étaient contraintes soit d'intégrer le système marchand afin d'acquiescer le numéraire nécessaire pour s'acquiescer de leur impôt soit de payer leur taxe par du travail gratuit (*Tax labour*) une manière détournée de se décharger de leur dette tout en contribuant à la richesse de la colonie. En 1951, la *Tax Labour* fut interrompue en raison de pressions internationales qui considéraient que cela correspondait à du travail forcé. De toute évidence la mise en place des taxes correspond bien au mécanisme central ayant conduit les paysanneries à intégrer le système marchand, source par la suite de bien des modifications dans cette société traditionnelle. Ainsi donc comme le rappelle Sally Falk Moore, « *pressés par les taxes de huttes imposées à partir de 1898 et par des obligations de travaux collectifs dont ils pouvaient se décharger en échange d'argent, les Chaggas ont été peu à peu conduits à s'intégrer dans l'économie monétaire. D'abord ils vendirent leur force de travail. Puis peu à peu, imitant l'exemple des missions ils commencèrent à planter du café dans leurs bananeraies* » (Falk Moore, 1986, p101)

L'essor de la caféiculture

L'intégration des paysanneries africaines dans les filières de cultures d'exportation s'est faite en deux temps. Dans un premier temps, les populations locales ont été exclues de ces cultures réservées aux Européens bénéficiant de grandes concessions foncières. Les administrations coloniales justifiaient cette mise à l'écart par l'incompatibilité des systèmes paysans à l'économie marchande et à ses exigences techniques. « *Incapable de réaliser des économies d'échelle et de maximiser son investissement, soumis à une division du travail peu efficiente et orienté vers la satisfaction des besoins primaires, enfermé dans un communautarisme castrateur, l'indigène-paysan n'est devenu rapidement qu'une*

⁹ A titre d'exemple nous pouvons citer quelques unes de ces lois : *Mining (Controlled Areas) Ordinance*, *Sugar (control) ordinance*, *coffee (control and marketing for natives) ordinance*, *Import control ordinance*, *export control ordinance*.

catégorie sémantique du discours économique colonial » (Charlery de la Masselière, 1994, p26). Mais dans un deuxième temps, notamment à la suite de la crise des années 1930, un nouveau discours se développe en direction des paysanneries, destiné à orienter l'éducation et l'assistance technique vers leur intégration à l'économie de marché. Le référentiel de gestion politique et économique des colonies change et devient celui de l'intensification et de la modernisation agricole. L'accès au savoir technique, l'organisation productive des paysanneries, le développement des cultures de rentes deviennent des éléments structurants de la politique agricole. Dès lors, les sociétés paysannes vont entrer dans un processus de changements importants et de différenciations caractérisé par la redéfinition des espaces et par la remise en cause des systèmes traditionnels de régulation sociale. La volonté affichée de conduire ces populations vers un objectif unique de développement produit en réalité des différenciations profondes dans les paysanneries africaines.

C'est dans ce contexte que, privé du commerce de longue distance, pressés par les taxes puis plus tard encouragés par les administrations elles-mêmes, les Chaggas ont adopté peu à peu la culture du café. C'est ainsi qu'en 1901 le chef Fumba de Kilema demande des plants de café auprès des missions ayant très tôt expérimenté cette culture. En 1902 c'est le chef de Marangu qui en réclame. Peu à peu les Chaggas développent cette culture. En 1916 il y avait déjà 14 000 caféiers appartenant à des Chaggas. Même si ce chiffre est faible à l'échelle du Kilimandjaro, il démontre un intérêt certain de la paysannerie pour cette culture qui ne cessera de croître (Falk Moore, 1986, p103). C'est à partir de l'installation britannique que le phénomène se développe : *« Dans les premières années de l'administration britannique il y avait des politiques du gouvernement visant à encourager les Africains à produire des cultures de rentes. Dundas par exemple faisait à cheval le tour des chefferies en exhortant les Chaggas à planter du café. Il mettait la pression aux chefs et les chefs parfois donnaient l'ordre de faire de même à leurs gens [...] C'est ainsi que Dundas rapporte que en 1921 il y avait 125 000 arbres à café dans les jardins chaggas ; en 1925, 175 000 ; 300 000 en 1923. En 1923 il y avait 20 tonnes de café chagga qui étaient exportées, puis 100 tonnes en 1925 »*. (Falk Moore, 1986, p119). Le tableau 1 montre l'expansion de cette culture et témoigne bien de son appropriation par les Chaggas sur les versants du Kilimandjaro.

Si la colonisation a achevé une crise politique des chefferies chaggas commencée par les conflits précoloniaux liés au contrôle du commerce et aggravée par l'occupation

européenne, la ressource caféière a elle permis de structurer différemment la société chagga.

Tableau 1 : Evolution de la production de café au Kilimandjaro (1923-1968)

ANNEE	NB DE PLANTEURS	CAFE VERT (TONNES)
1923-24	3 300	32
1925-26	5 500	64
1927-28	7 900	264
1929-30	10 000	416
1931-32	11 800	740
1933-34	16 800	716
1935-36	21 740	1 475
1937-38	25 230	1 177
1939-40	26 270	2 141
1941-42	27 330	1 558
1943-44	27 970	1 691
1945-46	29 600	2 512
1947-48	31 670	3 384
1949-50	31 590	3 359
1951-52	34 390	5 670
1953-54	36 880	6 304
1955-56	37 600	6 577
1957-58	44 140	5 596
1959-60	45 130	6 798
1961-62	50 000	5 853
1963-64	53 000	9 600
1965-66	55 000	16 831
1967-68	65 000	11 556

Source : Moore, 1986, p29

Ayant pris conscience de leur unité face à l'adversité coloniale, les Chaggas ont en effet saisi le succès de la culture caféière pour dépasser les blocages apparus à la fin du XIXe siècle et pour renforcer leur pouvoir politico-commercial. C'est ainsi qu'après la direction de l'administration du Kilimandjaro par le Major Dundas, le Commandant A.M. Clark qui succéda continua à encourager la dynamique chagga autour du café. Conscient du poids que prenaient ces planteurs alors au nombre de 5 000, Clark « encouragea la mise en place d'une organisation de planteurs autochtones de café (KNPA : Kilimandjaro native coffee planter's association). Son objectif était de protéger et de promouvoir les intérêts des planteurs autochtones de montagne (Moore, 1986, p 119). Cette association se structura dès le début sur l'organisation traditionnelle en prenant appui sur les chefferies regroupées en trois *councils* (Hai, Vunjo, Rombo) témoignant de la stratégie coloniale qui comprit que

pour développer véritablement l'intégration des Chaggas au modèle commercial, il fallait s'appuyer sur une structure de pouvoir existante. Mais le pouvoir acquis par le KNPA provoqua de nombreux conflits entre planteurs européens, administration coloniale et Chaggas. Après divers rebondissements, en 1932 la KNPA devint la Kilimandjaro native coopérative union (KNCU), les Chaggas mettant à sa tête ALB Bennett, un Européen marié à une femme chagga, « *il était donc accepté par les deux partis, celui des Chaggas et celui de l'administration coloniale* » (Moore, *Op. Cit.*). La mise en place de la KNCU marque ainsi une nouvelle ère dans la structuration politique des Chaggas et affirme leur volonté de s'approprier une ressource jusqu'ici exogène, le café, qui trouve sur les pentes du volcan des conditions bioclimatiques propices à son épanouissement. Cette étape marque un tournant dans l'histoire du développement du Kilimandjaro que François Devenne décrit de la manière suivante : « *La colonisation a signifié la fin d'un mode de vie et l'effondrement d'un système de valeurs dont certaines resteront perdues à jamais tandis que d'autres réapparaîtront sous des formes nouvelles[...] L'essor de la caféiculture témoigne de l'adhésion des Chaggas à un système de valeur dit capitaliste [...] Les changements sociaux sont d'autant plus importants que la caféiculture s'intègre en quelques décennies aux systèmes agraires des versants Sud et Est du Kilimandjaro, s'imposant au pays chagga comme le fait agricole majeur du XXe siècle* » (Devenne, 1998, pp 216-267).

Le tournant de l'agroforesterie chagga, vers un nouveau rapport à l'espace montagnard

Au Kilimandjaro, le développement de la culture caféière par les paysans chaggas coïncide avec les prémisses d'une croissance démographique qui ne cessera de se développer de manière exponentielle jusqu'à nos jours. C'est ainsi qu'en moins d'un demi-siècle, la population occupant les versants du volcan quadruple engendrant une pression foncière inédite. Cette nouvelle donnée modifie en profondeur l'organisation spatiale chagga et crée de manière inévitable des tensions diverses entre les chefferies garantes de la distribution foncière, les paysans et l'administration coloniale. Dans un premier temps, l'expansion de la zone de culture est réalisée aux abords de la ceinture bananière, espace traditionnel d'habitation des Chaggas, mais très vite cela ne suffisant pas, le bas des versants jusqu'alors occupés de manière saisonnière devient un espace naturel de culture. Par ailleurs, « *la délimitation par les Anglais d'une réserve forestière en 1921 bloque toute*

expansion vers le haut : c'est donc vers la plaine que doivent se tourner les paysans en quête de terre [...] Les premières installations au-dessous de 1 250 m datent au plus tôt du milieu des années 1930 [...] l'immigration sur les basses pentes s'est étalée sur une trentaine d'années, avec une arrivée massive dans les années 1950, lors du départ du planteur européen » (Devenne, 1998, p121). C'est ainsi qu'en quelques décennies, la répartition spatiale de l'activité humaine sur le volcan prend des formes nouvelles sous la double influence du développement de la culture caféière et de la croissance démographique. Le bas des versants qui jusque-là constituait une forme de zone de contact entre système pastoral massai et système agroforestier chagga devient une terre accaparée par ces derniers. D'autres modifications paysagères ont également accompagné ce mouvement puisque les Chaggas ont par exemple considérablement réduit le couvert arboré de leur *Kihamba* afin de diminuer l'ombre portée sur les caféiers. Ce choix a eu pour effet direct de répercuter sur l'espace forestier supérieur la récolte de produits forestiers jusque-là réalisés à l'intérieur de la bananeraie. Les pâturages eux non plus « *n'ont pas résisté à la progression continue des caféiers ; tant les pacages situés au-dessus de l'aire habitée, à des altitudes de 1700-1800 m, pourtant peu favorables au café, que la portion du Kihamba où le bétail paissait encore dans les années 1920, seront phagocytés par la nouvelle culture. [...] Si les pâturages étaient de toute évidence appelés à disparaître sous la pression démographique – la caféiculture n'a fait que précipiter leur fin* » (Devenne, *Op. Cit.*). La pression foncière a donc très rapidement donné lieu à la mise en place d'un système marchand d'échange des terres. Conscientes du danger de tels procédés et de la mise en danger de leur pouvoir, les chefferies ont en 1927 obtenu de l'administration coloniale l'interdiction de l'achat de terres. De fait, jusqu'à l'abolition des chefferies à l'indépendance, l'héritage et la mise en culture d'une terre inoccupée constituaient le mode principal d'accès à la propriété.

Si l'apparition du café a modifié en profondeur l'aménagement de la montagne, il a également engendré des modifications fortes du point de vue de l'organisation sociale. C'est ainsi qu'au début du XXe siècle, la société chagga est encore une société traditionnelle peu ou pas intégrée au système monétaire. L'école ne fait pas partie des logiques d'ascension sociale et les croyances traditionnelles supplantent encore le christianisme naissant. Quelques décennies plus tard, aux alentours des années 1940, « *l'école et l'église étaient devenues des institutions mieux acceptées et plus fortement intégrées à la société. [...] La production caféière s'étendait. Le mouvement coopératif, en*

plein essor, soutenait activement le développement de la caféiculture par l'intermédiaire de coopératives de base [...] Les années 1950 consacrèrent la primauté de l'argent auquel les Chaggas accordèrent de plus en plus d'importance, chacun s'efforçant d'en acquérir, soit par le biais de la caféiculture, soit par celui d'un travail salarié souvent obtenu grâce au bagage scolaire » (Devenne, Op. Cit.). Vingt ans plus tard on peut affirmer que « *la caféiculture régnait véritablement sur l'économie du Kilimandjaro* ». Désormais toute la société est organisée et rythmée par cette ressource qui conditionne les rapports à l'espace et au temps. De 5 000 planteurs en 1924, le Kilimandjaro passe à 50 000 en 1961 avec une production avoisinant les 6 000 tonnes et un réseau de coopératives villageoises dynamiques assurant le soutien technique de la production, la distribution des intrants et l'achat des récoltes. L'école se retrouve par ailleurs au centre des logiques d'ascensions sociales avec un maillage scolaire très dense tout autour du volcan. Le Kilimandjaro dans les années 1960 est la région de Tanzanie qui a le plus fort taux de scolarisation. Les rapports de genre ont également connu des mutations notables au détriment des femmes qui perdent avec le développement des caféières accaparées par les hommes une partie de leur pouvoir. Ainsi sous le double effet de la réduction de leurs cultures vivrières au profit du café et de l'élevage -en raison de la diminution des pâturages- les femmes dégagent moins de surplus susceptibles de leur amener de l'argent. A contrario, les hommes connaissent une croissance de leur pouvoir monétaire qui assied leur autorité au sein du ménage chagga. Moore corrobore cette analyse en observant que « *dès le début les hommes se sont approprié tous les droits sur l'argent du café considérant que cela allait de pair avec leur droit d'héritage sur la terre. Même si les femmes contribuaient à la culture du café, elles n'avaient pas accès aux revenus du café, et les hommes n'avaient aucune obligation de partager cet argent avec elles* » (Moore, 1986, p117).

Ainsi, en un demi-siècle, la culture caféière qui semblait s'intégrer facilement à l'agroforesterie chagga sans y apporter de modification majeure a en définitive complètement déstructuré la société précoloniale pour donner naissance à une autre société, un autre territoire. Ces changements ont donné lieu à la naissance d'une paysannerie intégrée à un système commercial international par le biais d'une culture d'exportation, une paysannerie convertie aux valeurs de la société capitaliste fondant désormais ses stratégies d'accumulation sur l'argent.

Café et développement régional

Au Kilimandjaro, l'essor du café représente bien plus qu'une simple réussite agricole et paysanne. C'est toute la région qui a bénéficié de cette nouvelle ressource permettant de dynamiser et de moderniser les infrastructures. Sally Falk Moore explique bien comment à partir du moment où le café s'est développé dans les bananeraies, devenant un élément important du revenu des Chaggas à partir des années 1920, les pouvoirs locaux (traditionnels et coloniaux) ont cherché à le taxer et le contrôler. C'est dans cette période que les taxes sur le café viennent enrichir considérablement les caisses du District du Kilimandjaro. Une partie de cet argent était réinvestie dans des infrastructures publiques plaçant la région loin devant les autres régions du Tanganyika en termes d'équipements. Plus tard les revenus du café seront accaparés mais à un niveau supérieur, celui de l'Etat, devenant une exportation importante du commerce extérieur tanzanien (Moore, 1986, p118). C'est dans le cadre de ces exportations que les hautes terres d'Afrique de l'Est ont joué un rôle majeur dans le soutien des pays nouvellement indépendants.

Le café connaît donc un développement croissant et l'arrivée du chemin de fer dès 1912 à Moshi marque le début d'une ère nouvelle, celle de l'intégration du Kilimandjaro au monde. Venant de Tanga, cette ligne facilite la circulation des produits et des hommes et symbolise les prémisses de la modernisation de la région. Les années 1950 marquent la période de gloire de la culture caféière avec des investissements majeurs en termes d'infrastructures. En effet, à cette époque « *la région connaît une forte croissance économique induite par la hausse du prix mondial du café. Cette manne financière rend possible la construction d'hôpitaux, de dispensaires, d'écoles et de routes et incite les paysans à améliorer leur habitat. La communication entre différentes planètes s'accélère avec la construction d'une route en 1928 desservant les hautes terres pour acheminer le café à Moshi* » (Devenne, Bart, 2003, p135). C'est ainsi qu'aujourd'hui encore, malgré la crise caféière et l'appauvrissement de la population, le Kilimandjaro bénéficie d'équipements qui rappellent l'essor du café. Par exemple, avec 383 km de routes goudronnées, en 2002, la région du Kilimandjaro était la 2^{ème} région la mieux dotée après celle d'Iringa (477 Km). Au niveau du réseau électrique, la région est la mieux dotée de tout le pays. Ainsi, en 2000, sur les 449 villages, 45% étaient desservis par l'électricité. Au niveau de la santé également, la région avait en 1995 le meilleur ratio Infrastructure de santé / Habitant avec 2,9 structures pour 10 000 habitants et 1 lit pour 680 personnes (National Bureau of Statistics, 2002). L'accès à l'eau douce est également un paramètre important permettant d'évaluer le niveau de développement du Kilimandjaro. Dans ce

domaine encore, le Kilimandjaro arrive en tête de la Tanzanie avec un taux de 75% de la population qui a accès à l'eau douce alors que la moyenne nationale est de 46% (Kitalyi, Soini, 2004, pp 3-5). Enfin, au sein de cette dynamique de développement économique, il faut souligner la place croissante qu'a prise l'école dans la société chagga. Sa place s'est renforcée progressivement depuis les prémises de la colonisation jusqu'à aujourd'hui pour devenir un pilier des stratégies sociales chaggas. Les premières écoles ont été ouvertes par les missions luthériennes (1^{ère} école luthérienne en 1894 à Machame) et catholiques. Le début du XXe siècle a donc été marqué par la mise en place progressive d'un véritable système scolaire « *qui en plus de ses objectifs d'évangélisation, fut aussi conçu comme outil d'intégration des populations à un système socio-économique de type européen* » (Devenne, Bart, 2003, p133). Témoin là encore de la capacité des Chaggas à s'approprier les éléments importés de la modernité, leur volonté précoce de mettre en place des établissements scolaires propres et laïques. Vers 1933 le Kilimandjaro compte ainsi 195 écoles laïques, 165 luthériennes et 93 catholiques (Devenne, Bart, *Op. Cit.*). Après la deuxième guerre mondiale, cette tendance à s'émanciper du système des missions pour l'enseignement se confirme avec la mise en place en 1942 du *Chagga Educational Advisory Committee*. En quelques décennies, l'école est ainsi devenue un outil de promotion sociale et un des postes budgétaires dominants pour des familles qui considèrent l'éducation comme un moyen d'amélioration des conditions de vie.

L'essor de la caféiculture et la colonisation ont donc constitué une forme de rupture dans la société chagga modifiant tout à la fois les modes d'habitat, l'occupation de la montagne et les logiques des acteurs ayant intégré un ensemble de référentiels issus de la société occidentale. En quelques décennies, la population du Kilimandjaro a donc approprié une ressource, le café, et en a fait le moteur de sa modernisation. Désormais, « *l'identité chagga se nourrit aussi du sentiment, diffus ou affirmé, de faire partie de ceux qui ont su prendre le train de la modernité. La représentation qui en émane a sans doute été forgée par les Occidentaux ; mais elle a été largement réappropriée par les Chaggas, qui au risque d'occulter nombre de leurs racines culturelles, jouent de cette image de travailleurs, d'entrepreneurs, voire de capitalistes, capables tout autant de cultiver la terre, d'élever petit et gros bétail, de commercer dans le cadre de systèmes familiaux faits à la fois d'un enracinement dans le terroir et de multiples mobilités* » (Devenne, Bart, *Op. Cit.*). La pluriactivité observée aujourd'hui et à laquelle s'est ajouté depuis peu le tourisme est donc le fruit d'une histoire longue, celle de la société chagga.

L'histoire du développement du Kilimandjaro, avec des différenciations locales, montre combien ces espaces montagnards d'Afrique ont joué un rôle majeur dans l'entreprise coloniale puis post-coloniale. Des sociétés entières se sont adaptées et ont intégré dans leur fonctionnement social et spatial le développement des cultures d'exportations créant de nouveaux territoires et contribuant par leur revenu au développement des administrations coloniales puis post-coloniales. C'est ainsi, qu'« *à travers le développement de la petite exploitation familiale, l'agriculture (au sens large) a placé les montagnes des hautes terres d'Afrique de l'Est au cœur de l'économie et de la construction des Etats. Loin d'être des espaces fermés sur eux-mêmes, les montagnes se sont trouvées au centre de constructions spatiales dynamiques et ouvertes sur le monde. Mobilité des personnes, circulation des biens ont inscrit le développement de ces régions d'altitude dans un système d'échanges et d'interactions avec d'autres espaces sur la courte et longue distance, depuis les basses terres périphériques jusqu'à l'aire mondiale des marchés. On aurait tort de réduire la question de la montagne aux contraintes propres à la question de ces milieux que l'on dit fragiles, en mettant en avant une spécificité ou un lien trop exclusif entre sociétés et territoires, qui isolerait ses populations de ressources extérieures et diversifiées. Alors que le modèle de développement qui a assuré une certaine prospérité de ces montagnes et une valorisation de leur potentiel de production est enfermé aujourd'hui dans ses propres contradictions, il paraît nécessaire de repenser les conditions de l'intégration de ces espaces locaux à un espace global où circulent les ressources essentielles (information, argent, pouvoir...)* » (Charlery de la Masselière 2002b, p206). Des blocages internes et externes ont donc conduit le Kilimandjaro comme d'autres montagnes d'Afrique de l'Est dans une impasse, celle du modèle de développement colonial. De nouvelles contingences se présentent aux sociétés montagnardes les invitant encore une fois à se réadapter et soulignant que leur territorialité est en perpétuelle évolution.

2- CRISE DU MODÈLE AGRICOLE CHAGGA¹⁰

La caféiculture a de manière évidente contribué à renforcer le système agricole chagga en l'intégrant à un marché mondial ayant offert durant plusieurs décennies des apports financiers considérables tant aux paysanneries qu'aux systèmes politiques successifs. Pourtant, dès les années 1950-60 les limites de ce modèle de développement apparaissent déjà en raison des réponses inadaptées aux enjeux nouveaux : explosion démographique, crise foncière, vieillissement des plants de café, développement de la culture caféière au niveau mondial, etc. Les années 1980 marquent le début d'une nouvelle ère pour le Kilimandjaro et pour les autres montagnes d'Afrique de l'Est avec l'affirmation de ses blocages que François Bart qualifie de « *crise des systèmes montagnards* » (Bart, 2001, p55). Le terme de crise est alors utilisé pour évoquer la remise en cause d'un système agricole qui a pendant des décennies contribué largement à la modernisation des états et au développement des sociétés montagnardes. « *Le dynamisme démographique, l'effondrement des rentes agricoles traditionnelles, l'ouverture de nouveaux marchés, la libéralisation de l'économie, la précarité des revenus urbains, etc. modifient de façon radicale les structures de l'accumulation économique comme celle des identités sociales [...] On le voit, le rapport entre montagne et société n'est pas immuable ; il se transforme au rythme de l'évolution de la société elle-même et selon la façon dont les caractères du milieu peuvent être ou non valorisés comme ressources économiques et sociales. En Afrique de l'Est, le poids des hautes terres reste quand même considérable, en particulier d'un point de vue démographique : la gestion de cet héritage suppose de nouvelles formes de décloisonnement et d'intégration des territoires de montagne dans un espace à la fois plus vaste et plus diversifié, accentuant les phénomènes de mobilité entre hautes et basses terres ou entre la campagne et la ville* » (Charlery de la Masselière 2002b, p203). C'est donc bien du devenir des espaces montagnards dont il est question ici, des espaces qui sont confrontés à de nouvelles contingences encourageant les sociétés encore une fois à s'adapter. Les mutations qui émergent aujourd'hui avec la remise en cause d'un modèle caféier finalement récent (moins d'un siècle) ne sont finalement qu'une étape dans l'histoire du développement du Kilimandjaro. Il ne s'agit pas ici de constater la crise, il

¹⁰ Titre d'un article de François Bart qui revient justement sur les blocages multiples du modèle chagga (Bart, 2003a).

s'agit de comprendre par quels processus la société chagga s'adapte à ces nouveaux enjeux notamment par la mobilisation de ressources nouvelles, en particulier le tourisme. En somme, la notion de crise est ici abordée comme celle d'un modèle de développement dont l'analyse doit nous conduire à appréhender les effets engendrés sur l'organisation sociale et spatiale de cette société rurale. En d'autres termes nous souhaitons à partir d'observations empiriques analyser les écarts qui se sont constitués au cours de l'histoire entre l'idéologie développementaliste qui a guidé les pouvoirs politiques différents dans leurs choix et les processus d'adaptation concrets dans les territoires ruraux qui ont conduit à des réalités toute autre produites par les sociétés paysannes (Coquery-Vidrovitch, Hémery, Piel, 2007, p9).

2.1- Quelle approche géographique ?

La notion de crise ne doit pas être abordée en géographie comme un postula, comme une catégorie d'analyse *a priori*. Cette notion, souvent utilisée dans le cadre d'études officielles ou d'articles de presse concernant l'Afrique, ne devient une catégorie d'analyse uniquement si elle produit des remodelages sociaux et spatiaux sur les territoires observés. C'est dans cette optique que nous avons souhaité aborder cette notion afin de comprendre comment la société chagga produit aujourd'hui un territoire différent sous l'effet de blocages multiples de son système de production. La crise doit ainsi être abordée à différentes échelles, temporelle et spatiale, afin d'en comprendre les fondements et surtout les conséquences socio-spatiales pour ces paysanneries d'Afrique. Il nous faut en effet éviter de tomber dans une forme de généralisation de la notion de crise qui tendrait à faire l'amalgame entre les différentes crises que connaît le continent africain aujourd'hui : crise de l'état, crise urbaine, crise écologique, crise financière...

C'est dans cette logique que Bernard Charlery de la Masselière rappelle que la crise actuelle des espaces ruraux africains s'est affirmée dans les dernières décennies, silencieusement menant peu à peu les paysanneries dans une impasse, celle du développement. En effet, après la deuxième guerre mondiale, l'Afrique et le Tiers-Monde en général, se sont trouvés exclus des grands investissements industriels réduisant ces espaces au statut de producteurs de matières premières. En termes de croissance cette période reste toutefois favorable aux pays africains puisque le PIB par habitant en Afrique

subsaharienne est de 3,2% entre 1963 et 1973 tandis que celui de l'Afrique de l'Est est de 5,1%. Si personne à cette époque ne parle encore de crise, « *certains agronomes ou géographes en identifiant les symptômes à l'échelle des terroirs* » évoquent déjà des blocages en ces termes: « *crise écologique avant la lettre pour les uns, manifeste dans la dégradation des sols, crise plus globale d'un système paysan pour les autres repérable dans la désagrégation des structures sociales* » (Charlery de la Masselière, 1994, p5). Mais ce diagnostic n'a que peu d'écho dans l'euphorie des trente glorieuses qui auréole la représentation collective du développement d'un succès immuable, d'une croissance sans limites. Dans les espaces ruraux africains commence pourtant une crise profonde qui tend vers la différenciation des paysanneries. « *Les ruptures sont silencieuses ; elles se vivent dans l'intimité des familles ou des villages, ou dans l'espace restreint des relations de voisinage. Cette non extériorisation peut s'expliquer, c'est une hypothèse, par le fait que les espoirs des individus ou des communautés sont pris en charge dans le cadre d'un autre système qui s'impose : celui du développement* » (Charlery de la Masselière Op. Cit.). Les années 1970 avec la hausse des matières premières et le développement des crédits donnent l'illusion que les difficultés rencontrées jusqu'alors n'ont été que des périodes de transition sans conséquences. Les pays s'endettent pour assurer les processus de modernisation nécessaires à l'application des injonctions de développement. Mais cette « *embellie mystificatrice cache en fait de profonds déséquilibres. L'Afrique subsaharienne reste dans son ensemble à l'écart des processus d'accumulation et de promotion des exportations industrielles, qui légitiment et stimulent la croissance des exportations agricoles. Les pays d'Afrique perdent des parts de marchés mondiaux agricoles au bénéfice de pays d'autres continents, comme le Brésil ou la Thaïlande, dont l'agressivité sur les prix est à la mesure de la compétition industrielle* (Charlery de la Masselière, 1994, p6). Les paysanneries africaines commencent ainsi à comprendre que leur intégration à des filières internationales les rend dépendantes d'une concurrence féroce avec des territoires éloignés. Les réalités de ce marché agricole fortement concurrentiel seront ressenties avec beaucoup plus d'acuité à la suite du second choc pétrolier qui crispe les flux financiers engendrant une hausse de la dette des pays du Tiers-monde. Les programmes d'ajustement structurel seront alors mis en œuvre à toutes les échelles pour tenter de redresser rapidement les effets de cette crise tout en préservant les intérêts des pays occidentaux. Dans ce cadre l'agriculture et les paysanneries sont considérées comme des secteurs clés mais leur réorganisation est profonde en raison de la libéralisation des marchés. « *Pour répondre à la crise de l'agriculture, les solutions techniques existent, mais leur mise en*

*œuvre reste fonction du coût social et économique de la réorganisation de la production, qui reste inestimable. La diffusion de la charge de l'ajustement vers le secteur paysan obère ses propres possibilités : ne pouvant plus dégager de surplus, les paysanneries, et surtout celles qui sont sans garanties (foncières et autres), mangent leur capital, c'est-à-dire qu'elles prélèvent, par une agriculture minière, les moyens de leur existence sur ce qui est donné gratis, la nature...Le développement de certaines filières sectorielles cache le fait que les paysanneries ont de moins en moins les possibilités de se reproduire. C'est l'engrenage de la paupérisation, qui est une manifestation visible et non violente de la crise » (Charlery de la Masselière, 1994, p7). La crise est consommée, les paysanneries font les frais d'un modèle de développement inadapté qui – s'il a permis pendant quelques décennies de feindre la réussite par l'apport d'argent- a déstructuré toute l'organisation traditionnelle et impose aujourd'hui de nouveaux modes d'adaptation. Les paysanneries ont donc été conduites dans des processus de déstructuration / recomposition pour s'adapter à un modèle, le développement, qu'elles n'ont en définitive jamais atteint et qui présente dès les années 1980 des incohérences majeures. La crise est d'autant plus grave que tous les pans de la société sont concernés : organisation spatiale, rapports de genres, rapports intergénérationnels, accession au foncier, mobilités, gestion de la nature, etc. Les paysanneries sortent donc profondément désorganisées de cette expérience et il suffit d'échanger avec quelques paysans chaggas pour prendre conscience du traumatisme occasionné par ces changements. Selon Bernard Charlery qui a consacré son habilitation de recherche à l'étude de cette *crise paysanne durable*, l'origine de cette crise se trouve aux prémisses de la colonisation qui « *en niant et en bloquant l'innovation socio-politique endogène et en introduisant une logique purement productiviste – où la production est évaluée en dehors de l'acte social qui l'organise – a séparé la gestion du milieu de ses principes sociaux régulateurs. L'espace ne devenait plus le terrain du jeu social mais l'addition de lieux réduits à un usage et une efficacité productive, vers lesquels a été orienté et détourné le mouvement social, lui-même ramené au simple déploiement de la force de travail* (Charlery de la Masselière, 1994, p58).*

La crise semble donc trouver son origine dans une logique productiviste dissociant espace social et espace de production. Cette dichotomie traduite localement par une spécialisation des terroirs et l'encouragement au développement des cultures d'exportation a produit au final une distorsion entre théorie et pratique du développement. En outre, les mécanismes productivistes ont initié un rapport de dépendance fort des paysanneries à

plusieurs titres : dépendance des intrants, dépendance de la monétisation, dépendance des cours mondiaux, dépendance d'un système d'endettement, etc. Le système de développement a donc contraint les paysanneries à soustraire le contrôle d'une partie importante de leur production à des acteurs et des mécanismes exogènes sur lesquels elles n'avaient aucun pouvoir. C'est dans ce rapport de dépendance que réside de fait un levier important de la compréhension de la crise de la paysannerie. Elle n'a finalement plus totalement son destin en main à partir du moment où les administrations coloniales organisent leur système de production. C'est ainsi que « *dans la problématique de la modernisation agricole et plus généralement dans celle de la mutation rurale, la primauté du façonnement colonial subi par les sociétés rurales en question et celle des rapports de dépendance et de soumission dans lesquels sont tenues les diverses paysanneries conduisent à l'idée qu'une géographie du développement rural, quel que soit le pays du Tiers Monde considéré, ne peut être, avant tout qu'une géographie de la dépendance* » (Gu Konu cité par Charlery de la Masselière, 1994, p32). Au Kilimandjaro, ces rapports de dépendance ont eu un impact majeur en raison de la spécialisation de toute la région dans une seule culture de rente, même si à des échelles différentes, riz et canne à sucre ont été expérimentés en plaine. C'est peut-être dans cette implication tous azimuts d'une société agraire dans une production sectorielle qu'il faut chercher la détresse actuelle. Par voie de conséquence, c'est toute la société chagga qui est remise en cause par l'évolution récente du modèle de développement. Selon François Bart, « *le modèle chagga est aujourd'hui soumis à des évolutions rapides et profondes. Si certaines apportent incontestablement du sang neuf, en particulier le développement des flux marchands et de la ville (Moshi) au pied de la montagne, d'autres amènent à se poser la question du devenir de ce modèle. Le Kilimandjaro partage à présent, avec beaucoup d'autres bastions de hautes terres agro-pastorales, les « incertitudes des montagnes paysannes* » (Bart, 2003a, p218). Les manifestations de cette crise sont variées :

- La production caféière vieillissante peine à résister aux exigences du marché international et à ses fluctuations.
- Le manque de foncier engendre des blocages incontournables et des pressions sur le haut (limité par le parc national) et le bas des versants (limité par les conditions écologiques de la plaine).
- L'élevage bovin laitier se heurte à la fois aux difficultés croissantes de l'alimentation du bétail et à des difficultés de fonctionnement de la filière du lait.

- Le système d'irrigation, qui fit l'admiration des colons, est lui aussi déstabilisé par les premiers effets écologiques du déboisement et par une demande croissante.

Concrètement, la crise du modèle chagga relève d'origines diverses qu'il convient d'analyser pour bien comprendre comment les blocages de ce modèle de développement se sont peu à peu accumulés pour aboutir à une crise structurelle.

2.2- Les conditions locales et globales de la crise caféière

*« Les années 1980 attestent que la caféiculture chagga a amorcé un déclin, bien qu'elle continue à marquer de son empreinte les paysages du volcan. Ce retrait s'est poursuivi jusqu'à nos jours à telle enseigne que le caféier offre l'image d'une activité « vestige » (Devenne, 1998, p234). L'image d'une activité vestige est en effet en accord avec ce que le paysage du Kilimandjaro offre de la culture caféière aujourd'hui. Si quelques rares *kihambas* affichent avec fierté des caféières entretenues et vigoureuses, nombreux sont les paysans qui nous ont montré avec regret et impuissance des arbres anciens, malades, symboles d'une crise bien installée. Les regrets sont d'autant plus prégnants que les pères des guides et des porteurs que nous avons suivis durant notre thèse ont eux connu la réussite du café des années 1960-70 et qu'ils ont transmis à leurs enfants le souvenir de cette période faste. La mémoire collective est encore toute entière marquée par cette réussite socioéconomique et pour la première fois depuis longtemps au Kilimandjaro le passé semble plus rassurant que l'avenir qui demeure incertain. Mais alors comment un territoire rural en vient-il en quelques années à produire de tels blocages ? Quels sont les mécanismes locaux, nationaux et internationaux qui ont conduit à ces impasses ? Les réponses sont bien évidemment nombreuses et nous avons tenté d'y répondre en convoquant les différentes échelles d'analyse pour ne pas occulter la pluralité des causes de cette crise.*

Dimensions internationales et politiques nationales

Lorsque le Tanganyika devient indépendant le 9 décembre 1961, c'est l'un des pays les plus pauvres au monde. A cette époque l'économie du pays repose essentiellement sur

l'agriculture (café, sisal, thé, tabac) et reste très dépendante de l'aide extérieure (le premier plan 1960-1965 prévoyait un financement extérieur de 78% provenant essentiellement de la Grande-Bretagne). Quarante ans plus tard après avoir expérimenté plusieurs systèmes politiques - du socialisme africain à son indépendance à l'actuelle politique de libéralisation - la Tanzanie reste largement un pays rural où l'agriculture domine, un pays pauvre avec un PIB par habitant de 260 dollars en 2002 la situant au 148^{ème} rang mondial. Le 5 février 1967, la déclaration d'Arusha, initiée par le charismatique Julius K Nyerere, jette les bases d'un système politique fondé sur le socialisme et l'autosuffisance (*Self Reliance*) : *"la Tanzanie est engagée dans une guerre contre la pauvreté et l'oppression ; cette lutte est à la base de notre projet d'amener le peuple tanzanien et tous les africains de l'état de pauvreté à celui de prospérité* » (Julius Nyerere). De coloration socialiste, ce projet est très ambitieux : nationalisation des outils de production, contrôle des prix, villagisation, etc. Quelques années plus tard, à partir du milieu des années 1970 jusqu'à la fin des années 1980 le pays connaît une crise économique sévère provoquée par les deux crises pétrolières de 1973 et de 1979 mais également par l'entrée en guerre de la Tanzanie contre l'Ouganda en 1978. La crise se concrétise par un important déficit de la balance des paiements, par des taux d'inflation élevés et par des taux de croissance du PIB négatifs certaines années (-1,1% en 1981). Pour tenter de sortir de l'impasse, le pays signe des accords avec la Banque Mondiale et le Fonds monétaire international (FMI) en 1986 après que Julius K Nyerere ait laissé le pouvoir à son successeur, le Zanzibari Ali Hassan Mwinyi. Ces accords encouragent la mise en place de politiques de libéralisation de l'économie en Tanzanie par la mise en œuvre de plans d'ajustement structurel qui conditionnent les aides financières accordées au pays. Lentement, la situation du pays s'améliore et les taux d'inflation qui avaient atteint une moyenne de 25% entre 1986 et 1994 redescendent à 11% en 1998 puis à des nombres à un chiffre à partir de 1999. Le taux de croissance du PIB atteint également des valeurs rassurantes telles que 5,7% en 2001 et 6,2% en 2002. La dette extérieure reste cependant énorme, s'élevant à 8 milliards à l'an 2000. La contribution des secteurs économiques à la richesse du pays se fait de la manière suivante en 2002 : agriculture 47,5%, commerce, hôtels, restaurants et tourisme 16,6%, industrie 8,4%, secteur financier et assurance 10%, bâtiment 5,5%, activités minières 2,7%, transport et communication 5,5%, services publics 7,3% et électricité et eau 1,6%. Ces chiffres voient toutefois une paupérisation accrue de la population, un échec des politiques agricoles, des politiques urbaines, en somme un pays qui a de grands défis face à lui.

L'histoire récente de l'économie tanzanienne et des paysanneries du Kilimandjaro est donc intimement liée aux politiques d'ajustement structurel (PAS) mises en œuvre depuis presque trois décennies. Il faut rappeler que ces PAS, constituent des conditions préalables à l'approbation d'une aide économique et obligent les pays endettés à s'intégrer dans un système d'économie de marché. Ceci implique d'adhérer à une dérégulation économique (éliminations des subsides et des protections nationales) et à une libéralisation financière. Selon Mchallo (Mchallo, 1994, 88-111) la crise que traverse la Tanzanie dans les années 1980 – et qui est à l'origine de la mise en place des PAS - trouve sa source dans les deux crises pétrolières qui ont particulièrement affecté le pays en raison de l'affaiblissement de l'économie qu'avait provoqué la mise en place de l'Ujamaa¹¹. La crise se manifeste par une augmentation très nette des dépenses publiques qui ne sont pas compensées par une hausse des exportations et que l'augmentation de l'aide publique ne parvient pas à combler. Cela se traduit par une baisse des capacités d'importation, notamment dans le domaine des intrants agricoles. Une fois ce processus négatif enclenché, la Tanzanie parvient difficilement à redresser son économie. Deux facteurs limitent cependant les effets de cette crise :

- D'une part l'augmentation des prix du café au niveau international en 1975 et 1976. Dans cette période le prix du café tanzanien double en 2 ans. Cette aubaine permet temporairement à la Tanzanie d'améliorer sa balance des paiements et démontre l'importance qu'ont les paysans producteurs de café à l'échelle nationale.
- D'autre part, l'explosion de l'aide extérieure qui dans cette période a doublé (cf. tableau n°2).

Cependant, les faiblesses de l'économie tanzanienne ne résistent pas à la seconde crise pétrolière de 1979. Parallèlement à l'augmentation du prix du pétrole, le prix du café chute engendrant une diminution de 40% sur les revenus du commerce extérieur du pays. La Tanzanie doit alors faire face à une dette extérieure de plus en plus pesante et une aide extérieure qui diminue à partir de 1981 (cf. tableau 2). Dernier facteur de déstabilisation, la guerre engagée contre l'Ouganda qui exige un investissement financier supplémentaire dans une période initialement rude.

¹¹ L'ujamaa est le nom donné à la politique instituée par la déclaration d'Arusha en 1967. « *La traduction anglaise du swahili ujamaa est familyhood, c'est à dire « bien familial », « sens de la famille », valeurs familiales partagées* » (Rist, 2001, p211).

Tableau n°2 : Aide extérieure en Tanzanie (1973-1990)

ANNEE	AIDE/HAB (EN DOLLARS CONSTANT 1983)	ANNEE	AIDE/HAB (EN DOLLARS CONSTANT 1983)
1973	18,1	1982	37,5
1974	18,5	1983	29,1
1975	30,2	1984	25,4
1976	29,7	1985	21
1977	33,2	1986	27,6
1978	33,5	1987	33,5
1979	42	1988	34,9
1980	42,9	1989	30,9
1981	44,7	1990	28,4

Source : Mchallo, 1994, p92

C'est dans ce contexte économique difficile, sous la pression d'une dette devenant insurmontable et sous l'impulsion de la Banque Mondiale et du Fonds monétaire international (FMI), que la Tanzanie va entrer dans une logique d'application de politiques de redressement que l'on nomme politiques d'ajustement structurel. Ce terme simplificateur englobe en définitive quatre programmes qui ont été mis en place en Tanzanie à partir de 1981 :

- *National Economic Survival Programme (NESP)*
- *Structural Adjustment Programme (SAP)*
- *Economic Recovery Programme (ERP)*
- *Economic and Social Action Programme (ESAP ou ERP II).*

Le premier programme NESP est un programme d'un an destiné à alléger les difficultés économiques de la Tanzanie. Cette politique s'appuie essentiellement sur le renforcement des exportations et sur des programmes destinés à augmenter l'autosuffisance alimentaire par des projets d'irrigation et de développement de cultures vivrières. Le deuxième programme, SAP, s'étale de 1982 à 1985. Ce programme est déjà plus ambitieux en termes de changements d'orientation politique et en termes de planification économique. Il s'agit là, à la fois de rationaliser les activités économiques, de réduire les activités « improductives », et de mettre en place des priorités économiques susceptibles d'apporter de la croissance. Concrètement cela revient à développer la transformation de matière première en biens manufacturés et à aider le développement de services tels que les banques, les assurances, etc. Selon Mchallo, les résultats de cette politique sont relativement mauvais:

- Un secteur industriel dont le déclin n'a pas été freiné,
- Des problèmes constants avec la question des transports
- Détérioration des services publics (santé, éducation, distribution de l'eau)
- Atteinte croissante des ressources naturelles.

Le troisième programme, l'ERP, est établi pour une période de 3 ans de 1986 à 1989. Il préconise des mécanismes permettant d'assurer à la Tanzanie une croissance forte et durable. Pour ce faire, différentes mesures de soutien des activités productives (agriculture, industrie) sont réalisés et il est également fait appel aux investissements étrangers dans des secteurs au potentiel de croissance important. Selon Mchallo (Mchallo, 1994, p94) ces initiatives ont été confrontées à une baisse continue du prix du café au niveau mondial et une baisse des autres productions agricoles destinées à l'exportation. Ce contexte a eu pour effet de réduire les revenus des exportations alors même que le prix des importations continuait à monter. La quatrième étape de cette logique de politique d'ajustement structurel, est la mise en place du programme ESAP entre 1989 et 1992. Ce programme constitue une forme d'aboutissement des programmes menés jusqu'alors par la mise en place effective d'un système de marché libéralisé : déréglementation des prix, libéralisation du marché aux investisseurs étrangers, libéralisation du système bancaire.

Dans ce contexte de crise des modèles de développement, Bernard Charlery de la Masselière émet l'hypothèse que la résolution de la crise est en train de se jouer dans les espaces ruraux, au sein des paysanneries qui retrouvent leur fonction nourricière face au désengagement de l'état et à la paupérisation des sociétés. En effet, *« c'est l'agriculture paysanne qui assure l'essentiel de l'alimentation des populations africaines, et c'est la contrainte vivrière qui sert de rempart à la désorganisation totale de terroirs. L'effondrement des marchés des produits agricoles coloniaux semble redonner une nouvelle légitimité aux systèmes paysans qui ont maintenu, sans grands moyens et grâce à leur rusticité, la permanence de la production vivrière »* (Charlery de la Masselière 1998, p40). C'est ainsi que les paysanneries et leurs modes d'adaptation semblent être au cœur de la résolution d'une crise profonde, que ni les organismes internationaux, ni les états affaiblis ne parviennent à surmonter. Haubert l'affirme, *« c'est vers les producteurs paysans que l'on paraît se retourner pour résoudre la crise, et cela tant dans des pays d'orientation socialiste que dans des pays d'orientation libérale »*. Il ne minimise pourtant pas les effets négatifs des PAS : *« pour la grande masse des paysans, les politiques d'inspiration libérale signifient une aggravation considérable de leur situation. [Ces*

politiques] *trouvent une légitimation dans une idéologie néo-libérale érigeant l'initiative individuelle et le désengagement de l'état en valeurs de civilisation* » (Haubert, 1991, p738-739). Ces deux dimensions ont de quoi désorienter les paysanneries après un demi-siècle d'interventionnisme assuré d'abord par les administrations coloniales puis par le gouvernement postcolonial. Les paysanneries, dont celles du Kilimandjaro, se retrouvent donc brutalement dans un système économique aux règles nouvelles. Les subventions aux intrants, les aides techniques, les crédits à bas coût disparaissent peu à peu tandis que parallèlement les prix du café baissent. Cette situation, qui profite au commerce mondial du café, conduit peu à peu les paysanneries dans une impasse. C'est ainsi que Bagachwa et Limbu considèrent que « *les politiques d'ajustement structurel ont engendré la surexploitation des sols, l'augmentation des prix des intrants et ont réduit l'accès aux crédits conduisant à l'aggravation de l'érosion des sols et à la déforestation. Par ailleurs, en favorisant les cultures d'exportation, ces politiques ont encouragé les paysanneries à intégrer des logiques de profit à court terme au détriment de logiques à long terme plus respectueuses des ressources naturelles* » (Bagachwa et Limbu, 1995, p8). Une étude réalisée par ces deux auteurs sur l'évolution des revenus paysans entre 1970-75 et 1991-92 montre que l'adoption des SPA a été concomitante avec une baisse des revenus surtout au Kilimandjaro.

L'avènement des politiques d'ajustement structurel montre donc bien l'échec du modèle de développement et l'impuissance des pays occidentaux à étendre leurs modèles théoriques à des populations rurales africaines. Au Kilimandjaro cette crise du modèle du développement des années 1980 est aggravée par une crise du commerce du café au niveau mondial dont les origines sont diverses :

- D'une part, les négociants occidentaux importateurs de café ont profité de la facilité de conservation du café pour constituer d'énormes stocks (20 millions de sacs) afin de faire pression sur les producteurs pour qu'ils baissent leurs prix.
- D'autre part, l'émergence du Vietnam dans le commerce du café a engendré une surproduction. Ce pays encouragé à produire du café par les organismes internationaux en raison de la crise du riz s'est très vite imposé sur le marché en devenant le deuxième producteur mondial en tonnage.
- Enfin le Brésil a fait le choix de variétés à haut rendement (VHR) qui implique une hausse des coûts de production au détriment des petits producteurs.

C'est dans ce contexte mondial que le système chagga – qui avait montré jusqu'alors une souplesse et une adaptabilité sans mesure – trouve ses limites et se retrouve confronté à une crise majeure.

La crise caféière au Kilimandjaro

La crise caféière au Kilimandjaro est donc en grande partie liée à la crise économique que connaît le pays à partir des années 1980. Si les Chaggas ont su s'adapter jusqu'alors pour tirer le meilleur profit de cette culture d'exportation, ils ont du mal à partir de la décennie 80 à affronter toutes les attaques que subit leur production. Ainsi, pour faire face aux dépenses de sa politique généreuse, le gouvernement socialiste de Nyerere augmente dans les années 1970 les taxes à l'exportation sur les cultures de rente ce qui a pour effet de baisser le prix payé aux producteurs. Ainsi, la proportion de la taxe à l'exportation du café passe de 8,2% du prix de vente à l'exportation en 1969-1970 à 43,5% en 1976-1977, lors de la flambée des prix sur le marché international. Elle redescendra ensuite à 36,6% en 1978-1979. Inévitablement pour rester concurrentiel sur le marché international, les producteurs sont obligés de réduire leur marge ce qui amoindrit leurs revenus et donc leur capacité à investir. Devenne va jusqu'à parler de confiscation de la rente caféière par l'état tant la part revenant aux paysans diminue. Le tableau 3 montre par exemple que si le prix payé aux paysans représentait 72% du prix d'achat à l'étranger en 1972-73 il ne représentait plus que 28,3% en 1981-82. Une baisse drastique qui pose bien évidemment dès les années 1980 la question de la survie de cette culture. Plus tard, les politiques d'ajustement structurel vont agir directement sur la gestion de la production avec notamment la fin des subventions aux intrants dès 1992 ; « *Citons quelques produits : le Selecrom (contre la leaf miner) coûte 3 500 Tsh en 1993 et 10 300 en 1994* » (Devenne, 1998, p261). L'effet cumulé de la baisse des revenus du café et de la hausse des prix des intrants a pour effet de diminuer la productivité des caféières et de faire ainsi entrer la paysannerie chagga dans un cercle vicieux, celui d'une crise structurelle qui remet en cause tout un système de production. « *Les villageois ne veulent pas améliorer leur caféiculture de crainte que l'effort exigé ne soit fatal à l'équilibre budgétaire fragile de leur exploitation, voire inexistant pour les plus pauvres d'entre eux. La nécessité d'avoir du numéraire est si pressante que les villageois refusent le recépage et a fortiori la reconstitution d'une nouvelle caféière car le manque à gagner pendant la période de régénération serait insurmontable* » (Devenne, *Op. Cit.*). Peu à peu les caféières perdent

de leur vitalité et si les arrachages sont interdits dans un premier temps, dès les années 1990 ils se font plus nombreux pour laisser place à une agriculture vivrière dont les surplus peuvent être vendus dans les marchés locaux. C'est ainsi qu'en 2007 les paysans du Kilimandjaro ne produisent plus que 5 000 tonnes de café par an ce qui représente moins de la moitié du tonnage produit en moyenne chaque année entre 1950 et 1990 (Maghimbi, 2007, p73). La production même de l'ensemble du pays qui était de 67 000 tonnes en 1981 redescend à 30 730 tonnes dans les années 1990 pour remonter à 54 000 tonnes en 2004.

Tableau n° 3 : Prix d'achat du café aux paysans du Kilimandjaro en comparaison avec le prix d'achat international

ANNEE	Prix moyen d'achat à l'étranger En Tsh	Taxe d'exportation En Tsh (et % du prix D'achat à l'étranger)	Dépense liée à la vente (et % du prix d'achat à l'étranger)	Prix payé au paysan (et % du prix d'achat à l'étranger)
1972-73	7,57	1,35 17,8%	0,76 10,0%	5,45 72,2%
1973-74	9,57	2,85 29,8%	0,92 9,6%	5,80 60,6%
1974-75	7,68	1,16 15,1%	0,89 11,6%	5,56 73,3%
1975-76	18,27	3,10 16,9%	2,61 14,2%	12,62 68,9%
1976-77	39,12	17,42 44,5%	3,39 8,4%	15,00 47,1%
1977-78	27,40	11,48 41,1%	3,39 12,0%	10,89 46,2%
1978-79	22,69	8,65 38,1%	3,85 16,9%	9,07 45,0%
1979-80	31,59	10,80 34,1%	5,39 17,0%	11,42 48,9%
1980-81	26,75	n.c	14,39 53,0%	12,36 47,0%
1981-82	31,70	n.c	n.c	9,00 28,3%

Source : Devenne, 1998, p145

Toutefois, selon Maghimbi si la baisse des prix est un facteur explicatif important de la baisse de la production au Kilimandjaro, sa valeur explicative est limitée. En effet, « les paysans des régions de Ruvuma et de Mbeya ont réussi à maintenir leur rendement et leur production a même augmenté. Dans certains pays, le VietNam par exemple, la production caféière est passée d'une production nulle en 1970 à 11 000 tonnes en 2002 » (Maghimbi, 2007, p74). Il semble donc évident qu'outre les politiques d'ajustement structurel ou la baisse du prix sur le marché international, d'autres causes plus locales viennent expliquer cette déprise au Kilimandjaro. Maghimbi met en avant en premier lieu la gestion de la terre spécifique au Kilimandjaro qui a affaibli les Chaggas depuis l'époque coloniale. En effet, « puisque les fils doivent se partager la terre de leur père, une ferme de café au Kilimandjaro est réduite à chaque génération, surtout lorsque le père n'a pas d'autres terres que celles sur lesquelles il vit dans l'étage café-banane [...] Dans certaines

familles produisant du café, dans les districts de Moshi rural et de Hai, les fermes sont si petites aujourd'hui que les futures subdivisions semblent impossibles» et cela est vrai même si souvent, le plus jeune fils reçoit plus de terre. Ainsi, ce système de transmission de la terre a engendré des difficultés pour faire vivre des familles sur des exploitations ne dépassant pas 0,6 hectare. Or c'est là une spécificité du Kilimandjaro puisque « *dans bien des cas, les fermes de café au Kilimandjaro sont plus petites que la moyenne nationale qui est de 0,6, alors que dans les autres régions caféières les fermes sont généralement au-dessus de cette moyenne* ».

Le facteur démographique est également convoqué pour expliquer la crise qui touche plus spécifiquement le Kilimandjaro. En effet, entre 1967 et 2002 la population a plus que doublé en trente ans (cf. Tableau 4). Aujourd'hui la densité de la région du Kilimandjaro est l'une des plus élevées derrière la région de Dar es Salaam et de Mwanza. Avec 1 381 149 habitants en 2002, le Kilimandjaro accueille une densité de 104 hab/km² à comparer à la moyenne nationale de 39 hab/Km² ; cela est d'autant plus important que la moyenne de 104 hab/km² ne reflète pas les inégalités de densités dans la région qui peuvent approcher les 1 000 hab/km² sur certaines planètes du Kilimandjaro.

Enfin, l'abolition du système de coopérative entre 1976 et 1984 explique également en partie la difficulté des producteurs de café à affronter la crise. En effet, par leur poids économique et leur expérience, ces coopératives avaient les capacités de négocier le prix des intrants par l'achat de quantités importantes. Par ailleurs leurs démarches commerciales étaient performantes pour négocier des prix d'achat avec les négociants étrangers. Pour souligner cette compétence spécifique à la KNCU, Maghimbi rappelle qu'« *en 1955, la KNCU organisa un tour du monde pour promouvoir le café du Kilimandjaro et du Tanganyika* ». Une équipe de quatre personnes visita « *l'Angleterre, la Suisse, l'Allemagne, le Canada et les Etats-Unis, distribuant des échantillons de café et rencontrant 158 entreprises négociantes de café. Par ailleurs, le groupe présenta le film « Tanganyika today » et distribua des brochures produites par la KNCU sur le café du Tanganyika. Ce groupe parcourut 26 000 miles en avion* ». Cette expérience montre le poids et l'initiative qu'avait la KNCU dans la promotion du café du Kilimandjaro. A n'en pas douter, la remise en cause de son existence en 1976 a porté atteinte à la production chagga déjà affaiblie. La réintroduction des coopératives en 1984 n'y changera pas grand chose, le mal était fait. Depuis, de nombreuses initiatives politiques ont été tentées pour retrouver des institutions de promotion du café. Différents textes ont été votés par le

Parlement, le dernier étant le « *Cooperative Societies Act of 2003* », mais les coopératives paysannes restent encore très faibles.

Tableau n° 4 : Évolution de la population au Kilimandjaro (1967-2002)

Année	1967	1978	1988	2002
Nombre d'habitant	652 722	902 437	1 104 673	1 381 149
Densité de Population	49	68	83	104

Source : Maghimbi, 2007 ; p77

La crise du café est donc bien réelle et ses conséquences sur la société chagga sont nombreuses. Il ne s'agit pas seulement de la remise en cause d'un système de production, mais de celui d'un modèle de développement qui touche tous les pans de la société .C'est ici que le terme de crise prend son sens dans la mesure où il montre les relations étroites entre système de production et système social qui encadre cette production.

2.3- Crise d'une société paysanne

Les élections régionales de 2000 placent au Kilimandjaro les questions d'accès à la terre et la question de la crise du café au cœur du débat politique. De fait, « *tout politicien se présentant aux élections présidentielles, législatives ou « concillor » devra prendre en compte ces thématiques s'il veut gagner dans n'importe quelle circonscription* » (Kimaryo, 2000, p6.). Cette domination de la thématique agricole dans le domaine politique symbolise l'enjeu que représente la crise caféière au Kilimandjaro.

La première conséquence directe de la crise, concerne l'accès à la terre, question fondamentale dans une société à 80% rurale et agricole. Selon François Bart, « *les incertitudes pesant sur la caféiculture posent avec plus d'actualité, dans un contexte de très forte pression démographique, la question foncière. D'une part , il n'y a pas à l'heure actuelle de déprise caféière significative, susceptible d'alimenter le marché foncier, même si, par le jeu des associations culturelles, se développent un peu partout des cultures légumières et fourragères. D'autre part, il n'y a pas non plus de véritable exode rural,*

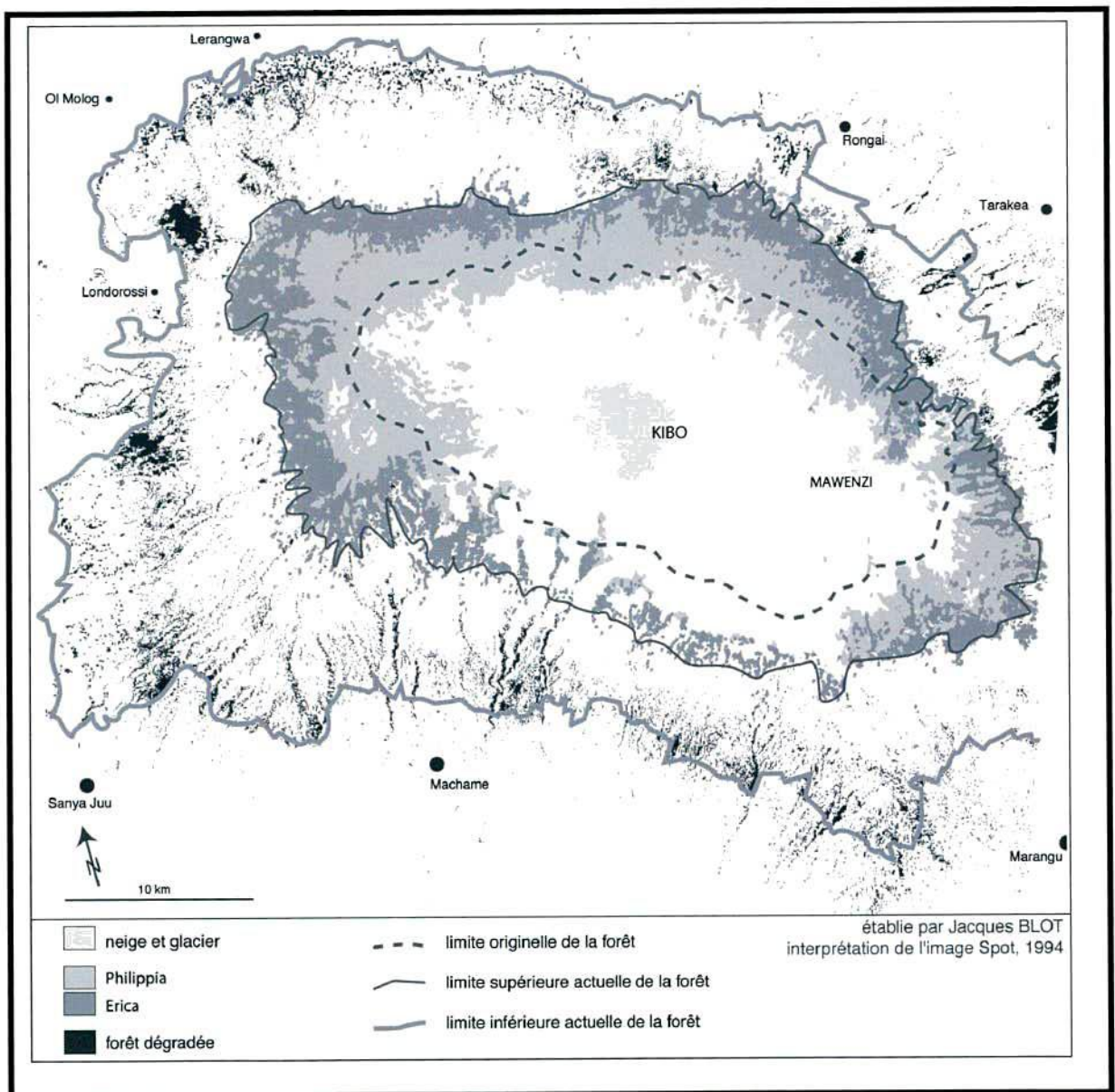
mais bien plutôt une généralisation de logiques multi-terroirs et multi-territoires, où, pour des raisons tant culturelles qu'économiques, la montagne garde toute sa place dans le dispositif chagga. Mais en même temps, l'accès des jeunes à la terre est de plus en plus problématique, freinant ainsi les initiatives » (Bart, 2003a, p217). Dans un contexte de raréfaction de la terre, les jeunes sont les premiers exclus du système agricole par manque de terre leur permettant de projeter une activité viable. Ce processus conduit de nombreux jeunes à compléter leurs activités agricoles soit par d'autres activités agricoles (location d'autres terres sur la plaine) soit vers des emplois salariés en ville. Une masse de main d'œuvre considérable se présente donc sur le marché du travail à Moshi, et notamment dans des secteurs manuels faiblement rémunérés. Maçons, garagistes, vendeurs de rue, charpentiers, porteurs...les jeunes Chaggas s'improvisent un nouveau métier selon les réseaux villageois ou les réseaux propres qui leur donnent pour un temps une opportunité d'embauche. Il suffit de se promener la journée dans la capitale chagga pour prendre la mesure du chômage des jeunes. Chez les plus aisés, la logique d'études poussées domine : *« ils aspirent à un emploi bien rémunéré, qui leur permette de voir du pays, de s'éloigner des valeurs paysannes. Les domaines du tourisme, de l'informatique et de la communication dominant »* (Brient, 2006, p129).

Dans les *Kihambas*, la crise du café engendre une diversification des cultures et un basculement de l'investissement en temps, espace et argent vers des cultures vivrières dont les excédants peuvent être vendus sur les marchés locaux. Légumes, banane et maïs viennent ainsi peu à peu « coloniser » le paysage des caféières où dominait autrefois la culture d'exportation. Certes le café est encore très présent - le signe persistant de l'espoir que les prix remonteront un jour - mais peu à peu et de manière hétérogène il subit les changements de logique et les arrachages définitifs. Le café est en outre une culture fragile, dont la productivité ne peut s'exprimer au-dessous de 1 000 m, ce qui rend encore plus favorable la culture de plantes comme le maïs ou la banane qui s'adaptent avec plus d'aisance. Comme le rappelle Gaëlle Brient *« C'est en réalité l'âge des chefs de ménage qui joue beaucoup dans le choix de la conservation ou non de la caféière. Les plus vieux (génération 50-60) ont tendance à espérer une hausse des prix du café qui leur permettrait de conserver une marge monétaire suffisante pour la conserver, mais voient cependant leurs plants vieillir d'années en années, et perdre énormément en productivité : beaucoup de plants atteignent une cinquantaine d'années.[...] Les jeunes, au contraire, par la force des choses sans nul doute, n'hésitent pas à arracher le café pour planter des céréales, des*

légumes, afin de vendre des petites quantités sur les marchés villageois » (Brient, 2006, p128). Mais ce retour au vivrier marchand, s'il permet de s'adapter, en comptant notamment sur des revenus extérieurs, ne suffit souvent pas. La petitesse des parcelles et la faible productivité ne permettent généralement pas de vendre une production suffisamment importante pour être à l'aise dans les dépenses. Comme le rappelle Gaelle Brient, les dépenses familiales concernant l'éducation sont les premières à faire les frais de cet appauvrissement. « Si les familles n'accèdent plus à ces services [éducation et santé] elles se sentent aussitôt marginalisées et entrent dans une situation de pauvreté. C'est le cas aujourd'hui de nombreuses familles et le taux de scolarisation a tendance à baisser, même chez les plus jeunes enfants ». Ces conditions de vie conduisent beaucoup de jeunes à s'exiler en ville, à Moshi mais également beaucoup plus loin, Dar es Salamm, Mombasa, Nairobi. La mobilité est alors une ressource mise en œuvre pour tenter de s'adapter à la chute des revenus agricoles. La pluriactivité, si elle est une constante dans le fonctionnement chagga depuis la période précoloniale, prend dans cette période une toute autre ampleur la crise forçant les paysans à multiplier les sources de revenus.

Tous ces changements de pratiques à la fois sociales et spatiales, ont des incidences inévitables sur la gestion des ressources naturelles au Kilimandjaro. L'explosion démographique et la baisse des revenus du café conduisent à une forme de surexploitation de la montagne au détriment parfois du renouvellement naturel des ressources ou de certains équilibres. Dans une période de paupérisation, les logiques de court terme sont privilégiées pour survivre. C'est ainsi que le déboisement a connu une ampleur sans commune mesure à partir des années 1960 période de l'abolition des chefferies (1962) qui régulaient jusqu'alors l'accession à la terre. « *Les troubles qui ont secoué le pays à la fin des années 1950, puis l'indépendance et l'abolition de la chefferie, ont créé un flou politique mis à profit par les paysans en quête de terre. Ils se sont lancés à l'assaut de terres disponibles, c'est-à-dire situées dans les vallées et gorges qu'ils ont défrichées pour asseoir leur droit foncier. Une véritable course à la terre des ravines s'engage après l'indépendance : chaque paysan, y compris celui qui avait déjà un capital foncier mais voulant l'accroître pour le distribuer à ses fils, avait intérêt à prendre sa part [...] En contrepartie, la monétarisation a gagné de nombreux pans de la vie sociale et les besoins d'argent se sont accrus. La nature a alors pris une valeur marchande. Les grands arbres centenaires des ravines et des abords des sources représentaient un revenu non négligeable à travers la vente du bois d'œuvre et/ou de chauffe [...] Les paysans des*

planèzes sont allés chercher du bois de chauffe dans les barrancos et les espaces escarpés, détruisant les couvertures végétales qui protégeaient le sol et favorisaient la pénétration de l'eau dans la terre » (Devenne, 2003b, p243). Ainsi, l'affaiblissement du couvert végétal engendré par le développement des aires de cultures diminue l'infiltration de l'eau et provoque des ruissellements d'eau en saison de pluies (Cf. carte 6). Trouvant moins de résistance, ces ruissellements peuvent provoquer en saison des pluies des inondations et des dégâts considérables tant matériels qu'humains.



Carte 6 : Evolution de la limite forestière

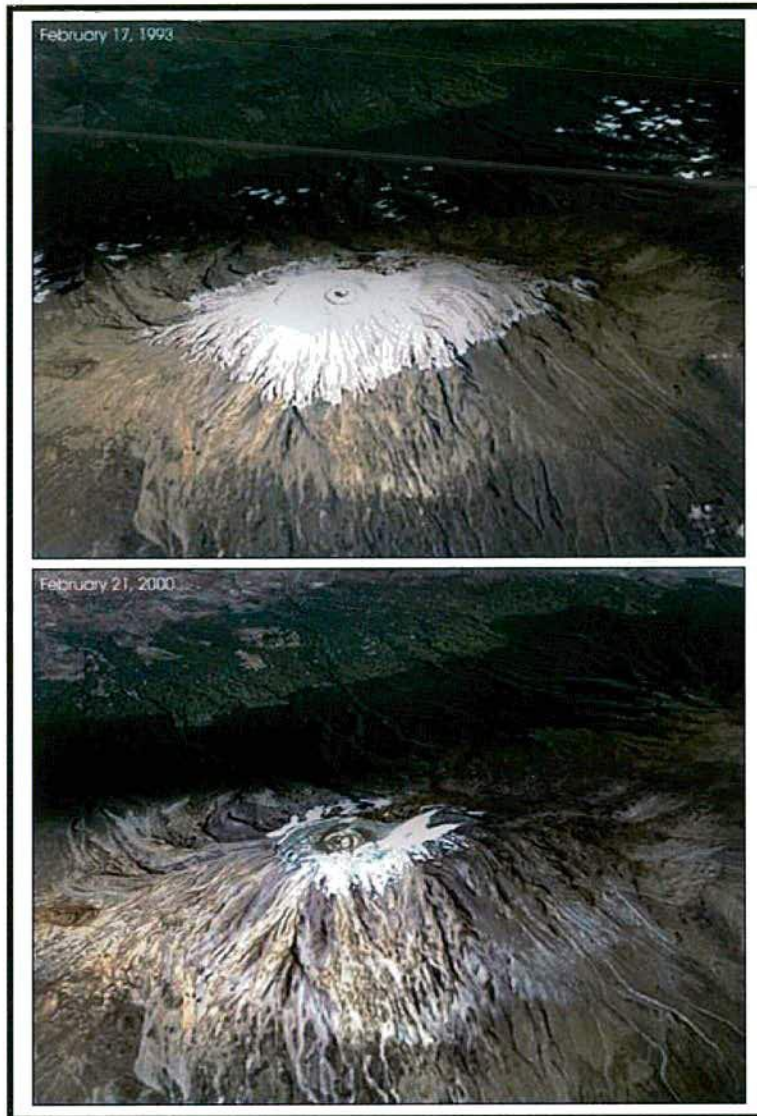


Illustration 1 :
Comparaison du glacier sur le Kibo entre
février 1993 et février 2000
© NASA

La diminution du couvert arboré semble également être responsable de la diminution du glacier du Kibo, symbole du toit de l'Afrique. En effet, 80% du glacier aurait disparu depuis 1912¹². C'est ainsi que le glacier qui faisait 4,2 km² en 1976 ne représente plus aujourd'hui que 2 km². En 38 ans, le glacier a donc perdu 55% de sa taille et les spécialistes s'accordent à dire qu'il aura disparu autour des années 2020 (Cf. Illustration 1).

¹² En février 2001, le géologue américain Lonnie Thompson, professeur à l'*Ohio State University Byrd Polar Research Center* publie les résultats de vingt années de recherche. Il a constaté que depuis 1912 (année de la première cartographie) 80% des 12 km² de neige et de glace qui couvraient le sommet du Kibo ont disparu. 33% des glaces ont fondu depuis 1989. Les dernières évaluations montrent qu'il reste environ 2 km² du glacier et qu'ils auront disparu d'ici à 20 ans.

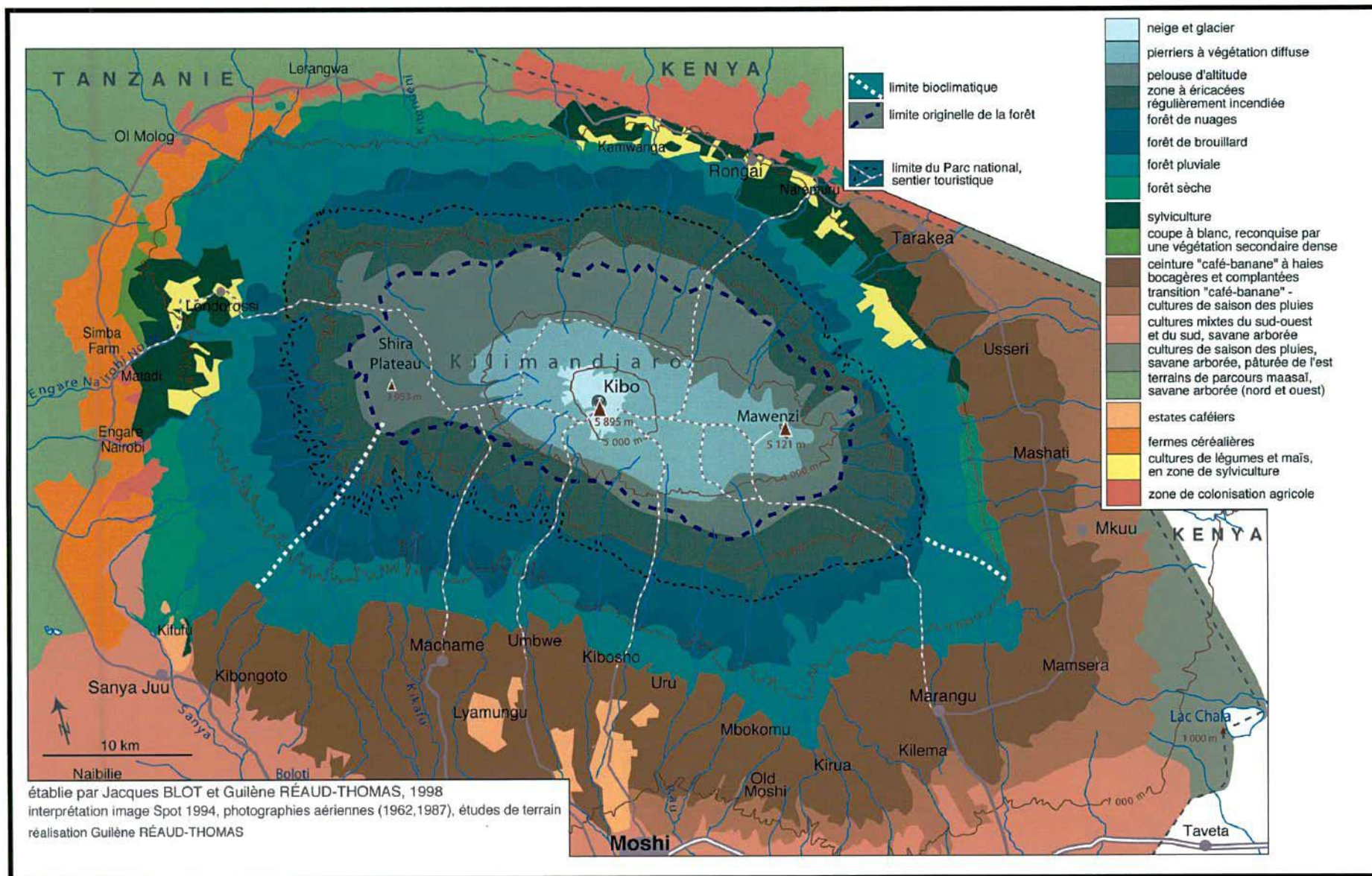
Les conséquences sont d'autant plus alarmantes qu'elles ne remettent pas seulement en cause les équilibres du volcan mais tout un système hydrologique qui prend sa source en terre chagga pour former le fleuve Pangani qui se jette dans l'Océan Indien au Sud de Tanga . Or depuis quelques années plusieurs activités liées à ce fleuve connaissent des dysfonctionnements :

- 20% de l'électricité produite par la Tanzanie est liée à l'hydro-électricité du fleuve Pangani sur les trois zones de production de Nyumba ya Mungu, de Hale et de Pangani Falls. Or la baisse des débits sur ce fleuve en saison sèche engendre déjà de nombreuses coupures électriques.
- D'autre part l'activité de pêche sur le lac de Nyumba ya Mungu au Sud de Moshi est une activité locale majeure avec 4 000 tonnes de poisson par an. Or ce lac étant alimenté par le Pangani dépend de l'équilibre hydrique du Kilimandjaro.

D'autres activités dépendent également directement de la richesse en eau du volcan : une zone de cultures rizicoles au Sud-Est de Moshi et une grande concession de canne à sucre à Arusha Chini au pied du Kilimandjaro.

La crise caféière et l'explosion démographique ont donc des effets majeurs sur la société chagga et sur la manière dont elle gère les ressources de la montagne. La crise de la caféiculture provoque des mutations sociales et spatiales au sein d'un espace montagnard qui a connu d'autres bouleversements et que les sociétés ont aménagé et territorialisé en fonction des contraintes contextuelles. La carte n°7 montre à partir des zones bioclimatiques comment les activités agricoles sont réparties sur le volcan. Cette répartition est le reflet de la superposition au fil du temps de mises en valeurs différenciées des ressources. Les paysages sont également le signe de cet enchevêtrement de ressources, symbole de l'évolution des rapports socio-spatiaux sur la montagne. Aujourd'hui, après avoir connu l'avènement d'un capitalisme agraire avec le développement du café, les Chaggas vont devoir mettre en œuvre des processus d'adaptation pour continuer à exister sur cette montagne. Comme le rappelle François Bart, « *L'enjeu contemporain réside en fait dans une transition, difficile à maîtriser, entre ce qui fut un modèle essentiellement paysan et agropastoral, en un autre modèle, de société et d'espace d'entre deux, où*

l'ancrage à la montagne ne constitue plus qu'un élément, éventuellement secondaire sur le plan économique mais qui demeure important sur le plan culturel, dans le cadre de logiques multiterritoriales et de la généralisation de la pluriactivité » (Bart, 2003a, p218).



Carte 7 : Zones bioclimatiques et mise en valeur des ressources

3- RECOMPOSITIONS SOCIALES ET SPATIALES

Comme dans toute période de changement fort, les sociétés mettent en œuvre des processus d'adaptation pour assurer leur pérennité et leur reproduction. Une forme de résilience sociale permettant lors de remises en cause profondes d'équilibres antérieurs de traverser les crises, les bouleversements, pour continuer à exister, à faire territoire. Les Chaggas ont fait déjà preuve, à l'arrivée des Européens, d'une capacité d'adaptation rapide et efficace pour non seulement résister au rapport de domination imposé par les occupants mais en plus pour améliorer et renforcer leur système agraire. Le café dans ce contexte a été une ressource intégrée à leur fonctionnement, une ressource appropriée, vecteur de changements sociaux et spatiaux. La remise en cause de la production de cette ressource, pour des raisons diverses, conduit les Chaggas dans une situation difficile, une période de transition où les processus d'adaptation semblent avoir enclenché de nouveaux remodelages. Certains facteurs contemporains rendent cette adaptation difficile en raison de blocages multiples qui réduisent les portes de sortie : pression foncière, pression démographique, chômage important, baisse des revenus, déstructuration des systèmes traditionnels, hausse du prix des intrants, etc. Tous ces éléments accentuent le désarroi de la paysannerie qui invente pourtant au quotidien de nouveaux modes de fonctionnement, qui mobilise de nouvelles ressources, qui tente de trouver au croisement de logiques paysannes et de logiques non agricoles des solutions à la crise actuelle. Ces modes d'adaptation donnent naissance à de nouvelles mobilités, de nouveaux groupes sociaux émergent, des espaces différents sont investis dessinant peu à peu un territoire chagga différent au sein duquel le tourisme trouve une place croissante ces dernières années. Si moins de 5 000 touristes pratiquaient le sommet enneigé avant les années 1975, ils sont aujourd'hui plus de 35 000 à vouloir chaque année gravir les 5 895 mètres du volcan. Cette fréquentation suppose un dynamisme local en termes d'hébergement (*hôtels, lodges*), d'organisation (*voyagistes*) et un encadrement des ascensions qui nécessite nombre de porteurs et de guides. Sans aucun doute, les évolutions récentes de cette activité témoignent de la manière dont le tourisme vient s'insérer dans les logiques d'adaptation chagga. Il nous semble donc prépondérant d'intégrer l'analyse du tourisme au Kilimandjaro dans cette phase d'adaptation, de transition que connaît la société agraire du volcan pour en comprendre les logiques et les réalités.

3.1- Logiques d'adaptation chagga

Face au choc que représente la remise en cause brutale de la culture caféière, les modes d'adaptation sont divers et variés. Il serait erroné de considérer que les paysanneries se trouvent démunies face au bouleversement que constitue la crise de leur système de production. Aujourd'hui comme hier, elles font preuve de résilience mettant en œuvre de nouvelles stratégies pour assurer leur reproduction. L'analyse des adaptations passées et des facteurs de la crise actuelle nous aide à mieux comprendre comment les Chaggas continuent à « faire territoire » sur leur espace montagnard.

Les premières formes d'adaptation se trouvent au cœur du *Kihamba* qui reste un espace de référence malgré les migrations massives imposées par le manque de terre. En effet, la fin des intrants à bas coût et l'incertitude que représente le cours mondial du café conduisent les Chaggas à repenser leur exploitation et leurs stratégies culturelles. Dans ce cadre, l'élevage et les cultures vivrières – qui avaient été recalées au second plan durant la période faste du café - retrouvent une place majeure dans l'exploitation. Ainsi, l'élevage laitier qui s'était développé dans les années 1960 par l'introduction de vaches importées du Kenya recouvre-t-il une valeur importante par l'apport que constitue la vente de lait. « *Qu'une spéculation sur l'élevage soit réalisable représente un attrait certain pour les hommes qui renouent de la sorte avec l'ancien symbole précolonial de la richesse tandis que les femmes se valorisent en s'occupant du bétail* » (Devenne, 1998, p237). La réaction chagga se fait également par le développement du vivrier marchand qui permet par l'intermédiaire des marchés locaux et régionaux d'assurer un revenu plus sécurisé. Bananes, légumes, céréales sont développés tant dans les *Kihambas* de l'étage café-banane que dans les zones de cultures saisonnières sur le bas des versants. Le maïs dans ce cadre connaît un développement majeur depuis quelques années. Il suffit de se promener en plaine mais également aux abords de certains *Kihambas* au mois de juin pour prendre conscience de son développement. De Bomangombe jusqu'à Himo (et au-delà à l'Est) cette culture domine tant elle s'adapte facilement aux différentes conditions agroécologiques (Cf. illustration 1). D'ailleurs, Selon Maghindi, le maïs devrait encore se développer dans les années à venir. En effet, « *le record des prix du maïs et du riz a été*

atteint en 2006, après la sécheresse de 2005, et pour la première fois le prix du maïs a été supérieur à celui du blé. Ce constat devrait accentuer la popularité du riz et du maïs au sein de la communauté paysanne et encourager l'abandon des petites exploitations de café » (Maghimbi, 2007, pp80-81).

Illustration 2 : La plaine gagnée par les cultures saisonnières - © Dascon Juhane, 2008



Illustration 3 : Association de cultures: maïs, café, banane dans un *Kihamba* de Samanga © Dascon Juhane, 2008

Le retour du vivrier dans les logiques paysannes produit des restructurations sociales et spatiales fortes « *par l'autonomisation des catégories mises à l'écart du développement des cultures de rentes : les femmes en premier chef et les cadets ou les*

jeunes scolarisés. Elles bouleversent l'architecture des terroirs soumis à des logiques centrifuges » (Charlery de la Masselière 2002, p220). Les rapports de genre se trouvent en quelque sorte rééquilibrés par rapport à la période où le café, dominé par les hommes, réduisait les femmes au statut de nourricière de la famille. La vente de produits agricoles contrôlés par les femmes leur assure ainsi un apport d'argent de nature à augmenter leur pouvoir. C'est ainsi qu'une des personnes enquêtées analyse la situation :

« Lorsque le café payait bien, les hommes avaient tendance à dominer et à contrôler l'argent tandis que les femmes s'occupaient surtout des cultures pour l'alimentation de la famille. Avec la chute du café, les bananes, les légumes rapportent plus et ce sont les femmes qui contrôlent cette production. Dans certaines familles, les femmes qui font de la bière¹³ peuvent gagner plus que leur mari. Cela pose des problèmes. Cependant, la crise économique a touché les femmes plus que les hommes car elles sont responsables de la famille »

(Chagga travaillant dans l'administration municipale de Moshi).

Les adaptations chaggas se traduisent de fait d'abord par des restructurations internes à leur exploitation. Ces restructurations sont forcément spatiales et sociales tant ses dimensions sont interdépendantes au sein des paysanneries. Toutefois, comme l'a montré l'approche historique que nous avons privilégiée jusqu'ici, le territoire chagga est un territoire ouvert depuis longtemps et l'analyse des adaptations ne peut se faire uniquement à l'échelle des *Kihambas*.

Ainsi, la scolarisation revêt dans les logiques des acteurs paysans une place majeure tant elle a été très tôt intégrée comme moyen pour réduire la dépendance familiale des revenus agricoles. En effet, *« si les hommes, traditionnellement orientés vers l'accumulation de richesses – quelle que soit la forme qu'elles prennent suivant les époques -, se sont tant intéressés à l'agriculture, c'est paradoxalement pour mieux en sortir. La rente caféière a ainsi financé l'école et a préparé la « sortie » du système agraire des jeunes générations masculines destinées à émigrer en ville. La scolarisation s'est faite au détriment de la production agricole à qui elle a retiré une partie de la main-d'œuvre* » (Devenne, 1998, p237). Dans des sociétés où les systèmes de retraite n'existent pas, la scolarisation a très tôt constitué une forme d'assurance vieillesse par l'intermédiaire

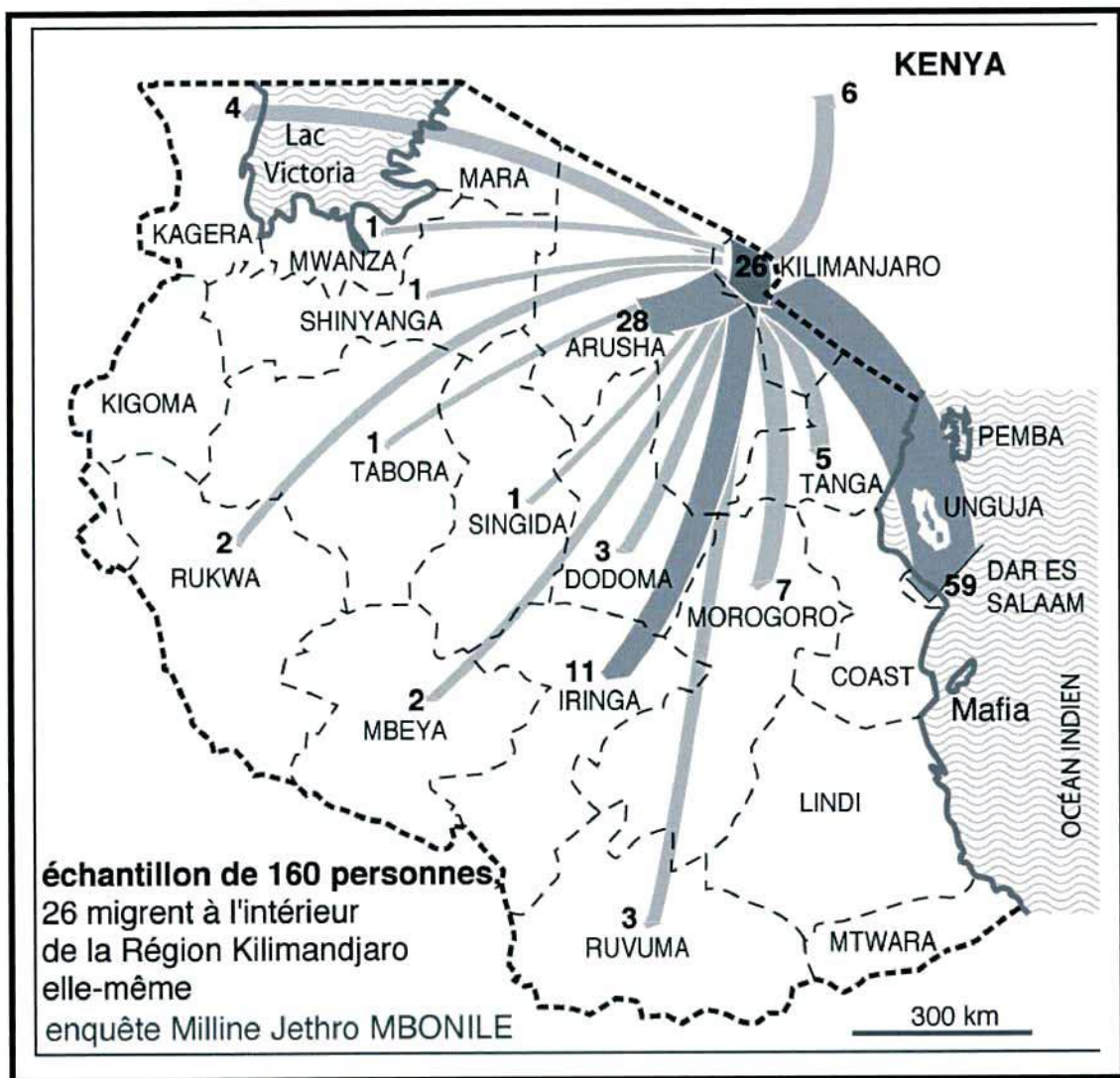
¹³ Le *Mbege* est une bière traditionnelle faite à base de banane et d'éléusine.

d'investissements importants auprès de la formation des jeunes. L'école ouvre ainsi la voie aux emplois urbains, mieux rémunérés, permettant ainsi de participer aux dépenses du *Kihamba* et de diversifier les sources de revenu. De fait l'école et la migration vers la ville ont constitué l'un des modes d'adaptation majeurs pour tenter de répondre à la crise. De fait, la ville de Moshi, capitale administrative de la région, a pris au cours des années une importance croissante dans la vie économique du territoire (cf. tableau 6). Si depuis toujours les lieux de rencontres et d'échanges que sont les marchés ont tenu une place centrale dans les mobilités chaggas, aujourd'hui Moshi cristallise les intérêts et les équipements nécessaires aux adaptations contemporaines. Avec 144 336 habitants au recensement de 2002, Moshi ne représente que 10% de la population totale de la région, mais les mobilités quotidiennes entre les villages sur les versants de la montagne et le centre urbain accroissent largement ce chiffre pendant la journée (60 000 migrants quotidiens). Le rapport à la mobilité et le rapport à la ville sont des éléments anciens dans les logiques paysannes d'Afrique noire dont les territoires pourraient être qualifiés de territoire de la circulation. En effet, pour les sociétés paysannes, « *le départ à la ville a rarement été un arrachement définitif des racines, une rupture brutale, et les processus d'accumulation liés aux composantes urbaines de stratégies rurales (investissements fonciers et immobiliers, rentes locatives, financements d'activités de commerce et de services) comme aux composantes rurales de stratégies citadines (financement de matériel agricole, obtention de forêts classées, spécialisation de périmètres cultivés tournés vers le ravitaillement des villes) ne constituent pas une nouveauté* (Dubresson et Raison, 1998, p177). Ancienne, cette mobilité est selon Bernard Charlery *constitutive des sociétés agraires africaines*, répondant à une *nécessité d'ajustement* entre leurs différents territoires et les ressources mobilisables en fonction des périodes et des contraintes contextuelles (Charlery de la Masselière, 1994, p70). Paradoxalement nous pouvons ainsi affirmer que la ville fait partie du territoire paysan. L'emploi urbain vient donc compléter des stratégies paysannes mettant en relation permanente espace de production agricole et espace urbain. La crise de la modernisation agricole ne fait que renforcer la présence de la ville dans les logiques paysannes. Petits emplois salariés, vente de produits agricoles sur les marchés locaux, activité informelle, la montée de l'espace urbain dans les logiques agraires se manifeste par la densification des transports en commun, véritable trait d'union entre ces deux mondes, et par des migrations quotidiennes nombreuses. Alain Dubresson et Jean-Pierre Raison soulignent que « *la masse des bénéficiaires de la crise est constituée de personnes qui savent se situer à l'articulation des deux mondes, et notamment du monde*

rural et du monde urbain [...] c'est l'heure des hommes d'interface ». Homme d'interface, Richard âgé de 28 ans – que nous avons interrogé dans le cadre de nos enquêtes - fait partie de ces jeunes cadets qui pratiquent quotidiennement la ville. Il vit chez ses parents dans le village de Shimbwe dans l'étage café-banane au nord de Moshi. Dernier fils, il aide ses parents âgés à la ferme comme le veut la tradition. Parallèlement il est quotidiennement à l'affût d'un emploi salarié à Moshi pour augmenter ses revenus : maçon, mécanicien, porteur...son réseau professionnel large ne suffit pourtant pas à trouver suffisamment de travail dans un contexte où le chômage domine. Comme de nombreux jeunes et moins jeunes ses déplacements se font en transport en commun ou à pied lorsque le numéraire manque.

Mais les mobilités vers la ville peuvent être réalisées à une échelle plus grande. En effet, « *La tradition ancienne d'ouverture de cette montagne sur l'extérieur se conforte aujourd'hui par les multiples mobilités et flux croissants avec les villes, et en particulier la métropole Dar es Salaam qui, malgré une distance de six cents kilomètres, a pu être qualifiée, grâce à l'importante communauté chagga qui l'habite, de « nouveau terroir chagga » où se déploie l'esprit d'entreprise qui participe depuis longtemps de l'identité de cette communauté et où s'encrent de nombreux liens, ne serait-ce que monétaire, montagne-capitale »* (Bart, 2003a, p218). Ainsi, la présence chagga à Dar es Salaam, Nairobi, Dodoma, Mbeya ou Arusha montre que la ville intègre complètement les logiques chaggas, leur territoire est un territoire de la circulation où l'ancrage au village d'origine reste fort (cf. carte 8). Les fêtes de fin d'année sont l'occasion de prendre conscience de cet encrage lorsque tous les enfants émigrés rentrent au village. Dès lors, la migration chagga qui s'étend à toute la Tanzanie marque le territoire d'origine de façon originale. Les Chaggas « *font valoir leur éducation et leurs diplômes dans toutes les villes de Tanzanie et forment actuellement un réseau important, composé de migrants temporaires ou de longue durée. La réussite de certains va se traduire au village d'origine par une démonstration de richesse, souvent la construction d'une habitation luxueuse, dans le bas des pentes du village. La terre est convertie par rapport à son usage premier qui était inséré dans les modes traditionnels de gestion des terroirs villageois. La logique de mise en valeur change : le prestige et la reconnaissance, liés à un mode de vie urbanisé et modernisé acquis, sont des valeurs qui remplacent [ou plutôt qui complexifient] la reproduction économique et sociale »* (Brient, 2006, p128). La ville et la campagne sont donc intimement liées selon des rythmes qui diffèrent avec les stratégies des acteurs paysans (quotidien, saisonnier), une circulation nécessaire qui assure par sa souplesse la

complémentarité des ressources entre haut et bas dans le cadre d'une montagne surpeuplée et surexploitée. L'accroissement de ces mobilités urbaines, comme nous le verrons dans le cadre du tourisme – est de nature à modifier les rapports sociaux des Chaggas. Car si la ville est depuis toujours un espace « chagga », l'*habiter* en ville est un phénomène plus récent (du moins dans cette proportion) qui provoque une urbanisation et une occidentalisation des modes de vie participant aux changements de la paysannerie du volcan.



**Carte 8 : Région de destination des migrants
du piémont du Kilimandjaro (Mbonile, 2003)**

Tableau n°5 : Destination et profession des enfants d'une famille de paysans de Machame

Nb	Destination	Sexe	Métier
1	Dar es Salaam	Homme	Commerce
1	Dar es Salaam	Homme	Coiffeur
1	Dar es Salaam	Homme	Maçon
1	Mwanza	Homme	Chauffeur
1	Moshi	Homme (dernier Fils)	Porteur
3	Région Kilimandjaro	Femmes (Mariées)	Commerce et agriculture

Source : enquêtes, mission Juillet 2005

Tableau n°6 : Evolution du nombre d'habitants à Moshi

Année	1948	1957	1967	1978	1988	1998	2002
Nombre d'habitants	8 048	13 725	26 864	52 223	96 838	150 000	144 336

Source : Bart et Chapuis 2003c, p292

Les formes d'adaptation chagga sont donc variées et montrent que cette société agraire puise dans sa territorialité plurielle pour assurer sa survie au croisement de ressources agricoles et non agricoles. C'est dans cette superposition complexe de ressources multiples mises en « musique » par une pluriactivité familiale que se trouvent les clés de compréhension de la territorialité chagga aujourd'hui. Comme le rappelle François Bart, « *les Chaggas font preuve d'une grande capacité d'adaptation et de travail. Les maris comme les femmes et même les enfants constituent une main d'œuvre résistante et prête à tout pour accroître les revenus. Les hommes jouent sur la pratique d'un second emploi, privé ou public, et sur l'adoption de nouvelles techniques ou cultures. Ils sont prêts à migrer plus ou moins loin pour résoudre les difficultés monétaires inhérentes à de très petites exploitations, et à déléguer en partie la responsabilité d'exploitant agricole à leur femme. De même, ils ont compris le rôle et l'importance de l'instruction pour leur adaptation à un monde en changement permanent, et les familles n'hésitent pas à faire des sacrifices financiers pour payer les frais de scolarité. Le modèle chagga a forgé une véritable élite, avec ses notables, ses réseaux, ses savoir-faire. La région du Kilimandjaro demeure ainsi, malgré ses difficultés, l'un des fers de lance du développement du pays très*

pauvre qu'est la Tanzanie. Le modèle chagga, à défaut d'être systématiquement reproductible, reste une référence, qui se situe dans des jeux d'emboîtement d'échelles géographiques, de terroirs aux territoires, et d'interface campagne-ville, endogène-exogène... » (Bart, 2003a, p218). La réalité contemporaine de la société chagga est donc le fruit de cette histoire en cours. Les modes de reproductions sociales ont évolué avec les modes de production de la ressource et leurs inscriptions spatiales. En même temps qu'il intégrait, dans une logique de modernisation agricole, la caféiculture dans un système capitaliste, le système chagga présentait peu à peu les blocages inhérents au modèle de développement: dépendance des paysanneries aux intrants onéreux, aux coopératives qui prenaient en main leur devenir et dépendances à des prix de vente décidés mondialement. En somme, le modèle théorique de développement importé d'occident n'a pu s'inscrire réellement ni dans la pratique ni dans la durée. L'enjeu de notre recherche consiste donc bien dans la compréhension des adaptations des paysanneries à ces changements qui touchent à la fois leur manière de vivre, leur manière de faire ressource sur le volcan et donc par conséquent leur manière d'être chagga à l'aube du XXI^e siècle. Incontestablement, le tourisme intègre aujourd'hui ces dynamiques nouvelles par l'apport de revenus qu'il constitue mais surtout par les pratiques nouvelles qu'il induit chez certains acteurs paysans.

3.2- L'émergence du tourisme au Kilimandjaro

Pour faire face à cette remise en cause du modèle de production caféier qui a dominé pendant plusieurs décennies, les paysans chaggas vont mettre en œuvre différentes stratégies, de nouvelles combinaisons de production associant développement de cultures vivrières, travail urbain, commerce et, pour certains, investissement dans l'activité touristique. La pluriactivité séculaire des Chaggas prend alors de nouvelles formes réactivant encore une fois leur capacité d'adaptation.

La ressource touristique est un des éléments à prendre en compte pour comprendre les réalités complexes de la société chagga aujourd'hui. Toutefois, comme le rappelle Angela Barthes pour les montagnes du Nord (Barthes, 2004, p3), nombre d'acteurs restent en marge de cette nouvelle ressource et il faut donc se garder d'un discours non nuancé sur les effets de la participation de la population chagga à l'activité touristique. Par rapport à la

culture caféière qui concernait à son apogée, dans les années 1950, 50 000 planteurs sur 13 000 ha (Devenne, 1998, p.231-232), le tourisme mobilise approximativement dix fois moins d'actifs sur un espace paradoxalement plus grand puisque le *Kilimandjaro National Park* théâtre du trekking s'étend sur 75 575 ha. Pourtant cette nouvelle ressource, qui s'intègre dans une histoire longue du développement au Kilimandjaro, témoigne de changements sociaux et spatiaux qui se manifestent au travers des tours opérateurs qui se multiplient à Moshi, des cybercafés qui occupent aujourd'hui chaque rue du centre ville, des touristes en short qui déambulent, des hôtels qui se construisent et, par la présence de jeunes hommes qui attendent devant les hôtels, tôt le matin, espérant une embauche providentielle dans l'un des multiples métiers que propose l'activité touristique de trekking. Le tourisme se concrétise par des flux d'hommes et d'argent, par la requalification de certains lieux, certains espaces qui dessinent peu à peu un territoire touristique au Kilimandjaro. C'est ce territoire touristique et les pratiques d'acteurs qui en sont à l'origine qu'il nous semble important d'étudier pour contribuer à la compréhension des réalités sociales et spatiales de cette société montagnarde.

Longtemps, le tourisme est resté en Tanzanie et au Kilimandjaro une activité annexe qui ne semblait pas profiter aux populations locales. À l'indépendance, la Tanzanie ayant privilégié un système autocentré fondé sur l'agriculture, le tourisme n'a pas fait l'objet d'investissements suffisants pour en faire une activité économique dynamique contrairement à son voisin kenyan. Le Kilimandjaro, mythe international, a donc longtemps été exploité, mis en produit depuis le Kenya où les voyageurs valorisant le sommet - au sein d'un système commercial international - en tiraient le plus grand bénéfice. Cette réalité a d'ailleurs conduit à des tensions diplomatiques entre les deux pays (fermeture de la frontière en 1977) – sur lesquelles nous reviendrons plus tard – tant le potentiel touristique tanzanien faisait le profit des Kenyans. Ainsi le tourisme a longtemps été écarté des ressources mobilisées par les Chaggas pour sortir de la crise et le trekking sur le plus haut sommet d'Afrique n'a eu jusqu'à la fin des années 1990 que peu d'influence sur les évolutions du territoire montagnard. François Bart écrivait ainsi : « *le territoire touristique du Kilimandjaro n'a donc que très peu de liens* » avec le territoire chagga, et précisait que « *la population de la montagne semble capter peu de retombées de cette nouvelle activité en plein essor* » (Bart, Chapuis et Pomel, 2003, p245). Pourtant l'évolution de la réalité le conduit à nuancer son diagnostic en soulignant que l'activité touristique « *jusqu'alors très dépendante de centres extérieurs pour l'accueil des*

visiteurs » semble changer et « *la région, en particulier la ville de Moshi, semble enfin vouloir se prendre en main. Ces derniers mois ont connu un développement significatif des infrastructures touristiques* » (Bart et Chapuis 2003, p248). Le tourisme est donc bien en train de modifier le paysage économique local venant s'ajouter de manière plus prégnante aux logiques des acteurs locaux. C'est donc un destin touristique qui est en train de s'amorcer au Kilimandjaro produisant de nouveaux espaces, de nouvelles interdépendances entre les lieux, de nouveaux aménagements et de nouvelles pratiques exogènes ou endogènes.

C'est dans ce contexte que nous souhaitons intégrer notre problématique de recherche, centrée sur les acteurs paysans du Kilimandjaro et sur leurs modes d'adaptation dans une période de changement fort. Nous souhaitons comprendre comment le tourisme est approprié dans le cadre de ces adaptations, par quels processus sociaux et spatiaux les Chaggas intègrent cette activité pour en faire une ressource. L'implication des Chaggas dans cette activité nous semble de nature à modifier les équilibres antérieurs par les flux humains et financiers qui sont créés, par les rapports sociaux originaux qui sont produits, par les pratiques et les représentations qui sont inhérentes à toute production de ressource. Si le trekking s'insère dans une pluriactivité ancienne, il est également animé par une dynamique propre qui bouleverse les rapports sociospatiaux à la montagne. La montagne agricole devient une montagne mise en désir, mise en produit où se croisent des logiques agricoles et des logiques de loisirs. Les rencontres entre populations d'origines et de cultures différentes se multiplient au gré des ascensions. Le tourisme bénéficie également d'un rythme propre, d'une saisonnalité qui vient cadencer différemment l'organisation des paysans pluriactifs. En somme, le tourisme ne traverse pas ce territoire sans incidence, il le modifie comme il est modifié, il s'agit d'un processus complexe au cœur duquel se trouvent les acteurs, leurs pratiques, leurs représentations et leurs logiques. C'est là que nous avons souhaité situer notre problématique de recherche, au plus près des acteurs pour comprendre les modes d'appropriation de la ressource touristique. Il s'agit également de savoir – au sein de l'histoire du développement du Kilimandjaro – si cette ressource peut être un moteur de développement ou si elle reproduit des rapports de dépendance antérieurs.

Problématique de recherche

Dans un contexte de crise du modèle agricole chagga et face aux reconfigurations qui émergent au sein de la société paysanne du Kilimandjaro, quels sont les modes d'appropriation de la ressource touristique par les acteurs paysans et dans quelle mesure cette ressource peut-elle constituer un vecteur de développement territorial ?

Cette problématique de recherche nous a conduit au fil des travaux de terrain et des lectures théoriques à proposer trois hypothèses de travail qui ont structuré notre raisonnement et notre analyse.

Tourisme et montagne : requalification des espaces ruraux

L'activité touristique repose sur une mise en désir des lieux, sur la production de représentations spécifiques qui changent le regard des acteurs (exogènes ou endogènes) sur l'espace mis en tourisme. Par ailleurs, les lieux prennent de nouvelles fonctions dans le cadre de l'organisation de cette activité qui repose sur des infrastructures, sur des centres organisationnels où se concentrent et se dispersent des flux humains et financiers. L'espace touristique construit peu à peu une organisation propre qui se superpose à l'organisation des autres activités construisant au Kilimandjaro un territoire qui n'est plus uniquement défini par sa caractéristique agraire.

En outre ce territoire touristique se construit à des échelles plurielles impliquant un emboîtement de territoires allant du local au global. Les acteurs (touristes, voyageurs, guides, porteurs), par leurs pratiques et leurs représentations créent du lien entre ses territoires qui s'influencent réciproquement et qui participent à leur requalification.

Première hypothèse de recherche

Le territoire chagga jusqu'ici défini essentiellement par sa caractéristique agricole et par sa société paysanne, est peu à peu remodelé et repensé à la faveur d'une ressource touristique qui s'inscrit socialement et spatialement. A travers la réappropriation de la ressource touristique par les acteurs paysans se dessine donc un territoire touristique au Kilimandjaro participant à la requalification de l'espace rural montagnard.

Cette hypothèse place notre réflexion géographique au croisement entre une analyse spatiale et une analyse sociale. En effet, il s'agit d'analyser, d'une part, comment le tourisme produit un espace spécifique fait de lieux et de flux. Et d'autre part il s'agit de comprendre comment la construction mentale d'un espace influence et est influencée par la production de la ressource touristique.

Tourisme et pluriactivité : continuum et réajustements

La diversification des ressources est une constante dans les sociétés agraires d'Afrique subsaharienne répondant à une stratégie de limitation des risques. Au Kilimandjaro, cette pluriactivité s'est accrue ces dernières années en raison de la remise en cause du système café. L'analyse du tourisme doit donc se faire dans ce cadre particulier, celui de l'accentuation des logiques de diversifications des revenus induisant de nouvelles configurations sociales, spatiales et temporelles. Les acteurs élaborent des stratégies spécifiques mêlant activités agricoles, non-agricoles et mobilité, et s'appuient sur des réseaux traditionnels et professionnels pour asseoir leurs actions.

Dans ce cadre, le tourisme, avec son rythme propre et par les rencontres qu'il permet entre individus d'origines différentes agit comme un vecteur de changement social. Les acteurs qui participent à son développement changent au fil des ascensions, des discussions, des déplacements, de l'éloignement qu'implique parfois la migration urbaine nécessaire vers les lieux où s'organise l'activité. Comme le café il y a quelques décennies avait produit de nouveaux rapports sociaux, le tourisme est entrain peu à peu de modifier les référents sociaux au fur et à mesure qu'il est insérer dans les stratégies des acteurs.

Deuxième hypothèse de recherche

L'appropriation de la ressource touristique s'insère dans des logiques de diversification des activités associant ressources agricoles et non-agricoles. En fonction des acteurs, de leur parcours de vie et des réseaux mobilisables, la part accordée au tourisme dans les stratégies de pluriactivité sont différentes. Cette implication produits au sein de la communauté chagga de nouveaux rapports sociaux et spatiaux.

Cette hypothèse de travail place donc au cœur de notre analyse les logiques d'action et les réseaux sur lesquels ces logiques reposent. IL s'agit de comprendre par quels processus le tourisme participe aux reconfigurations sociales contemporaines.

Tourisme et jeux d'acteurs : les interactions sociales au cœur des modes d'appropriation de la ressource touristique

Le tourisme en tant qu'activité sociale et économique met en jeu des acteurs divers, hétérogènes dont les interactions structurent l'espace socio-spatial. Voyagistes, touristes, porteurs, guides, vendeurs ambulants de souvenirs, tous tentent selon des logiques et des intérêts différents (et parfois opposés) de tirer profit de cette ressource. C'est ainsi que dans cette arène s'entremêlent des stratégies d'action variées produites par des acteurs aux appartenances multiples. Des rapports de pouvoir émergent entre les acteurs qui profitent ou subissent de positions relatives au sein de la hiérarchie du tourisme de trekking. « Une telle optique oblige à s'interroger sur les stratégies des diverses catégories d'acteurs, elle oblige à rechercher la diversité des codes sociaux et normes de comportement qui servent de références à ces stratégies » (Olivier de Sardan, 1995, p175).

Troisième hypothèse de recherche

Le développement de l'activité touristique au Kilimandjaro produit des interactions inédites entre les différents acteurs. Les intérêts divers de ces acteurs sont en permanente confrontation/négociation aux travers des systèmes d'action pluriels mis en œuvre. De ces interactions au sein de l'arène touristique résultent des tensions et des rapports de pouvoirs qui redéfinissent en permanence les rapports sociaux au Kilimandjaro.

IL s'agit donc ici de se concentrer sur les rapports de pouvoir entre acteurs qui naissent de la volonté de s'insérer à l'activité touristique et d'identifier la manière dont des acteurs (individuels ou collectifs) entrent en conflit pour défendre des intérêts divergents.

PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

Dans un contexte de crise du modèle agricole Chagga et face aux reconfigurations qui émergent au sein de la société paysanne du Kilimandjaro, quels sont les modes d'appropriation de la ressource touristique par les acteurs paysans et dans quelle mesure cette ressource peut-elle constituer un vecteur de développement territorial ?

Production d'un territoire touristique : espace aménagé, espace pratiqué, espace représenté

Première hypothèse de recherche

Le territoire Chagga jusqu'ici défini essentiellement par sa caractéristique agricole et par sa société paysanne, est peu à peu remodelé et repensé à la faveur d'une ressource touristique qui s'inscrit socialement et spatialement. A travers la réappropriation de la ressource touristique par les acteurs paysans se dessine donc un territoire touristique au Kilimandjaro participant à la requalification de l'espace rural montagnard.

Insertion du tourisme dans des logiques de pluriactivité

Deuxième hypothèse de recherche

L'appropriation de la ressource touristique s'insère dans des logiques de diversification des activités associant ressources agricoles et non-agricoles. En fonction des acteurs, de leur parcours de vie et des réseaux mobilisables, la part accordée au tourisme dans les stratégies de pluriactivité sont différentes. Cette implication produit au sein de la communauté chagga de nouveaux rapports sociaux et spatiaux.

Arène touristique : interactions des systèmes d'action

Troisième hypothèse de recherche

Le développement de l'activité touristique au Kilimandjaro produit des interactions inédites entre les différents acteurs. Les intérêts divers de ces acteurs sont en permanente confrontation/négociation aux travers des systèmes d'action pluriels mis en œuvre. De ces interactions au sein de l'arène touristique résultent des tensions et des rapports de pouvoirs qui redéfinissent en permanence les rapports sociaux au Kilimandjaro.

Figure 1 : Problématique de recherche

Conclusion Chapitre I

Ce premier chapitre nous a permis d'inscrire notre questionnement au sein de l'histoire du développement du Kilimandjaro afin d'intégrer dans notre analyse l'épaisseur du temps et de ne pas succomber à la tentation de voir dans les mutations sociales et spatiales du moment des remodelages inédits ou des adaptations déconnectées de toute historicité.

IL nous faut maintenant préciser notre cadre théorique, nos outils conceptuels et méthodologiques afin de placer notre réflexion au sein d'une démarche scientifique. Les deux prochains chapitre de cette première partie ont donc pour objectif d'explicitier nos outils de recueil et d'analyse de l'information.

CHAPITRE II :

APPROCHE TERRITORIALE DES ESPACES MONTAGNARDS : COMPRENDRE LA PRODUCTION DES TERRITOIRES AU TRAVERS DES LOGIQUES D' ACTIONS

« Les théories sont des programmes de recherche qui appellent non le « débat théorique » mais la mise en œuvre de pratiques capables de les réfuter ou de les généraliser, ou mieux, de spécifier ou de différencier leur prétention à la généralité » (Pierre Bourdieu, 1992, p57).

« Un concept ne peut être neutre, parce qu'il n'est pas de lecture neutre du réel, que cette lecture est toujours dans la double dépendance de la subjectivité de celui qui l'effectue et des représentations collectives dominantes dans une culture donnée » (Nosedo et Racine, 2001, p65)

La réalisation d'une analyse géographique, pour intégrer une démarche scientifique, suppose des choix préalables, théoriques et méthodologiques, qui vont avoir une incidence majeure tant sur le processus de production de la recherche que sur la production elle-même. Ces choix ont orienté notre regard sur le terrain chagga, nous conduisant à privilégier certaines dimensions de la réalité observée pour en délaissier d'autres. Il nous faut donc prendre le temps, dans une première étape, d'explicitier nos outils théoriques pour tenter de montrer le cadre au travers duquel nous avons abordé la question du tourisme au Kilimandjaro.

Le postulat de départ de notre approche géographique, nous l'avons déjà évoqué en introduction de ce travail : *« L'espace n'est pas quelque chose qui existe « là-bas » indépendamment de nous. C'est notre pensée qui crée la réalité spatiale, qui lui donne forme et sens » (Gumuchian, 1989, p35).* En somme l'espace n'est pas ici abordé dans sa

réalité propre mais au travers des processus de construction par les individus et les sociétés. Nous ne réfutons pas l'existence d'une matérialité, d'un support, mais nous postulons que cette matérialité ne prend de sens qu'à travers les pratiques et les représentations des individus et des sociétés. Il s'agit donc d'une géographie de la territorialité, d'une posture relationnelle ouverte sur l'homme et sur son rapport au monde. Au travers des pratiques du quotidien, des expériences diverses, des représentations et des interactions sociales inscrites sur l'espace nous souhaitons appréhender la manière dont les sociétés s'organisent et « font territoire » dans le temps en adaptant leur manière de vivre et de se reproduire à la faveur des contraintes contextuelles et des idéologies changeantes. Aux côtés de la géographie classique – qui restitue *le spectacle du monde* à partir d'un déterminisme physique et historique fondé sur le possibilisme - et de la nouvelle géographie qui s'attache à trouver des lois dans les organisations spatiales, la géographie territoriale qui nous intéresse se trouve à la croisée de la géographie humaine et de la géographie sociale. Elle place l'homme au centre des préoccupations scientifiques dans une dialectique permanente entre sociétés et espaces. Dans cette approche, « *L'espace géographique n'est pas séparable de l'histoire des groupes sociaux qui l'ont produit ou le réinvestissent. Il n'est pas objet mais action des sociétés qui, tour à tour, le construisent et l'observent...il est jeu et enjeu des rapports sociaux et idéologiques contradictoires* » (Burgel, 1983, p3). En somme « *la société se crée en créant son espace* » (Hildebert, 1978, p75) et l'espace est « *consubstantiel de tout rapport social* » (Raffestin, 1980, p133).

Ainsi, c'est par le rapport entre sociétés et espaces que les territoires sont construits au cours du temps. Pour pénétrer dans ce processus, nous allons tenter dans notre approche théorique de mettre en « musique » des outils conceptuels précis : Territoire – Ressource – Acteur.

- Le territoire est notre objet d'étude. Nous cherchons à comprendre comment il évolue, quels en sont les caractéristiques et les enjeux. Nous aborderons dans notre recherche sur le Kilimandjaro à la fois sa dimension sociale et sa dimension spatiale pour montrer comment les deux interagissent dans sa construction.
- Les ressources sont abordées dans une optique relationnelle entre les hommes et les espaces qu'ils investissent et qu'ils s'approprient. Ces ressources (matérielles ou immatérielles) qui évoluent dans le temps sont produites par les sociétés pour assurer leur reproduction à partir de matières identifiées dans les écosystèmes et de connaissances techniques les intégrant à des pratiques sociales. Agroforesterie,

commerce, culture caféière, tourisme, etc. Nous avons vu que les Chaggas ont au fil du temps produit des ressources différentes. La production de ces ressources implique une appropriation spatiale différente et donc une territorialité changeante : mobilités spécifiques, valorisation d'espaces différents, rapports sociaux nouveaux, liens à d'autres territoires. Chaque fois qu'une nouvelle ressource est produite, le rapport des sociétés à leur espace tend à modifier (avec plus ou moins d'importance) les caractéristiques de leur territoire.

- Les acteurs, sont au cœur de ces processus. Individuels ou collectifs, dominants ou dominés, tous ont un rôle dans cette construction sociale. C'est au cœur des interactions entre acteurs, de leurs pratiques quotidiennes et de leurs représentations que nous plaçons les clés de compréhension du réel.

Au sein de cette réflexion, la caractéristique montagnarde de notre terrain d'étude n'a donc pas vocation à rendre spécifique notre approche théorique. La montagne, comme tout autre espace, est abordée par le prisme de la construction sociale. Nous adhérons ainsi à l'idée que *« la notion de montagne n'a pas de valeur intrinsèque pour la recherche scientifique en dehors d'une approche qui serait purement déterministe. Comme tous les milieux géographiques, la montagne est une réalité physique complexe dont l'isolement à plusieurs échelles géographiques (le massif, le versant, la pente, etc...) peut structurer, comme tout découpage géographique, la recherche scientifique dans sa démarche heuristique. En ce sens, la notion a peu d'importance en elle-même, sinon de servir d'artifice (au sens noble du terme : moyen d'habileté) permettant le découpage élémentaire du réel sans lequel il n'y a ni science, ni action »* (Charlery de la Masselière 2000, p163). Cependant, dans une optique sociale, si la montagne n'a pas de valeur intrinsèque pour l'analyse scientifique, elle peut en avoir pour les acteurs qui construisent à son sujet des représentations et des pratiques spécifiques. La verticalité a en effet, dans de nombreuses sociétés, constitué une spécificité du rapport à la montagne impliquant souvent un rapport divin à cet espace. Aujourd'hui, le trekking révèle une autre montagne, mise en désir, mise en produit au bénéfice de l'activité touristique. Les touristes prêts à parcourir plusieurs milliers de kilomètres pour parcourir les versants du Kilimandjaro accordent à cet espace une valeur spécifique dont ils souhaitent se rapprocher ou s'identifier par leur pratique de trekking.

L'approche territoriale qui anime notre réflexion, résulte en outre d'une dynamique générale en sciences sociales qui ne recule plus devant les possibilités offertes par les échanges d'outils méthodologiques ou conceptuels entre disciplines. Il suffit d'observer les bibliographies des thèses en géographie pour s'en rendre compte : sociologie, philosophie, ethnologie, économie... ces disciplines permettent souvent d'avancer dans la résolution de problématiques qui, elles, restent éminemment géographiques. Notre parcours de jeune chercheur nous a donné l'occasion d'intégrer une démarche interdisciplinaire pour puiser dans des disciplines voisines les outils (théoriques ou méthodologiques) permettant d'enrichir notre réflexion. C'est ainsi que dans notre processus de compréhension des constructions territoriales nous avons intégré certains outils de la sociologie, du cinéma ou de l'ethnologie pour venir au secours de notre besoin de comprendre comment se construisent les territoires au travers des pratiques des acteurs. Cette construction, au croisement des disciplines, s'est faite par des échanges concrets avec notre comité de thèse composé de chercheurs issus de la géographie, de la sociologie et de l'audiovisuel. Dans ce cadre notre recherche a constitué un processus d'interconnaissance disciplinaire, car derrière les outils conceptuels ou méthodologiques se trouvent des cultures disciplinaires avec lesquelles il nous a fallu nous familiariser. Cela a été possible par l'interaction avec ses chercheurs, sur le terrain ou dans le cadre des différents travaux scientifiques (séminaires, colloques, etc).

1- LA CONSTRUCTION TERRITORIALE COMME CADRE DE RÉFÉRENCE

« *A une organisation sociale de l'espace, répond une organisation spatiale de la société [...] D'un côté, l'homme aménage l'espace et le soumet à son action, de l'autre, c'est l'espace qui produit l'homme, le contraint, le modèle et lui impose un certain mode de vie* » (Amphoux, 1986). Ainsi espaces et sociétés sont co-produits au cours du temps, des contraintes techniques, des contingences historiques. C'est par ces rapports mutuels que sont produits les territoires au travers d'appropriations concrètes et idéelles de l'espace. Fonder une approche théorique sur la construction des territoires, c'est s'intéresser à l'inscription spatiale des sociétés, c'est également privilégier l'analyse des processus au détriment des structures.

Aujourd'hui, comme le rappellent Anne-Marie Granié et Marie-Claude Cassé, « *le territoire est désormais partout dans les sciences sociales [...] Ce foisonnement est signe de vitalité mais comporte en lui-même un grand flou, une ambiguïté certaine* ». Or cette ambiguïté ne sert pas la clarté de notre propos. Il faut donc éviter de se perdre dans cette polysémie: « *l'accumulation ne sert à rien ; si l'on veut identifier les concepts, il faut préciser les modèles ou, du moins, les processus dans lesquels les mots prennent place* » (Cassé et Granié, 2002, p8). C'est précisément ce à quoi nous allons nous attacher maintenant, pour aborder le territoire non comme une simple catégorie de pensée, mais comme un concept opératoire, une grille de lecture du réel¹⁴.

1.1- Pour une approche multidimensionnelle des territoires

Le territoire marque une compilation de tous les niveaux spatiaux témoignant de leurs articulations dans la vie sociale quotidienne. En ce sens, comme le souligne Guy Di Méo, le concept de territoire réunit les différentes dimensions de l'espace : espace de vie, espace social et espace vécu. Ainsi, la territorialité peut être comprise « *comme un rapport à la fois personnel et social au monde. Elle participe conjointement de l'idéologie et des*

¹⁴ Une partie de cette réflexion est issue de notre travail de DEA réalisé en 2003 (Dascon, 2003, pp112-143).

pratiques. À ce dernier titre, elle tient forcément compte des contraintes économiques et géographiques. Elle met en scène l'individu, l'être social et, derrière lui, la société. Elle s'enrichit surtout de l'univers des imaginaires et des représentations ; ce qui est capital quand on sait que le territoire d'aujourd'hui, plus qu'une réalité tangible, est sans doute, avant tout, une représentation gérée par l'individu socialisé » (Di Méo, 2000, p46).

Marie-Claude Cassé et Anne-Marie Granié (Cassé et Granié, 2002, p8) révèlent trois grandes manières d'aborder le concept de territoire, qui, si elles concernent toutes « *la dimension sociale des phénomènes spatiaux, ne lui donnent ni la même importance, ni le même sens* » :

- L'approche « naturaliste » qui centre son étude sur la reproduction des ressources renouvelables dans un temps long, l'action humaine étant, elle, considérée dans un espace-temps court.
- L'approche « aménagiste » s'intéressant à l'espace dans *tous ses aspects matériels et organisationnels*.
- Et enfin l'approche « socio-spatiale » qui *considère l'espace comme intrinsèque à toute construction sociale et privilégie l'étude des processus de production territoriaux et des représentations*.

C'est naturellement dans cette dernière approche que nous inscrivons notre démarche théorique puisqu'elle place au cœur de l'étude l'analyse des processus de production des territoires. Nous pensons qu'à travers l'analyse de ces processus, il est possible d'appréhender dans le temps les évolutions des rapports espaces/sociétés. Dans cette optique nous reprenons la définition minimale du territoire proposée par Guy Di Méo :

« C'est sur le socle que dresse la réalité socioculturelle, que le territoire témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique (sociale donc) de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière, d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité » (Di Méo, 2000, p40).

Dans cette optique, , le territoire doit être abordé au travers de quatre fonctions:

- Tout d'abord, il « *décrit en se fondant sur les données spatiales de la géographie, l'insertion de chaque individu dans un groupe, voire dans plusieurs groupes sociaux de référence* ». L'appartenance à ces groupes est déterminante pour

comprendre les logiques d'actions et les pratiques des acteurs. Au cours de nos enquêtes, l'intérêt porté aux trajectoires de vie nous a par exemple permis de trouver dans ces appartenances des facteurs de compréhensions des choix réalisés par les acteurs.

- Par ailleurs, le territoire possède une dimension politique et institutionnelle puisqu'il traduit « *un mode de découpage et de contrôle de l'espace garantissant la spécificité et la permanence, la reproduction des groupes humains qui l'occupent* ».
- Il développe également un *champ symbolique* qui traduit le sens que prend l'espace pour un groupe social donné. Dans cette acception, le territoire devient un vecteur important de l'identité collective, de sa pérennité, de sa transmission dans le temps. Dans ce domaine, la multiplication de l'image que suppose la mise en tourisme d'un espace comme le Kilimandjaro révélera comme nous le montrerons plus tard la manière dont le champ symbolique peut-être investi en raison de la production d'une ressource spécifique.
- Enfin, l'épaisseur temporelle est un aspect important du territoire qui se construit lentement, au fil des générations. Une construction permanente qui fait du territoire un concept à considérer dans sa dynamique. Ainsi, « *l'espace a besoin de l'épaisseur du temps, de répétitions silencieuses, de maturations lentes, du travail de l'imaginaire social et de la norme pour exister comme territoire* » (Michel Marié cité par Di Méo, *Op. Cit.*). C'est la raison pour laquelle, nous avons choisi d'inscrire notre problématique dans l'histoire du développement du Kilimandjaro.

Abordé ainsi, le territoire devient donc multidimensionnel. Il combine trois dimensions distinctes : une dimension matérielle, « *la manière dont la biosphère enregistre l'action humaine et se transforme par ses effets* ». Une dimension individuelle, liée à la psyché de chaque individu socialisé. « *Sur ce plan, la territorialité s'identifie pour partie à un rapport a priori, émotionnel et présocial de l'homme à la terre* ». Enfin, le territoire comme base de construction des différences sociales et culturelles inscrites dans l'espace. Pour conclure, il convient de souligner que le territoire est multiscalaire. Du *kihamba* au village, du village à la planèze, et de la planèze à la région administrative, l'identification des acteurs paysans est réalisée à plusieurs échelles qui toutes ont un sens particulier; ce sont différents niveaux qui s'emboîtent et qui prennent un sens différent pour les individus, les sociétés et leur identité.

Le territoire : une construction sociale

Le territoire résulte de l'objectivation sociale de l'espace vécu qui se déroule en trois étapes : une réification (transformation en chose), une structuration et une dénomination de l'espace par la société. Selon Guy Di Méo, « *les géographes ne peuvent parler de l'espace et des rapports que l'homme noue avec lui sans se référer au concept de territorialité* ». Dans cette territorialité s'articulent constamment deux pôles. L'un de *caractère objectif*, qui associé à un pouvoir ou à un contrôle de l'espace se matérialise par des limites, une institutionnalisation. À l'opposé, le pôle de l'individualité fait référence à la pratique de chacun et à son vécu. « *La tension entre ces deux pôles entraîne d'innombrables et d'imprévisibles déformations d'un territoire constamment remis en cause [...] Le sujet navigue entre l'ici et l'ailleurs, entre la maison, premier jalon d'une médiation essentielle entre son moi et l'altérité, et l'infini sans borne, à la fois inquiétant et attirant* » (Di Méo, *Op. Cit.*).

Ce territoire construit social vogue donc entre le concret et l'abstrait que symbolisent les langues, les religions, les technologies... « *toute collectivité sémiologise son environnement* ». Il est alors primordial de s'intéresser à tous ces médiateurs de la territorialité. Comme le soulignent Marie-Claude Cassé et Anne-Marie Granié, « *négliger le rôle des signes et des représentations dans la territorialité, c'est se condamner à confondre milieu et monde. Les naturalistes ne prennent en compte que le milieu auquel l'animal ne peut pas échapper alors que l'homme peut y échapper par la culture qui est une série d'actes de communication* » (Cassé et Granié, *Op. Cit.*). Pour compléter cette position elles citent Lévy-Strauss pour qui « *l'univers est objet de pensée au moins autant que moyen de satisfaire des besoins* ».

Le concept de territoire en géographie semble donc essentiel pour comprendre l'articulation entre les sociétés et les espaces. Dans cette perspective sociale du territoire, les représentations socio-spatiales semblent pertinentes pour comprendre les pratiques dans un territoire, les différences culturelles d'un territoire à l'autre et surtout pour appréhender les processus de constructions territoriales. Par ailleurs, l'analyse d'un territoire touristique en construction suppose une attention particulière à toutes les dimensions symboliques de l'espace. En effet, l'activité touristique, dans un contexte de mise en concurrence des territoires, participe et amplifie ce mouvement de mise en image de l'espace par le biais

d'outils de communication et par la manipulation de stéréotypes simplificateurs. Ces images peuvent ensuite dans une certaine mesure être réappropriées par les populations locales. Il suffit de parcourir n'importe quel *souvenirs shop* de Moshi où de visiter n'importe quel atelier artisanal spécialisé dans la fabrication de souvenirs pour se rendre compte combien l'association entre le Kibo et les guerriers massais est devenue une image appropriée par les artistes locaux. Les Chaggas, pourtant habitants des versants du volcan s'excluent eux-mêmes de la représentation artistique de la montagne tellement ils ont intégré l'avantage commercial que revêt l'association Massai/Kibo.

1.2- Le lieu constitutif du territoire

« *Le lieu constitue la plus petite unité spatiale* ». En ce sens il est plus *palpable* que le territoire : « *alors que le territoire répugne le bornage, le lieu en tire une bonne part de sa substance [...] il s'affirme en tant qu'entité* » (Di Méo, *Op. Cit.*). De par son observation plus aisée, de par son unité compréhensible rapidement, le lieu est un élément clé de la démarche géographique qui souhaite appréhender le rapport espace/société. Dans une optique de compréhension de l'influence de la ressource touristique sur le territoire chagga, l'intérêt pour les lieux semble déterminant. En effet, comme nous le verrons dans notre analyse, le tourisme s'organise au Kilimandjaro autour de lieux très spécifiques qui ont des fonctions établies dans l'organisation du tourisme. Les acteurs investissent ces lieux, différemment, au travers de leurs pratiques touristiques. Par ailleurs, le tourisme peut également contribuer à donner à certains lieux des fonctions différentes. C'est ainsi que Moshi, longtemps centre organisationnel de la commercialisation et de la transformation du café, devient peu à peu un lieu-clés dans l'organisation du tourisme de trekking. C'est au travers de ce processus que s'élabore la requalification de l'espace à partir de la production d'une ressource nouvelle.

Effet de lieu

Armand Frémont (Frémont cité par Di Méo, *Op. Cit.*) définit ce qu'il appelle un *effet de lieu* qui s'exerce sur les faits sociaux. Pour lui, « *l'espace apparaît comme un facteur explicatif et isolable de l'organisation sociale* ». Les « *pratiques sociales polarisées autour d'associations de lieux impliquent pour chaque espace ainsi déterminé des solidarités ou des conflits, des adaptations ou inadaptations [...] dans les meilleurs cas, des identités*

collectives qui font effet de lieu ». Il faut comprendre ici que l'espace « *ne saurait être dissocié des rapports sociaux qui le produisent, ni des représentations de ces rapports que se font les individus vivant en société* » (Di Méo, *Op. Cit.*).

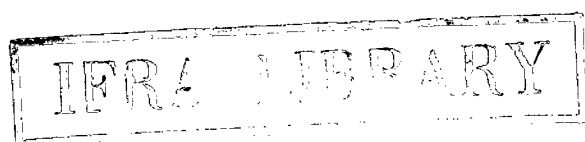
Le lieu est ainsi à considérer dans une optique existentielle « *englobant l'individu dans ses fondements imaginaires mystiques et sacrés* » (Bailly et Scariati, *Op. Cit.*). Le lieu marque l'application même des représentations sur l'espace qui prend là une dimension imaginaire forte. Dans leur étude sur *L'habiter en montagne* Anne-Marie Granié et Hélène Guétat soulignent ainsi que « *les rapports aux lieux, observés là et maintenant, nous donnent à lire l'état des transformations des sociétés rurales montagnardes au travers notamment de pratiques territoriales et des actions sur le milieu* » (Granié et Guétat, *Op. Cit.*). Inévitablement le lieu est ainsi lié étroitement à la pratique, la pratique quotidienne. Les lieux organisent la vie de « tous les jours » en s'articulant entre eux au travers des circulations, des pratiques, des comportements des acteurs.

La dialectique des lieux

Le territoire organise, associe et « met en scène » les lieux qui ont du sens en eux-mêmes, mais aussi et surtout dans un ensemble cohérent : le territoire. « *Dans ces conditions, territorialiser un espace consiste, pour une société, à y multiplier les lieux, à les installer en réseaux, à la fois concrets et symboliques* » (Di Méo, *Op. Cit.*).

Bernard Debarbieux interprète le lieu comme un symbole et comme une figure rhétorique du territoire. « *Sa spatialité symbolique tient au fait qu'il désigne bien d'autres objets géographiques que lui-même* » (Debarbieux, 1989). Dans ce sens il distingue trois types de lieux :

- *Le lieu attribut*. Il est une allégorie du territoire, un symbole derrière lequel on imagine le territoire. C'est le cas par exemple de la Tour Eiffel pour Paris ou du sommet du Kibo pour les touristes qui imaginent le Kilimandjaro à travers le glacier mythique.
- *Le lieu générique* est un modèle sur lequel on fonde l'image de l'ensemble du territoire. Par exemple, l'image de Tahiti, île volcanique, est fondée sur l'image de l'atoll, qui correspond à une couronne corallienne au centre de laquelle la montagne s'est enfoncée par subsidence, laissant place à un lagon intérieur. Cette image du lieu véhicule souvent une vision stéréotypée du territoire qui engendre



l'étonnement des touristes lorsqu'en atterrissant à l'aéroport de Papeete ils sont confrontés à une montagne qui s'élève à plus de 2 000 mètres.

- Les « lieux condensation sociale et territoriale » expriment quant à eux le système des valeurs d'une société. Leur rhétorique repose à la fois sur la dimension spatiale et sociale. Di Méo prend ainsi l'exemple du Panthéon qui est un signifiant, à la fois territorial (centre national) et signifiant social quasi religieux de rassemblement national.

Nommer les lieux : identifier l'espace

Nous souhaitons reprendre ici un article de Bernard Debarbieux (Debarbieux, *Op. Cit.*), intitulé *Représentation de la Haute Montagne et nomination du territoire*, qui montre comment les lieux prennent du sens pour la société notamment dans les espaces montagnards. Le processus de nomination prend ainsi une dimension nouvelle, puisque à travers le nom, c'est de l'intégration de l'espace à une organisation sociale qu'il s'agit. Bernard Debarbieux affirme ainsi : « *Je suis persuadé que, de façon générale, le langage sur l'espace est une composante essentielle de notre rapport social à l'espace* ». Plus que cela, il octroie au langage la capacité décisive d'intervenir « *sur les motivations conduisant aux comportements. En effet, la majorité de nos comportements étant inscrits dans un processus social (le travail, le loisir, la distinction sociale, la domination sociopolitique) et le langage étant plus qu'indispensable et le plus performant des outils de toutes les machines sociales, il ne peut a priori être indifférent à l'espace* ». Nous retrouvons ici le lien entre pratique et représentation qui est au centre de toute construction territoriale. En ce sens, la nomination des lieux procède de l'identification de l'espace, l'individualisation des lieux en rapport à la fois avec les pratiques et les représentations socio-spatiales.

Bernard Debarbieux distingue ainsi diverses fonctions qui sont liées à cette nomination des lieux :

- *Nommer les lieux, c'est étiqueter l'espace*. En effet, le processus de nomination permet de sortir de la globalité spatiale un lieu précis, qui entre dès qu'on le nomme dans un réseau de lieux nommés. « *Le but de cette opération est de rendre dicible un lieu, de pouvoir parler de lui, pouvoir le communiquer aux autres* ». Cette

nomination lui assure une fonction dans la société, soit matérielle (différencier deux sommets, reconnaître une ressource...), soit idéale (lieu mythique ou sacré).

- *Nommer un lieu c'est donner du sens au lieu nommé.* Comme le souligne Debarbieux, il est rare d'identifier un lieu par un numéro ou des initiales. Le plus souvent il est nommé dans le langage générique et dans beaucoup de cas, notamment en montagne la référence sémantique est explicite : c'est le cas du Mont Blanc, le Pic des vautours (en Soule) ou de la Meidje qui *indique la position du soleil au milieu du jour*. L'étude des noms des lieux peut ainsi permettre de comprendre quel rapport un groupe social entretient avec son milieu.
- *Nommer les lieux, c'est donner une structure à l'espace.* Pour Debarbieux, « *on considère trop souvent que les noms des lieux sont seulement juxtaposés dans l'espace de façon aléatoire. Or, ces noms ne sont pas indépendants les uns des autres ; ils sont reliés entre eux par un système de signification globale* ». Dans les espaces ruraux, cette organisation est souvent liée à l'utilisation agricole de l'espace, qui prend sens dans un système de mise en valeur agraire. En ville, le nom des lieux est aussi très important.
- *Nommer les lieux c'est contribuer à la production/reproduction des représentations.* En effet, la nomenclature des lieux, comme dit précédemment, est en relation étroite avec les représentations socio-spatiales de la collectivité. Ainsi, même si cette nomenclature n'est pas toujours consensuelle et unanime, elle reproduit une représentation particulière de l'espace. Bernard Debarbieux prend l'exemple de la nomenclature dans les stations de ski : « *qui n'a pas été frappé par les inévitables marmottes, chamois, airoelles, plein sud, dont on affuble les remontées mécaniques, pistes de ski, hôtels ou autres commerces ?* ». Pour lui, cette nomenclature répétitive, et surtout restrictive, est à considérer comme « *système de marques, de signes, offerts aux usagers de ces lieux, les touristes, pour qu'eux-mêmes y ressource, ou y construisent, leurs représentations* ».

Cette approche proposée Debarbieux permet d'analyser au Kilimandjaro le rôle joué par la nomination de lieux touristiques comme fondement de la construction d'un territoire touristique. À Moshi, par exemple, les enseignes de commerces touristiques sont de plus en plus nombreuses : Hôtels, Cafés Internet, *Souvenirs Shop*, Voyageurs, etc. À travers ce marquage, cette nomination, la ville prend peu à peu une identité nouvelle. Mais le marquage ne s'arrête pas là. Les routes conduisant aux entrées principales du Parc

National du Kilimandjaro sont elles aussi (à des degrés différents) marquées de signalétiques révélant l'inscription spatiale de l'activité touristique. La route de Marangu, menant à l'entrée principale du parc en est l'exemple le plus marquant puisque le marquage touristique important en bord de route symbolise l'orientation historique de cette planèze au trekking : *Trek Bar, Kibo Hotel, Marangu Hotel, Tourist shop, cultural Tourism, Watterfalls, etc.*

Les lieux, leur organisation sur le territoire et les pratiques qui s'y produisent nous informent sur la manière donc les sociétés organisent et pensent leur territoire dans leurs pratiques quotidiennes. Espace, lieu et territoire s'articulent donc dans notre approche théorique : l'espace constitue un support, une *toile de fond*, « *un ensemble objectif séparé du sujet* » (Henri Norbert cité par Garat, 1994, p12). Le lieu constitue un point dans cet espace socialisé. Le territoire une aire où sont articulés les différents lieux et où se mêlent espace géographique matériel, forces productives, systèmes politiques, sphères idéologiques.

Le territoire est ainsi un concept permettant d'appréhender dans son ensemble les rapports sociétés/espaces. « *La territorialité peut être définie comme un ensemble de relations prenant naissance dans un système tridimensionnel (société-espace-temps), en vue d'atteindre la plus grande autonomie possible avec les ressources du système* » (Cassé, 2002, p11). Ces ressources au cours du temps changent, se réactualisent au gré des choix réalisés par les acteurs du territoire et des contingences qu'ils affrontent. Il nous faut donc maintenant aborder la question de la ressource dans une logique relationnelle pour approfondir nos outils de compréhension de la construction territoriale.

2- LA RESSOURCE COMME CONSTRUCTION SOCIALE

La réalité socioéconomique contemporaine du Kilimandjaro témoigne d'un enchevêtrement complexe de ressources produites, fruit de l'histoire et d'une construction lente du territoire chagga. L'agroforesterie traditionnelle se mêle aux activités commerciales diverses, les emplois urbains côtoient des logiques agraires et le tourisme émerge peu à peu comme une des ressources que certains chaggas mobilisent dans leurs logiques de diversifications. Sous l'effet de la production de chacune de ces ressources, naissent des mobilités spécifiques, des groupes professionnels propres, des rapports sociaux nouveaux et donc un rapport à l'espace différent. Si la production caféière se concentrait sur l'étage café-banane et sur la ville de Moshi organisatrice du commerce de cette culture d'exportation, le tourisme lui est organisé depuis Arusha, Moshi, ou Nairobi et sa pratique se concentre sur l'étage supérieur du volcan, un étage jusqu'ici dépourvu d'intérêt économique. Les espaces de production évoluent donc dans le temps en fonction des ressources produites faisant ainsi évoluer au fil du temps les rapports entre les chaggas et leurs montagnes. En produisant de nouvelles ressources, les acteurs modifient ainsi les caractéristiques du territoire, ils produisent de nouvelles combinaisons qui remodelent sans cesse leur environnement social et spatial. Le concept de ressource doit donc nous permettre d'aborder la production caféière, le commerce ou le tourisme, non comme de simples activités économiques, mais comme d'authentiques relations au monde qui changent à la fois le rapport à l'espace et la société elle-même.

Gumuchian et Pecquer dans leur ouvrage dédié à l'exploration théorique du concept de ressource en géographie définissent une ressource comme ce qui *ressurgit* ou *ce qui sourd* c'est à dire « *les moyens dont dispose un individu ou un groupe pour mener à bien une action et/ou pour créer de la richesse* ». Selon nous, le géographe doit aller au-delà et aborder la ressource non pas comme « moyen » mais un processus socio-spatial au travers duquel les individus et les sociétés mobilisent des matières (concrètes ou symboliques) et des connaissances dans une logique de reproduction. Pour les économistes, la ressource est restreinte aux facteurs de production mis en œuvre (travail, capital, matière première) pour produire de la valeur. Les géographes ont ressenti le besoin d'aller au-delà de cette approche triviale de la ressource, « *qui se contente de recenser l'existant sous une forme élémentaire et d'en déduire un potentiel imaginaire de développement* » (Gumuchian et

Pecquer, 2007, p6). En effet, si le lien de cause à effet était évident entre ressource et développement, nombreux seraient les pays africains aux sols richissimes à connaître une opulence incontestable. Ainsi, il nous semble qu'au-delà même de la valeur marchande qu'engendre la production de la ressource se jouent d'autres enjeux qui intéressent la géographie. Produire une ressource telle que le tourisme, par exemple, suppose pour les paysans chaggas une insertion dans un milieu professionnel nouveau (avec une hiérarchie propre, des compétences propres), des déplacements adaptés vers les différents espaces concernés par cette ressource (la ville, la montagne) et l'adaptation à une saisonnalité spécifique au tourisme. En somme, intégrer la production de la ressource touristique à sa pluriactivité n'a pas uniquement des conséquences financières ; le porteur chagga à son niveau participe à l'évolution de son territoire, à l'évolution des espaces mobilisés et favorise l'accueil de populations étrangère qui auront inévitablement une influence culturelle sur la population locale.

Hervé Gumuchian et Bernard Pecquer distinguent plusieurs dimensions de la ressource (qu'ils qualifient de territoriale) qui nous semblent primordiales :

- La dimension de **constructibilité** renvoie au processus de construction sociale de la ressource. *« le jeu d'acteur est crucial et comprendre comment la ressource émerge, sous quelles conditions elle se patrimonialise et aussi comment le jeu de la ressource peut tout à la fois construire et détruire les dynamiques territoriales, est essentiel [...] En ce sens, les processus de constructibilité de la ressource sont des enjeux fondamentaux de l'analyse du rôle de la ressource dans la « fabrique des territoires ».*
- La dimension **systemique** qui propose de prendre en compte le fait que *« les ressources se combinent entre elles dans des configurations variables qui sont largement fonction de processus historiques ».* En d'autres termes, sur un territoire donné les processus de production de la ressource s'intègrent dans une réalité sociale et historique spécifique. Dans le cas du Kilimandjaro, le tourisme ne vient pas se substituer au commerce ou à l'activité agricole. Il se superpose aux autres ressources, s'intercale en fonction des acteurs et de leurs trajectoires de vie. Il faut donc appréhender la production d'une ressource non pas en l'isolant mais en comprenant comment elle vient compléter un ensemble de ressources déjà produites par un groupe social donné, sur un espace donné. Appréhender cet *entremêlement* c'est tenter de s'approcher de la complexité de la construction territoriale.

En somme, la ressource doit être comprise comme une construction sociale, comme une relation au monde qui change tout à la fois les sociétés et leurs territoires.

2.1- Une notion d'interface dans les rapports sociétés/espaces à travers le temps

La ressource n'est pas un donné mais un construit social révélateur des relations entre les hommes et leur environnement. « *La relation intéresse l'accès d'un groupe à la matière. Accès qui modifie tout à la fois l'environnement et le groupe lui-même [...] une ressource est le produit d'une relation. Dès lors il n'y a pas de ressources naturelles [...] Le silex, dans nos sociétés n'est plus, sauf exception rarissime une ressource mais c'est toujours une matière* » (Raffestin, 1980, p203). Par cette citation, Claude Raffestin rappelle que la dimension historique et la dimension sociale sont primordiales pour aborder l'analyse d'un territoire par le concept de ressource. En effet, l'approche historique que nous avons entreprise au Kilimandjaro montre que les rapports à l'espace ne sont pas immuables, même dans le cadre d'espaces montagnards où les caractéristiques physiques sont particulièrement prégnantes. De nombreux facteurs, internes et externes, viennent au cours du temps modifier les territoires en construction et les ressources produites par les hommes. À mesure que les groupes sociaux produisent de nouvelles ressources, ils modifient leur organisation socio-spatiale et donc leur territoire. C'est ainsi que l'intégration du café dans les logiques des paysans chaggas au début du XXe siècle a conduit à la monétarisation de la société, modifiant les logiques d'accumulation des hommes et précipitant l'émergence d'une paysannerie capitaliste. Par ailleurs, le développement du café associé à l'explosion démographique a produit une colonisation des terres au-dessus et en dessous de l'espace traditionnellement habité par les Chaggas. Le temps est ainsi un facteur clé de notre analyse. Les ressources ne doivent pas être considérées comme « *des matières à acquérir ou à posséder mais comme prétextes donnant naissance à des pratiques et à des stratégies. Une ressource n'est pas une chose, elle est une relation dont la réussite fait émerger des propriétés nécessaires à la satisfaction de besoins. Mais ce n'est pas une relation stable ; elle apparaît mais disparaît aussi* » (Raffestin, 1980, p4).

Au travers de la notion de temps, c'est aussi la notion d'accès à la ressource qui est posée (Raffestin, 1980, p207). En effet, les contingences historiques, les moyens techniques, les connaissances et les choix des sociétés déterminent l'accès qu'elles ont à certaines ressources : accès dans l'espace ou dans la durée. Si cette notion a toujours été déterminante, elle devient majeure à partir du moment où les populations rurales africaines ne maîtrisent plus l'ensemble de l'accès à leur territoire. La colonisation puis la gestion des états postcoloniaux ont engendré dans bien des cas une restriction de ces accès imposant aux sociétés rurales des contraintes fortes. Les politiques de conservation, comme nous le verrons plus en avant, ont été dans ce cadre très contraignantes, par la restriction de l'accès à certaines matières qu'elles ont engendrée. Par exemple, le tourisme de trekking au Kilimandjaro s'épanouit aujourd'hui dans un espace mis en réserve depuis la fin du XIXe siècle. C'est dans cet espace « disponible » que les autorités tanzaniennes en 1973 ont créé un parc national dont l'accès reste très codifié et restreint pour les populations locales. Il en découle que la maîtrise de la ressource touristique au Kilimandjaro est en grande partie contrôlée par l'institution paraétatique qui gère l'accès au parc. Dans le cadre du tourisme au Kilimandjaro, les modalités d'appropriation de la ressource touristique par les acteurs locaux sont donc en grande partie liées à cet accès à l'espace de trekking. Les différentes portes du parc (*Gates* en anglais) sont ainsi dans le territoire touristique des lieux clés, des passages dans la frontière du parc au-delà desquels la réglementation est strictement imposée par les autorités de la TANAPA (*Tanzanian National Parks*).

La question de l'accès ne se réduit pas à une question spatiale, mais englobe des problématiques plus complexes. En effet, l'accès à une ressource dépend également de la maîtrise de certaines connaissances et techniques qui sont déterminantes pour assurer une position favorable dans cette production de ressource. Par exemple, la maîtrise de l'anglais est une condition *sine qua non* pour les porteurs chaggas s'ils souhaitent gravir les marches de la hiérarchie touristique. La maîtrise de l'informatique, l'insertion à des réseaux professionnels, sont autant de dimensions qu'il nous faut prendre en compte pour comprendre comment s'explique l'accès différentiel des Chaggas à la ressource touristique.

Selon les contingences historiques, la maîtrise technique des populations, leurs représentations, les sociétés vont évaluer des contraintes et des potentialités dans la mise en valeur de certaines matières de leur environnement. Ce faisant, elles font des matières (eau, terre, glacier, faune, etc) des ressources (matérielles ou immatérielles) qui sont le résultat

de l'interaction à un moment donné entre les hommes et leur environnement (social et matériel). A partir de ce constat, Frédérique Blot (Blot, 2005, p55) distingue trois éléments clés contribuant au processus de construction des ressources :

- **L'identification**, des propriétés d'une matière et l'évaluation de potentialités et de contraintes de son utilisation. Cette identification peut conduire à changer une matière en ressource créant ainsi une nouvelle relation entre l'homme et son environnement. C'est par exemple le cas du pétrole, longtemps simple matière minérale qui est devenu dans nos sociétés un ressource stratégique incontournable.
- **La pratique**, « *pensée active* » (Darré cité par Blot, *Op. Cit.*) au sens de mobilisation de techniques, de règles ou de savoir faire pour extraire, ajuster les potentialités de cette ressource et en diminuer les risques.
- **Les processus de régulation** au cœur desquels s'inscrivent toujours les pratiques, révélateurs des interactions entre les différentes composantes en jeu. Le rôle déterminant du parc national du Kilimandjaro dans l'organisation du trekking, les règles sociales structurant le groupe professionnel des guides et des porteurs ou les règles de concurrence entre les différents territoires touristiques peuvent être considérés comme des processus de régulation au sein desquels les acteurs, individuels ou collectifs, tentent de se mouvoir.

2.2- Ressources et logiques d'action

Les ressources sont aux matières ce que les territoires sont aux espaces, ce sont des constructions sociales réalisées à partir de réalités matérielles (Blot, 2005, p50). De fait, la ressource est une notion d'interface qui nous permet d'interroger les rapports qui s'établissent dans le temps entre les sociétés et les réalités matérielles. En d'autres termes, « *les ressources sont donc toujours inventées* » et correspondent à une réalité sociale sur un espace donné et en un temps donné (Lévy, 2003, p798). Au cœur de cette invention se trouvent les acteurs et des intentionnalités qui vont selon la maîtrise technique, les connaissances ou les contingences historiques conduire à la révélation ou à la disparition de ressources. Nous le voyons bien avec la question du pétrole au niveau international aujourd'hui ou avec le café au Kilimandjaro, la production d'une ressource n'est pas immuable et s'insère dans une histoire qui révèle à un moment donné un rapport entre

société et espace. En somme, la « *ressource territoriale représente la découverte ou l'actualisation d'une valeur latente du territoire par une partie d'une société humaine qui reconnaît et l'interprète comme telle* » (Corrado, 2004, p3). Corrado identifie ainsi les différentes caractéristiques de la ressource (Corrado, *Op. Cit.*). La ressource est :

- *Matérielle*. Cela comprend les éléments physiques, tangibles comme l'environnement naturel, le patrimoine historique-architectonique, les infrastructures etc. Elle est aussi *immatérielle*, comprenant aussi des éléments intangibles comme le capital social, le savoir, la culture.
- *Relationnelle*, car elle est issue d'un processus d'interactions sociales, dans lequel les individus sont en relation entre eux au travers de la technologie, de leurs capacités, besoins et nécessités, de leurs connaissances et de la culture d'un moment historique précis et en un lieu déterminé.
- *Dynamique*, car elle peut prendre différentes formes dans le temps, en liaison avec le moment historique de départ du processus, d'identification et de reconnaissance de la ressource par les sujets.
- *Scalaire*, car elle est en relation avec le point de vue du sujet (individuel ou collectif) qui fait le processus de reconnaissance. La reconnaissance d'une ressource peut varier selon le niveau d'appartenance du sujet.
- *Actuelle*, car elle exprime une potentialité latente et une expression réelle d'une valeur territoriale en un certain moment historique et en un lieu bien défini. La ressource territoriale est le résultat d'un processus qui transforme une potentialité en acte.
- *Proactive*, car le processus de production de la ressource territoriale est initié par un sujet (individuel ou collectif) ayant l'objectif d'atteindre son but. La ressource territoriale est produite pour atteindre un objectif.

Au cœur de la production de la ressource se trouve donc une intentionnalité conduite par des acteurs : « *La ressource territoriale renvoie à une intentionnalité des acteurs concernés, en même temps qu'au substrat idéologique du territoire. Cet objet intentionnellement construit peut l'être sur des composantes matérielles (données matérielles, faune, flore, patrimoine...) et / ou idéelles (des valeurs comme l'authenticité, la profondeur historique...)* » (Gumuchian et Pecqueur, 2004, p3). Dans le cadre du tourisme, les acteurs combinent des composantes matérielles (la montagne, la forêt, la faune) et des composantes immatérielles (le mythe de la plus haute montagne d'Afrique,

l'image du glacier tropical). La ressource touristique doit donc être abordée dans cette dialectique entre idéal et matériel pour comprendre à la fois comment s'élabore la mise en désir d'un lieu et comment s'organise un territoire pour répondre à la demande sociale qui en résulte.

2.3- Les spécificités de la production de la ressource touristique

Dans notre travail, nous serons donc conduit à parler de ressource touristique plutôt que d'activité touristique afin de prendre en compte le processus plutôt que le résultat. Cela suppose que nous accordons à cette activité plus qu'un simple statut de secteur économique mobilisant les acteurs locaux et ayant des conséquences financières. Nous accordons à la ressource touristique un caractère multidimensionnel produisant une relation originale entre la société et son espace, une relation qui est de nature à influencer la production territoriale. En effet, comme nous l'avons déjà évoqué, le tourisme se traduit spatialement et socialement contribuant à faire évoluer le territoire chagga dans son ensemble. Si ce sont les « *touristes eux-mêmes qui cherchent les sites les plus favorables à l'exercice de leurs pratiques de récréation* » (Sacareau, 2003, p214) le processus de mise en tourisme d'un espace suppose ensuite l'implication d'autres acteurs et notamment des acteurs locaux. En effet, l'histoire du tourisme au Kilimandjaro que nous allons aborder plus tard, montre que l'émergence de cette activité correspond à une impulsion extérieure. Pourtant, sa réalité locale aujourd'hui dépend en grande partie d'une implication locale d'acteurs qui contribuent à organiser l'espace pour répondre à une demande sociale croissante. Le portage se trouve ainsi au cœur de la pratique de trekking permettant aux touristes, même les moins expérimentés, de gravir les 5 895 mètres du *Uhuru Peak*. Cette réalité a influencé au Kilimandjaro le développement de nombreuses entreprises touristiques détenues par des Chaggas permettant d'organiser au niveau local le recrutement et l'organisation des guides et des porteurs. Ce faisant, les acteurs du tourisme participent aux changements sociaux et spatiaux de leur territoire :

Spatialement :

- Des lieux nouveaux sont inventés ayant une fonction spécifique dans l'organisation du tourisme, tandis que d'autres acquièrent des fonctions nouvelles. Le territoire est alors aménagé pour accueillir les touristes (hôtels, restaurants, cyber café, etc) et

pour organiser l'activité (routes, réseaux de transport, voyagistes, etc). La ressource touristique suppose donc bien un **aménagement du territoire** spécifique.

- De nouveaux flux d'hommes et d'argent parcourent le territoire. Par exemple, l'étage supérieur du volcan, très peu fréquenté pendant des siècles accueille aujourd'hui 40 000 grimpeurs par an. Cette fréquentation sur les hauts, symbolise le déplacement des espaces de production à travers le temps.
- Le paysage lui-même intègre de nouveaux marquages qui témoignent de la production de cette nouvelle ressource. La signalétique en est un des éléments principaux mais la multiplication de piscines ou de golfs peut aussi être prise en compte dans certains espaces touristiques.
- Le tourisme repose également sur une mise en concurrence des territoires touristiques. En effet, les espaces touristiques sont insérés dans un système globalisé, symbolisé par les brochures touristiques qui présentent côte à côte, au choix du consommateur, le Kilimandjaro, l'Annapurna ou l'ascension de l'Aconcagua. Cette mise en concurrence encourage les acteurs du tourisme à pratiquer des stratégies marketing qui médiatisent le territoire en question. Cette médiatisation s'opère presque toujours par l'intermédiaire de stéréotypes sensés attirer l'attention du consommateur. Ce faisant, l'image du territoire mis en produit évolue.
- Le rapport à l'espace lui-même change, puisque l'appropriation de l'espace n'est plus uniquement fondée sur la production agricole mais sur une pratique ludique de l'espace où la contemplation tient une place importante.

Socialement :

- Le tourisme s'insère dans les logiques de diversification des paysans chaggas. Ce faisant leur rythme de travail change, ainsi que leurs mobilités et leurs stratégies.
- Les acteurs acquièrent de nouvelles compétences pour tirer profit de cette ressource spécifique. Compétences linguistiques, informatiques, d'organisation humaine (guides), techniques (gestion d'une ascension), etc. Ces nouvelles compétences changent donc les acteurs eux-mêmes.
- L'apparition de nouveaux réseaux sociaux est également l'une des incidences majeures du tourisme sur les sociétés qui s'y impliquent. Les réseaux traditionnels ne sont plus les seuls mobilisés. Les porteurs et les guides qui migrent en ville s'appuient sur des réseaux nouveaux qui leur assurent des embauches dans le

tourisme. Parfois réseaux traditionnels et réseaux professionnels se croisent. Ce faisant, les acteurs acquièrent une forme d'autonomie par rapport aux règles sociales traditionnelles et font par exemple évoluer les normes de solidarité traditionnelles.

- Enfin, le tourisme permet dans certains cas l'échange avec des acteurs (touristes) issus de cultures très différentes. Le contact direct ou indirect (mode vestimentaire, comportements, etc) influence les acteurs locaux qui peu à peu adoptent des normes sociales différentes.

Ainsi, par rapport à d'autres ressources, la ressource touristique comporte une spécificité qui n'est pas sans conséquence sur les modifications engendrées sur le territoire. En effet, dans le cadre du tourisme, le produit proposé est « consommé » sur le lieu même de la production. En d'autres termes par rapport au café produit au Kilimandjaro et consommé dans les salons européens, le tourisme se traduit par la venue de la clientèle sur le lieu même où la ressource est produite. Les conséquences en termes d'aménagement de l'espace et de contact entre acteurs divers sont de nature à accélérer les changements dans la construction territoriale. Ce sont ces changements qu'il nous faut étudier pour comprendre comment la production de la ressource fait évoluer le territoire chagga.

Ressource stimulée par une demande sociale extérieure, surtout dans le cadre de sociétés rurales des pays du sud, le tourisme est donc une activité spécifique dont une partie échappe au contrôle des populations locales : modes de commercialisation, contrôle de l'espace du parc au Kilimandjaro, dépendance d'une demande extérieure, etc. L'enjeu majeur d'une recherche sur la question du tourisme reste donc celle des modalités d'appropriation de la ressource par une société paysanne et surtout celle d'un développement territorial supposé. En effet, il s'agit de comprendre si cette ressource, au-delà des modifications qu'elle apporte sur le territoire en construction, comporte dans sa traduction locale la capacité d'activer un véritable développement territorial (Cf. Figure 2).

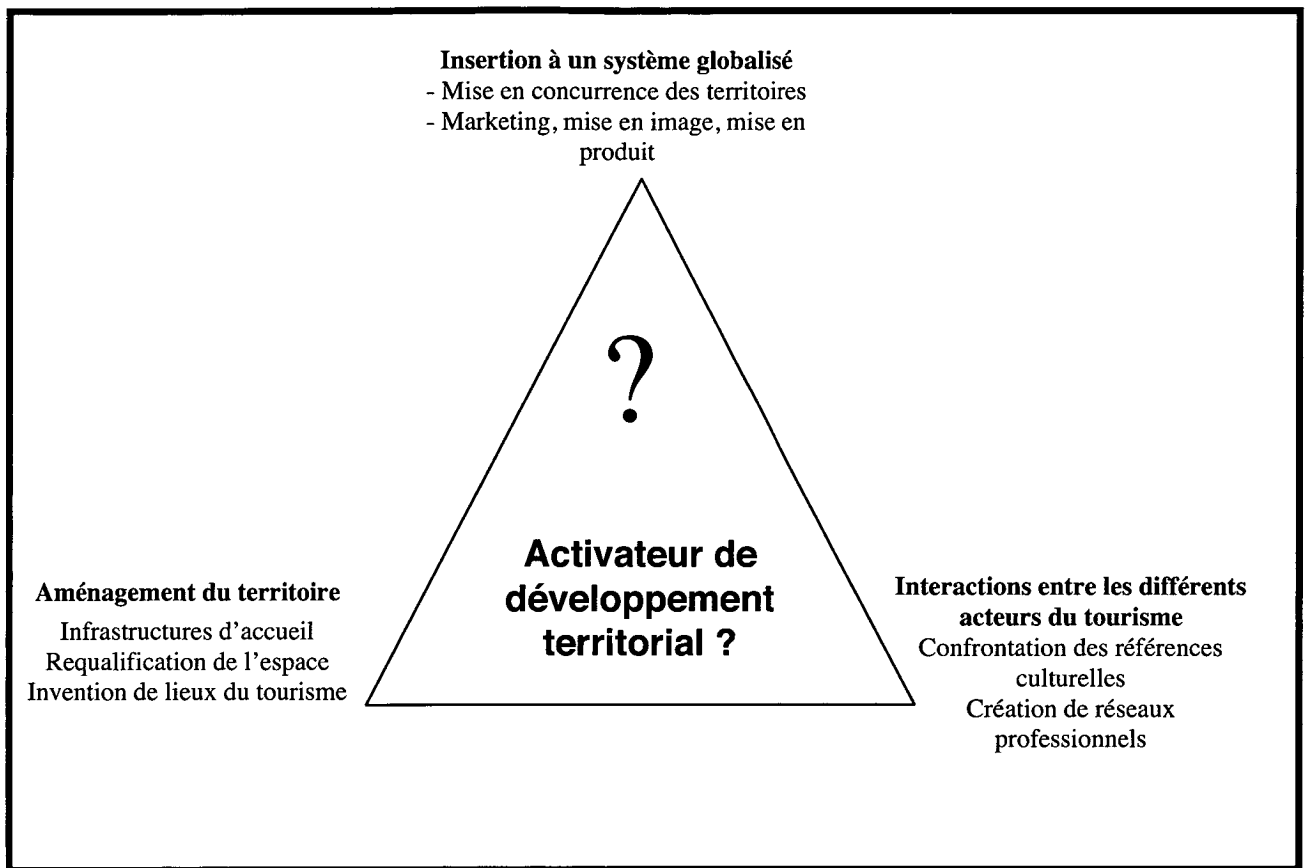


Figure n°2 : La ressource touristique

La ressource constitue donc un processus social à travers lequel un groupe d'individus crée de la valeur (économique ou sociale). La ressource n'est pas un donné, elle n'existe pas en dehors de cette réalité sociale. Le processus de production d'une ressource est situé spatialement et temporellement et mobilise à la fois des matières (concrètes et/ou symboliques) et des connaissances. Au sein d'un groupe donné, les individus s'insèrent de manière différentielle dans la production de la ressource en fonction de leur accès aux matières et aux connaissances. C'est ainsi qu'un chagga maîtrisant l'anglais et ayant une formation universitaire en écologie pourra être guide puis monter son propre tour opérateur, alors qu'un jeune chagga ayant arrêté l'école en primaire et ne maîtrisant ni l'anglais, ni l'informatique peinera à dépasser le statut de cuisinier. De même l'accès privilégié au marché européens dont dispose un voyageur international situé à Londres et à Arusha constitue un avantage comparatif indéniable par rapport à un

voyagiste chagga de Moshi pour qui le seul contact avec la clientèle européenne se réduit à son site Internet et au salon du tourisme organisé chaque année à Arusha. Selon ces accès différenciés au processus de production de la ressource et selon les stratégies individuelles et collectives, les individus impliqués dans la production d'une ressource tirent un bénéfice inégal de leur travail.

D'autre part, si au sujet du tourisme, nous parlons d' « appropriation de la ressource touristique », c'est parce qu'il s'agit d'une ressource préexistant à l'insertion des Chaggas dans la production du tourisme et surtout par ce qu'il s'agit d'une ressource indépendante du territoire local :

- la demande sociale est extérieure,
- la matière symbolique (le mythe du Kilimandjaro) sur laquelle repose l'exploitation touristique du Kilimandjaro a été en grande partie élaborée par des européens, pour des européens (Cf. Chapitre VI).
- Les moyens de transport et les principaux tours opérateurs qui organisent les flux touristiques sont étrangers, et leur activité repose sur une multitudes de destinations dans le monde.

La production de la ressource touristique ne dépend donc pas en soi de la participation de la population du Kilimandjaro pour exister. Le rôle des chagga est pourtant déterminant dans le fonctionnement local du tourisme de trekking. Sans porteurs, sans guides et sans agences locales permettant d'organiser le portage, ce trekking ouvert à tous, ne pourrait exister de cette manière. Notre recherche consiste donc à comprendre comment une société à dominante paysanne s'insère dans ce processus touristique qui lui préexiste :

- A quel niveau de la production de la ressource touristique les Chaggas interviennent-ils ? Par quels mécanismes sociaux (réseaux, cooptation, formation, etc) un fils de paysan chagga se retrouve-t-il guide ou porteur ?
- Quelles compétences mobilisent-ils ? Comment se fait l'acquisition de ces compétences ?
- Quels sont leurs relations avec les autres acteurs intervenant dans la production de la ressource touristique (touristes, voyagistes internationaux, acteurs du parc, etc)?
- Comment leur implication dans cette production peut-elle modifier leur rapport à l'espace montagnard et leur structure social ?

- Et surtout, dans quelle mesure cette « appropriation » de la ressource touristique peut-elle répondre aux enjeux de développement imposés par la crise du modèle agricole chagga ?

Ainsi, la production de la ressource s'élabore au travers de processus sociaux et spatiaux qui sont les réalités auxquelles le chercheur a accès pour analyser le réel. Comme le rappelle Claude Raffestin, il faut appréhender les ressources « *en tant que prétextes donnant naissance à des pratiques et à des stratégies* » (Raffestin, 1980, p4). C'est à partir de ces pratiques et de ces stratégies, qu'il nous est possible d'accéder à la réalité observée pour tenter de comprendre comment est produite la ressource touristique. Cette approche positionne les acteurs comme les sujets centraux de notre recherche puisque c'est par leurs pratiques quotidiennes de porteur, de guide, de voyageur ou de commerçant que la ressource touristique prend forme et s'organise. L'observation de leurs pratiques, l'analyse de leur discours sur leur manière d'évoquer leur implication dans cette activité doivent nous permettre de mieux comprendre le processus de construction de la ressource touristique. En somme, « *afin d'éviter l'écueil ayant conduit à la régression de l'usage scientifique de ces notions, il est important de préciser que les ressources constituent ici à la fois un objet d'étude en tant qu'il est significatif d'une relation, et un concept nous permettant d'explorer cette relation, à condition d'en extraire une grille d'analyse* » (Blot, 2005, p53).

3- LES ACTEURS DANS LA CONSTRUCTION TERRITORIALE

Notre approche territoriale repose donc sur le postulat que les territoires et les ressources sont des construits sociaux, des processus, et que les ressources mobilisées permettent au cours du temps d'élaborer des relations entre les hommes et les espaces afin d'assurer la reproduction des groupes sociaux. Dans ce cadre, « *le territoire est engendré à partir de l'espace, il est le résultat d'une action, conduite par un acteur syntagmatique (qui réalise un programme) à quelque niveau que ce soit. En s'appropriant concrètement ou abstraitement (par exemple par les représentations) un espace, l'acteur territorialise l'espace* » (Raffestin, 1980). C'est sur cette intentionnalité que repose la dimension opérationnelle de notre approche théorique. En effet, nous considérons que le géographe a accès à cette partie de la construction territoriale que sont les représentations et les pratiques au travers de l'observation de terrain et du recueil des discours qui correspondent à la mise en mot des logiques des acteurs. Au cours de leur participation à la construction territoriale, les opérateurs humains (individuels ou collectifs) deviennent des acteurs qui par leurs pratiques quotidiennes participent à des échelles diverses au façonnement de l'espace en privilégiant la production de telle ou telle ressource dans leurs stratégies. L'acteur se trouve alors au cœur de notre approche théorique.

Le concept d'acteur s'est imposé en quelques années comme un concept moteur dans la recherche géographique. Notion polysémique s'il en est, l'acteur est mobilisé dans des recherches diverses pour tenter d'éclairer les géographes et les aménageurs sur les logiques qui sont aux fondements des territoires. Selon Lajarge, cette démarche répond à un intérêt croissant pour les processus sociaux qui sont à l'origine des territoires au détriment d'analyses descriptives : « *S'il existe un projet scientifique faisant des acteurs, en géographie, des clés de lecture pour qualifier l'action, c'est probablement parce que comprendre les transformations de l'espace nécessite d'entrer dans le processus qui les génère* » (Lajarge, 2008, p5). Toutefois s'il est souvent fait référence au concept d'acteur, « *Il n'est que trop rarement fait référence aux questions de temporalité de l'action, de la pluralité des acteurs ou des questions de stratégies territoriales (...) Il ne s'agit pas de travailler exclusivement sur la société tel que pourraient le faire les ethnologues, les sociologues, les anthropologues...mais bien d'envisager les acteurs dans un contexte de*

production territoriale » (Gumuchian, Grasset, Lajarge et Roux, 2003, p 186). Il s'agit en définitive par l'intermédiaire des acteurs de pénétrer au cœur des processus humains qui sont à l'origine des territoires. L'approche sociale a ici une visée éminemment spatiale. En somme cette approche suppose que les organisations spatiales sont le produit de la projection d'idéologies et d'interactions sociales au centre desquelles se trouvent les acteurs (Gumuchian, Grasset, et al., 2003, p6).

Au travers de l'approche théorique présentée jusqu'ici nous avons tenté de mettre en avant notre intérêt pour les processus de construction territoriale. Il nous semble, qu'au fil du temps, les territoires évoluent et qu'il est de l'intérêt des géographes d'analyser ces évolutions pour comprendre les enjeux contemporains de notre société. Nous plaçons comme postulat de notre approche que les acteurs sont au cœur de cette construction. En effet, « *L'objet territoire se construit par les acteurs ; dans le même temps ceux-ci font intrinsèquement partie de ce même territoire ; il s'agit d'un véritable processus de co-construction dans la durée* ». Ainsi, « *toute construction territoriale est l'objet d'intentions, de discours, d'actions de la part d'acteurs qui existent, se positionnent, se mobilisent, qui développent des stratégies pour parvenir à leurs fins* » (Gumuchian, Grasset, Lajarge et Roux, 2003, p 169-170). Ce faisant, ils contribuent par la combinaison de leurs actions à transformer leur territoire dans sa dimension spatiale et sociale. Centrer une recherche géographique sur les acteurs revient donc à appréhender comment une société produit un territoire en alternant entre permanences et ruptures. C'est ainsi que les acteurs paysans du tourisme et les différents acteurs du tourisme au Kilimandjaro nous donnent des clés de compréhension de l'évolution du territoire chagga.

3.1- Les acteurs ordinaires et les pratiques du quotidien

S'intéresser à la notion d'acteur conduit inévitablement à la question de la définition de l'acteur. Qui est acteur ? qui ne l'est pas ? Tout individu a-t-il une influence sur la construction territoriale ? certains en sont-ils exclus ? Ces questions qui peuvent sembler triviales sont en fait des interrogations théoriques déterminantes puisqu'elles engagent le chercheur sur des méthodologies de terrain bien spécifiques. Romain Lajarge, un géographe français qui mène une réflexion théorique sur le concept d'acteur pose ces

questions : « *Mais alors faut-il considérer qu'une lecture par les acteurs est nécessairement une lecture par les puissants, les dirigeants, les leaders ? Évidemment non, sinon probablement la question de l'action serait restée une question de sciences politiques. Car tout humain est acteur au sens où tous et toutes peuvent entrer en action et participer au processus (...) Pour peu que l'on ne s'arrête pas à seulement constater les faits. Pour peu que l'on considère l'action de ces individus mue par des volontés, des mobiles et des intentions significatives, et non pas comme des automates répondant à des injonctions à agir* ». Par ailleurs, « *il faut se prémunir de penser qu'une analyse des jeux d'acteurs consiste d'abord en une analyse des jeux de pouvoirs. La possibilité d'un acteur de se dresser contre les méta- phénomènes, de conduire une stratégie dans une certaine autonomie, de poursuivre des buts et des visées qui lui sont propres, de garantir son intérêt malgré le milieu dans lequel il évolue...n'est pas une possibilité offerte seulement aux puissants [...] Il ne faut pas nécessairement être « membre » d'une institution ayant compétence à agir pour agir. Pour agir il faut seulement « se mettre en action* ». (Lajarge, 2008, p7-10)

Romain Lajarge pose ici les jalons d'une géographie de l'acteur qui trouve dans notre approche théorique un écho certain. En effet, plutôt que de centrer l'intérêt sur les acteurs institutionnels, sur les rapports de pouvoirs dominants, sur des collectifs écrasant les stratégies individuelles, il propose une lecture de la réalité territoriale à partir des acteurs *ordinaires*. Cette posture théorique renvoie à la position de certains chercheurs du laboratoire Dynamiques Rurales (géographes et sociologues) qui préconisent de centrer l'étude des territoires en construction sur les « gens ordinaires » ; « *ce qu'ils nous disent d'eux-mêmes, de ce qu'ils font et de ce qu'ils pensent* » nous aide à appréhender la dynamique des interactions sociales et donc des pratiques sociales. Ainsi, « *l'approche choisie fait une place importante aux individus « ordinaires » dans leur quotidien. Nous ne considérons pas le collectif, les collectifs comme évidents, comme donnés en soi : les appartenances, les rattachements et les identités collectives ne sont pas des a priori à partir desquels on abordera les individus. Il s'agit pour nous de reconstruire, à partir des discours des individus, les collectifs auxquels ils se rattachent* » (Granié et Guetat, 2002, p6).

Ce positionnement théorique nous conduit évidemment vers d'autres interrogations fondamentales notamment celles qui s'attachent à distinguer chez les individus les agents des acteurs. Le vocabulaire sociologique tend à distinguer les deux notions d'agent et

d'acteur. Il entend par agent, l'individu qui exécute une tâche en fonction de déterminants sociaux qui ne lui laissent que peu d'autonomie. L'acteur s'oppose à l'agent grâce à sa capacité à s'émanciper des cadres sociaux et à agir sur le réel par une posture réflexive (Akoun et Ansart, 1999). À ce débat, somme toute passionnant, nous répondons par une posture partagée par de nombreux chercheurs aujourd'hui, tant en sociologie qu'en géographie, correspondant à la mise en musique dans les pratiques quotidiennes des deux postures au sein d'un même opérateur humain (individuel ou collectif). Ainsi, « *dans certaines situations, l'acteur peut être totalement privé, pour un laps de temps plus ou moins long, de son intentionnalité stratégique et de ses potentiels de choix : je le nommerai agent [...]* Il faut noter la complexité de cette question de la relation acteur/agent dans la vie quotidienne : la plupart des acteurs sont, en même temps, dans certaines conditions des agents. Lorsque la routine de la pratique aliène en partie la réflexivité et la compétence délibérative, un individu est gagné par le registre d'acte de l'agent. Mais il reprend le dessus en tant qu'acteur, notamment dès qu'il trouve une occasion, un moment d'épreuve, où il peut verbaliser et penser réflexivement sa pratique » (Lussault, 2007, p169). Ainsi, « *on pourrait dire par une formule condensée, que le « protagoniste » de l'action sociale est acteur en tant qu'agi. Ce qui reviendrait à dire que l'acteur a des espaces de liberté, mais que les contours de cette liberté (sinon son contenu) sont partiellement déterminés par des contraintes sociales. Ou pour reprendre Norbert Elias, « au centre du problème auquel on se trouve confronté, il y a le tissu d'interdépendance à l'intérieur duquel l'individu trouve une marge de choix individuel et qui en même temps impose des limites à sa liberté de choix »* (Nosedo et Racine, 2001, p69). Si ce débat entre agent et acteur peut sembler dans l'absolu vain, il correspond en définitive à une posture intellectuelle importante dans l'observation de la réalité sociale. En effet, que faisons nous de ces individus, de ces groupes qui se meuvent dans l'espace, qui construisent des territoires ? Faut-il les considérer comme des agents subissant le poids de leur condition, agissant au sein d'un cadre qui leur est imposé et au-delà duquel ils ne peuvent aller ? Ou au contraire faut-il leur accorder toute la liberté de leurs actes, de leur mouvement ? La réalité est certainement plus complexe que cette dichotomie simplificatrice. Tour à tour, les individus et les groupes sont agents et acteurs. Agent, lorsqu'un porteur m'explique qu'il ne peut communiquer avec les touristes en raison de ses carences linguistiques (non maîtrise de l'anglais) qui sont le résultat d'un milieu social d'origine spécifique ne lui ayant pas donné l'occasion de poursuivre des études. Cet état de fait lui impose des contraintes pour assurer son ascension dans la hiérarchie professionnelle

du tourisme. Acteur lorsque ce même porteur conscient de cette réalité va tenter d'élaborer des stratégies pour contourner sa position sociale : accumulation d'économie pour financer des études, prise de contact avec des ONG, utilisation d'un porteur anglophone pour sensibiliser les touristes à sa situation, etc.

En somme, l'individu n'est jamais totalement libre ou totalement prisonnier de son histoire, de sa position sociale ou du contexte historique. Il navigue au fil du temps et sur l'espace avec des postures mixtes, il alterne entre des situations où il est agi et des situations où il est acteur. Dans cette acceptation : « *L'acteur n'est pas un agent passif subissant les structures de ce monde social, spatial et temporel, ne fût-ce que parce qu'il construit a minima son univers de sens non à partir d'attributs internes (inconscient) ou d'impositions externes, mais à travers une activité délibérée donnant du sens [...]* L'acteur n'est pas un agent interchangeable, au sens des conceptions structuralistes ou fonctionnalistes, car il valorise les ressources de sens dont il dispose notamment grâce à sa capacité d'interprétation qui lui permet de jouer avec les normes et les règles (même si elles restent des fils directeurs, elles ne sont plus des conditions rigides) [...] Cet éclairage permet de cerner au mieux les actions territoriales de l'acteur qui seraient ni tout à fait déterminées (conception de l'agent) ni tout à fait libres (conception de l'auteur), mais plutôt le point d'inflexion de différents niveaux d'activités passives et actives, ou en tout cas vécues ou mieux exprimées, décrites, justifiées comme telles par l'acteur lui-même » (Hoyaux, 2008, p19). Pour des raisons pratiques, considérant que tour à tour l'individu peut être agent ou acteur, nous utiliserons dans ce travail le terme d'acteur, en cherchant dans le discours de ce dernier les éléments discursifs nous permettant d'appréhender la manière dont il légitime ses actes et ses pensées.

De ces choix théoriques découlent bien évidemment des postures méthodologiques qui orientent le regard du chercheur sur le terrain. En effet, « *si être acteur correspond à cette possibilité que l'individu se donne d'aller au-delà des déterminations, des possibilités physiques, historiques, politiques, économiques, sociologiques pour construire sa propre réalité géographique notamment par le sens de ses actions, il est intéressant de travailler sur ce sens, d'en appréhender sa légitimité, sa visibilité, sa performativité, sa significativité. Ces actions relèvent des manières d'être et de faire dans, sur et avec l'espace. Elles sont médiatisées par les discours : ceux des mises en scènes comme présentation de soi aux autres par les artifices d'extension du corps, ce « d'où je suis », visibilité par les habits, par les gestuelles ; ceux également des mises en paroles qu'elles*

soient de l'ordre du récit ou du projet. Mais elles sont aussi médiatisées par l'ensemble des pratiques au sens large : celle des mobilités, des proxémies, de la production de bâtiments... » (Hoyaux, 2008, p12). Les pratiques et les discours deviennent donc les matériaux que le géographe doit privilégier pour accéder aux logiques de ces acteurs ordinaires.

3.2- Acteurs en interaction : pour une analyse des jeux d'acteurs

Une fois dépassé le débat agent/acteur, il importe de resituer l'opérateur humain au sein d'un contexte social et de considérer que toutes les actions sont réalisées dans et par des interactions sociales. C'est dans ces interactions sociales à la faveur de jeux d'acteurs que prend forme la construction territoriale. En effet, « *agir est toujours synonyme d'interagir. Analyser une action territorialisée particulière oblige donc toujours à prendre en compte les systèmes d'action et les systèmes territoriaux dans leur sens le plus large possible afin de pouvoir saisir les conditions de ces interactions* » (Gumuchian, Grasset et al., 2003, p35). Les enjeux de cette prise en compte de l'interaction dans l'analyse géographique sont de nature à influencer la mobilisation de concepts maîtrisés jusqu'ici par d'autres sciences sociales. L'apport de la sociologie des organisations (Crozier et Friedberg) ou le courant conventionnaliste (Boltanski et Thévenot) doivent nous permettre de mieux appréhender les relations que nouent entre eux les acteurs dans le temps et dans l'espace. « *L'enjeu est donc celui de l'autonomisation contre celui de l'automatisation. Considérer que l'espace social est le théâtre permanent de constructions en tension entre des acteurs composites, multiples, stratèges n'est pas, en soi, d'une grande nouveauté. A contrario, envisager que les forces qui alimentent le processus de construction, de déconstruction et de reconstruction (permettant alors d'expliquer les transformations de l'espace), ne sont pas préexistantes à l'action, et donc qu'elles vont dépendre notamment des interactions entre les membres dans et à propos de l'espace en question, constitue peut-être une proposition nouvelle des postures actuelles en géographie. Cette proposition est celle de l'autonomie relative du champ de l'action. Les acteurs seraient ceux qui sont « en action » et donc en interaction entre eux ; ainsi ils participeraient à la co-construction des processus de transformation de l'espace. Cette proposition s'opposerait à celle faisant de l'action des hommes le résultat de contraintes automatiques*

[...] *Changer de focale reste donc un enjeu majeur. Préférer une lecture des processus par les acteurs, à une échelle micro, revient à considérer que la société se construit dans des rapports sociaux situés dans l'action et non pas seulement dans des rapports de force préexistants. « Prendre les acteurs au sérieux », pour paraphraser les ethnométhodologues, nécessite donc de s'accorder sur la dimension essentielle de ce qu'ils construisent et donc d'ancrer plus profondément dans les acquis des sciences sociales cette terminologie faussement innocente » (Lajarge, 2008, p7).*

Une approche stratégique des relations sociales

L'approche stratégique des relations sociales que nous intégrons à notre construction théorique a pour but de nous aider à appréhender la nature et les règles du jeu qui structurent les relations entre les acteurs et qui conditionnent leurs stratégies . Plus en avant, il s'agit également de comprendre les modes de régulation mis en œuvre pour articuler ces stratégies différentes, parfois opposées à l'intérieur d'un système d'actions. En effet, dans le cadre de la production de la ressource touristique au Kilimandjaro, nous avons observé la mise en relation d'acteurs très divers défendant des intérêts différents et parfois contraires. Si certains cherchent dans le tourisme un apport financier supplémentaire pour assurer le devenir de leur *kihamba*, d'autres y projettent des logiques d'ascension sociale, d'autres encore, acteurs internationaux, considèrent leur *business* au Kilimandjaro comme un des éléments d'une entreprise internationale. Porteurs, guides, voyagistes (locaux ou étrangers), acteurs institutionnels, etc, tous entrent en jeu dans cette arène du tourisme avec des logiques propres, des parcours de vie différents et tentent de tirer profit de cette ressource émergente au travers de relations sociales où émergent des rapports de pouvoir. Dans l'arène sociale que constitue le système touristique, s'entremêlent donc des stratégies fort différentes dont la compréhension nous a semblé pertinente pour appréhender le processus de construction territorial. Les rapports de pouvoir sont de fait au centre de cette démarche géographique puisque *« le pouvoir est partie prenante dans toute relation, [il] se manifeste à l'occasion de la relation, processus d'échange ou de communication [...] Toute relation est un lieu de surgissement du pouvoir et cela fonde la multidimensionnalité du pouvoir.»* (Raffestin, 1980, p45-46). Ainsi, comme le rappelle Friedberg, *« comme l'amour et la confiance, le pouvoir est donc bien inséparable de la relation à travers laquelle il s'exerce, et qui lie entre elles des personnes concrètes autour d'enjeux chaque fois spécifiques »* (Friedberg, 1993, p124). C'est au sein

de ces rapports de pouvoir que se joue le jeu social, chaque acteur (individuel ou collectif) ayant plus ou moins de facilité, une marge de manœuvre plus ou moins grande, pour imposer ses intérêts. « *Le pouvoir, toujours dans cette optique, suppose l'autonomie relative d'acteurs, dotés de ressources de pouvoir inégales et déséquilibrées, mais jamais ou presque totalement démunis, les moins favorisés ayant au moins la capacité non pas théorique mais réelle de ne pas faire ce que l'on attend d'eux ou de le faire différemment* » (Olivier de Sardan, 1995, p174). Cette dernière citation nous invite à ne pas entrer dans l'analyse des relations de pouvoir par une approche simplificatrice (dominants/dominés) et à favoriser la complexité de relations. En effet, dans cette arène du tourisme où s'entrechoquent les stratégies diverses et des rapports sociaux inégaux, nous avons observé que même les plus démunis des porteurs élaborent des stratégies, structurent des réseaux professionnels pour tenter de tirer profit de la ressource touristique et d'assurer leurs intérêts.

Dans cette optique, la sociologie des organisations propose une approche spécifique des organisations sociales. Il s'agit de passer de « *l'idée simple et concrète d'une organisation comme entité unifiée et cohérente au service passif d'une rationalité unique, à la notion beaucoup plus complexe, abstraite et floue à la fois, de construit de jeu, de nœuds de contrats, ou plus simplement d'arène ou de contexte d'action. Ceux-ci forment le cadre à l'intérieur duquel se déploie, s'entrechoque et s'articule les unes aux autres une multiplicité de stratégies de comportement au service d'une multiplicité de rationalités et d'intérêts* » (Friedberg, 1993, p56). Au sein de cette organisation dynamique, processus social, s'opèrent des jeux d'acteurs et se manifestent des stratégies régulées par des négociations entre acteurs. Au sein de ces espaces de négociation, l'acteur possède un « *instinct stratégique* ». Ses choix et ses pratiques ne sont pas uniquement déterminés par son origine sociale ou par le contexte de l'action . Crozier et Friedberg lui accordent la capacité d'appréhender les contraintes et les opportunités et d'élaborer des stratégies (individuelles ou collectives) lui permettant de défendre ses intérêts.

Quelques définitions de la sociologie des organisations

- Le système d'action est un ensemble humain structuré qui coordonne les actions de ses participants par des mécanismes de jeu relativement stables et qui maintient sa structure par des mécanismes de régulation constitués par d'autres jeux.
- Cet ensemble se constitue à travers des relations de pouvoir entre les acteurs en cherchant à contrôler les zones d'incertitudes pertinentes en relation avec les problèmes à résoudre. Parler de systèmes d'action, c'est parler d'un nouveau mode de raisonnement, non déterministe. Etudier les systèmes d'action permet de voir l'intégration des conduites et, de cette manière, de comprendre mieux, empiriquement, comment les hommes réussissent à résoudre leurs problèmes.
- Dans un travail plus récent, Friedberg étend sa définition de système d'action concret à celle du système d'action organisé. Ce n'est plus seulement l'organisation qui est en question, c'est plus généralement l'action organisée dont l'organisation n'est qu'une des modalités.
(Crozier et Friedberg cité par Monaschesi, 1998, p35)

Rapports de force et négociations au sein de l'arène sociale

Dans son article sur la construction du lien social en Afrique, Emmanuel Kandem fait référence aux travaux de L. Boltanski et L. Thévenot pour évoquer le courant conventionnaliste destiné à supprimer la barrière entre l'approche économique et sociale pour appréhender les rapports entre les acteurs. En effet, comme nous le verrons plus tard, les rapports sociaux qui sont élaborés dans le cadre de l'activité touristique sont des rapports complexes qui ne peuvent se réduire à leur dimension marchande ou économique. Cette approche nous intéresse pour comprendre les rapports entre acteurs car elle « *met en évidence la nécessité pour les acteurs de toujours rechercher des terrains de négociation et de compromis malgré leurs intérêts divergents. Cette démarche suppose la mise en œuvre de « conventions » devant définir les cadres de l'action commune dans des situations à la fois conflictuelles (divergences d'intérêt) et coopératives (possibilités de compromis)* » (Kandem, 2001, p 761). Pour comprendre l'élaboration de ce compromis, l'auteur met en avant le partage par les acteurs de références communes qui rendent compte « *de la forte cohésion de repères sociaux à partir desquels s'élaborent les systèmes de représentations et d'actions* ». Reprenant le terme « mondes » de Boltanski et Thévenot, pour évoquer ces repères sociaux communs, il évoque la multiplicité des « mondes » qui

sont en jeu dans un compromis : les repères familiaux et traditionnels (*monde domestique*) , la représentation de l'autre (*monde de l'opinion*) , les intérêts collectifs (*monde civique*) , la recherche du gain (*monde marchand*) , la performance technique (*monde industriel*). Ces différents *mondes* sont en définitive constitutifs des logiques d'actions qui conduisent les acteurs à élaborer des compromis. Chez un même acteur, ces différents *mondes* cohabitent avec des influences plus ou moins grandes selon les cas, « tant il est vrai qu'aucune situation sociale ne saurait se réduire exclusivement à un seul « monde ». (Kandem, 2001, pp761-763). C'est ainsi qu'au travers des pratiques observées et des discours recueillis dans le cadre de notre recherche, nous avons tenté de comprendre les stratégies élaborées par les acteurs à la lumière de ces *mondes* qui s'entremêlent dans l'action. Il s'agit en définitive de la signification que les acteurs donnent à leurs actions. La mise en mot et le recueil du discours sont dans ce cadre un outil fort utile pour le géographe. Nous accordons ainsi aux acteurs une capacité réflexive par rapport à leurs actions et une capacité discursive leur permettant de nous informer sur la signification de ces actions et sur les relations qui en sont à l'origine. En somme, nous considérons que les « acteurs sont capables de comprendre ce qu'ils font pendant qu'ils le font » (Giddens cité par Rayssac, 2007, p113) et que c'est dans leurs discours que se trouve la connaissance de la construction territoriale.

IFRA LIBRARY



Conclusion Chapitre II

Pour conclure ce chapitre théorique il nous faut rappeler que les processus de constructions territoriales se trouvent au centre de notre analyse géographique. Cette construction territoriale s'opère à la fois par des relations entre la société et l'espace et à la fois par des relations humaines où les acteurs se trouvent en interaction. Les ressources mobilisées par les acteurs, mettent dans cette dynamique en relation les sociétés et les espaces et structurent dans le temps des territoires changeants. Schématiquement, il est alors possible d'établir différents niveaux de l'analyse des territoires par les jeux d'acteurs (Gumuchian, Grasset et al., 2003, pp87-93) :

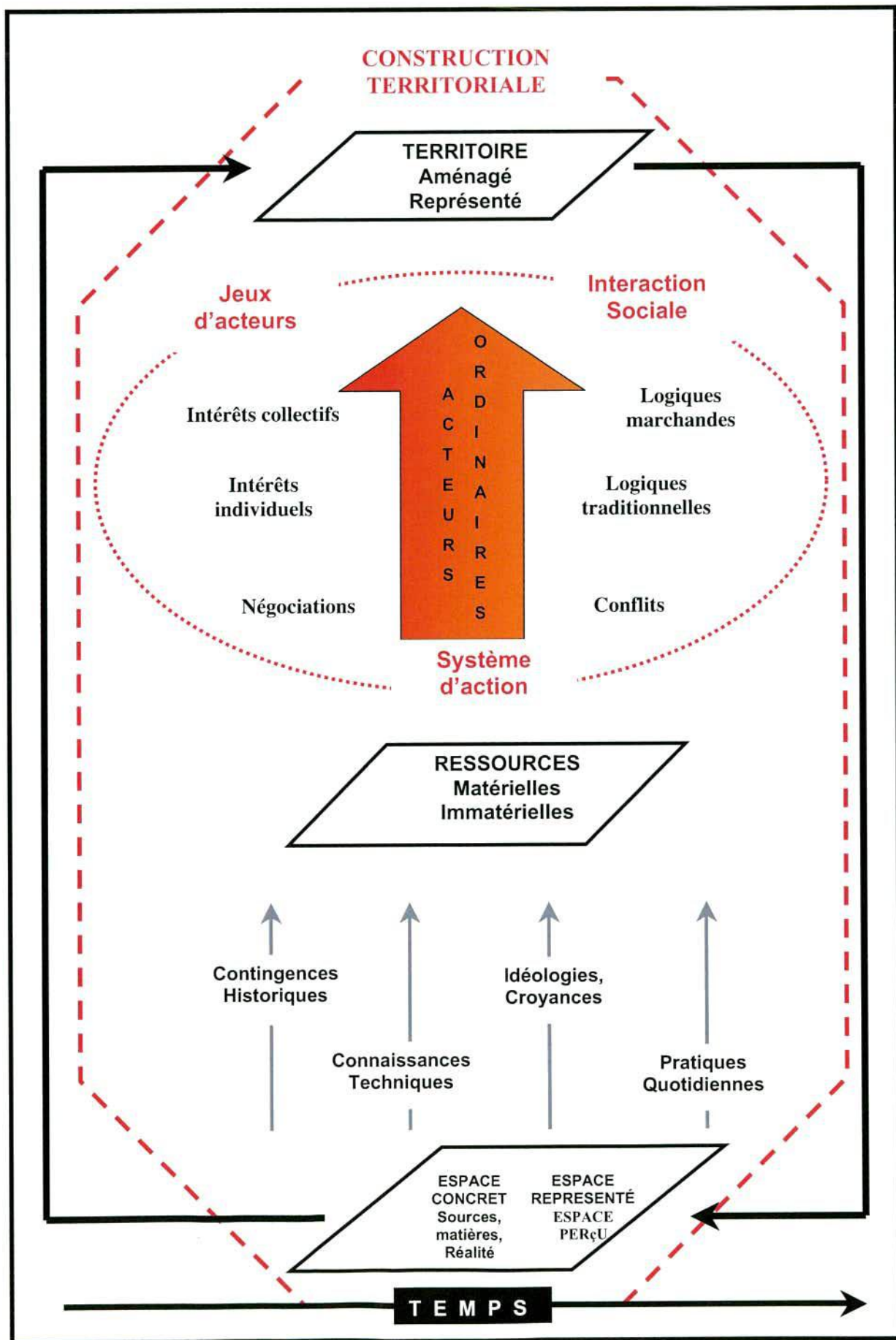
- Les territoires sont à la fois l'origine et le résultat de processus sociospatiaux situés. Ils existent parce qu'ils permettent aux vécus individuels et sociaux de s'y inscrire parce qu'ils sont en permanence en mouvement, donc changeants. Chaque territoire se compose donc de caractéristiques héritées et de caractéristiques en construction.
- Les territoires ne s'analysent pas en prenant en compte uniquement les acteurs institutionnels ou les acteurs dominants, mais en s'intéressant aux acteurs ordinaires et à leur manière d'habiter.
- Les interactions entre acteurs sont régies par ces logiques préexistantes et les territoires sont la marque de ces héritages de normes et de règles que l'on nomme institutionnelles parce qu'instituées par d'autres et s'imposant aux acteurs. Mais les acteurs jouent avec ces règles et ce jeu fixe le pouvoir dont les acteurs sont dotés. Combinant différents intérêts (intérêt particulier, collectif, marchand, etc) les acteurs élaborent des stratégies (individuelles ou collectives) pour assurer la réalisation de leur programme.
- À l'intérieur de ces contraintes générales à l'action territoriale, les acteurs composent toujours des rôles et des attitudes multiples (ce qui permet de les définir comme des acteurs *multicasquettes*). Les actes, qu'ils soient pratiques ou langagiers, résultent de ce choix que l'on qualifiera de stratégique.
- L'action des acteurs est territorialement située.
- Pour comprendre l'action, il est nécessaire de prendre en compte les logiques intentionnelles de cette action. S'impose alors la nécessité de ne pas faire l'économie de l'analyse des discours qui permettent ou expliquent l'action. Seule l'analyse du matériau discursif permet effectivement de montrer que les acteurs, tout en étant contraints à agir de telle ou telle manière possèdent des marges de manœuvres propres.

- L'action territoriale doit être prise en compte dans ses différentes échelles. En effet, les territoires ont des réalités qui varient selon les échelles d'action. La construction territoriale s'élabore ainsi dans un emboîtement d'échelles.

En d'autres termes, s'intéresser aux acteurs ordinaires c'est vouloir comprendre les changements en cours sur les territoires en construction et les intentions qui précèdent ces changements. « *Les acteurs ne révèlent qu'une partie de ce qui fonde les logiques de l'action. Parce qu'ils n'en possèdent qu'une rationalité très limitée, parce que ces logiques sont le fruit direct de leurs interactions, non prédéterminées, les acteurs permettent d'accéder aux processus eux-mêmes et non seulement à leurs résultats. Cette posture actorielle ouvre donc la possibilité de comprendre ce qui change au moment où ça change ; elle inscrit de fait la géographie dans les sciences sociales qui se définissent comme utiles pour peu qu'elles éclairent ce qu'est la société d'aujourd'hui, ce qui est en mouvement et ce qui pourrait demain changer* » (Lajarge, 2006, p11). De fait, la mise en avant de l'acteur dans notre approche théorique répond à une posture intellectuelle et scientifique authentique et exprime la volonté de comprendre les changements en cours sur le territoire chagga. Il s'agit véritablement d'appréhender la manière dont une société s'investit dans la production d'une ressource émergente, le tourisme, tout en étant ancrée dans une histoire propre, imprégnée de logiques paysannes et de rapports spatiaux hérités. C'est dans cette dialectique entre logiques héritées et adaptations contemporaines que se dessinent les territoires de demains.

Après avoir explicité notre approche théorique il nous faut maintenant dans ce troisième chapitre présenter les outils méthodologiques qui nous ont permis de recueillir, d'analyser et de restituer l'information géographique.

Figure n° 3: Schéma de la construction Territoriale



CHAPITRE III :

LA PAROLE DES ACTEURS: ENTRETIENS CONVERSATIONNELS ET ÉCRITURE FILMIQUE

« De l'intention à l'action territoriale se construit un cheminement parfois incertain, mais qui s'appuie dans tous les cas sur un objet médiateur fort, le discours. Ce dernier produit, légitime, construit ou déconstruit le territoire et, quoi qu'il en soit, occupe toujours une place centrale dans l'analyse que l'on fait de l'espace géographique » (Gumuchian, Grasset et al., 2003, p4)

« Le rapport au terrain est affaire de corps autant que d'esprit » (Pourtier, 2007, p441).

Notre approche théorique nous conduit à situer les acteurs, leurs pratiques, leurs discours et les intentionnalités qui s'en dégagent au centre de notre démarche pour mieux appréhender les dynamiques territoriales en cours. Ce choix s'est concrétisé par une approche méthodologique particulière situant le recueil et l'analyse des discours au centre de notre démarche. Dans ce cadre, le travail de terrain a constitué un temps fort de notre recherche pour faire avancer notre questionnement par la confrontation directe aux acteurs de terrains ; guides, porteurs, voyageurs, touristes, ONG, responsables administratifs ou simples paysans des versants du volcan, tous par leurs paroles et leurs pratiques ont contribué à nourrir notre regard, un regard se trouvant à l'intersection entre acteurs et territoires.

Avant même notre premier pas au Kilimandjaro, cet espace, ce territoire, ce nom, résonnait en nous comme une représentation confuse faite de songes, d'images télévisuelles, d'*a priori* et de fantasmes. Le Kilimandjaro représentait une montagne lointaine, abstraite, dont la réalité sociale nous était presque inconnue. Peu à peu, nous nous sommes nourris de lectures diverses empruntant aux différents registres des écrits universitaires, des articles de presse, des guides touristiques, des récits de voyage et de sites Internet variés. Notre regard s'était ainsi forgé, loin du terrain avant d'être confronté aux premières odeurs, aux premiers contacts humains, aux premières sensations directes, confirmant l'affirmation de Daniel Cefaï : « *L'enquêteur n'arrive jamais sur le terrain la tête vide* » (Cefaï, 2003, p 474). Ce regard n'était donc pas uniquement celui du chercheur, fonctionnant selon un mode opératoire rationnellement établi en fonction de choix méthodologiques précis. Il s'agissait aussi d'une posture tout simplement humaine, celle d'un jeune homme de vingt-trois ans découvrant pour la première fois l'Afrique subsaharienne avec sa propre histoire personnelle, sa sensibilité, ses préjugés, ses peurs, ses doutes, ses convictions. Cette approche sensible - même si nous allons montrer plus en avant comment notre approche méthodologique nous a permis de la dépasser pour recueillir de l'information en rapport avec nos questionnements géographiques – nous ne souhaitons pas l'occulter. Au contraire nous lui accordons une importance majeure dans notre démarche pour mieux contextualiser les conditions ayant contribué au recueil de l'information. En effet, « *loin de croire que le chercheur puisse s'extirper de sa glaise d'affectivité, de points de vue, d'idées préconçues, et de pouvoir ainsi être ce marbre de neutralité objective, il est bien plus utile d'éclairer justement l'ensemble de ces attendus prétendument externes à ces dispositions d'interprétation des faits. En cela, le chercheur construit alors ce que Weber nomme sa « neutralité axiologique », concept majeur des sciences, et notamment des sciences sociales* » (Hoyaux, 2006, p22).

Au croisement de l'expérience personnelle et de la démarche scientifique, notre terrain, est donc celui du géographe, celui qui nous a été présenté tout au long de notre formation universitaire comme un moment clé du travail de recherche, au contact des populations et des espaces. La géographie se fait avec *les pieds*, et le travail de thèse nous a permis de prendre pleinement conscience du caractère pluridimensionnel du terrain, à la fois réfléchi et méthodique mais également sensible et intime parfois instinctif. Ainsi, comme nous le rappelle Hervé Vieillard-Baron, « *le terrain n'existe pas sans l'individu qui l'observe. Il dépend de celui qui l'appréhende, de sa culture, de son histoire, de son*

éducation ; à peine perçu, il est déjà construit façonné, délimité, théorisé » (Vieillard-Baron, 2006, p133). Ni terrain journalistique, ni terrain du politicien, le terrain en géographie ou en sciences sociales se distingue par « *une présence longue sur place, l'établissement de relations de proximité et de confiance avec certains enquêtés, l'écoute attentive et le travail patient pendant plusieurs mois ou plusieurs années* » (Beaud et Weber, 2003, pp7-8). Certains qualifieront cette démarche d'enquête ethnographique, d'autres d'enquêtes sociologiques, mais chaque fois il s'agit d'une véritable posture *scientifique et politique* (Beaud et Weber, 2003, p10). Une posture destinée à éviter les catégories préconstruites (catégories statistiques, standardisées), de douter toujours des explications dominantes et d'accorder à la parole des gens ordinaires la capacité à nous informer sur les processus sociaux et spatiaux en construction. En somme il s'agit de *prendre les acteurs au sérieux* pour paraphraser Romain Lajarge.

Ce chapitre est donc destiné à présenter notre méthodologie de recherche dans ces trois phases distinctes: le recueil de l'information (travail de terrain), la phase d'analyse de l'information (analyse des discours, des trajectoires de vie) et les choix de restitution de l'analyse géographique (double écriture film et texte). En effet, une des particularités majeures de notre travail réside dans le choix d'une double écriture scientifique : le film et le texte. Ce choix, que nous justifierons et détaillerons plus en avant, suppose en amont une démarche de terrain spécifique avec des modes de recueils associant au carnet de terrain et au magnétophone habituels, une caméra, un trépied, des micros...en somme, tout un *attirail* qui ne laisse indifférents ni l'observateur ni les observés. L'image et le son sont ici convoqués comme une véritable écriture scientifique, un moyen de contribuer dans un langage différent à la compréhension du monde qui nous entoure.

Nos travaux de terrain se sont organisés en quatre séjours de durée plus ou moins équivalente (2 à 3 mois) entre mars 2004 et juin 2006 (cf annexe : Organisation des différents terrains de thèse). Chaque expérience a contribué de manière différente à notre travail de thèse. La possibilité de faire ces allers-retours nous a permis chaque fois d'analyser notre démarche de terrain pour améliorer et préparer le suivant.

- Le premier terrain a constitué un premier contact avec la réalité du Kilimandjaro, un contact très intuitif sans objectif précis sinon celui de faire connaissance avec les espaces et les individus. Ne connaissant pas l'Afrique subsaharienne, c'est un terrain que nous avons vécu de manière très intime et profonde, une rencontre avec

l'altérité qui nous a marqué au delà du simple aspect universitaire ; nous avons alors pris conscience de la dimension spécifique que revêt le terrain étranger et tropical en particulier. Quelques entretiens exploratoires nous ont permis de prendre conscience de l'ampleur de la crise caféière au Kilimandjaro à différents niveaux de la société (perte de revenu, modification des rapports de genre, stratégies nouvelles, accroissement des mobilités, etc) et du ressenti des paysans par rapport aux changements que cette crise implique.

- Le second terrain fut celui de l'affirmation de notre questionnement sur l'activité touristique. Nous avons mené à cette époque nos premiers entretiens ciblés avec des acteurs clés du tourisme : directeurs de tours opérateurs de Moshi et d'Arusha, guides, responsables d'ONG concernées par cette activité et quelques touristes. C'est aussi un terrain où nous avons parcouru les différents lieux touristiques proches du Kilimandjaro (Parcs animaliers, hôtels, Parc du Kilimandjaro, etc).
- Le troisième terrain a constitué le premier vrai terrain de recueil dense sur le sujet du tourisme (55 entretiens). Les entretiens exploratoires nous avaient permis d'élaborer des grilles d'entretiens adaptées à chaque type d'acteur (travailleurs du tourisme, responsables de tours-opérateurs, acteurs institutionnels, responsables d'initiatives de tourisme culturel). Ce troisième terrain, c'est aussi celui de la première expérience de terrain *caméra au poing* (12h d'enregistrements). Cette première expérience de recueil avec la caméra constitua une rencontre nouvelle avec la réalité sociale et spatiale du Kilimandjaro : on voit différemment à travers l'œil de la caméra. En terme de restitution, le premier pré-montage réalisé à la suite de ce terrain confirma - par la présentation du film dans des rencontres universitaires (séminaires, colloques) - que cette approche avait un intérêt non seulement lors du recueil mais également en tant que production scientifique.
- Le quatrième et dernier terrain fut le terrain le plus accompli et le plus dense en termes d'information. C'est un terrain que nous avons partagé en deux temps. Un premier temps seul, continuant nos entretiens conversationnels (40 entretiens) avec les acteurs et notre capture filmique. Et un deuxième temps accompagné de Jean-Pascal Fontorbes, cinéaste et membre du laboratoire Dynamiques Rurales, qui vint nous accompagner et nous guider dans notre démarche filmique. Les images du film de la thèse sont en grande partie issues de ce dernier terrain (40 heures d'enregistrements) réalisé avec du matériel semi professionnel et un confort de

mobilité (mise à disposition d'un véhicule 4x4 par l'IFRA) nous ayant permis de parcourir la montagne de long en large.

Si nous avons décidé de consacrer un chapitre entier à la présentation de notre méthodologie, c'est qu'il nous semble primordial d'explicitier nos outils de recueil et d'analyse, et de justifier notre restitution en double écriture. Il nous paraît en effet pertinent de lier ensemble la présentation de nos résultats de recherche et les mécanismes ayant contribué à les produire.

1- LE DISCOURS AU CŒUR DE LA COMPRÉHENSION DES LOGIQUES TERRITORIALES

Notre démarche de terrain s'attache à recueillir le discours des acteurs, car « *derrière les mots se cachent les connaissances* » (Blot, Millian, 2004, p.2). En effet, nous considérons que l'acteur social (individuel ou collectif) est pris dans des rapports sociaux variés (négociation, conflit, domination, etc.) au sein desquels il adopte des stratégies spécifiques en rapport avec ses appartenances sociales et les objectifs qu'il se fixe. Dans certaines conditions, cet acteur social est capable d'adopter une posture réflexive en rapportant et parfois même en analysant ses actes, ses pensées, ses stratégies. C'est au cœur de ce potentiel réflexif et énonciatif de l'acteur que nous situons notre démarche méthodologique, en accordant à la parole des acteurs ordinaires la capacité à éclairer l'analyse scientifique sur les faits sociaux et spatiaux en cours. Par le recueil de la parole des acteurs et par l'observation de leurs pratiques nous poursuivons un double objectif:

- D'une part recueillir le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques. En se racontant ils développent les systèmes de légitimation de leurs actes, de leurs pratiques. Ils nous donnent les clés de compréhension de leurs rapports à l'espace, au temps et aux autres.
- D'autre part observer les acteurs dans leurs pratiques, « en situation », enrichit l'information recueillie et permet de comprendre comment les acteurs se situent dans l'interaction. L'observation des pratiques nous informe aussi sur les connaissances incorporées qui se manifestent par les gestes, les postures, les techniques.

1.1- Paroles d'acteurs et construction territoriale

L'évolution des territoires au travers de la production des ressources se matérialise par des pratiques et des discours qui au fil du temps et selon les catégories d'acteurs évoluent changeant tout à la fois le territoire et les acteurs eux-mêmes. C'est ainsi que « *dans le triptyque territoire – intention – action, le discours occupe une place centrale :*

c'est le vecteur, par définition, du sens accordé au territoire en projet, en construction, en recomposition. Le discours est « l'outil » privilégié de l'acteur territorialisé, qu'il soit le producteur, l'initiateur ou le « pirate »...en lui permettant d'agir ou de poursuivre d'autres fins que celles explicitement énoncées ! » (Gumuchian, Grasset et al., 2003, p85). C'est pour ces raisons, que nous avons souhaité dans notre travail privilégier une démarche qualitative positionnant le discours des acteurs sur leur territoire au cœur de notre analyse. Chaque acteur, selon son appartenance socio-économique, sa trajectoire de vie, ses représentations et sa personnalité produit un discours qui donne du sens non seulement à ses actions mais également au territoire tout entier. Dans cette optique, « l'acteur n'est plus une marionnette d'un système social, spatial et temporel dont il ne possède nulle conscience, il est doté d'une capacité réflexive, qualificatrice, justificatrice ; il peut décrire et analyser ses actions. Le paradigme de la compréhension permet d'éviter la chosification des explications scientifiques données à des discours tenus par des individus et permet d'aller au-delà des typologies qui ont une fonction taxonomique pour retrouver la complexité sémantique inhérente à chaque habitant » (Hoyaux, 2006, p20). Ainsi la posture compréhensive part du principe que le sens que l'acteur donne à ses actions permet au chercheur de comprendre la réalité sociale et spatiale. Élargie à plusieurs acteurs et mise en œuvre selon une méthode d'entretien spécifique (centrée sur l'entretien conversationnel, l'observation et le recueil filmique) cette posture permet de mettre en lumière des facteurs explicatifs issus des acteurs eux-mêmes.

Une fois soulevé l'intérêt scientifique du discours des acteurs, il nous fallait établir des catégories d'acteurs selon des critères objectifs permettant de situer leurs discours non seulement en fonction de leur trajectoire de vie mais également en fonction de leur statut, de leur métier, de leurs projets. En effet, le tourisme est « *un fait social global qui implique de nombreux acteurs, à commencer par les touristes eux-mêmes, puis la société locale, les entreprises et les collectivités territoriales et enfin l'état. Ces acteurs agissent sur les lieux en fonction de leurs projets existentiels, économiques ou politiques, de leurs représentations qui varient dans le temps, de la nature de leurs pratiques des lieux, de leur inégale capacité d'intervention et de leur inégal degré d'investissement dans les lieux. La réussite du tourisme dans un lieu dépend étroitement des interactions entre ces différents acteurs* » (Stock, 2003, p31). Pour bien comprendre la complexité de ces interactions entre des acteurs ayant des intérêts souvent divergents, parfois opposés, il nous a semblé pertinent d'élaborer à partir d'entretiens exploratoires des catégories permettant un recueil

d'information adapté. Cette démarche qui peut par certains égards sembler simplificatrice (toute catégorie, tout modèle est réducteur) procédait d'un découpage nécessaire de la réalité sociale permettant d'opérer des rapprochements, d'identifier des logiques collectives et surtout d'adapter nos grilles d'entretien selon les acteurs. Cette approche nous a permis d'identifier six catégories d'acteurs :

- **1- Les travailleurs du tourisme** : Ce sont les guides, les porteurs, les assistants guides, les cuisiniers qui sont employés par les tours-opérateurs dans le cadre du tourisme du trekking lors des ascensions. Dans une moindre mesure, il s'agit également d'employés d'hôtels, de vendeurs de souvenirs. Leur activité est étroitement liée au tourisme de trekking. Ce sont souvent de jeunes hommes issus des villages du Kilimandjaro (des Chaggas), mais ils peuvent également provenir de la plaine environnante (Masaïs), des régions voisines (Mont Pare, Mont Usambara, Arusha) et dans une moindre mesure de régions éloignées. Dans la grande majorité des cas, ce sont des acteurs qui ont plusieurs activités et qui ont un lien étroit avec l'agriculture, soit directement (ils sont eux-mêmes agriculteurs) soit indirectement (leurs parents ont une ferme). Pour eux, le tourisme constitue une source de revenu complémentaire et l'argent gagné circule souvent dans un réseau familial étendu selon des règles de solidarités familiales traditionnelles. Leur inscription territoriale est forte, l'espace qu'ils pratiquent est étendu : la ville, espace du réseau professionnel lié au tourisme, le village d'origine où ils rentrent quotidiennement ou de manière saisonnière, la montagne, espace de la pratique touristique.
- **2- Les voyagistes ou tours-opérateurs¹⁵** : ce sont les entreprises de tourisme qui vendent par forfait les séjours d'ascension au Kilimandjaro. La réalité de ces entreprises est très variée: voyagistes locaux ou étrangers, formels (enregistrés) ou informels, anciens ou récents (chaque année plusieurs tours-opérateurs sont créés à Moshi tandis que d'autres disparaissent), gros ou petits, etc. La plupart des tours-opérateurs de Moshi sont détenus par des Chaggas ou des personnes originaires de la région du Kilimandjaro. A Arusha, capitale du tourisme au niveau national, la situation est différente, c'est une ville qui accueille plus particulièrement les investisseurs étrangers. Ces tours-opérateurs sont les employeurs principaux des

¹⁵ Voyagiste et Tour-opérateur sont deux termes synonymes désignant des entreprises locales ou étrangères vendant des séjours touristiques. Nous utiliserons les deux termes indifféremment.

travailleurs du tourisme. Leur espace est étendu, ils sont un lien entre les espaces d'origine des touristes (Europe, Amérique du Nord, Asie, Afrique du Sud) et l'espace local. Ils sont insérés dans une activité régie par une concurrence de plus en plus grande qui se manifeste par les conditions de travail souvent dégradantes qu'ils proposent aux guides et aux porteurs. Une partie de ces entreprises du tourisme est dirigée par d'anciens guides qui ont acquis par le contact prolongé des touristes et par l'organisation de nombreuses ascensions une connaissance suffisante de l'activité pour s'émanciper de leurs employeurs. Au Kilimandjaro, la plupart de ces tours-opérateurs se trouvent à Moshi, mais on en trouve également dans la plaine de Marangu, espace historique du développement du tourisme de trekking et lieu où se trouve le siège du *Kilimandjaro National Park* (KINAPA) organe qui gère le parc.

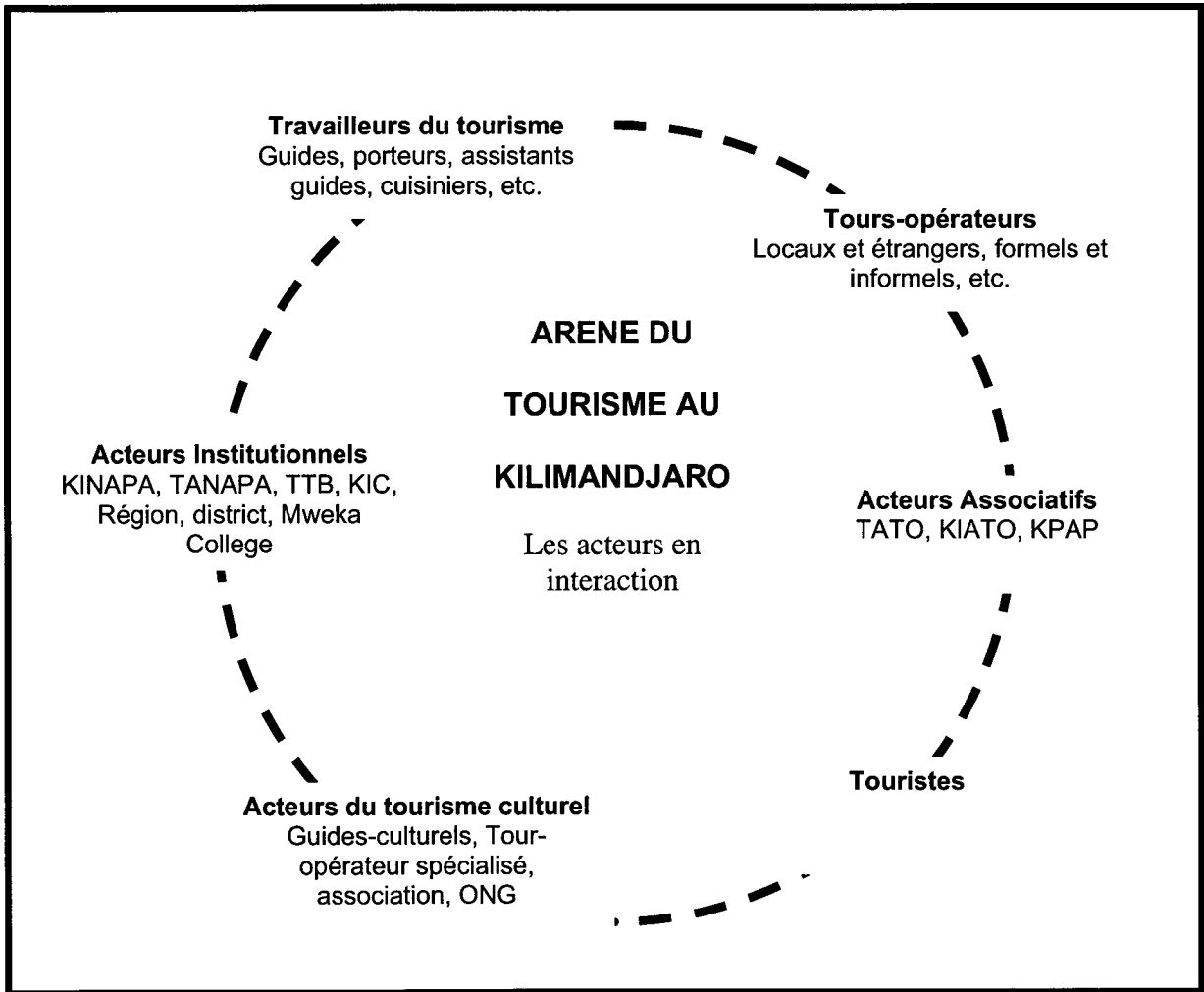
- **3- Les acteurs institutionnels du tourisme** : il s'agit des acteurs qui contrôlent et gèrent l'activité touristique et/ou qui participent à son encadrement. Principalement, il s'agit de l'administration du Parc du Kilimandjaro, la KINAPA qui a en charge la gestion de l'aire protégée, et qui contrôle de fait l'activité touristique de trekking dans cette zone. La *Tanzanian National Park* (TANAPA) est l'administration centrale de la gestion des parcs nationaux en Tanzanie, elle se trouve à Arusha et c'est elle qui élabore la politique générale de conservation dans ces zones. D'autres organes étatiques liés au ministère du tourisme et des ressources naturelles¹⁶ participent également à la gestion du tourisme ou à sa médiatisation (Tanzanian Tourist Board, Tourisme Division, etc.). Nous entendons également par acteurs institutionnels tous les individus travaillant dans les administrations locales (région, district et municipalité) et qui jouent un rôle à différents niveaux dans la gestion de l'activité touristique. Enfin, nous incluons dans cette catégorie la direction et les enseignants du *Mweka Wildlife College*, université entièrement conçue pour former les futurs cadres des institutions de conservation de Tanzanie et de l'Afrique subsaharienne en général. Situé sur les hauteurs du Kilimandjaro cet établissement accueille des enseignants dont les discours nous ont intéressé pour mieux comprendre les liens entre tourisme et conservation.

¹⁶ En Tanzanie, l'administration qui a en charge l'activité touristique gère également les politiques de conservation et de gestion des ressources : *Ministry of Natural Resources and Tourism*.

- **4- Les acteurs associatifs et groupes de pression** : le tourisme renferme des enjeux économiques et sociaux importants. De fait, différents acteurs associatifs se sont intéressés à cette activité ou ont été créés spécifiquement pour défendre des intérêts collectifs. On trouve dans ces acteurs collectifs des associations professionnelles (de guides, de tours-opérateurs), des ONG de développement s'intéressant au potentiel du tourisme ou des ONG de défense des droits humains défendant les intérêts des acteurs dominés (porteurs, guides). La parole de ces acteurs collectifs, aussi diverse soit-elle nous intéresse car elle nous permet d'appréhender les logiques collectives et les rapports de pouvoir entre les différents acteurs du tourisme.
- **5- Les responsables d'initiatives de tourisme culturel** : nos entretiens exploratoires avaient permis de mettre en avant une dynamique, certes confidentielle mais en croissance, le développement d'initiatives se réclamant du tourisme culturel. Pour comprendre les dynamiques touristiques au Kilimandjaro dans leur diversité, nous avons souhaité intégrer les acteurs à l'origine de ses initiatives dans notre travail de terrain. Il s'agit d'associations, de tours-opérateurs spécialisés ou de guides souhaitant s'émanciper du tourisme de trekking et de ses contraintes. Tous ont une pratique différente de ce tourisme alternatif, mais chacun à sa manière tente au travers de son activité d'attirer les touristes dans ce non-lieu du tourisme de trekking, l'étage café-banane. La médiatisation de cet espace à dominante agricole dans le cadre du tourisme répond à des logiques de *mise en produit* spécifiques empruntant au discours international sur les formes alternatives du tourisme. À travers l'analyse des discours de ces acteurs, nous avons donc souhaité comprendre la traduction locale d'un discours international.
- **6- Les touristes** : Bien que cette catégorie d'acteur ne se trouve pas au centre de notre questionnement, il nous a semblé pertinent de les intégrer dans notre travail de terrain. En effet, leurs attentes, leurs représentations de l'espace pratiqué, les contacts qu'ils établissent avec les acteurs locaux et leurs comportements nous intéressent pour tenter d'appréhender la manière dont eux aussi participent aux changements en cours au Kilimandjaro. Le tourisme comme activité économique a la particularité de confondre lieu de production et lieu de consommation. Cette spécificité engendre des contacts (directs ou indirects) entre individus de cultures et de niveaux socio-économiques fort différents ; ces rencontres nous intéressent pour en mesurer les effets sur les changements sociaux.

C'est donc dans cette arène du tourisme au Kilimandjaro que nous avons tenté d'établir des contacts prolongés avec les différents acteurs du tourisme. Le recueil de l'information s'est matérialisé par des entretiens conversationnels, le recueil de documentation (discours écrit et visuel) et par l'observation.

Figure n° 4: Les catégories d'acteurs du tourisme au Kilimandjaro



1.2- Recueil du discours et observation des pratiques sociales

La production de la ressource touristique se matérialise dans la réalité à la fois par des pratiques et des discours. Nous avons souhaité positionner notre méthodologie de recueil de l'information sur ces deux pans de la réalité pour nourrir notre regard

d'observations de la réalité socio-spatiale et de mises en mot de cette réalité. Bien évidemment, cette mise en mot, ces discours produits sont de natures différentes et se matérialisent selon des supports variés. Ces discours existent tant à l'échelle internationale (production d'un discours sur le tourisme par les organismes internationaux), qu'à des échelles intermédiaires (discours du gouvernement sur le tourisme) ou qu'à l'échelle locale par les acteurs locaux du tourisme. Si notre recherche se focalise sur les acteurs locaux du tourisme, pour comprendre les dynamiques touristiques, il nous a semblé important de n'écarter aucune parole qui participe à la mise en mot du territoire à travers l'activité touristique. Ainsi la parole des acteurs a été complétée par le recueil de brochures touristiques, l'analyse de sites Internet de tours opérateurs locaux, l'étude des politiques nationales du tourisme, etc.

L'objectif est ainsi de repérer dans ces discours de natures différentes les intentions et les rationalités qui sous-tendent les pratiques sociales et spatiales du tourisme au Kilimandjaro.

La parole des acteurs

En accordant à la parole des acteurs ordinaires une place centrale dans notre démarche, « *on cherche à faire assumer à la personne interviewée le rôle d'exploration habituel détenu par l'enquêteur [...] On part ainsi de l'idée que la personne interrogée est la plus apte à explorer le champ du problème qui lui est posé, en fonction de ce qu'elle pense et ressent* » (Guy Michelat cité par Blot, 2005, p59). C'est ainsi qu'à travers notre travail de terrain nous avons cherché, par différentes manières, à recueillir cette parole. L'outil que nous avons privilégié est l'entretien conversationnel, destiné à faciliter la production d'un discours construit par la personne interrogée elle-même. L'entretien conversationnel est avant tout une attitude d'écoute qui se traduit notamment par le ton (le ton de la conversation) ; c'est une forme d'écoute qui ne doit comporter aucun jugement de valeur de la part de l'enquêteur. Les mots « coulent » comme dans une conversation ordinaire, dans une situation qui ne peut pas être ordinaire du fait de son statut particulier : la recherche. Ici « ordinaire » renvoie d'avantage à « quotidien », une discussion du quotidien. Dans ce cadre, l'élaboration préalable de grilles d'entretien, nous a permis de nous focaliser sur les trajectoires sociales et culturelles des acteurs pour comprendre comment l'activité touristique est intervenue dans leur parcours et ainsi mieux appréhender leur discours sur les pratiques liées à cette ressource. Par cette parole du quotidien, selon

une posture compréhensive, nous cherchons à, « *saisir comment les acteurs donnent un sens à leurs pratiques et à celles d'autrui, comment territoire(s) et acteurs sont une construction mutuelle. Dans le récit, l'acteur social peut dire ce qu'il fait, décrire une situation, commenter des actions et celles des autres. Les conditions de production du discours sont aussi très importantes. Le lieu, l'espace, la place du locuteur ou de la locutrice dans le groupe social, donnent un sens au récit. Ainsi, on rend compte d'un « sens local » d'un sens « territorial »* (Cassé et Granié, 2000).

La parole a été recueillie dans des situations très distinctes. En effet, si nous sommes attachés à la mise en place d'une méthode systématique, nous n'avons pas laissé pour autant de côté les informations recueillies lors de rencontres plus informelles. En effet, comme le souligne Jacques Coenen-Huther (Coenen-Huther, 2001, p 18), si l'entretien peut être assimilé à une interaction sociale, toute interaction sociale comportant un échange verbal peut être assimilée à un entretien. De l'entretien structuré et programmé à la rencontre fortuite avec un acteur avec qui un échange riche se construit, la parole sous ces différentes formes constitue un matériau à prendre en compte. La pratique du terrain, au Kilimandjaro ou à Tahiti (en maîtrise) a confirmé cette observation interpellant notre organisation méthodologique parfois trop « rigoureuse » ou « académique » et nous invitant à prendre en considération des échanges plus informels mais riches de contenu. Ainsi, Coenen-Huther situe les différentes situations d'entretien sur deux axes : celui de la « structuration » et celui de la « programmation ». « *Selon l'axe de la structuration, l'entretien pourra varier depuis la forme complètement structurée, qui ne laisse aucune possibilité de vagabondage verbal au répondant, jusqu'à la forme complètement libre, qui suit le répondant dans tous les méandres de sa pensée, autorisant toutes les redondances et toutes les digressions. Sur l'axe programmation, l'éventail des possibilités se situe entre l'entretien de recherche prévu et planifié comme tel et la conversation tout à fait fortuite, mais qui se révèle néanmoins riche d'enseignements* » (Coenen-Huther, 2001, p 19). Privilégiant toujours au niveau de la structure l'entretien conversationnel, nous avons par contre laissé notre méthode de recueil perméable aux entretiens non programmés ou informels. Ces échanges informels ne sont toutefois pas à confondre avec des discussions banales puisque le chercheur est imprégné de son questionnement et de ses grilles d'entretien.

Ces entretiens informels sont ainsi le résultat de contingences de terrain (Becker, 2003, pp70-71), ce qu'Anne-Marie Granié appelle le hasard du terrain (Granié, 2005, p151) et

qui révèlent la manière dont des rencontres ou des observations imprévues peuvent être déterminantes dans la compréhension des questionnements initiaux. Le chercheur doit donc aussi laisser la place à ces hasards, ne pas se formaliser dans une méthodologie trop rigoureuse, un *emploi du temps* sur le terrain qui ne laisserait pas de place à ces contingences. C'est ainsi que souvent, lors de nos terrains nous allions nous installer au café qui se trouve au centre de Moshi, le *Green Garden* (le jardin vert). Appellation quelque peu excessive pour ce café possédant une terrasse bétonnée mais situé dans un lieu-clé de la ville : près du rond-point de la *Clock Tower* où se situe le *Kahawa house*¹⁷, devant la Poste de la ville, et à proximité de la station de bus, un espace où se croisent touristes, voyageurs, porteurs, guides, hommes d'affaires et autres acteurs divers. C'est dans ce lieu que nous prenions le temps de nous « arrêter ». Lire la presse, croiser des personnes connues et parfois le hasard d'une rencontre s'imposait à nous. Il n'y avait pas de volonté *a priori* de rencontrer telle ou telle personne mais nous connaissions le potentiel de cet endroit et sa nature sociale propice à la rencontre. Parfois le temps passait sans provoquer de rencontres tandis que d'autres fois, des rencontres décisives intervenaient. C'est par exemple là que nous avons croisé pour la première fois le gérant d'un *Cultural lodge* en construction, une initiative unique au Kilimandjaro en termes de tourisme dit culturel que je suivrai plus tard avec beaucoup d'attention. C'est là aussi que j'ai rencontré un guide qui au travers de l'échange m'annonça la réunion de l'association des guides du Kilimandjaro qui ne s'était pas réunie depuis une dizaine d'années. Une réunion dans laquelle je parvins à me faire accepter le lendemain et qui fut un moment fort de mon terrain. Être attentif au hasard donc, une nécessité pour avancer sur le terrain. C'est d'ailleurs dans cette logique que Wiseman déclare au sujet du film que « *la première question dans un documentaire c'est d'organiser le hasard* » (Wiseman cité par Friedmann, 2006, p14). Cela ne signifie pas qu'il faille chercher à tout prix des rencontres incongrues. Mais qu'il faut avoir une idée suffisamment précise de ce que l'on recherche pour être attentif le moment venu à l'intérêt que peut revêtir une rencontre pour la recherche réalisée.

Ces différentes paroles d'acteurs, nous les avons recueillies par note, au magnétophone ou en filmant, selon une méthode d'enquête que nous développerons plus en avant.

¹⁷ Etablissement symbolique de l'économie caféière où se pratiquent chaque semaine les enchères de café.

Le discours au travers des documents écrits et visuels

Si le discours des acteurs s'exprime par leur parole directe, il se manifeste également par d'autres supports, non moins intéressants, et qui nous informent également sur les représentations qu'ils ont de leur territoire. Les documents écrits et/ou visuels sont dans ce cadre des sources d'informations importantes pour contribuer à la compréhension des logiques et des représentations qui sous-tendent la production de la ressource touristique au Kilimandjaro. Nous avons classé ces documents selon trois catégories :

- **La presse locale et nationale comme source documentaire** : lors de nos terrains nous avons en effet collecté des articles traitant des sujets concernant nos questionnements. Une forme de revue de presse, très dense, tant en termes d'informations pratiques qu'en termes de discours local produit sur le tourisme, l'agriculture, le développement local. La presse a été ainsi recueillie et analysée comme la production d'un discours situé sur la société elle-même. En effet, comme le rappelle Beaud et Weber, « *la presse a une fonction d'intégration locale : c'est tout le groupe local qui se lit et se reconnaît à travers le journal* » (Beaud et Weber, 2003, p87). Ces articles étaient issus aussi bien de la presse nationale ou internationale (*This Day, The Daily News, Tanzania Daima, The Guardian, The African, The Citizen*), que de la presse locale et régionale (*The Arusha Times, The Kilimandjaro Post*¹⁸). Les contingences du terrain nous ont également conduit à rencontrer des journalistes (télévision et presse écrite) nous permettant ainsi d'échanger sur leurs pratiques professionnelles, leurs représentations du tourisme ou de l'économie du Kilimandjaro en général.
- **Les documents administratifs, discours institutionnels liés au tourisme**: nous avons collecté ces écrits aux différentes échelles de leur production. Au niveau local il s'agit de documents municipaux ou régionaux au sujet du tourisme. Des textes explicitant la politique de gestion du Parc National du Kilimandjaro, ou de documents statistiques concernant la région. Au niveau national il s'agit essentiellement des textes révélant la politique touristique élaborée par le Ministère du tourisme et des ressources naturelles mais également par les différentes ONG

¹⁸ *The Kilimandjaro Post* est un journal local qui n'existe plus aujourd'hui.

environnementales (*African Wildlife Found-AWF*, *Stichting Nederlande Vrywilligers-SNV*, *Union Internatioanle de conservation de la nature-UICN*, etc.) qui produisent des analyses et des discours sur le tourisme et la conservation. Enfin, au niveau international, nous nous sommes intéressés à l'évolution du discours sur le tourisme produit par les principaux organismes internationaux ayant une influence sur les orientations économiques des pays du Sud (OMC, Banque Mondiale, FMI, OMT). Le recueil de ces discours internationaux s'est avéré indispensable pour faire émerger des clés de compréhension et des référentiels des politiques mises en œuvre et pour mesurer les modes d'adaptation et les réappropriations locales des discours internationaux.

- **Les documents commerciaux** : sites Internet, brochures touristiques, pancartes de tours-opérateurs dans les rues de Moshi, publicités en bord de route, etc. Tous ces documents participent de la mise en produit du territoire à des fins commerciales et sont destinés à médiatiser le territoire du Kilimandjaro. L'analyse de ces documents est indispensable pour appréhender les représentations dominantes sur lesquelles s'appuie cette « mise en tourisme ». L'utilisation de l'image dans ce cadre nous semble incontournable pour rendre compte de la manière dont les acteurs médiatisent leur territoire pour le rendre attractif dans un contexte de tourisme international mettant en concurrence les territoires.

Les documents écrits et visuels ont donc été intégrés à notre corpus afin d'enrichir notre compréhension du système touristique. Si certains de ces documents sont accessibles à tous, d'autres, plus confidentiels ont demandé des démarches plus complexes.

L'observation de terrain

Avant notre premier terrain, le premier conseil que nous donna Anne-Marie Granié – sociologue participant à notre comité de thèse et chargée plus spécifiquement de l'encadrement méthodologique – fut de nous encourager à acheter un cahier, ni trop grand, ni trop petit et un crayon « *pour noter tout ce que tu vois sur le terrain* ». En effet, le carnet de terrain a été notre compagnon de route tout au long de nos travaux au Kilimandjaro, complice matériel de nos *déambulations* de chercheur, accueillant régulièrement toute sorte d'informations, des plus formelles (nom des personnes rencontrées, noms de lieux, etc) au plus intimes (impressions, sensations, doutes, etc). Comme le rappelle Romain

Lajarge, « *puisque'on reconnaîtra qu'il ne peut y avoir raisonnablement d'analyse des visées, des intentions, et des stratégies des acteurs sans accéder à leurs propos, à leurs manières de dire et d'énoncer ce qu'ils mettent en acte, on reconnaîtra également que la prise en compte de « l'expression des acteurs » ne peut suffire à elle-même? [...] regarder finement les acteurs impose également de regarder autour d'eux. Il s'agit bien alors de retrouver le sens de l'action, parfois en reconnaissant que les acteurs ne sont pas capables de (ou ne souhaitent pas) dire eux-mêmes la signification de leurs actes* » (Lajarge, 2006, p9). Il faut alors observer, être attentif aux actions et aux lieux où se passent ces actions.

Le recueil de l'information de terrain ne passe pas uniquement par le recueil de discours. L'observation des interactions entre acteurs, l'analyse des paysages, le fonctionnement de certains lieux clés, le recueil de nom de lieu... nous donnent également des informations importantes par rapport à notre objet de recherche. Ces informations, si elles ne sont pas notées scrupuleusement, s'envolent et ne restent plus en mémoire que les faits marquants. Conscient de l'importance de ces données et appliquant les conseils avisés de nos encadrants, nous avons donc tenu tout au long de notre terrain un carnet de notes. Concrètement, ce carnet nous a permis de conserver des informations de nature différente :

- Les impressions à « chaud » après les entretiens. Il s'agit de garder une trace des conditions dans lesquelles l'entretien s'est réalisé. Y a-t-il eu rencontre ou non ? Est-il nécessaire de revenir voir la personne pour aborder des thèmes occultés ou oubliés ? La personne interrogée nous a-t-elle semblé libérée ? Certains événements majeurs sont-ils intervenus ? etc.
- L'ensemble des éléments hors discours qui nous semblent importants pour comprendre ou enrichir le discours produit : le lieu de l'entretien, la décoration d'un intérieur de maison, le rapport entre la personne enquêtée et des personnes autres, des crispations éventuelles à certains moments précis, etc. C'est d'ailleurs dans ce cadre que le recueil du discours avec la caméra revêt un avantage certain (nous y reviendrons plus tard) puisqu'elle retient en plus du discours l'ensemble des éléments du contexte (du moins ceux qui sont dans le cadre).
- Des mises en relation, des croisements de données qui émergent sur le terrain. En effet, le terrain agit souvent comme un révélateur ; les « flashes » s'y produisant permettent ponctuellement de relier une situation à une lecture théorique faite quelques mois avant, ou d'associer le propos d'un enquêté aux propos d'un autre... Il faut alors noter ces relations *inventées* grâce au terrain pour ne pas les

oublier. Le chercheur se trouve au contact de la réalité du terrain en réflexion constante, en éveil et les idées qui émergent parfois de manière inattendue peuvent disparaître aussi vite qu'elles sont apparues.

Figure n° 5 : Le journal de terrain

Le Journal de terrain

Le journal de terrain est un document dans lequel, au jour le jour, le chercheur note un ensemble d'informations dont il veut garder une trace, faits importants ou petits détails, impressions subjectives et réflexions de fond. Il s'agit en quelque sorte de la mémoire vive d'une recherche, particulièrement utile en fin de parcours, au moment de la rédaction finale du rapport de recherche.

Sa tenue quotidienne figure au premier rang des méthodes d'observation présentées par Marcel Mauss dans le Manuel d'ethnographie : « *la première méthode de travail consistera à ouvrir un journal de route où l'on notera chaque soir le travail accompli dans la journée : fiches remplies, objets récoltés entreront dans ce journal qui constituera un répertoire facile à consulter* ».

Les variétés des informations notées peuvent être regroupées en quatre types de rubriques :

- **Notes personnelles** où le chercheur couche par écrit ses impressions au contact des lieux, des personnes et des situations qu'il vient de rencontrer. Edgar Morin souligne l'importance de cet exercice et l'intérêt pour les membres d'une équipe engagée dans une recherche commune à « noter tout » sachant que « *de petits détails du moment échappent à la mémoire quelques heures plus tard et surtout que la nuit opère un rebrassage de la mémoire* ». De cette façon, les chercheurs se mettent en position « *d'enquêter sur eux-mêmes tout en enquêtant sur les autres* ».
- **Notes de site** où le chercheur relate ce qui se passe sur le terrain, décrit le contexte qui entoure les opérations d'investigation proprement dites. C'est aussi pour le géographe une manière de noter les éléments importants du paysage ou du fonctionnement des lieux. Des croquis peuvent alors venir s'ajouter aux notes pour enrichir le journal de terrain (la photographie ou le film sont également des outils qui ont été très utilisés à cet effet).
- **Notes méthodologiques** où le chercheur fait le point sur la méthode effectivement mise en œuvre sur le terrain et éventuellement sur les modifications et les réajustements techniques pour parer aux difficultés rencontrées. C'est ainsi que la grille d'entretien ou la consigne de départ peuvent évoluer en cours de route.
- **Notes théoriques** où le chercheur revient sur les idées ou les théories de départ, fait des rapprochements, formule de nouvelles hypothèses et, en quelque sorte, joue intellectuellement avec les sens possibles à attribuer aux phénomènes qu'il observe.

A partir de Freyssinet-Dominjon, 1997, p159

Ainsi, « *seul le journal de terrain transforme une expérience sociale ordinaire en expérience ethnographique : il restitue non seulement les faits marquants que notre mémoire risque d'isoler et de décontextualiser, mais surtout le déroulement chronologique objectif des événements. Il constitue de ce fait quelque chose comme des archives de soi-même* » (Beaud et Weber, 2003, p98). Certes, tout ce matériau ne sera pas par la suite utilisé pour l'analyse et la restitution.

Cette mémoire vive du chercheur peut parfois se perdre dans certaines formes d'écritures inutiles. Mais comme le conseille Howard S. Becker les chercheurs les plus consciencieux notent tout. Ainsi, « *ils se donnent la possibilité de découvrir des choses auxquelles, ils ne s'attendaient pas et qui peuvent avoir un rapport avec leur sujet. Ils savent qu'ils vont devoir continuellement ajouter des paramètres et des idées aux modèles qu'ils ont déjà élaborés. C'est là en quelque sorte l'essence de leur méthode* » (Howard S. Becker, 2004).

1.3- L'entretien conversationnel, la rencontre comme exigence

L'entretien conversationnel a donc constitué l'outil privilégié de notre méthodologie de terrain. Pour être efficace, cet outil requiert un rapport spécifique avec les personnes enquêtées, une confiance mutuelle, une interconnaissance propice à la libération de la parole. Dans un contexte interculturel tout l'enjeu était donc de se rapprocher le plus possible d'individus méconnus pour augmenter la qualité du discours recueilli.

Réussir la rencontre

Tout entretien, et en particulier l'entretien conversationnel, est une interaction sociale, une situation d'interconnaissance mettant en relation deux ou plusieurs personnes. Le chercheur fait partie de cette interaction sociale, du contexte de recueil et de fait, son comportement, la nature de la relation qu'il est parvenu à créer sont des éléments clés qui déterminent l'information qui va être recueillie. Dès lors, « *on comprend mieux que les attitudes du chercheur et la manière dont elles sont perçues par ses interlocuteurs ont une influence sur les déclarations de ces derniers [...] le chercheur et son répondant sont engagés dans la dynamique des rôles et attentes de rôles qui affectent tout rapport social [...] Les données ainsi rassemblées ne sont pas des données brutes ; elles sont socialement*

construites dans l'interaction » (Coenen-Huther, 2001, pp 16-17). C'est pour cette raison que Beaud et Weber rappellent que « *l'enquêteur ne peut pas se faire oublier, il ne doit donc pas s'oublier dans l'analyse. L'observation ethnologique ne porte pas sur des univers d'individus mais sur des univers de relations* » (Beaud et Weber, 2003, p39). Comprendre l'importance du climat dans lequel se produit cette interaction sociale suppose de considérer le rapport de confiance entre enquêteur et enquêté comme un impératif de méthode. C'est ce qu'Anne-Marie Granié nomme la « rencontre » car plus qu'un contrat entre deux individus, il s'agit d'une confiance mutuelle accordée qui permet la libération de la parole. Selon Anne-Marie Granié, « *on ne peut véritablement recueillir un récit de vie sans avoir réussi la rencontre avec le « récitant* » » (Granié, 2005, p100). Or les clés de réussite d'une rencontre sont complexes. Elles dépendent tout autant du chercheur que de l'individu enquêté. La rencontre nécessite du temps, de l'empathie et dans un contexte interculturel une connaissance des modes de fonctionnements permettant de respecter les modes d'échanges locaux. Par exemple, nombre de nos contacts avec des guides, des porteurs ou des directeurs de tours-opérateurs se sont faits dans un premier temps dans un bar autour d'une bière. Boisson de la convivialité, la bière traditionnelle (Mbege) ou industrielle joue un rôle majeur dans l'élaboration des rapports sociaux. Le bar est également un lieu de l'espace de vie des travailleurs du tourisme qui y retrouvent leur réseau socioprofessionnel. Comme le rappelle Pourtier au sujet des terrains de recherche dans les pays du Sud, « *la qualité des entretiens passe d'abord par la bouche, celle qui mange et qui boit avant celle qui parle* » (Pourtier, 2007, p443). Le partage de pratiques quotidiennes est également souvent gage de rencontre. Aller voir les acteurs chez eux, dans leur espace de vie, parler avec eux des nouvelles, de la vie, de tout et de rien avant de déclencher le magnétophone ou la caméra. Nos entretiens dans les villages commençaient souvent par l'échange des « nouvelles ». Venant de Moshi avec notre interprète nous étions porteurs des nouvelles de la ville et en échange nos interlocuteurs nous donnaient des nouvelles de leur *Kihamba* ou de leur village. Bien évidemment, notre rythme de travail ne nous a pas toujours permis de prendre ce temps nécessaire. Mais les personnes avec qui nous avons pris le temps d'échanger sont souvent celles qui nous ont le plus appris sur elles, sur leurs pairs et donc sur nos préoccupations scientifiques.

Rencontre et altérité

Si le terrain en « terre connue » pose des questions de proximité des personnes interrogées ou de manque de recul, le terrain dans l'ailleurs, dans l'étrangeté, en somme dans l'interculturel provoque une multitude de questionnements spécifiques auxquels nous avons été confronté tout au long de notre terrain (Louiset, Volvey et al., 2007, p21) :

- Position du chercheur étranger,
- Position d'un chercheur issu d'un pays riche face à un interlocuteur issu d'un pays pauvre,
- Barrière de la langue : entretiens en anglais qui n'est pas leur langue maternelle ou intervention d'un interprète qui pose la question du double filtre, celui de l'interprète et celui du chercheur.
- Décalages culturels pouvant entraîner des malentendus.

Toutes ces questions révèlent la spécificité de notre terrain tropical et font émerger le paradoxe « originel » : comment se rapprocher suffisamment près d'individus différents et méconnus pour établir un rapport de confiance essentiel à la libération de la parole ? En somme, comment s'émanciper des différences culturelles pour réussir la rencontre ?

Dans son article sur le terrain des tropicalistes, Roland Pourtier rappelle que les géographes ont depuis longtemps mené une réflexion théorique sur le terrain et notamment sur le terrain fait dans les pays du sud. Selon lui, le terrain tropical n'a pas réellement de spécificité sinon celle de confronter le chercheur à une altérité parfois totale. En effet, *« bien qu'il n'y ait pratiquement plus de lieux à découvrir, de terrain vierge [...] on peut vivre encore des expériences de grand dépaysement aux fins fonds des forêts équatoriales. L'étrangeté des choses observées affûte le regard [...] Les techniques, les outils, les manières d'être, de se vêtir, de se nourrir, l'architecture des maisons, le fonctionnement de la société et les expressions culturelles, tout alimente la curiosité car tout fait spectacle par le simple fait de l'extrême altérité »* (Pourtier, 2007, p442). Ce « spectacle permanent », nous y avons été confronté dès nos premiers pas au Kilimandjaro. Alimentation, modes vestimentaires, modes de transport, rapports entre les individus, rapports de genre, gestion de la pauvreté dans laquelle de nombreuses familles sont plongées, végétation... Tout nous semblait si différent. Dans ce cadre, *« la prise de conscience de l'étrangeté du terrain et du fait que le chercheur est toujours un intrus produit de l'inquiétude »* (Pourtier, 2007, p443). Inquiétude face à l'autre, inquiétude sur notre capacité à le comprendre, à recueillir ses paroles de manière juste, puis à analyser avec suffisamment de clairvoyance la réalité sociale et spatiale observée afin de proposer

des éléments de compréhension qui soient pertinents. L'altérité met en doute le chercheur parce qu'elle le bouleverse au plus profond de son individualité, remettant en cause ses repères et donc sa capacité à interpréter le réel. L'installation de ce doute a été, nous le pensons, nécessaire pour nourrir notre curiosité et remettre en cause nos préjugés. Nous avons pris conscience que l'image que nous avions du Kilimandjaro, de la Tanzanie ou de l'Afrique subsaharienne en général devait être remise en cause au contact du terrain et des personnes.

Ainsi, nous avons découvert, parfois à nos dépens, que faire une recherche dans un terrain étranger demande du temps. Un temps long, nécessaire pour comprendre des modes de fonctionnement, des modes de penser qui nous sont étrangers, sans juger. L'approche compréhensive que nous avons privilégiée a nécessité un processus lent fait de rencontres, de réflexions personnelles profondes, de silences, d'échanges, de marches, d'interrogations... La nature même de nos terrains souvent inférieurs à trois mois nous est parue parfois paradoxale avec ce temps nécessaire. D'un autre côté, ce rythme alternant entre temps du terrain et temps de réflexion a constitué une aubaine pour « digérer » le terrain, analyser les entretiens et améliorer chaque fois notre approche pour le terrain suivant. De toute évidence, toutes ces étapes intermédiaires ont été des fondements solides pour le moment venu créer des relations fortes avec des acteurs afin de recueillir un discours (filmé ou enregistré) long et généreux permettant d'avancer dans notre réflexion. Les situations d'interconnaissances ont été très variées. Certaines fois avant même de proposer un entretien, nous avons vécu des moments avec les personnes, des moments simples destinés à faire connaissance. Cette approche idéale rappelle la citation d'Anne-Marie Granié sur ces rencontres dans l'interculturel : « *Dès lors que l'individu ou un groupe, rencontre un autre individu ou un autre groupe différent, communique, travaille, partage des moments de vie [...] des éléments de culture en présence s'interpellent, se bousculent, se complètent, se remplacent et construisent ce que j'appelle « un nouveau territoire culturel » : le territoire de l'entre soi, de l'entre nous* » (Granié, 2004). D'autres fois pour des raisons techniques nous n'avons pu prendre le temps de construire dans la durée ce territoire de « l'entre nous ». Par exemple lors d'entretien loin de Moshi nécessitant un trajet long, il était difficile de prendre ce temps nécessaire et de revenir quelques jours après pour réaliser l'entretien enregistré. Ces contraintes ont pu être parfois dommageables à la qualité de l'entretien tandis que d'autres fois, la « rencontre » s'est faite

de manière plus naturelle et le temps de l'interconnaissance, même court à suffit. C'est là, la *magie* des rapports humains dont le chercheur est aussi dépendant.

Grilles d'entretien

Nous avons dans le cadre de nos entretiens conversationnels élaboré des grilles d'entretien au sens où Bourdieu les concevait, c'est-à-dire avec l'objectif d'instaurer une « *relation d'écoute active et méthodique, aussi éloignée du pur laisser-faire de l'entretien non-directif que du dirigisme du questionnaire* » (Bourdieu, 1993). Ainsi entendue, la grille d'entretien n'est pas un outil de planification qui sert à verrouiller l'échange, mais plutôt une forme d'aide-mémoire des thèmes qui nous semblent pertinents à aborder d'une manière ou d'une autre avec la personne interrogée. Cet outil permet de transformer et de formaliser des interrogations abstraites et des hypothèses de travail en une succession de thèmes, structurés. Par ailleurs, ces grilles d'entretien font suite à une phase d'entretiens exploratoires dont l'analyse nous avait permis de faire émerger les thèmes importants au regard de notre problématique de recherche et en fonction des catégories d'acteurs interrogés.

Notre utilisation des grilles d'entretien a été très hétérogène selon les personnes enquêtées, les situations et les rapports de confiance élaborés. Systématiquement, nous avons fait l'effort de ne pas tomber dans l'interrogatoire en transformant les thèmes de la grille d'entretien en questions fermées. Parfois nous nous sommes fortement appuyés dessus (notamment dans les premiers entretiens) tandis que dans d'autres cas, la grille mémorisée et la nature de l'échange ont permis de s'en détacher complètement. Finalement la construction de nos grilles d'entretien a été presque plus importante en amont des entretiens, nous permettant de formaliser nos réflexions abstraites et nous rassurant dans notre démarche.

Dans cette méthode d'enquête, à mi-chemin entre l'entretien semi-directif et l'entretien libre, nous nous sommes également attachés à laisser place aux digressions, aux évocations de l'enquêté car c'est parfois dans ces espaces de liberté *conversationnelle* que le chercheur découvre des éléments omis dans sa grille d'entretien. Ces digressions si elles ne prennent pas le pas sur l'« information cible » (celle qui est sollicitée par la grille d'entretien) permettent en effet de faire parfois émerger des thèmes insoupçonnés et dont l'intérêt peut se révéler bien plus tard au moment de la retranscription ou de l'analyse. Par

exemple, lors d'un entretien avec un jeune guide en cours de création d'un tour-opérateur, l'échange a dévié pendant un long moment sur la musique américaine, le *Hip Hop* qu'il affectionnait particulièrement. A priori, et ce fut notre ressenti sur le moment, ce thème ne faisait pas partie de notre grille d'entretien et s'éloignait de notre problématique « tourisme et paysannerie ». Pourtant, en relisant l'entretien (une fois retranscrit), nous avons pris conscience que ses affinités musicales nous informaient de l'imprégnation culturelle occidentale à travers un mode d'habiter qui était devenu urbain en raison de l'implication de ce jeune homme dans l'activité touristique. Au travers de ce qui aurait pu passer pour une digression, il y avait finalement l'expression d'une évolution identitaire forte liée au mode de vie urbain et à la confrontation de cette jeunesse aux référents culturels occidentaux véhiculés par la télévision, Internet ou la radio. C'était donc une information majeure pour prendre la mesure des effets de l'urbanisation des modes de vie sur les travailleurs du tourisme.

Ainsi, après avoir une phase d'entretiens exploratoires, de lectures diverses et l'identification de catégories d'acteurs, nous avons élaboré des grilles d'entretiens adaptées. Ses grilles d'entretien avaient toute un tronc commun et variaient selon les catégories d'acteurs. Les questions de recherche ont été transformées en thèmes et sous thèmes.

Dans le cheminement de la conversation avec la personne enquêtée, nous nous sommes également appuyés sur des techniques spécifiques de relance, soit pour demander des précisions sur un thème abordé, soit pour solliciter habilement le traitement d'un thème non traité soit pour vérifier des éléments mal compris. Ces interventions ou relances répondent elles aussi à une méthodologie assez précise pour éviter de perturber la parole construite, pour ne pas tomber trop facilement dans un échange du type question/réponse, pour ne pas rompre le fil du discours produit. Jacqueline Freyssinet-Dominjon distingue trois techniques de relance que nous avons en effet mises en œuvre sur le terrain (Freyssinet-Dominon, 1997, p162) :

- **Les questions directes**, sans en abuser au risque de tomber dans un entretien directif ont été utiles à certains moments clé et avec certains interlocuteurs. Par exemple, pour certains acteurs, le rapport enquêteur/enquêté est un rapport mentalement préconstruit qui ne peut se faire sans une certaine forme de direction.

La parole a ainsi du mal à démarrer avec une consigne de départ. Les réponses sont courtes et l'élaboration du discours difficile. Certaines questions directes peuvent alors venir au secours de ces blocages. Par ailleurs, les questions directes ont aussi été utilisées en fin d'entretien pour avoir des informations non pas d'ordre personnel mais des informations plutôt formelles. Par exemple, à la fin des entretiens avec les voyageurs nous posons une série de questions techniques sur le chiffre d'affaires, sur le nombre d'employés ou sur les fréquentations touristiques.

- **Les interventions de relance** ont servi à solliciter la personne interrogée afin qu'elle traite plus précisément un thème qu'elle a elle-même abordé mais de manière trop succincte. Il s'agit souvent d'éléments qui font partie de la grille d'entretien mais qui ont été abordés de manière superficielle.
- **Les reformulations**, « *servent à vérifier le niveau d'adéquation entre enquêteur et enquêté quant au signifié d'une partie du discours de l'enquêté* » (Freyssinet-Dominon, 1997, p162). Il s'est agi alors de reformuler une pensée de l'interlocuteur ou de synthétiser une partie du discours pour à la fois se mettre d'accord sur le sens de ce qui a été dit et pour nourrir l'échange qui va alors rebondir et se développer sur ce thème. La reformulation est une méthode que nous affectionnons particulièrement car par l'utilisation des termes mêmes de l'interlocuteur, elle évite d'orienter de manière trop faussée le discours. Elle contribue à rester dans l'univers langagier du locuteur ou de la locutrice. En ce sens, elle évite autant que faire se peut de perturber le cadre de référence de l'enquêté.

Ainsi entendue, notre méthodologie de terrain a donné lieu au recueil d'une information dense et diversifiée nécessitant une analyse adaptée afin de contribuer à la compréhension de notre problématique de recherche.

Figure n° 6 : Thèmes communs des grilles d'entretiens

<p>Thème de la trajectoire sociale et culturelle</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Espace d'origine➤ Structure familiale➤ Type d'exploitation➤ Identité culturelle	<p>Thème de l'habiter en ville</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Les lieux fréquentés en ville et les fonctions de ces lieux➤ La représentation de la ville➤ Rapport à l'éloignement de la famille➤ Modes de consommation
<p>Thème de la trajectoire professionnelle</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Formations suivies➤ L'entrée dans le monde du travail➤ Les conditions de l'arrivée dans le secteur du tourisme➤ Les représentations du tourisme	<p>Thèmes de l'habiter au village</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Mobilité village / Ville (raisons, fréquences)➤ Liens au Shamba➤ Réseau familial➤ Place de l'agriculture dans rythme de vie➤ Evolution du Kihamba➤ Circulation des revenus du tourisme➤ Représentation de l'agriculture, de son évolution de son avenir
<p>Thème du travail touristique</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Les espaces fréquentés / Mobilités➤ L'utilisation des revenus➤ Les conditions de travail➤ Les conditions de l'évolution dans la hiérarchie du tourisme➤ Les relations professionnelles avec les pairs, avec la hiérarchie➤ Les réseaux professionnels➤ Rapports avec les autorités du Parc➤ Rapports avec les touristes➤ Les compétences maîtrisées	

2- L'ANALYSE DU DISCOURS

La phase d'analyse du discours a pour objectif de passer d'un discours de sens commun produit par les acteurs interrogés à un discours scientifique permettant d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de recherche. La nature de cette analyse peut varier énormément selon les méthodes choisies et la place que le chercheur accorde au discours dans sa restitution. Dans notre cas, comme nous l'avons précédemment évoqué, le discours revêt un caractère central dans notre recherche et à travers son analyse nous souhaitons véritablement appréhender les logiques des acteurs qui sont au fondement de la construction des territoires. Par ailleurs, le choix d'une double écriture géographique (film et texte) repose en grande partie sur cette posture scientifique de mise en valeur de la connaissance produite par les acteurs. Le discours, analysé, interprété selon une méthodologie spécifique est alors mis en scène pour traduire notre analyse de la réalité sociale et spatiale.

2.1- L'analyse comme fondement d'une approche qualitative

Par rapport à des méthodes quantitatives (questionnaires, statistiques), la mise en avant du discours des acteurs comme élément central de la démarche de recherche pose un certain nombre de questions en termes d'analyse et de restitution. Comme le rappelle Jacques Coenen-Huther dans l'utilisation des entretiens, « *le risque est grand de tomber dans le piège de la fausse facilité. Une sociologie que d'aucuns n'hésitent pas à qualifier ironiquement de « sociologie du magnétophone »* » ((Coenen-Huther, 2001, p 21). Ces interrogations ne disqualifient pas pour autant cette méthodologie de l'entretien conversationnel ou de l'entretien semi-directif qui correspond justement dans l'histoire de la sociologie à une prise de conscience des limites propres aux méthodes quantitatives et aux entretiens directifs (questionnaires) qui étaient présentés dans les années 1950 comme une réponse fiable à la résolution de problématiques sociales. Pourtant, comme le rappelle Jacques Coenen-Huther, docteur en sciences sociales, « *l'entretien directif fondé sur un questionnaire standardisé a montré ses limites. Actuellement, de nombreux chercheurs donnent la préférence à des formes plus souples de contact avec la population cible* » (Coenen-Huther, 2001, p 12). Les géographes eux aussi font de plus en plus appel à ces

formes de recueil de la parole des acteurs et accordent à l'analyse du discours une place croissante dans les recherches universitaires.

Les questions sur les méthodes d'analyse restent toutefois très prégnantes en géographie et il suffit de parcourir les bibliothèques de géographie pour prendre conscience des carences en termes d'ouvrages méthodologiques concernant l'analyse des discours. C'est donc tout naturellement que nous nous sommes tournés vers la sociologie et l'ethnographie pour construire à la fois nos outils de recueil et nos outils d'analyse du discours. La présence dans notre comité de thèse d'une sociologue (Anne-Marie Granié) et d'un cinéaste travaillant notamment sur le discours et le cinéma (Jean-Pascal Fontorbes) a été un atout majeur pour *naviguer* dans ces méthodologies mal maîtrisées à l'origine. Par rapport à l'exploitation des discours, Jacques Coenen-Huther rappelle les réflexions entreprises par Dubar et Demazière qui distinguent trois postures méthodologiques possibles dans ce domaine: une posture illustrative, une posture restitutive et une posture analytique. Ces auteurs favorisent clairement la dernière posture en soulignant qu'entre « *les significations manifestes et le sens latent doit nécessairement s'interposer un réel travail d'analyse* » (Demazière et Dubar cité par Coenen-Huther, 2001, p 23). Dès lors il ne s'agit pas d'utiliser les entretiens de manière isolée pour illustrer ou appuyer une thèse venant du chercheur. Il s'agit plutôt d'élaborer une analyse dans laquelle entre en compte l'ensemble des entretiens dans leur cohérence propre et dans leur cohérence générale, de faire des rapprochements entre parole d'acteurs, observation de terrain et lectures, un processus long permettant de passer de la parole de l'acteur à l'élaboration d'une connaissance scientifique.

Ainsi, chaque entretien a été retranscrit (même ceux capturés à la caméra) dans son intégralité et étudié selon différentes étapes d'analyse. Les entretiens individuels ainsi analysés permettent de passer d'une expérience individuelle à une connaissance sociale. En effet, « *en sciences sociales, la méthode repose sur un paradoxe puisqu'elle s'attache à comprendre le collectif à travers l'individuel, et le social dans le particulier. Pourtant, cette apparente contradiction se dénoue si on accepte le principe selon lequel apparaît dans chaque personne la synthèse individualisée et active d'une société et que chaque individu représente la réappropriation singulière de l'universel social et historique qui l'environne* » (Freyssinet-Dominjon, 1997, p16).

2.2- Analyse thématique et analyse intermédiaire

Avant la mise en place de notre grille d'analyse, nous avons procédé à deux types d'analyses permettant de dégager les thèmes récurrents des discours et les postures des locuteurs par rapport à ces thèmes.

L'analyse thématique

Dans un premier temps, nous avons procédé à une analyse thématique permettant d'aborder les discours par le prisme de nos hypothèses de recherche. Cela nous a permis d'identifier les thèmes (et sous thèmes) récurrents dans les entretiens. De cette façon, pour chaque thème, nous avons pu observer les différentes manières de les aborder selon les catégories d'acteur et les spécificités propres aux enquêtés.

Par exemple, le thème « Arène sociale du tourisme » n'était pas abordé de la même manière selon que le locuteur était un porteur, un guide ou un tour-opérateur. Les rapports de forces, les règles internes et les réseaux mobilisés sont différents selon les catégories des acteurs, mais également leur ancienneté ou la formation suivie. Le sous thème « Formes de solidarités traditionnelles et tourisme » a par exemple été lui aussi abordé de manière différente selon les travailleurs du tourisme. Certains soulignant l'importance de maintenir ces formes de solidarités, d'autres évoquant le poids de la redistribution, alors que d'autres encore exprimaient le besoin de s'en émanciper et témoignaient des logiques plus individuelles.

Figure n° 7 : L'analyse thématique

<p>La pluriactivité des travailleurs du tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourisme et modes d'organisation pluriactifs : rythmes quotidiens, hebdomadaires, saisonniers. • Espaces de la pluriactivité et mobilités géographiques. • Circulation de l'argent. • Les compétences mobilisées. • Les identités professionnelles. • Les stratégies individuelles et collectives. 	<p>Tourisme et activité agricole</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les formes de solidarité traditionnelle : la circulation de l'argent du tourisme dans le <i>Shamba</i>. • Les mobilités ville campagne : l'habiter au village / l'habiter en ville • Les représentations du monde rural, de la paysannerie. • Du <i>Shamba</i> au tourisme. 	<p>Arène sociale du tourisme et interactions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les rapports de clientélisme • Les rapports au sein de la hiérarchie du tourisme • Les espaces de structuration des réseaux professionnels • L'émergence de solidarités au sein des réseaux professionnels. • Les règles de l'ascension dans la hiérarchie du tourisme : stratégies • Émergence de compétences spécifiques. • Rapports entre travailleurs du tourisme et Parc National.
<p>La mise en tourisme du Kilimandjaro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Images et mise en image : requalification du territoire rural. • Construction du territoire touristique au Kilimandjaro : lieux, espaces, réseaux. • La production locale d'une image du Kilimandjaro : territoire hérité, territoire construit : le rôle des acteurs commerciaux du tourisme. • Touristes et représentation du territoire. 	<p>Les relations entre travailleurs du tourisme et touristes</p> <ul style="list-style-type: none"> • La rencontre et la non rencontre. • Régulations internes : la codification des rapports sociaux. • La rencontre dans l'interculturel, confrontation des valeurs. • Rythme du touriste / Rythme du porteur : la rencontre et le temps. 	<p>Tourismes culturels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourisme alternatif et réappropriation du discours international. • Reconvoquer et réinvestir l'étage café-banane pour le tourisme culturel. • Le rôle des politiques. • Médiatisation de l'activité agricole au travers du tourisme culturel. • Rencontre et tourisme culturel : mythes et réalités.

*Analyse intermédiaire*¹⁹

Dans un deuxième temps, nous avons affiné l'analyse en nous intéressant aux « phrases noyaux de sens » et aux « mots clés » permettant d'identifier le niveau d'implication des acteurs dans leur discours et de préciser la manière dont les thèmes sont

¹⁹ Pour la mise en forme de l'analyse intermédiaire nous nous sommes appuyés sur la thèse de Sébastien Rayssac, 2007, p159.

abordés (Bardin, 1977). Cela nous a également permis d'identifier les valeurs qui se dégagent des termes utilisés et les catégories d'attitudes (cf. figure 8).

Figure n° 8 : L'analyse intermédiaire (Granié, 2002)²⁰

Mise en évidence des phrases noyaux de sens et des mots clés

Dégager les catégories d'attitudes

- Affirmation, doutes, contradiction

Dégager les valeurs auxquelles se réfère le locuteur

- Valeurs sur les collectifs (« nous », « on », « les gens du village », etc)
- Valeurs sur les rapports de forces (« les guides ils nous prennent nos pourboires », « l'état devrait aider les tours-opérateurs locaux plutôt que d'exonérer les tours-opérateurs étrangers qui ont plus de capacités financières »).
- Valeur affective (« je n'aime pas ce travail », « je rentre au village que lorsque j'ai gagné de l'argent, pas d'argent pas de maison, c'est dur »)
- Valeur sur les rapports de genre (« ma femme reste à Mwanga, elle garde les enfants », « j'ai 4 brebis achetées avec l'argent du tourisme, c'est ma femme qui les garde »).
- Valeur sur l'identité professionnelle (« je suis cuisinier, c'est moi qui gère ça dans les ascensions », « avant j'étais porteur, pendant plusieurs années, maintenant je suis passé guide, c'est mieux, c'est moins dur »).
- Valeur sur le lien social, les rapports d'entraide (« j'ai un frère et deux sœurs et mes parents ne peuvent pas payer l'école pour tous, alors c'est moi qui les aide, c'est normal », « quand je rentre au village j'amène mille shillings à mes parents »).
- Autres valeurs : sécurité, profit, pénibilité, .

Implication de l'acteur dans son discours

- Utilisation du « je », « nous », « ils », « les autres ».
- Repérage des identités sociales et culturelles.

²⁰ GRANIE Anne-Marie (2002). L'analyse intermédiaire. Polycopiés de cours de méthodologie dans le cadre de la formation doctorale ESSOR (Notes de cours).

2.3- Le discours révélateur des trajectoires sociales des acteurs et des représentations socio-spatiales qui sous-tendent les pratiques

Dans un deuxième temps, l'analyse du discours a été réalisée par la mise en œuvre d'une grille d'analyse en prêtant une attention spécifique à trois dimensions : les trajectoires sociales, les représentations socio-spatiales des acteurs et les stratégies (individuelles et collectives). Au travers de ces trois dimensions, il s'agit d'appréhender la manière dont chaque acteur s'insère dans la production de la ressource touristique.

Les trajectoires sociales des acteurs

La dimension temporelle a été privilégiée dans l'analyse des discours pour recomposer les trajectoires sociales des acteurs. Cette perspective permet de mettre en avant les évolutions que les acteurs ont connues tout au long de leur vie, les choix réalisés et les ruptures éventuelles dans cette chronologie. Les espaces sont également mis en scène au travers de ces trajectoires, entre espace de travail, espace familial, espace de loisir, etc. Cette approche nous a semblé adaptée dans un contexte de crise à la fois des systèmes de production, de l'économie et de certaines formes de régulations traditionnelles. En effet, l'approche par les trajectoires de vie permet de mettre en lumière des adaptations différenciées en fonction de la personnalité de chacun, des réseaux mobilisés, et de nombreux autres facteurs. Comme le rappelle Bernard Charlery de la Masselière, « *on a longtemps inscrit la diversité des exploitations familiales ou des producteurs dans des catégories relativement bien définies en fonction du produit dominant, du lien foncier, de la main-d'œuvre mobilisée [...] On insiste aujourd'hui plus, d'une part, sur l'improbabilité et le caractère contingent des initiatives qui transgressent les catégories pré-établies et, d'autre part, sur la différenciation aléatoire au sein de mêmes catégories. La notion de « trajectoire » essaie de rendre compte de ces dynamiques plurielles, qu'il paraît difficile d'unifier dans une classification ordonnée, tant elles semblent dépendre de circonstances particulières qui démultiplient les cas de figure. La crise économique a sans doute fragilisé l'ensemble des positions acquises, les rendant plus sensibles à la conjoncture et aux événements de la vie. Chacun est ainsi amené à se déterminer en fonction de son histoire personnelle, de son ou ses statuts, de ses compétences, de ses réseaux sociaux ou financiers, des opportunités du marché, etc.* » (Charlery de la Masselière 2002, p221).

La mobilisation des trajectoires sociales dans l'analyse des discours se traduit par une attention spécifique donnée aux indicateurs temporels. Ils viennent ponctuer le discours et permettent de situer dans le temps les différentes positions, métiers ou expériences évoqués par la personne enquêtée. Cette approche est d'autant plus pertinente dans le cas des acteurs paysans du tourisme au Kilimandjaro que la situation économique engendre de fortes mobilités sociales et professionnelles. Il n'est pas rare qu'un guide de trente ans ait été porteur, mécanicien, cuisinier, puis qu'il ait repris des études dans le tourisme, et que ce parcours soit en plus ponctué d'allers-retours au *Kihamba* où il garde une activité de production agricole. Cette mobilité sociale se traduit bien évidemment par une mobilité géographique, une mise en relation de l'espace qu'il faut analyser à l'aune de ces trajectoires pour comprendre les rapports au territoire. Par ailleurs, les changements de métier ou les ruptures dans les trajectoires de vie trouvent des explications diverses : besoin ponctuel d'argent (mariage, décès, investissement), rencontre qui fait entrer l'acteur dans un réseau professionnel nouveau, influence familiale, projet personnel, besoin de s'éloigner des contraintes traditionnelles, etc. En somme, les systèmes explicatifs développés par les personnes interrogées pour justifier ou légitimer ces changements nous informent également des intentions qui sous-tendent les pratiques socio-spatiales des acteurs.

Les représentations socio-spatiales des acteurs

Au côté des trajectoires sociales des acteurs auxquelles nous avons accordé une attention particulière dans notre analyse des discours recueillis, les représentations socio-spatiales ont également focalisé notre attention comme *schéma pertinent du réel*. En effet, dans cette approche, nous considérons les représentations comme « *un guide de compréhension des comportements et de l'organisation de l'espace [...] À travers la recherche des représentations, ce que l'on veut mettre en évidence ce sont les logiques qui gouvernent les hommes dans leur relation à l'espace* » (Guérin, 1989, p34). Il s'agit en effet d'une appropriation de ce concept issu de la psychologie sociale et de la sociologie dans le cadre d'une analyse géographique puisque nous souhaitons comprendre comment les représentations ont une incidence sur les pratiques spatiales. Denise Jodelet souligne ainsi que les représentations ont une *visée pratique*. Ce concept désigne « *une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun [...] il désigne une forme de pensée*

sociale. Les représentations sont des modalités de pensée pratique, orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal [...] Le marquage social des contenus ou des processus de représentation est à référer aux conditions et aux contextes dans lesquels émergent les représentations, aux communications par lesquelles elles circulent, aux fonctions qu'elles servent dans l'interaction avec le monde et les autres » (Jodelet, 1984, p367).

Notre recherche portant en partie sur la requalification de l'espace rural à travers l'activité touristique et sur la mise en image de cet espace au travers de logiques de *mise en produit*, l'identification des représentations nous a permis de décrypter le regard porté par les acteurs sur leur territoire en changement. Socialement produites et appropriées différemment par chaque acteur, ces représentations nous informent sur l'identité des acteurs, sur les référents partagés au niveau collectif et sur le rapport à l'espace. Jean-Claude Abric identifie quatre fonctions principales des représentations qui nous intéressent: les fonctions de savoir, les fonctions identitaires, les fonctions d'orientation et les fonctions justificatrices :

- Les **fonctions de savoir** permettent de comprendre et d'expliquer la réalité. Ce savoir est de l'ordre du savoir « commun », du « savoir ordinaire ». Il permet aux individus, comme le souligne Moscovici, d'acquérir des connaissances et de les assimiler par un fonctionnement cognitif à un système de valeurs auquel ils adhèrent. Ces fonctions de savoir, « *définissent le cadre de référence commun qui permet l'échange social* » (Abric, 1994) et sont donc aux fondements de la communication sociale.
- Les **fonctions identitaires** des représentations sociales permettent de définir l'identité en assurant la cohésion et la spécificité du groupe. Ainsi, comme le souligne Mugny et Carugati, « *les représentations ont aussi pour fonction de situer les individus et les groupes dans le champ social...[elles permettent] l'élaboration d'une identité sociale et personnelle gratifiante, c'est-à-dire compatible avec des systèmes de normes et de valeurs socialement et historiquement déterminées* » (Mugny et Carugati, cités par Abric Jean-Claude, 1994). Cette fonction identitaire renvoie également au rôle de *contrôle social* assumé par la collectivité, par l'intermédiaire des représentations et par des processus de socialisation. Le groupe existe par une identité intrinsèque construite sur un système de valeurs, mais

également par une altérité fondée par rapport aux autres groupes (identité négative). En effet, certains individus ou groupes peuvent dans la confrontation se voir imposer le modèle du groupe dominant comme modèle idéal et inaccessible. Ils fabriquent alors de l'identité négative c'est à dire une forme de non reconnaissance de leur propre identité (Granié, 1979). La fonction identitaire nous apparaît primordiale dans cette optique. A travers l'analyse des entretiens nous avons ainsi pu mettre en évidence des marqueurs identitaires en relation avec l'identité professionnelle, l'identité religieuse, l'identité culturelle ou bien géographique.

- Les **fonctions d'orientations** renvoient au caractère opérationnel des représentations en rapport avec les pratiques et les comportements. « *Le système de prédécodage de la réalité que constitue la représentation sociale en fait [...] un guide pour l'action* » (Abric, *Op. Cit.*). Ce rôle d'orientation est complexe et induit de nombreux facteurs. D'une part, la représentation définit des comportements et des pratiques, ce qui est socialement accepté et ce qui ne l'est pas : c'est le caractère prescriptif des représentations. Par ailleurs, la représentation constitue aussi un *système d'anticipation et d'attente* en rapport avec les événements et les situations. Ainsi, selon Jean-Claude Abric, « *la représentation par exemple ne suit pas, ne dépend pas du déroulement d'une interaction, elle la précède et la détermine* » (Abric, *Op. Cit.*).
- Enfin, les **fonctions justificatrices** « *elles permettent a posteriori de justifier les prises de position et les comportements* ». Ainsi face à une situation donnée, l'individu ou le groupe peut justifier de ces actes en se référant au cadre de valeur que constituent les représentations. Dans cette perspective, la fonction justificatrice rejoint la fonction identitaire puisque dans l'interaction sociale « *la représentation a pour fonction de pérenniser et de justifier la différence sociale, elle peut – comme les stéréotypes – viser à la discrimination ou au maintien d'une distance sociale entre groupes concernés* » (Abric, *Op. Cit.*).

En rapport avec ces fonctions principales évoquées ici, nous pouvons conclure que appréhender les représentations sociales revient à comprendre et à expliquer la nature des liens sociaux qui lient les individus, au travers de leurs pratiques, leurs échanges, dans un groupe donné ou en rapport avec les « autres ». La représentation constitue donc un ensemble d'informations, de croyances et d'attitudes à propos d'un objet donné. Mais ces informations sont structurées, ordonnées.

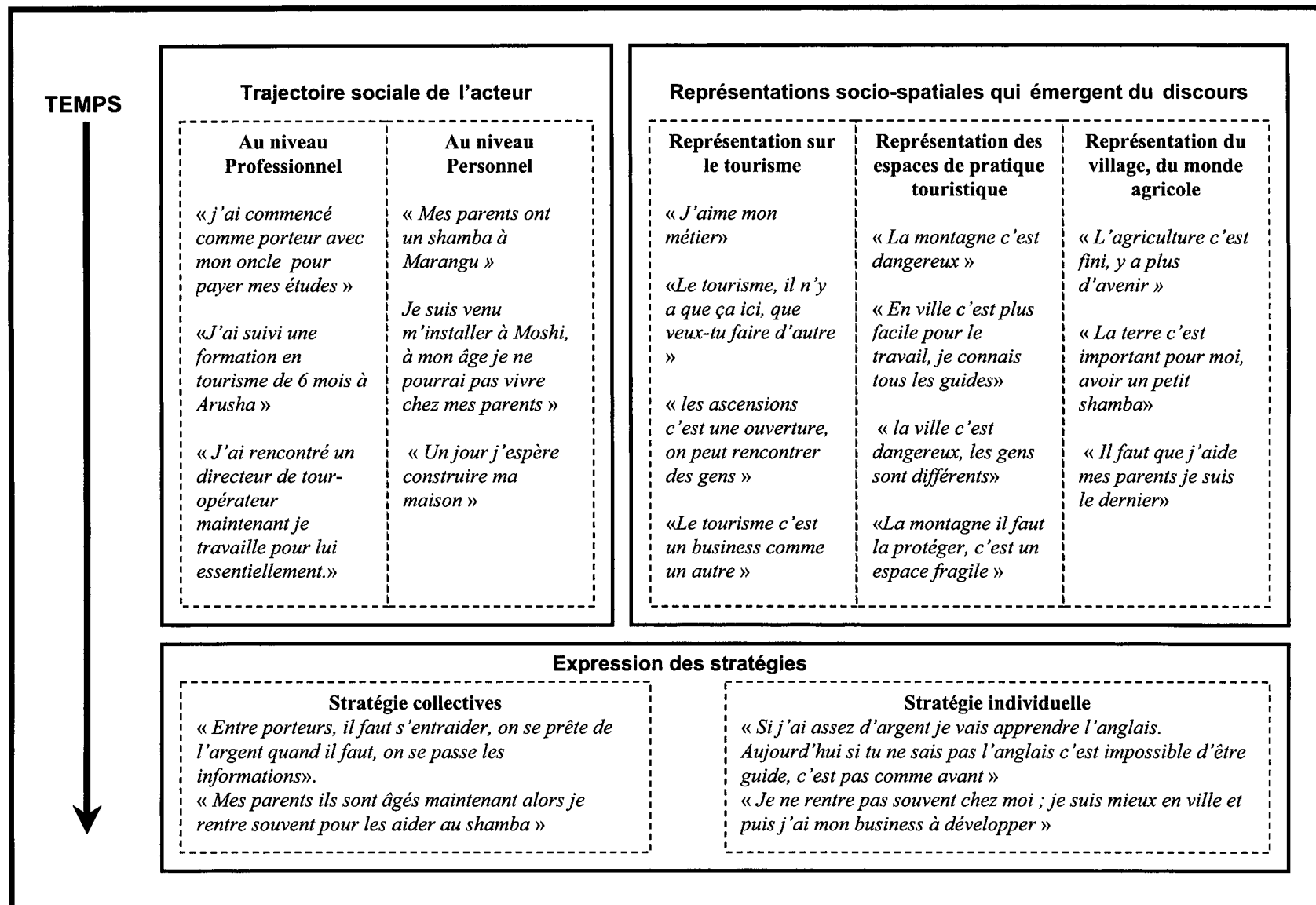
Les stratégies d'acteur

Comme nous l'avons déjà évoqué, le discours permet aux acteurs de légitimer leurs pratiques, leurs choix, en somme d'exprimer les stratégies qui précèdent leurs actions. Ces stratégies peuvent être individuelles (« *je préfère rester en ville parce que je n'ai pas de terre, je vais essayer de monter mon business* ») ou collectives (« *je monte un tour-opérateur comme ça je vais pouvoir embaucher mon frère qui est en train de finir ses études de tourisme* »). D'autre part, les stratégies qui sous-tendent les intentions ne sont pas toujours explicites, il faut alors faire des rapprochements entre différents éléments du discours pour comprendre les logiques des acteurs.

La grille d'analyse ainsi constituée et précédée de l'analyse thématique et de l'analyse intermédiaire nous a permis d'avoir un regard pluriel sur les discours analysés. La manière dont le tourisme s'insère dans les trajectoires des acteurs, les intentions qui sont évoquées dans les choix de vie, les représentations qui sous-tendent l'ensemble du discours (au niveau des espaces de pratiques mais également des collectifs) nous permettent de nourrir notre problématique de recherche.

C'est dans cette méthodologie générale de recueil et d'analyse que nous avons souhaité insérer l'approche filmique, pour enrichir notre analyse géographique et nous permettre de voir différemment la réalité sociale et spatiale du tourisme au Kilimandjaro.

Figure n° 9 : Grille d'analyse



3- LE FILM RECHERCHE COMME OUTIL DE RECUEIL ET D'ANALYSE DE LA RÉALITÉ GEOGRAPHIQUE

La thèse de Jean-Pascal Fontorbes (chercheur au Laboratoire Dynamiques Rurales) intitulée *Le corps du regard* évoque la contradiction au cœur de laquelle se trouve l'image dans le monde universitaire. « *Il y a un paradoxe à se trouver aujourd'hui dans une société submergée par les images et les sons et des lieux de formation qui résistent à donner une véritable place au cinéma en tant que savoir comme trace du réel, lu d'un certain point de vue, interprété, recomposé par le réalisateur* » (Fontorbes, 2003, p224). Le cinéma, qui a aujourd'hui à peine plus de cent ans, présente en effet la particularité d'être mobilisé par la quasi-totalité des secteurs de la société qui se le sont approprié à des fins propres reconnaissant ses potentialités énonciatives. À la manière de l'écrit, le film est désormais partout : film artistique, film de propagande politique, film d'information journalistique, film pédagogique, film de récit de voyage, etc. Bien évidemment, cette omniprésence n'est pas gage à elle seule de la pertinence de ce langage ; elle nous informe toutefois, que l'écrit et la parole ne sont plus désormais les seuls médias de la pensée et elle nous invite à prêter attention à cette forme de construction de la connaissance pour en mesurer les contraintes et les potentialités. Or aujourd'hui, seule la communauté scientifique semble opposer une résistance à ce langage particulier, le restreignant au mieux à sa dimension illustrative loin des ambitions de véritable forme de connaissance scientifique que lui prêtent certains chercheurs. Pourtant, l'intérêt de chercheurs pour ce mode de pensée est ancien et anticipe le boom que l'image a connu ces dernières années avec l'émergence de la vidéo numérique. Michel Burnier, dans un article dédié à la place de l'image à l'université et dans les recherches en sciences sociales, rappelle à notre mémoire la tenue d'un séminaire conduit par des chercheurs du CECMAS (centre d'étude des communications de masse) en 1966. Un des points de départ de ce séminaire était déjà le paradoxe d'une société submergée par l'image et d'une communauté scientifique qui la reléguait au second plan : « *les images visuelles sont partout, le discours à leur propos presque nulle part. Les rares tentatives de recherches théoriques sur l'image, sans parler des films scientifiques autres qu'illustratifs, sont dédaigneusement écartées par l'université. Cet état de fait, on le sait, perdurera longtemps et bloquera l'émergence d'un champ spécifique de recherche en images et sur les images* ». Burnier appuie son propos en relatant le sentiment d'échec des précurseurs dans cette dynamique (Pierre Naville,

Edgar Morin, Pierre Bourdieu, etc.) qui ont le sentiment d'avoir échoué et qui ont « *délaissé l'idée d'un possible développement des études et expérimentations audiovisuelles hors de l'industrie du cinéma et des médias* » (Burnier, 2006, p53).

Cette forme de « chape de plomb » sur le film scientifique perdure encore aujourd'hui, mais connaît, semble-t-il, quelques évolutions invitant au débat et à la discussion. En effet, Fiéloux et Lombard constatent que « *de plus en plus d'institutions de recherche et d'enseignement dans le domaine des sciences sociales [...], sont traversées par des débats, des controverses et des doutes concernant la place de l'image dans la recherche et l'enseignement* » (Fiéloux et Lombard, 2006, p23). Ces débats, s'ils n'ont pas encore conduit à un consensus sur l'intérêt de l'image en sciences sociales, témoignent toutefois d'une dynamique nouvelle. En effet, de nombreux laboratoires organisent désormais des séminaires sur des questions associant cinéma et sciences sociales. Le laboratoire Dynamiques Rurales dont nous faisons partie, a créé par exemple il y a quatre ans le séminaire *Société images et sons* et destiné à rassembler des chercheurs sensibles à cette approche et à proposer un lieu de discussions. La multiplication de rencontres scientifiques et d'ouvrages traitant de cette question constitue donc le signe de changements tant dans les pratiques que dans les représentations collectives au sein de l'université. Nous avons souhaité associer notre travail de thèse à cette dynamique, pour contribuer à notre échelle, à comprendre comment l'audiovisuel peut être un moyen de compréhension du réel. Cette décision prise en accord avec notre comité de thèse a bien évidemment eu des incidences à tous les niveaux de la recherche.

L'idée du film recherche est intervenue en deuxième année de notre thèse suite à une réflexion sur notre production scientifique et sur notre capacité à la partager. Un échange riche s'est alors ouvert au sein de notre comité de thèse qui, jugeant le projet intéressant, proposa l'intégration d'un chercheur-cinéaste, Jean-Pascal Fontorbes. Ainsi complété, le comité de thèse se composait désormais de nos deux directeurs de thèse géographes (Bernard Charlery de la Masselière et Marie-Claude Cassé), d'une sociologue (Anne-Marie Granié) et d'un chercheur-cinéaste (Jean-Pascal Fontorbes). Les échanges qui ont émergé de ce collectif furent riches et nous conduisirent à l'adoption d'un projet de film dans le cadre de la thèse, un film-recherche permettant de compléter l'analyse géographique écrite par une analyse géographique filmée. Dès lors, nous avons entamé un apprentissage technique pour nous permettre de maîtriser les outils de la production du

langage audiovisuel: familiarisation avec les outils de capture (caméra, pieds, micros...), apprentissage des techniques de tournage sur le terrain (cadrage, gestion de la lumière, mobilité caméra au poing, gros plans, plans serrés...) et formation au montage avec des outils informatiques spécifiques. Tout cela a été facilité par l'appui de notre laboratoire, l'accompagnement de Jean-Pascal Fontorbes et la mise à disposition de matériel professionnel par l'Ecole Nationale de Formation Agronomique (ENFA).

La capture des images destinées au film-recherche fut donc entreprise dès le troisième terrain de recherche. Les images recueillies ont fait l'objet de pré-montages²¹ permettant à la fois de parfaire notre technique de montage mais également de communiquer à l'aide du film lors des rencontres scientifiques. Ainsi, entre 2006 et 2008 nous avons présenté quatre communications scientifiques sous formes de films et six au total qui avaient pour objectif de présenter notre démarche en double écriture (cf. Annexes n°2, Communications scientifiques et film). Ces expériences nous ont permis de partager notre travail avec d'autres chercheurs, de mettre en discussion cette double écriture et de faire émerger un nombre important de questions sur l'utilisation de l'écriture filmique, sur le statut du film dans la recherche ou sur le moyen de traduire en film une analyse géographique. Peu à peu, par le regard sur le terrain au travers de la caméra, par la confrontation au matériau recueilli sur le banc de montage ou par les divers échanges avec des scientifiques, nous avons forgé la conviction de l'apport de l'écriture filmique en sciences sociales et en géographie plus particulièrement. Reprenant les interrogations des anthropologues nous nous interrogeons : « *Est-il encore possible de parler d'une transe de possession sans en montrer des images et ces images peuvent-elles avoir une valeur conceptuelle parce qu'elles introduisent cette tension particulière entre le geste, la parole, le regard de l'un et sa réception, son interprétation par tous les autres ?* » (Fiéloux et Lombard, 2006, p25). Est-il encore possible de parler de paysage en géographie sans en montrer les composantes, les spécificités, les traces complexes laissées par les sociétés au cours de l'histoire ? Est-il encore possible de parler d'interaction sociale, d'arène du tourisme, sans montrer ces gestes, ces regards, ces paroles qui sont au fondement de l'interaction entre porteurs, guides, touristes ? En somme est-il possible de parler de la réalité sociale et spatiale sans en montrer une image recueillie, analysée et recomposée

²¹ Il s'agit de restitutions audiovisuelles intermédiaires qui permettent soit de commencer une mise en forme partielle à partir des vidéos recueillies soit de traiter d'une question spécifique de la recherche (comme un article scientifique par exemple).

traduisant une pensée scientifique ? Pourquoi l'image ne pourrait-elle pas traduire une pensée scientifique au même titre que le texte et la parole. Un malentendu « originel » semble exclure l'image de la production scientifique : « *le langage – parlé ou écrit – susciterait des pensées alors que les images ne susciteraient que des émotions* » (Tisseron, 2006, p65). Au cœur de cette controverse nous souhaitons témoigner et démontrer que l'écriture filmique est un outil de connaissance, une véritable production scientifique répondant à une démarche spécifique et apportant un regard original sur le monde qui nous entoure pour contribuer à sa compréhension.

Ainsi, la discussion de la légitimité du film comme production scientifique doit être selon nous abordée sur deux registres différents :

- D'une part, il faut placer le débat sur la représentation collective de l'image au sein de la communauté universitaire afin de mieux appréhender les raisons de sa mise à l'écart. Pourquoi l'image est-elle souvent réduite à l'illustratif ? Quels sont les éléments théoriques, historiques qui permettent de comprendre cette exclusion ?
- D'autre part, il s'agit de comprendre ce que l'écriture filmique apporte à l'analyse en sciences sociales en termes scientifiques? En d'autres termes, il nous faut définir ce que le film apporte de différent et de nécessaire dans la compréhension des phénomènes sociaux et spatiaux.

3.1- Le film comme production scientifique : histoire et perspectives

La place de l'image dans la production de la pensée (religieuse, philosophique, scientifique) est le produit d'une histoire longue et nous ne pouvons aborder la question du film scientifique en excluant une perspective historique.

La représentation de la communauté scientifique à l'égard du film

Anne-Marie Granié, dans son habilitation à diriger des recherches synthétise la représentation dominante dont bénéficie le film dans la communauté universitaire : « *Le cinéma aurait donc un caractère insuffisamment scientifique [...] Il y a véritablement de la méfiance à l'égard de l'image* » (Granié, 2005, p96). Selon la sociologue, cette méfiance

trouve son origine dans la construction même des disciplines en sciences sociales qui se sont établies et légitimées à partir d'approches théoriques et conceptuelles écrites reléguant au second plan la perception visuelle. Elle note chez les universitaires une représentation *a priori* négative de l'écriture cinématographique, une posture de méfiance systématique que l'on ne retrouve pas dans le cadre d'un ouvrage. En effet, « *le film est bien plus souvent critiqué dans ses fondements scientifiques que ne l'est un livre. Le cinéaste documentariste est par exemple toujours invité à s'exprimer (« avouer») sur l'état de ses relations avec les filmés (les acteurs de son ou de ses terrains), à raconter la rencontre, le vécu* » (Granié, *Op. Cit.*). Dans cette même optique Friedman rappelle qu'encore aujourd'hui « *les films documentaires de chercheurs n'obtiennent généralement pas la même reconnaissance que des publications écrites. Autrement dit, le cinéma documentaire, même s'il a trouvé une place dans les universités sous l'appellation d'anthropologie ou de sociologie visuelle, n'a pas la légitimité de l'œuvre de recherche savante écrite* » (Freidmann, 2006, p8).

Le constat d'une représentation collective négative à l'égard du film au sein de la communauté scientifique semble donc évident ; si on lui accorde volontiers le statut d'illustration d'une recherche, celui de pensée scientifique lui est encore souvent refusé. Michel Brunier qui partage ce constat propose dans une perspective historique des clés de compréhension de ce rejet manifeste. Selon lui, « *cet échec tient essentiellement à la déconsidération dans laquelle la religion puis la science ont tenu l'image pendant des siècles. Pour le christianisme, l'image est un reflet déformé de la divinité, juste bon à impressionner l'imagination irrationnelle du petit peuple. L'islam pour sa part bannit l'image. En fait, la puissance des religions était fondée sur l'autorité des écritures sacrées et savantes [...] Source à la fois religieuse et scientifique de la métaphysique moderne, le texte interprétatif a pour but de rendre clair ce qui est obscur, de fixer le savoir dans l'écrit et d'accéder à la vérité essentielle. En un mot, pour la culture de la pré-modernité rationaliste, l'image reste un simulacre trompeur et allégorique, et la vérité réside dans les textes. Selon l'auteur, cette déconsidération ancienne influence donc le rapport que les sociétés occidentales, et au sein de ces dernières les scientifiques, entretiennent aujourd'hui avec l'image. De fait, l'image ne peut prétendre dans la communauté universitaire à un statut scientifique. En effet, « puisque le texte fait savoir, ce qui n'est pas écrit n'est pas scientifique et reste incompréhensible » (Burnier, 2006, p54). Il faut en outre rappeler en*

terme de comparaison historique, que si l'écrit à plus de cinq mille ans²², le cinéma lui existe depuis à peine plus de cent ans. Cette différence majeure n'est certainement pas étrangère à l'acceptation distincte des deux modes de construction de la pensée.

Les réticences de la communauté universitaire à l'égard du film ont donc des origines lointaines et une réalité contemporaine dont nous proposons une répartition en trois points distincts :

- **Une représentation dominante réticente à l'association film/science** : dans nos sociétés contemporaines, les dimensions ludiques et artistiques du film dominent, le cinéma est d'ailleurs qualifié de septième art. Nous allons au cinéma « passer un bon moment », nous distraire. Nous regardons la télé pour nous informer, pour nous évader. Rarement l'intention qui conduit vers un film correspond à la volonté d'enrichir une connaissance scientifique, d'aborder une problématique de recherche. Même à l'université, les films sont généralement projetés en fin de semestre comme moyen de détente. En quelque sorte, le film n'est pas « pris au sérieux » comme source de connaissance scientifique. Pour souligner le poids des représentations dans la réception d'un message audiovisuel, Fabienne Thomes rappelle une étude de M. Chailley qui a montré que « *la télévision pouvait faire apprendre si tant est qu'on lui prêtait ce type d'intention* » (Thomas, 1997). Pour prolonger cette réflexion, nous pourrions ajouter que le film peut transmettre de la connaissance scientifique si tant est qu'on lui prête cette capacité.
- **Une méconnaissance des procédés de production** : un autre aspect concerne la connaissance des processus de construction propres au film. En effet, l'écriture audiovisuelle repose sur des techniques spécifiques, des méthodes de recueil (cadrage, réglages sons, lumières, etc), des méthodes de restitution (montage, rythme, enchaînements, etc), en somme des méthodes propres qui forment une *grammaire*. Or, si chacun d'entre nous a appris à écrire un texte depuis son plus jeune âge, rares sont ceux qui ont appris à tenir une caméra, à manipuler un ban de montage, à réaliser un entretien filmé ou à écrire avec de l'image et du son. De fait ne maîtrisant pas le processus d'élaboration d'une écriture filmique, il est difficile d'évaluer une connaissance scientifique produite en film. Cette question de maîtrise

²² La première trace écrite retrouvée date du quatrième millénaire avant J-C. Il s'agit d'un écrit sur une pierre d'argile découverte en Mésopotamie. Pendant plus de 2 000 ans, l'écriture cunéiforme est utilisée en Mésopotamie mais aussi chez les Babyloniens, les Assyriens, les Akkadiens.

des outils de production nous semble essentielle pour expliquer le sentiment de manipulation qui se dégage souvent des spectateurs confrontés au film. En effet, les conditions des entretiens, les choix réalisés dans le montage sont généralement plus remis en cause que les choix réalisés par le scientifique à l'écrit. Or, ce manque de maîtrise des outils de production filmique est en contradiction avec la démarche scientifique qui fonde son évolution sur la mise en discussion des outils théoriques et méthodologiques. Comment discuter une approche filmique sans maîtriser un minimum de technique audiovisuelle ? Il semble donc difficile d'interpréter une information scientifique dont les processus de production sont ignorés ou méconnus par les récepteurs. Une méfiance légitime s'installe donc chez les scientifiques à l'égard d'une pensée dont ils ne maîtrisent pas les procès d'élaboration.

- **Polysémie de l'image** : Un dernier aspect réside selon nous dans la nature même du message audiovisuel. Le film de par sa nature propose au récepteur un nombre important d'informations de manière simultanée : l'image revêt donc un caractère polysémique (images, sons, relations, émotions, ambiances, etc.). Cette richesse d'informations peut nous semble-t-il « effrayer » ou « déstabiliser » des récepteurs habitués à concevoir le message scientifique de manière écrite. C'est pourtant en raison de cette polysémie que le film trouve un intérêt en sciences sociales permettant par l'association du son, de l'image, et des couleurs de proposer une analyse différente du réel. Ainsi, « *la nécessité d'interpréter un texte n'est pas tout à fait du même type que celle d'interpréter une image, qui, contrairement au texte, ne dispose ni de dictionnaire ni de grammaire pour être déchiffrée et comprise* » (Serge Tisseron cité par Friedmann, 2006, p9). Seul l'enseignement du cinéma, des processus de production et des règles d'écriture filmique peut remédier à cette carence et atténuer le sentiment de manipulation que ressentent parfois des personnes confrontées à un film.

Les réticences de la communauté universitaire à l'égard du film nous semblent donc plus provenir d'une représentation collective négative et d'un manque de connaissance des processus d'élaboration des productions filmiques que de critères purement sémantiques pouvant priver le langage audiovisuel de la capacité à exprimer une connaissance d'ordre scientifique.

L'apport du film dans la démarche scientifique

La question de l'écriture filmique, comme production scientifique, est donc une question complexe qui associe à la fois la nature même ce langage (fait d'images et de sons) et sa représentation sociale. En 1987, dans le cadre d'un séminaire intitulé *Pratiques audiovisuelles en sociologie* (Nantes 1987) Monique Haicault se positionnait déjà très clairement sur le potentiel scientifique du film et contribuait à différencier le film illustratif du film scientifique : « *Ecrire avec images et sons, de la connaissance scientifique élaborée, cela revient à construire, découper, organiser les images pour communiquer de la connaissance sociologique [ou géographique] . Ceci est tout autre chose que donner à voir du social par l'image ou illustrer par l'image un discours élaboré dans le langage verbal ; ça n'est pas non plus agencer ensemble des images recueillies sans plan de tournage, espérant qu'elles sauront parler d'elles-mêmes. Ce double transfert avec transformation est pour moi spécifique d'un travail avec et sur les images qui se veut scientifique* » (Haicault cité par Granié, 2005, p97). Le film scientifique comme le texte scientifique se caractérise donc par une démarche propre répondant à une problématique de recherche et mobilisant une approche théorique et méthodologique. Ainsi, « *L'image ne doit pas être réduite à la technique, au recueil de données ; l'image est aussi une pensée concrète qui rassemble des éléments tels que des faits, des façons de faire, des dire, des sentiments. Les images montrent, mais pas n'importe comment ; elles traduisent un point de vue sur la réalité. Dans la rencontre entre la sociologie et le cinéma, ce point de vue est à la fois produit des investigations et des processus de construction du rendu. Le savoir sociologique peut passer par le canal de l'image à condition que les images et les sons soient compris dans leurs dimensions techniques, esthétiques et sociales* » (Granié, 2005, 105).

Le film doit donc être ici considéré, au même titre qu'une recherche écrite, comme une production scientifique, produite par un chercheur à la fois soumis à ces représentations du monde et du réel et motivé par une démarche scientifique reposant sur des choix théoriques et méthodologiques. Pris ainsi, le film ne doit pas être envisagé comme « la réalité » mais comme une analyse de la réalité, un regard. En effet, « *le film documentaire encourt plutôt le risque d'être pris pour une reproduction du réel, alors que le réel n'est que le matériau du film documentaire. Pour le spectateur qui succombe à cette illusion, le réel devient alors ce qu'il voit à l'écran, alors qu'il n'est que ce que le filmeur lui montre. L'image est un signe du monde ; elle ne se confond pas avec le monde, sans*

quoi on réduirait l'image à du pur visible, et le film s'abolirait en tant que langage cinématographique » (Freidmann, *Op. Cit.*). Ainsi, les choix élaborés au montage interviennent après différentes phases d'analyse. Dans un premier temps, toutes les images sont visionnées et classées selon un découpage précis du réel (catégories d'acteurs, d'espaces, types d'interactions, etc.). Cette première analyse permet également de revoir les données recueillies, d'avoir une démarche réflexive sur notre comportement pendant les entretiens, une autoanalyse importante qui permet de contextualiser les données recueillies. En effet, « *L'image porte quelque part en elle, explicitement ou non, les marques du regard dont elle est l'aboutissement. En d'autres termes, l'image est un « montré » qui porte en lui le point de vue particulier de celui qui l'a créée* » (Terrenoire, 1985, pp509-527). Après cette première étape, les entretiens réalisés ont été retranscrits et analysés de la même manière que les entretiens enregistrés au magnétophone. Les entretiens filmés viennent ainsi s'ajouter au corpus d'entretiens. L'analyse des discours des acteurs est donc faite de manière globale. Plus tard, le montage filmique va permettre à la manière de l'écrit le passage du discours des acteurs à une connaissance scientifique. L'agencement des entretiens les uns par rapport aux autres, les lieux filmés, le choix de montrer telle ou telle pratique va nous permettre de construire une analyse géographique. C'est ainsi qu'Anne-Marie Granié considère que « *les options méthodologiques que j'ai développées m'autorisent à considérer les films recherche présentés ici comme produits de connaissance et de création d'un « langage de restitution » de la réalité filmée* » (Granié, 2005, p156). Fabrication d'une connaissance à partir du réel, le film-recherche, fruit d'une méthode à la fois commune à l'exploitation des entretiens sociologiques et propre à la capture audiovisuelle se présente comme une manière différente d'aborder la production scientifique.

Le film peut donc être un discours scientifique si tant est qu'il soit l'aboutissement d'une démarche entendue comme telle et que le spectateur lui accorde ce statut. Mais jamais le film ne doit être confondu avec le réel. Il est un point de vue sur le réel et uniquement ce point de vue (aussi scientifique soit-il). Lorsque nous décidons au montage de mettre en lien un porteur, un guide et une responsable d'ONG qui ne se connaissent pas, nous donnons un sens à la réalité, nous créons un regard sur la réalité. De fait cette relation nouvelle que nous créons est le produit à la fois d'images du réel (les entretiens pris individuellement) et d'une interprétation de ce réel (l'agencement des entretiens les uns par rapport aux autres). De même, lorsque dans le film nous décidons de mettre côte à côte une

succession d'images commerciales du Kilimandjaro (pancartes touristiques, photo de produits alimentaires utilisant le symbole du sommet, etc.) nous décidons volontairement de créer une accumulation pour montrer les procédés par lesquels sont réalisées la mise en produit d'un territoire et sa requalification dans le cadre du tourisme. Au même titre que l'écrit ou la parole – mais avec une *grammaire* différente – le film peut donc servir à exprimer une pensée scientifique. Dans ce cadre, le montage constitue donc une étape primordiale dans le processus de production filmique. « *Le montage définit le film et le fait advenir. L'acte du chercheur qui écrit peut s'exprimer par un « j'écris donc je suis », tandis que le cogito du filmeur c'est de dire « je monte donc je suis »* » (Friedmann, 2006, p15). Cette phrase de Friedman illustre bien le sentiment qui se dégage chez le chercheur-cinéaste à mesure que sa pensée prend forme au cours du montage. C'est dans ce moment, dans cette étape ultime de la fabrication du film que prend forme la pensée. « *Le montage sépare et – de ce fait – met en relation ce qui est filmé et ce qui ne l'est pas, ce qui est su et ce qui ne l'est pas, l'inconscient des personnages et celui du filmeur* » (Friedmann, *Op. Cit.*). Il faut alors sélectionner des images, en écarter d'autres, choisir des enchaînements, des discours, des paysages, des actions...qui vont servir un propos, notre propos, en relation avec la problématique de recherche et avec les analyses des entretiens réalisés.

Pour conclure cette réflexion sur le statut scientifique du film, il nous semble important de relayer cette pensée de Friedman qui revient sur la distinction entre film – écrit et fiction. « *Le documentaire, même réalisé par un chercheur, reste un film et n'échappe pas à la fiction (reconstruction d'un espace-temps, mise en scène de personnages qui se connaissent et se leurrent, position du spectateur, ubiquité de la caméra, etc.). Mais qu'en est-il d'une recherche écrite dans le champ des sciences humaines ? Peut-elle échapper complètement à des formes minimales de fictionnalisation littéraire ? Dans un chapitre intitulé « Les risques de l'écriture », Bourdieu note : « transcrire, c'est nécessairement écrire, au sens de réécrire : comme le passage de l'écrit à l'oral qu'opère le théâtre, le passage de l'oral à l'écrit impose, avec le changement de support, des infidélités qui sont sans doute la condition d'une vraie fidélité »* » (Freidmann, 2006, p17). Sans ambiguïté, Anne-Marie Granié rappelle donc que le film a sa place à côté de l'écrit et de l'oral « *c'est un objet de pensée au même titre qu'un ouvrage, qu'une communication. Cette affirmation est loin d'être acceptée par la communauté scientifique* » (Granié, 2005, p168). Le travail cinématographique a donc une place dans la construction de la connaissance scientifique en sciences sociales. Il permet

« une réévaluation complète de ce qu'est la connaissance et de la façon dont elle est produite [...] à condition de bien choisir, de ne pas prendre le documentaire pour « un morceau de réalité » ni pour « un morceau de pédagogie » mais pour ce qu'il est... un regard qui prend le risque de comprendre » (Geneviève Jacquinet cité par Fontorbes, 2003, p226).

3.2 – Le terrain caméra au poing

Regarder l'espace, les paysages ou les populations avec la caméra change tout entier le rapport que l'on tisse avec le terrain. On voit différemment avec l'œil de la caméra mais on est également vu différemment. L'homme à la caméra n'est plus un chercheur comme un autre, tantôt il attise la curiosité, tantôt provoque la méfiance mais jamais il ne laisse indifférent. « *La caméra – oeil mécanique et électronique – au service du filmeur a toujours affaire à l'altérité. Elle est donc relation à l'autre. Elle n'est pas transparente* » (Friedmann, 2006, p16). C'est donc un objet qui vient se mettre entre le chercheur et le terrain, entre le chercheur et l'interviewé, un objet qui s'insère dans la relation et lui donne une dimension nouvelle.

Ainsi, il nous a fallu sur le terrain à la fois *apprivoiser* l'outil et nous familiariser avec ce rapport nouveau qu'il provoque. La première fois que nous avons enclenché la caméra, c'était l'été 2005, lors de notre troisième terrain. Il s'agissait d'une petite caméra numérique, sans prétention, identique à celle que les touristes utilisent dans leurs voyages. La relative discrétion du matériel nous a permis de nous familiariser « en douceur » à ce nouveau rapport au terrain et de prendre confiance au fil des entretiens filmés. Les objectifs de ce premier terrain étaient divers :

- Faire des repérages filmiques de lieux, d'acteurs clés, d'espaces spécifiques.
- Mesurer l'accueil de la caméra sur le terrain et notre capacité à capturer des images intéressantes et de qualité.
- Évaluer les autorisations spécifiques liées à cette pratique.
- Continuer notre recueil d'informations.

Le deuxième terrain en mai juin 2006 fut lui plus *professionnel*, doté d'une caméra semi-professionnelle (Sony PD 150), d'un pied et de micros performants adaptés aux situations d'entretiens. Sur les deux mois de tournage nous avons également bénéficié de l'aide de Jean-Pascal Fontorbes sur le terrain durant un mois. Son approche de l'image, son expérience nous ont permis d'améliorer notre manière de filmer et d'être avec la caméra. L'échange également sur le terrain, le double regard cinéaste-géographe se sont avérés riches. Le tournage a été guidé par un scénario que nous avons établi en comité de thèse, scénario destiné à traduire en langage cinématographique notre analyse géographique. S'il a évolué au contact du terrain, du hasard des rencontres et au fil du montage, ce scénario a été précieux pour éviter de se « perdre » sur le terrain où tout semble digne d'être filmé. Le scénario, fruit d'analyses intermédiaires et de réflexions, guide le tournage sur le terrain facilitant les choix de ce qui doit être filmé et de ce que l'on peut écarter pour produire ensuite notre analyse filmique.

Au total nous avons ramené des deux terrains près de 55 heures de films ; entretiens, pratiques spécifiques, paysages, lieux clés du tourisme, *Kihamba*, etc. Toutes ces images sont en définitive un ensemble de paroles et de pratiques qui contribuent à leur échelle à la production du territoire chagga aujourd'hui. Un ensemble de données qu'il nous a fallu par la suite analyser, classer, découper pour produire notre film-recherche.

La rencontre avec la caméra

Etrangement, la caméra nous est apparue sur le terrain non comme un inconvénient pour tisser les liens de confiance nécessaires à l'échange mais plutôt comme une force accélératrice. En effet, bien souvent la caméra est vécue par les personnes interrogées comme le signe d'un intérêt à leur égard, comme le révélateur que ce qu'elles sont et ce qu'elles font est digne d'intérêt. Bien sur dans certains cas (très rares) nous avons été confrontés à des réactions d'opposition, parfois violentes. Mais de manière générale et contre toute attente, la caméra a plutôt constitué un passeport vers l'échange humain. Ainsi, « *c'est le type de contrat passé entre la personne qui filme et la personne filmée qui crée souvent des conditions d'intensité chez ces dernières et permet que certaines réalités profondes émergent spontanément dans la parole comme dans les comportements* » (Thierry Garrel cité par Granié, 2005, pp118-119). Par exemple, lorsque nous regardons

l'intégralité de l'interview de la mère de Lameck²³ dans son étable, nous ressentons cette intensité. A la fois dans ses gestes (elle donne à manger au bétail pendant l'interview) et dans ses paroles (elle se confie sur la disparition inexplicable de son mari, sur la perte d'un de ses enfants, sur l'émigration de ses autres enfants). Dans cette expérience, la caméra totalement acceptée et le rapport de confiance établie, nous ont permis nous semble-t-il de vivre un moment riche humainement et scientifiquement passionnant. Les informations recueillies dans le cadre de cet entretien filmé ont été déterminantes dans notre démarche pour appréhender les rapports entre les travailleurs du tourisme migrants et leur famille restée au village. Pour définir ce genre de rencontre, Piault nous rappelle que « *l'enregistrement cinématographique [...] conduit à s'approcher à une distance qui n'est plus celle d'une simple observation, c'est celle d'une proximité sensible et d'un dialogue proposé* » (Piault, 2000).

Comme nous l'avons déjà évoqué, toute situation d'entretien est une situation « artificielle », une situation provoquée. La caméra rajoute à la nature de cette interaction sociale une spécificité que la personne enquêtée perçoit comme telle. En effet, la caméra capture l'image de la personne interrogée et bien souvent la mise en scène qui en découle est bien plus préparée que dans le cadre d'un entretien enregistré au magnétophone. Il faut toujours garder en mémoire comme le rappelle le cinéaste Jean-Pascal Fontorbes que la caméra n'est jamais oubliée par l'interlocuteur ; il l'accepte, éventuellement il se l'approprie ou « joue avec », mais jamais il ne l'oublie. De fait, « *la caméra ne devient pas invisible, mais fait partie du collectif. Elle est dans la situation. C'est à cette condition que certaines séquences de rituels intimes ont pu être filmées* » (Granié, 2005, p112). Ainsi, comme pour l'entretien enregistré au magnétophone nous considérons que le chercheur avec sa caméra fait partie intégrante de la situation observée. La prise en compte de cette évidence permet d'entamer une démarche réflexive d'auto-analyse et d'intégrer dans l'analyse des données recueillies les effets induits par notre présence. « *Le chercheur est conceptualisé comme une partie de la réalité sous investigation. Ici, on tient pour allant de soi que l'observateur altère ce qu'il observe, mais que ces altérations font partie de l'objet d'étude. Dans la première perspective, les perturbations provenant des effets de l'observateur sur l'observé sont des interférences, dans la seconde ce sont des données* » (Cassel et Wax cité par Granié, 2005, p114). Par exemple lorsque nous regardons les

²³ Lameck est un porteur que nous avons suivi dans le cadre de la réalisation du Film recherche. Nous avons rencontré sa mère qui tient un shamba sur la planèze de Machame.

images que nous avons tournées avec Jean-Pascal Fontorbes à l'entrée du Parc de Marangu une scène interpelle, tant la présence de la caméra est prégnante dans le regard des personnes filmées. En effet, chaque porteur avant de partir pour une ascension doit se soumettre au contrôle de son paquetage par les *rangers* du parc, une réglementation destinée à éviter les surcharges que pourraient imposer les voyageurs ou les guides. Il s'agit donc d'un moment important de la préparation, une étape qui peut donner lieu à des dessous de table pour faciliter la montée de porteurs surchargés. Cette scène, filmée avec une permission des autorités du parc est très révélatrice de l'influence de la caméra sur la situation observée. En effet, ici la caméra n'est pas acceptée par les *rangers*, ils se sentent surveillés et témoignent de leur mécontentement par leurs attitudes et leurs regards. Notre présence dérange, l'élaboration d'un rapport de confiance préalable au tournage n'a pas été directement établie.

Ces altérations de la réalité sont-elles problématiques ? Mon comportement sur le terrain est-il de nature à modifier l'information recueillie ? Le sens recueilli en est-il déplacé ? terni ? travesti ? Je ne le crois pas. Jean- Pascal Fontorbes qui se pose ces mêmes questions dans son doctorat, adopte une posture réflexive : « *Je n'ai aucune idée véritablement arrêtée. C'est selon. Mais, je me place dans une quête de savoir qui est située dans le temps et l'espace et donc par nature dynamique* » (Fontorbes, 2003, p192). De fait, conscient que la présence du filmeur est toujours ressentie, jamais oubliée et parfois acceptée nous avons tenté chaque fois de trouver « *les conditions filmiques adéquates pour que nos personnages ressentent le désir de s'exprimer. L'exigence était de rechercher le point idéal où l'autre allait enfin donner libre cours à sa parole. S'il est mal situé, mal à l'aise, dans une position d'inconfort affectif, il ne dira rien qui vaille* » (Arlaud, 2006, p82).

Entretien filmé et mise en scène

Lorsque le contact s'établit, que la confiance naît et qu'il faut mettre en place une interview filmée toujours se pose la question de la mise en scène, du plan choisi, du cadre au travers lequel nous allons filmer l'entretien. Parfois cette réflexion est prise dans une forme de tourbillon du réel qui ne laisse que peu de place au doute, le cadre s'impose par lui-même, l'acteur interrogé par la force de sa présence ou de sa pratique va influencer grandement la manière dont on va le filmer. Par exemple, la paysanne de Shimbwe qui

apparaît à la fin du film parle tout en bêchant sa parcelle parce qu'elle consent à nous parler si nous allons vers elle, si nous respectons son activité, sa temporalité. C'est ainsi que le sens qui émerge de cette rencontre doit être considéré dans son ensemble : la parole importe tout autant que les gestes, les positions et les arrêts marqués. Parfois la mise en scène est plus longue, plus réfléchie comme pour Mr Manongi, directeur adjoint du *Mweka Wildlife College* que nous avons filmé avec Jean-Pascal Fontorbes dans la salle de réception de l'Université où sont affichés les trophées représentant les espaces que l'on trouve dans les parcs tanzaniens. Nous avons souhaité par ce choix insérer la parole de cet acteur institutionnel du tourisme dans l'environnement qui caractérise la naissance et le développement du tourisme en Tanzanie : la mise en réserve des espaces et la mise en avant des animaux pour les safaris-photos. En effet, comme nous le verrons plus tard, le tourisme tanzanien s'est développé autour de la mise en valeur de la faune et par le développement de politiques de conservation. L'université de Mweka a joué un rôle majeur dans la formation des responsables des administrations chargées de mettre en place ces politiques de conservation. Ce cadre particulier, qui fait partie de la réalité de cet établissement et qui correspond à une mise en scène choisie par les responsables de l'université pour leur salle de réception, nous est apparu propice pour l'entretien (cf. Illustration 4). Ainsi, comme le rappelle Friedmann, « *le choix du cadre pour le filmeur définit le terrain de son enquête et délimite l'image et la zone de l'image qu'il veut montrer ou cacher. Les propositions visuelles de la caméra doivent être pertinentes d'un point de vue sociologique, car elles induisent des effets de connaissance et de méconnaissance* » (Friedmann, 2006, p17).

Ainsi sur le terrain les rencontres sont variées, les choix également mais toujours nous avons cherché dans nos entretiens filmés à être proche des personnes rencontrées. Une proximité humaine tout autant qu'une proximité physique. Filmer c'est être avec les acteurs, proche des acteurs, à une distance rappelant celle de l'échange entre deux individus. Comme le rappelle Jean-Pascal Fontorbes dans sa thèse en citant Van der Keuken « *la bonne distance pour filmer les gens est celle à laquelle ils peuvent vous donner des coups* » (Van der Keuken cité par Fontorbes, 2003, p14).



Illustration 4 :
Le choix du cadre de l'interview, le sens donné par le réalisateur
© Dascon Juhane, 2008

Filmer dans l'intimité

Cette proximité de l'entretien filmé, c'est aussi celle de l'intimité. Le terrain *caméra au poing*, conduit parfois le chercheur, lorsque la confiance réciproque a été établie, dans l'intérieur matériel et affectif des personnes rencontrées. Face à la caméra, certains enquêtés se livrent et positionnent l'échange au-delà de la simple information, dans leur affectif profond. La posture du filmeur est alors délicate: filmer, ne pas filmer ? Lorsque Amadeus, porteur originaire de Karansi nous invite chez ses parents, nous avons senti en effet un malaise fort. Notre arrivée n'avait pas été annoncée et Amadeus semble-t-il n'avait pas donné de nouvelles depuis des mois ne remplissant pas les obligations de soutien financier qui lui étaient imposées en raison de son statut d'aîné. Malgré un accueil chaleureux des parents à notre égard, le malaise profond qui jaillissait de la relation entre Amadeus et ses parents nous a incommodés : la caméra est restée éteinte. Michèle Fiéloux et Jacques Lombard pensent ainsi que « *l'approche de l'intime nous oblige à nous interroger constamment sur les seuils à respecter pour traiter de l'expression des sentiments sans pour autant dévoiler l'indicible ou rendre plus explicite que nécessaire la manière dont une personne se trouve profondément affectée. Cela peut se traduire concrètement par le fait de décider de ne pas filmer certaines scènes, même si elles sont particulièrement fortes, riches en expressions personnelles et en émotions plus ou moins retenues* » (Fiéloux et Lombard, 2006, p28). De cette rencontre avec la famille d'Amadeus nous n'avons pas ramené d'images, mais des informations sur la complexité des relations entre les migrants et leurs familles. Nous avons appris la manière dont se manifestent les règles de solidarité familiale et la manière dont peut être sanctionné un manquement à ces règles. Nous avons aussi appris (c'était lors de notre premier terrain avec la caméra) que faire un terrain filmé, c'est aussi ne pas filmer, respecter nos interlocuteurs dans leur intimité, leurs malaises, leurs paradoxes.

Filmer avec un interprète

Le terrain à l'étranger pose une question spécifique liée à l'interprétariat dans le cadre des entretiens réalisés dans notre cas en langue swahili ou chagga. Cette question est moins problématique dans le cadre d'entretiens enregistrés au magnétophone puisque leur utilisation écrite fait disparaître l'interprète. Dans le cadre de l'entretien filmé, l'interprétariat a induit de nombreux questionnements. En effet, mener un entretien

suppose une interaction entre l'interlocuteur et le chercheur, rendue possible par une traduction simultanée. Cependant, la coupure incessante de l'entretien par l'intervention de notre interprète n'allait-il pas poser des problèmes au montage ? Nous avons opté pour une traduction par séquences courtes, permettant l'interaction dynamique enquêteur/enquêté et nous avons également opté pour la « transparence » du dispositif au montage. Ainsi, considérant que l'interprète fait partie de la situation de recueil de l'information, nous avons souhaité intégrer au montage des séquences où l'interprète traduit les propos des enquêtés. Ce choix méthodologique nous est apparu indispensable pour témoigner des conditions du recueil de l'information et pour signifier que l'information recueillie passe par le filtre de l'interprète puis du chercheur avant d'être disponible au spectateur. Dans ce cadre, Rosmin Njau, notre interprète et assistant sur le terrain a été d'une grande aide. Nos échanges préalables et notre collaboration tout au long des quatre terrains ont permis de constituer des bases communes garantissant une traduction fiable et respectueuse du vocabulaire des personnes enquêtées. Cela suppose un travail préalable important entre le chercheur et l'interprète pour que ce dernier s'approprie l'intentionnalité du chercheur-réalisateur et les enjeux de la recherche. Cette relation repose sur une complicité et une intercompréhension mutuelle afin de créer pendant l'entretien filmé le moins de biais possible par rapport au film recherche. C'est ce qu'Anne-Marie Granié appelle le don contre don scientifique. En somme, l'interprète fait partie du dispositif de tournage, de la réalité observée ; son placement, ses traductions, ses connaissances et sa compréhension de notre recherche font totalement parties du film. Cette relation privilégiée a été accrue par le dispositif de tournage, puisque Rosmin en plus des enjeux scientifiques de la recherche a dû s'approprier les éléments techniques d'un tournage : apprendre à se placer par rapport à la caméra, apprendre à traduire par séquences sans couper l'interlocuteur, donner de l'importance aux silences avant de relancer, etc. Sensibilisé à notre démarche et à notre questionnement, Rosmin a fait preuve de beaucoup de professionnalisme.

Filmer sur le terrain a donc constitué une véritable expérience, renouvelant notre rapport à l'espace et aux gens et nourrissant notre questionnement. La rencontre avec les acteurs paysans du Kilimandjaro au travers de la caméra s'est avérée riche à tous les niveaux et, nous semble-t-il, a contribué à une meilleure compréhension de la réalité observée. Comme Jean-Pascal Fontorbes nous pensons que « *toutes ces formes de rencontres étaient exceptionnelles, dans le sens où elles nourrissaient immédiatement le corps de mon regard ; c'est à dire une façon d'écouter, de voir, d'imaginer, de*

m'approcher, de m'éloigner, de rentrer dans l'univers du ou des filmés, d'en comprendre le sens, de le construire filmiquement (choisir, assembler des fragments) » (Fontorbes, 2003).

3.3- Les apports du film dans l'analyse géographique

En 1948, un numéro de la *Revue de géographie humaine et d'ethnologie* apparaît avec le titre précurseur suivant : *Cinéma et sciences humaines, le film ethnologique existe-t-il ?* Précurseurs dans les réflexions entre l'image et la science, alors même que le cinéma n'a à peine qu'un demi-siècle, les auteurs de cette revue défendent déjà l'idée que le film est un moyen pertinent pour analyser le réel et transmettre de la connaissance scientifique élaborée. Au sein de ces précurseurs se trouve Robert Lefranc, professeur au Centre audiovisuel de l'Ecole normale supérieure de Saint-Cloud qui entreprend une réflexion sur le film et la géographie humaine : « *Pour apprendre la géographie du monde, l'étudiant a besoin d'expériences variées, concrètes et significatives [...] Intelligemment conçu, le film apparaît bien comme le document le plus fidèle, le « moyen » le mieux capable de mettre en évidence les relations entre l'homme et le milieu où il vit, but de la géographie humaine [...]. Le film doit contribuer à les amener à se poser des problèmes là où ils n'en soupçonnaient pas même l'existence auparavant : on voit différemment par l'intermédiaire de la caméra » (Lefranc, 1948, p53).* Objet de connaissance, le film est donc déjà considéré comme une production à même de traduire une analyse géographique. Notre expérience personnelle, au travers de notre propre aventure audiovisuelle et par l'analyse de films divers nous invite à penser que la géographie en tant que discipline analysant les rapports sociétés/espaces peut s'appuyer sur ce langage spécifique pour traduire différemment sa pensée. L'espace, les paysages, les rapports entre acteurs et les connaissances qui se dégagent de leurs discours prennent une dimension nouvelle dans le langage cinématographique, une dimension qui privilégie la compréhension du monde. A partir de notre travail sur le film, aussi modeste soit-il, nous souhaitons proposer quelques axes de réflexion qui nous conduisent à penser que le film peut être une forme d'expression de la pensée géographique.

Le film comme moyen de restitution des conditions de recueil de l'information

La démarche scientifique, pour valider ses résultats, s'attache à expliciter ses outils de recueil et les conditions de mise en œuvre de ses outils. Dans le cadre de méthodologies privilégiant l'entretien semi-directif ou conversationnel, les chercheurs sont généralement attachés à considérer l'information verbale recueillie mais également les conditions de ce recueil ; en effet, la relation sociale (enquêteur/enquêté) qui se trouve à l'origine de la production du discours recueilli revêt une importance spécifique dans une démarche réflexive. L'analyse de ces conditions permet de mieux appréhender l'information verbale en la situant dans un contexte relationnel précis. Dans ce cadre le film recherche - dans les « morceaux » d'entretiens proposés - intègre la présentation de la relation humaine qui accompagne la production du discours. En effet, comme le rappelle Faguer dans son article sur les *implications relationnelles d'un entretien filmé*, « *la caméra enregistre, à la limite à l'insu du réalisateur et de l'intervieweur, les traces de la négociation qu'implique toute réalisation d'entretien ; cette visualisation de la relation fait nécessairement partie de ce qui est filmé alors que, dans un protocole d'entretiens publiés dans un compte rendu d'enquête, cette partie du travail du chercheur est en général évacuée de l'analyse comme embarrassante ou mieux, insignifiante* » (Faguer, 2006, p91). Par exemple, lorsque nous interviewons avec Jean-Pascal Fontorbes Mr O. Shabhay, directeur d'un tour-opérateur important de Moshi, la mise en scène choisie par l'interviewé lui-même apporte de l'information sur la relation que nous avons établie avec lui : l'homme est assis derrière son bureau imposant, face à un ordinateur portable témoin de son niveau social, il garde ses distances, tente de prendre de la hauteur par rapport aux personnes qui le filment. La relation qui apparaît à l'écran est toute autre, lorsque Lameck, porteur, apparaît dans sa petite chambre de Majengo assis aux côtés de sa femme et d'une amie. La caméra est proche du locuteur, et l'étroitesse de la pièce témoigne d'une proximité enquêteur/enquêté, le chercheur a été accepté dans l'intimité familiale du porteur et les paroles qui découlent de cette relation prennent ainsi une valeur différente (cf. illustration 5). Le film est donc un moyen pour la recherche en sciences sociales et en géographie en particulier de faire émerger les conditions de recueil de l'information. Par cette démarche, le chercheur se dévoile, il met à la disposition des regardants sa posture de chercheur sur le terrain et non plus uniquement l'information sélectionnée et analysée.



Illustration 5 :
Les conditions de recueil restituées par
l'image - le rapport à l'enquête
© Dascon Juhane, 2008

Le film et les informations non verbales

Si l'entretien a pour objet principal de recueillir du discours, tout chercheur averti sur ce type de recueil sait par expérience qu'une partie conséquente de l'information passe par de l'expression non-verbale : regards, crispations, enthousiasme, gêne, concentration, le parler des mains, etc. Toutes les attitudes prises par le locuteur durant son entretien permettent de mieux saisir le discours, de lui donner forme et sens. Par ailleurs, au-delà des attitudes, c'est tout l'environnement de l'entretien qui est information. Le décor intérieur d'une maison, le rapport entre le locuteur et des personnes tierces qui peuvent intervenir, la tenue vestimentaire, la végétation en arrière plan...toutes ces informations qui disparaissent à l'écrit sont conservées par l'image. Or ces informations permettent de situer l'information contenue dans le discours. Lorsque nous interviewons ce jeune touriste américain dans un *cultural lodge*²⁴ sur les hauteurs du Kilimandjaro, en plus de son discours saisissant sur le tourisme culturel, c'est toute une ambiance que nous capturons. Des touristes passent derrière lui témoignant de leur euphorie, sa tenue vestimentaire nous informe de son appartenance culturelle, son regard même lorsqu'il parle du « *mythe du Kilimandjaro* » montre toute la charge symbolique que ce jeune homme accorde au lieu où il se trouve. Comme le souligne Anne-Marie Granié, « *le film permet de saisir, de montrer, d'interpréter tout ce qui relève de la communication non-verbale* » (Granié, 2005, p111). Toutes ces informations - qui échappent même au chercheur le plus méticuleux notant soigneusement les informations sur son carnet de terrain - sont grâce à l'image mises à disposition du chercheur et du spectateur pour ajouter à la compréhension et l'analyse de la réalité. Cela permet par ailleurs à l'enquêteur d'être totalement disponible durant l'entretien et de pouvoir laisser échapper des informations non-verbales qu'il retrouvera sur la bande. Le film, comme « *les photos que l'on peut revoir à loisir, comme les enregistrements que l'on peut réécouter permettent de découvrir les détails inaperçus au premier regard et qu'on ne peut lourdement observer, par discrétion pendant l'enquête* » (Bourdieu, 2000). Combien de fois, en visionnant les images faites sur le terrain plusieurs semaines ou plusieurs mois avant, des détails omis lors du tournage se sont avérés déterminants pour la compréhension du discours ou du réel. Par exemple, lorsque nous filmons Dismas, le guide, de retour à la ferme de ces parents pour une visite

²⁴ *Kilimandjaro View Lodge*, gîte culturel récemment construit sur les hauteurs du village de Shimbwe.

familiale, pendant l'interview devant la maison, son jeune frère vient s'asseoir près de lui (Cf. Illustration 6). Nous n'avons pris conscience de la charge symbolique et du sens de cette image que bien plus tard sur le banc de montage en échangeant avec Jean-Pascal Fontorbes. Dismas, est vêtu tel un européen avec un chapeau qui rappelle ceux des touristes, de belles chaussures, une belle chemise. Son jeune frère, est lui pied nu, et ses vêtements sont plus simples. Dismas, le grand frère, le modèle à suivre, arbore donc tous les attributs de la réussite sociale réalisée grâce au tourisme ; l'impact de cette image n'est pas neutre pour son frère qui se projette dans l'avenir avec cette vision de la réussite de son aîné.



Illustration 6 :
Les informations non verbales, l'image
comme trace du réel
© Dascon Juhane, 2008

En somme, nous avons pris conscience grâce à cette image, trace de notre terrain, que le *tourisme participe à la modification des modes de vie (la façon de s'habiller, d'être, de communiquer)* des guides, des porteurs ou des voyageurs et que ce faisant, par le biais des relations sociales traditionnelles et/ou familiale il influence l'ensemble de la société.

En termes de recueil de l'information, la caméra semble donc d'une grande utilité pour le chercheur souhaitant aller au-delà des mots, en capturant un ensemble d'éléments constitutifs de l'environnement de l'acteur. À ce sujet, comparant les potentialités de l'écrit et du film, Berger rappelle que *« si l'expérience vécue de la pratique est difficile à traduire par l'écriture, elle peut être beaucoup plus facilement rendue perceptible au travers d'images et de sons, mieux à même de recueillir le souci du détail et des traits singuliers du réel qui échappent à la mémoire ou à la rigidité des répertoires lexicaux...les façons de faire, l'expression des émotions, les ambiguïtés des regards et les oscillations des formes de conscience à mi-chemin de l'énonciation et de l'automatisation des conduites incarnent ainsi plus précisément toute la singularité de l'expérience vécue »* (Berger cité par Granié, 2005, p158). Sans aucun doute, l'image apporte donc à la compréhension des individus rencontrés, elle permet *« d'accompagner le mouvement des corps et l'expression des visages dans toute leur continuité, dans leur « temps propre », afin de traduire la plénitude des convictions. Chaque personne interviewée est inscrite, directement ou indirectement, dans le contexte de sa pratique... »* (Fiéloux et Lombard, 2006, p26).

Saisir le mouvement, saisir les gestes (Cf. Illustration 7)

Si les géographes s'intéressent davantage aux mobilités géographiques, aux rapports sociaux, et à des formes d'actions territoriales majeures, il nous semble qu'une forme de connaissance *« transpire »* également de la gestuelle des individus qui nous informe de ce qu'ils sont et de leur rapport à leur espace et leur environnement. Une forme de *connaissance incorporée* qui révèle quantité d'informations sur l'acteur filmé, son identité, sa maîtrise technique, ses connaissances. Par ailleurs, en rapport avec notre approche théorique sur la notion de ressource, nous considérons que la production d'une ressource nouvelle se manifeste en partie par ces gestes spécifiques, témoins du développement de compétences nouvelles ou de l'adaptation de compétences existantes. La ressource touristique est donc aussi produite par l'intermédiaire de cette gestuelle propre, celle qui permet d'organiser le paquetage avant l'ascension, celle qui accompagne la marche lente des porteurs chargés vers le sommet, celle qui se manifeste chez le guide qui doit gérer une multitude de choses avant le départ au niveau du *gate*. Dans son film *Le*

*Rugby dans le cuir*²⁵, Jean-Pascal Fontorbes souligne ainsi l'importance de filmer plus que les mots, l'importance de filmer le corps comme indicateur de la réalité. Le corps est alors considéré comme un moyen d'expression ; les mouvements, les postures résultent d'une identité individuelle et collective et expriment des connaissances incorporées. Ainsi, « *l'homme caméra (dans le sens du réalisateur avec sa caméra) saisit les postures des hommes, leurs manies, leurs gestes, les « choses » qu'ils manipulent, les éléments dont ils sont entourés* » (Fontorbes, 2003, p173). Jean-Pascal Fontorbes cite ainsi Marcel Mauss pour préciser sa pensée : « *on fait un geste non seulement pour agir, mais encore pour que les autres hommes et les esprits le voient et le comprennent* ». Il y a donc au travers des gestes du sens qui se dégage et ce sens, la caméra a le pouvoir de le fixer, de le montrer avec plus d'exactitude et de profondeur que ne le permet généralement le registre lexical. Dans notre film de thèse, nous avons tenté de mettre en scène la gestuelle des acteurs du tourisme comme indicateur de leur identité professionnelle et familiale. Par exemple, dans le montage croisé entre Lameck (le porteur) et Dismas (le guide), nous avons souhaité montrer les gestes qui accompagnent la pratique de leur métier dans le tourisme. Lorsque Lameck revient d'une ascension de six jours en montagne, la caméra le retrouve à l'entrée de Marangu, espace clé pour les touristes qui reçoivent là leur certificat d'ascension du plus haut sommet d'Afrique et pour les porteurs, zone de transition entre espace de travail et foyer familial. Avant de redescendre vers Moshi, retrouver sa femme dans la chambre qu'ils louent dans le quartier populaire de Majengo, Lameck va procéder à une forme de rituel faisant le lien entre son espace de pratique du tourisme et sa vie familiale à Majengo. Un rituel du *nettoyage* destiné à se rendre propre et beau pour retrouver sa compagne. Les gestes qui accompagnent ce rituel intime autour d'un robinet mis à disposition par le parc, la manière méticuleuse de ranger son sac, de se laver, témoignent de l'importance qu'il accorde à son retour, de l'attention qu'il porte à sa femme et de sa manière à lui de clôturer une ascension. La scène où il déballe son sac pour se changer illustre également les compétences spécifiques à ce métier liées au soin accordé au matériel de montagne. Toutes ces informations, qui sont de l'ordre du geste, de la pratique propre à chaque acteur nous informent sur la manière dont Lameck appréhende son métier et incorpore une connaissance spécifique liée à ce métier. Dans un autre registre, lorsque la caméra suit Dismas dans le trajet qui le conduit des locaux de son tour-opérateur vers le marché de

²⁵ *Le rugby dans le cuir*, 1985 réalisé par Jean-Pascal Fontorbes : une saison entière avec l'équipe de Graulhet, une équipe qui ressemble à sa ville, une ville qui ressemble à son équipe. A Graulhet, dans les années 80, le rugby est un marqueur d'identité locale;

Moshi (la veille du départ d'une ascension), elle fixe tout un ensemble de gestes qui sont le témoin à la fois de son statut de guide au sein d'une équipe de porteurs et des connaissances qu'il mobilise pour organiser l'ascension. Ainsi, entouré de quatre ou cinq porteurs et de son cuisinier il pénètre dans le marché à la recherche des vivres pour la semaine d'ascension. Au milieu des étals, Dismas choisit les fruits et légumes, négocie, parlemente, soupèse, ordonne, consulte puis tranche. Tous les gestes qui accompagnent cette scène du marché donnent un sens à ce qu'il nous montre mais également nous informent sur le métier même de guide, sur ses responsabilités et sur les compétences mobilisées. Nous avons également essayé de saisir la pratique paysanne au travers des gestes, ceux de la mère de Lameck notamment, gestes simples dans l'étable familiale qui donnent à voir le mode d'élevage (stabulation), l'alimentation (bananier) et le savoir-faire de cette femme dont la dextérité machette à la main surprend. En somme, comme le rappelle Pierre Bourdieu, « *ce qui est appris par le corps, n'est pas quelque chose que l'on a, comme un savoir que l'on peut tenir devant soi, mais quelque chose que l'on est* » (Pierre Bourdieu cité par Fontorbes, 2003, p176). La gestuelle capturée par la caméra renferme donc des indicateurs identitaires forts qui nous informent sur les identités professionnelles et culturelles des acteurs rencontrés. C'est là, nous semble-t-il, un apport fondamental de l'approche cinématographique qui permet de pénétrer différemment dans la production de la ressource, une production qui modifie à la fois le territoire mais aussi les acteurs impliqués eux-mêmes.

Filmer l'espace, filmer le rapport au territoire

Comme nous l'avons évoqué dans notre approche théorique, il nous importe au travers du prisme de l'analyse de la production de la ressource touristique au Kilimandjaro d'appréhender les territoires en construction. Nous sommes donc au cœur d'une approche territoriale qui s'intéresse à la manière dont les pratiques sociales s'inscrivent dans l'espace, se construisant mutuellement et engendrant des évolutions territoriales. Cette dialectique entre social et spatial nous a semblé primordiale à mettre en avant dans le film.



Les gestes de Dismas au marché :

Dismas, le guide, vient au marché de Moshi avec son équipe de porteurs et son cuisinier afin de préparer l'ascension du lendemain.



Rituel de la toilette, retour d'ascension :
 Lameck, de retour de six jours d'ascension,
 se prépare pour retrouver sa compagne
 (Marangu Gate)



Savoir-faire agricoles :
 Au Kihamba, la mère de Lameck témoigne
 de son identité de paysanne au travers de
 sa gestuelle.



Illustration 7:
Le mouvement et les gestes témoins des
savoirs incorporés et des identités
 © Dascon Juhane, 2008

Nous nous sommes donc attachés à mettre en scène les différentes échelles de l'action, filmant les pratiques spatiales des acteurs, pour révéler comment ils donnent forme et sens au territoire. Nous avons ainsi tenté de mettre en lumière les pratiques des acteurs dans les différents lieux qui structurent leurs territoires. Dans cette perspective, nous n'avons pas souhaité enfermer les acteurs uniquement dans leurs pratiques touristiques, mais bien illustrer la mobilité de ces acteurs entre tous leurs espaces de vie : l'espace de pratique touristique (la montagne), l'espace où se tisse le réseau professionnel (la ville, Moshi), l'espace d'origine (le village, le *kihamba*), etc. Cette mise en avant des espaces, des lieux qui les structurent et de leurs fonctions différentes nous a semblé pertinente pour comprendre la manière dont le tourisme s'insère de manière complexe dans un rapport territorial existant. Nous avons donc opté dans le film pour une approche multiscalaire, montrant au fil des pratiques spécifiques des acteurs leurs rapports différenciés aux espaces. Les lieux apparaissent donc en images et en sons, montrant toute l'épaisseur sémantique de l'espace, aménagé, approprié, socialisé, pratiqué, territorialisé :

- **Le kihamba** : lieu d'ancrage des acteurs, souvent constitutif de leur identité paysanne, espace du réseau familial. La maison familiale, pour beaucoup, représente l'attachement à la terre, même si la pression foncière extrême obère les chances pour les enfants de gérer un jour une exploitation. Malgré les migrations parfois très lointaines (Dar es Salaam, Nairobi) les retours pour des occasions très précises, des rituels (Noël, décès, mariages) sont présentés comme une nécessité « *contribuant au maintien du « nous », à l'expression de l'identité collective* » (Granié, 2005, p129). Le *kihamba* est filmé à plusieurs reprises dans le film et les rapports complexes des travailleurs du tourisme à son égard nous informent de la complexité dans laquelle ces acteurs construisent leur rapport à cet espace dans la mobilité. Pour les porteurs et les guides, le *kihamba* c'est aussi le lieu où s'expriment les règles de solidarité familiale, l'espace où l'on va redistribuer une partie des gains lorsque l'activité touristique a été fructueuse.
- **Le village et l'étage café-banane, les espaces de non lieu touristique** : c'est un lieu d'ancrage secondaire, un repère identitaire fort (« je suis de ce village ») mais c'est aussi l'espace du réseau traditionnel familial. Les oncles, les tantes, les cousins susceptibles d'aider, de donner des tuyaux pour du travail se trouvent souvent au village. Les amis d'enfance également, ceux avec qui on a été à l'école,

et éventuellement ceux grâce à qui on a commencé à travailler dans le tourisme. Les liens au village sont différents d'un acteur à un autre, mais toujours cet espace représente un repère fort dans le territoire. Le village c'est aussi souvent l'étage café-banane, l'activité agroforestière, les travaux agricoles qui rythment les saisons et qui intègrent l'organisation des travailleurs du tourisme. Le village est souvent identifié par opposition à la ville : « *la vie est différente* », « *il y a moins de circulation d'argent au village* », « *pour le business c'est moins facile qu'à Moshi* », « *il n'y a pas internet* », « *la vie est calme au village* », etc (Extraits sélectionnés d'entretiens, Kilimandjaro).

- **La ville** : c'est l'espace qui va être approprié au fur et à mesure que les rapports professionnels qui y sont liés s'y développent. Au départ un espace souvent craint, dévalorisé, effrayant, qui peu à peu est apprivoisé par les acteurs du tourisme, un espace qui devient habité notamment pour ceux qui décident de s'y installer définitivement. Dans la ville se constituent alors de nouveaux réseaux, différents de ceux du village ; c'est donc une identité socioprofessionnelle qui y prend son ancrage. Cet ancrage vient parfois concurrencer fortement le lien au village ; dans certains cas, la concentration de l'activité en ville, la nécessité d'y rester diminue les retours au village, au *kihamba*. La ville est également ponctuée de lieux-clés que nous avons essayé de filmer : le marché, la place de la poste, les locaux de certains voyagistes, la gare de bus, les cybercafé, les hôtels, etc. Ces espaces structurent la ville, une ville requalifiée, qui trouve avec le développement de l'activité touristique une territorialité nouvelle. Centre organisationnel du tourisme, Moshi prend des allures nouvelles, des fonctions nouvelles et les pratiques liées au tourisme y deviennent de plus en plus prégnantes.
- **La montagne** : lieu de la pratique touristique et lieu de construction des identités socioprofessionnelles. Dans la représentation des acteurs interrogés, c'est souvent l'espace qui commence au-delà de la limite du parc. Même à 1500 mètres d'altitude dans l'étage café-banane, les Chaggas ne se sentent pas en montagne. La montagne c'est l'espace du trekking, ce lieu où les touristes affluent pour atteindre le Kibo fantasmé. C'est l'espace où les porteurs et les guides vivent leur profession, construisant une histoire professionnelle propre faite de rencontres, de souffrances, de conflits, de joies et parfois de tragédies. A travers une série de photos prises durant les ascensions, Lameck dans le film construit un récit des ascensions, les liens que tissent entre eux les travailleurs du tourisme et les relations spécifiques

qu'ils entretiennent avec l'espace montagnard se construisent dans la pratique. Cet espace est lui aussi ponctué de lieux-clés. Nous avons fait le choix de ne pas privilégier dans le film l'ascension en elle-même afin de nous concentrer sur les entrées du parc, lieux de départ et d'arrivée des ascensions. Il en résulte une forme d'ellipse de l'ascension au travers des discours des différents acteurs et un intérêt spécifique sur « l'envers du décor », l'ensemble des rapports sociaux qui précèdent et qui concluent une ascension au niveau des *gate*. Ces lieux sont des clés de compréhension des interactions sociales qui régissent le milieu professionnel du tourisme. On y comprend beaucoup de choses sur les rapports touristes/porteurs, porteurs/guides, porteur/rangers du Parc, en somme sur l'arène sociale du tourisme. Les images de ces lieux que nous avons sélectionnées pour le film, sont des images qui souvent nous informent sur les rapports sociaux qui régissent l'activité touristique. La ségrégation spatiale apparaît clairement (séparation des espaces pour les touristes et des espaces pour les équipages : *tourist toilet*), le rôle de contrôle du parc (scène de la pesée, contrôle des papiers), la mise en réserve de l'espace clé du tourisme (chaque entrée du parc est militairement gardée, les villageois attendent dehors espérant vendre quelques souvenirs ou être embauchés), etc. (Cf. Illustration 8).

Illustration 8:
Filmer les lieux de la ségrégation spatiale
© Dascon Juhane, 2008



Des toilettes différentes pour locaux et les touristes



Le jour de départ du groupe de Dismas la pluie complexifie les préparatifs :
Les touristes bénéficient d'un abri pour se changer, tandis que plus loin, les
porteurs se changent sous les arbres.



Au retour d'une ascension, à *Mweka Gate* ou à *Marangu Gate*, les porteurs
profitent de l'eau courante pour faire leur toilette, dehors, tandis que les
touristes regagnent leurs hôtels pour le même rituel.

- Et enfin **l'espace de l'ailleurs**, un espace difficile à filmer, l'espace absent matériellement et présent à la fois dans les discours, les pensées, les projets. Dans des thématiques traitant de la mobilité, de la migration, du tourisme, l'espace n'est pas uniquement l'espace de la pratique immédiate. D'autres espaces prennent place dans les stratégies et les pensées des acteurs. « *Un jour j'aimerais aller en France dans ton pays, on a beaucoup de touristes français qui nous parlent de votre pays* » (porteurs) – « *J'ai de la famille à Dar es Salaam, si je n'arrive pas à gagner assez d'argent comme assistant guide, je partirai peut-être là-bas* » (assistant guide). Cet espace difficile à filmer apparaît dans les discours des acteurs et nous fait comprendre que le Kilimandjaro doit être compris dans un espace ouvert. Mettre en images l'espace de l'ailleurs est pourtant une nécessité. Les paroles des acteurs viennent alors au secours de l'image, pour évoquer les liens tissés au-delà du territoire local, avec des espaces divers, espace d'origine des touristes, espaces de la mobilité chagga, espace du rêve.

L'espace est donc présent à travers le film, nous avons tenté de le mettre en scène, de le montrer à travers la pratique des acteurs et leurs mobilités. Cette dimension spatiale était un des enjeux majeurs de notre approche filmique. Complétant l'approche multiscalaire de l'espace, nous avons également tenté de souligner dans le film la multidimensionnalité du territoire. En effet, le rapport au territoire doit être considéré dans sa double dimension de matérialité et de symbole. D'une part le territoire touristique est objectivable, il correspond à une matérialité quantifiable, il s'agit d'un espace aménagé. D'autre part, il est mis en image, en symbole, certaines dimensions de l'espace sont stéréotypées pour en faire un territoire touristique correspondant ou anticipant les fantasmes des touristes :

- **Le territoire concret, le territoire aménagé** : le territoire touristique prend forme au travers des réseaux de transport, des flux, des aménagements dédiés au tourisme, etc. Ces aménagements traduisent la requalification de l'espace et viennent ponctuer le paysage : hôtels dans les rues de Moshi, Internet café, succession de pancartes de voyagistes, publicités touristiques et signalétique dédiée au tourisme sur la route des entrées du parc. Tous ces éléments du paysage, montrés dans le film renforcent l'analyse géographique pour appréhender la manière dont le

territoire prend forme dans la réalité. C'est dans cette matérialité que l'évolution territoriale est la plus facilement visible. Comme le souligne un responsable de tour-opérateur dans le film, « *il y a dix ans, il n'y avait que quelques hôtels à Moshi [...] aujourd'hui il y a plus de 15 hôtels, et ce sont de bons hôtels* ».

- **Territoire symbolique** : l'espace symbolique, représenté, imaginé. Le tourisme comme activité commerciale repose sur une mise en images de l'espace, destinée à attirer les touristes dans un contexte de mise en concurrence des territoires au niveau mondial. Cette mise en images apparaît bien évidemment dans les agences de tourisme en occident, sur les sites internet, mais également au niveau local à travers les objets souvenirs vendus, à travers les pancartes publicitaires des tours-opérateurs ou tout simplement dans les arguments des *flycatchers*²⁶ qui tentent dans la rue de vendre des ascensions aux rares touristes venus sans réservation. Cette représentation spécifique de l'espace, notamment dans le système explicatif du fonctionnement touristique trouve une place dominante. Le film tente donc de donner une place à cette dimension du territoire pour tenter d'identifier les éléments du réel qui sont mis en scène pour valoriser commercialement le Kilimandjaro.

Enfin, ce territoire construit que nous avons tenté de montrer par le film est aussi et surtout un territoire de la mobilité. Les acteurs du tourisme et les touristes eux-mêmes construisent leurs rapports à l'espace par la mobilité. Nous avons tenté dans le film de mettre en scène cette mobilité. Lorsque un groupe de touriste prend le bus vers le *Machame gate*, ils mettent en relation Moshi, centre organisationnel du tourisme et le Parc National du Kilimandjaro lieu de la pratique de trekking. Lorsque Dismas prend à Moshi un *dala-dala* pour Marangu (vers son village), il met en scène le lien qu'il entretient entre l'espace urbain qu'il habite pour son travail et le *kihamba* familial qui tient une place spécifique pour lui.

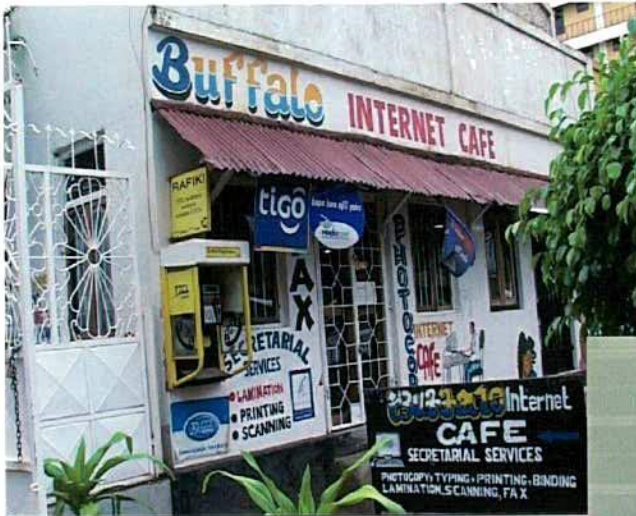
²⁶ Terme qui désigne localement les jeunes hommes qui tentent d'attirer les rares touristes venus sans réserver à l'avance leur ascension dans un tour-opérateur en échange d'une commission.

Illustration 9:
La mise en images des espaces et des lieux
© Dascon Juhane, 2008



Le kihamba et le village

Repères identitaires forts liés à l'activité agropastorale



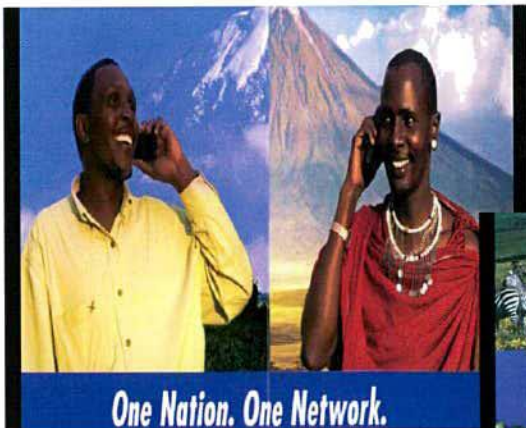
La ville, centre organisationnel du tourisme
 Le paysage urbain et le marquage touristique



La montagne
Espace de pratique du trekking

Kilimanjaro

- the Roof of Africa



L'espace mis en symbole
La montagne devient une icône

Enfin, lorsque la caméra suit un groupe de touristes dans l'étage café-banane sur les hauteurs de *Uru*, avançant lentement dans les méandres des chemins de terre de l'étage café-banane vers la chute d'eau (*Materuni waterfalls*), elle montre la manière dont le tourisme culturel produit des mobilités nouvelles dans cet espace à vocation agricole. La mobilité est donc au cœur du rapport spatial et nous avons tenté avec notre caméra de la montrer pour mieux percevoir son influence sur la construction du territoire touristique. La caméra suit les mobilités des acteurs et le montage restitue cette mobilité par des séquences, à pied ou en transport en commun, qui montrent ce mouvement.

Le film et le commentaire

Le film est en lui-même un commentaire, un récit, un point de vue, celui de son réalisateur qui établit des choix. Pour autant la question du commentaire reste entière et nous a été posée. L'analyse géographique doit-elle prendre la forme d'un commentaire ? Un discours enregistré qui viendrait expliciter la pensée du chercheur. A contrario, le montage, le choix des images, les paroles des acteurs sélectionnées suffisent-ils à faire passer l'analyse du géographe ? Daniel Friedmann rappelle que dans l'histoire du documentaire, le commentaire a longtemps reflété *l'expertise de l'observateur occidental* notamment dans les films s'intéressant aux populations des pays du Sud. Les images étaient alors au service d'une connaissance académique produite selon des signifiants européocentrés. Friedmann situe le tournant de cette pratique avec le film de Jean Rouch, *Moi un Noir* (1959) dans lequel « *pour la première fois, une parole noire entrait en écho avec les situations tournées en images muettes [...] qui permettait enfin de prendre en compte non seulement l'image de l'Autre, mais le son de sa voix [...] sa propre représentation du Monde* » (Jean Arlaud cité par Friedmann, 2006, p13). C'est cette posture que nous avons adoptée pour régler la question du commentaire dans notre film-recherche. Nous avons souhaité que la connaissance (mise en scène par notre montage et nos choix) soit celle que les acteurs du terrain ont de leur propre vie, de leur propre situation. Nous avons donc fait le choix de faire très peu intervenir le commentaire au bénéfice de la parole des acteurs qui est entendue comme un discours construit sur la réalité. Ainsi, nous considérons que les morceaux de discours choisis, leur agencement et leur association à des images sont de nature à transmettre notre analyse de la réalité, de la connaissance élaborée. En somme, c'est le discours des acteurs, sélectionné et découpé par

le chercheur qui crée la connaissance permettant ainsi de passer d'un discours de sens commun à un discours scientifique. Lorsque Dismas évoque ses choix de guide, sa venue en ville pour être plus proche des opportunités d'embauche dans le tourisme, les effets de ses déplacements sur son mode de vie et sur son émancipation des règles traditionnelles, en même temps que défilent les images de la ville, de ses déplacements...il est en fait commentateur de sa propre pratique sociale et spatiale. Certes, cette mise en scène procède de choix que nous avons faits, mais le commentaire est bien celui de Dismas. Le spectateur est ainsi confronté à des pratiques et au sens donné à ces pratiques par l'acteur lui-même. L'apport du film dans cette perspective nous semble déterminant et pose au niveau épistémologique de nombreuses questions. En effet, la connaissance recueillie sur le terrain doit-elle forcément passer par le registre lexical du chercheur pour être considérée comme scientifique ? En somme, le discours recueilli et analysé ne peut-il pas constituer à lui seul une connaissance scientifique ? Notre conviction d'apprenti géographe nous conduit à penser que le film-recherche reposant sur l'analyse puis la mise en scène du discours constitue bien une connaissance élaborée qui contribue à la compréhension du monde. Si à certains moments le commentaire enregistré du chercheur permet plus facilement de faire passer son analyse, l'analyse par la parole des acteurs garde tout son sens et sa valeur scientifique.

Le film comme mode de restitution sans frontière

Le dernier apport du film pour la géographie que nous souhaitons aborder est celui de la restitution. En effet, toute recherche, toute analyse a pour objet d'être communiquée, transmise afin d'être discutée, intégrant ainsi le cercle vertueux de la science qui avance par le partage des résultats, leur mise en débat et leur enrichissement mutuel. Dans ce cadre le film-recherche propose une restitution originale dont la spécificité est d'être présentable à des publics très divers. Nous avons pris conscience de cette capacité du film à transgresser les frontières par la projection de nos pré-montage dans des contextes fort différents. En effet, lorsque nous avons projeté nos films dans des cadres universitaires (séminaires ou colloques) les réactions des regardants (chercheurs, étudiants) se sont situées dans le registre scientifique ; les questions de méthodologie ont été abordées, les choix théoriques, la sémantique propre à l'image, en somme un échange presque similaire à celui qui succède à la présentation d'une communication « classique ». Par contre, lorsque nous avons présenté ce même travail dans des cadres non universitaires (projection

dans notre village, séance auprès d'amis) le message reçu et les réactions ont été différents mais ont témoigné de la transmission de connaissance. Ainsi les questions ou les remarques ont-elles porté sur les conditions de vie des travailleurs du tourisme, sur la végétation, sur le niveau de vie ou sur la culture locale. Il nous semble donc que le film permet de passer les frontières, de transmettre de la connaissance différemment à l'intérieur et à l'extérieur de la communauté universitaire. Contrairement à un article scientifique qui reste très peu accessible à des non spécialistes, le film permet au chercheur de partager plus largement son travail, même si son analyse scientifique ne sera pas perçue de la même manière en fonction des regardants. Les variations de la réception et de l'interprétation du discours du réalisateur sont alors très dépendantes des spectateurs. Nous pensons donc que, *« transmettre de la connaissance avec le film participe à la construction des savoirs, par la mobilisation d'éléments contextués extrêmement divers tels que des situations sociales, culturelles, interactionnelles, montrées, dites, vécues ; des émotions exprimées ; des gestes, des intonations produites ; des lieux, des paysages donnés. Si le film nous échappe, il n'échappe pas aux spectateurs. Ces derniers sont transformés en regardant le film, car il se passe des choses entre eux et ce qui se passe à l'écran »* (Granié, 2005, pp157-158).

Par ailleurs, le film permet au chercheur qui a travaillé longtemps avec les acteurs du terrain, de leur proposer une restitution qui montre le travail réalisé. Plus facilement que le partage d'une thèse écrite ou d'un article scientifique, difficilement déchiffrable par le non spécialiste, le film permet peut-être de faciliter le don contre don nécessaire à l'élaboration de rapports de confiance entre chercheurs et interviewés. Certes, les chercheurs pratiquent depuis longtemps la double écriture pour rendre accessible leur recherche à des commanditaires souvent issus du monde de l'entreprise ou des pouvoirs publics. Le film, de part sa nature permet ce partage, puisque selon le regardant il prendra un sens différent tout en transmettant la pensée du réalisateur. Ainsi, comme le souligne Jean Rouch, *« un film c'est le seul moyen dont je dispose pour montrer à l'autre comment je le vois »* (Rouch cité par Granié, 2005, p111). En somme, pour reprendre les propos du couple sociologue-cinéaste Granié/Fontorbes, l'image conduit à la pratique du don contre don. Le document audiovisuel permet de rendre aux autres un peu de ce qu'ils nous ont donné. Ce dernier élément peut nous semble-t-il contribuer à répondre au complexe du « chercheur-voyeur » ou du « chercheur-voleur » qui ressent parfois ce sentiment dégradant de celui qui vient questionner, ponctionner de la connaissance pour la valoriser

dans un autre monde, pour se valoriser lui-même dans une autre monde, celui de l'université et de la recherche. Le film, comme passeur de frontières, peut contribuer à partager avec les sociétés observées la connaissance produite, une posture qui pourrait changer peut-être le regard que porte la société en général sur le monde de la recherche.

Ainsi, le film s'est imposé dans notre démarche, presque naturellement, comme une évidence, facilitée par un encadrement adapté. Le film est venu nourrir une réflexion entreprise depuis longtemps sur la question de la transmission de la connaissance scientifique. Le langage cinématographique est ainsi apparu salvateur, à la fois pour renouveler notre manière de voir la recherche, le terrain mais également comme moyen d'adoption d'une position de passeur. Passeur de connaissances, passeur d'expériences, passeur de paroles d'acteurs ordinaires. La connaissance produite dans le cadre universitaire doit selon nous, être débattue, analysée, éventuellement remise en cause dans ce milieu, mais pas seulement. Le chercheur doit pouvoir partager au-delà. Le film est un des moyens que nous avons saisis pour tenter cette posture de passeur. « *Le passeur est quelqu'un qui donne de sa personne, qui accompagne dans la barque ou sur la montagne ceux qu'il doit faire passer, qui prend les mêmes risques que ceux dont il a provisoirement la charge* » (Alain Bergala cité par Fontorbes, 2003, p218).

Pour conclure l'évocation de notre approche filmique et des apports de ce langage dans notre analyse géographique, nous nous permettons de reprendre cette longue citation de Fiéloux et Lombard qui traduit avec beaucoup de justesse une conviction intime que nous avons nourrie tout au long de cette expérience :

« *Cette réflexion active sur l'écriture scientifique ouvre naturellement sur d'autres modes de repérage et de découpage du réel qui ne s'appuient pas seulement sur la logique grammaticale du texte et des catégories obligées qu'il véhicule. Le réel de l'artiste, la fiction qu'il nous propose pour établir au plus court un échange par sa détermination à forger son regard dans le droit fil de sa sensibilité constituent aussi une vérité nécessaire pour les sciences sociales. Et pour favoriser cette ouverture, acceptons un tant soit peu que nos regards débordent notre langage, dégageant cette part supplémentaire qui s'exprime à l'excès dans chaque image. Acceptons d'être dépassés de temps à autre par notre subjectivité pour justement apprendre à en faire l'outil le plus subtil de notre perspicacité.*

Acceptons de ne pas toujours comprendre, maîtriser, contrôler, machiner, acceptons d'être simplement des explorateurs de sens » (Fièloux et Lombard, 2006, p25).

Conclusion du Chapitre III

Ce chapitre nous a permis de clôturer cette première partie en explicitant nos outils méthodologiques. Il nous semble, que dans la démarche scientifique, les résultats ne prennent de sens que dans un cadre méthodologique précis qui permet de les envisager avec clarté en fonction de leurs intérêts et de leurs limites. Notre approche méthodologique se trouve ainsi au croisement de différentes disciplines (géographie, sociologie, audiovisuel) mais guidée par une problématique éminemment géographique. Notre expérience au sein d'un laboratoire pluridisciplinaire n'est évidemment pas étrangère à cette spécificité et notre cheminement scientifique, au cœur de nos questionnement sur le tourisme au Kilimandjaro, ne s'est pas embarrassé de frontières disciplinaires en terme d'outils méthodologiques. Pour comprendre la réalité sociale et spatiale du Kilimandjaro aujourd'hui, à travers le prisme de la production de la ressource touristique, nous avons souhaité nous enrichir au contact de chercheurs divers, qui nous ont initiés à leur propre méthodologie. Cette pluridisciplinarité affirmée, donne évidemment un statut spécifique à cette recherche, et nous a secourue plus d'une fois au contact d'un terrain interculturel et multiforme.

En outre, l'insertion dans notre méthodologie (de recueil et de restitution) de l'audiovisuel constitue un vaste champ de réflexion sur la place du film dans la recherche universitaire. Ce travail, permis grâce à des collaborations étroites et un soutien institutionnel, se propose de contribuer à ces réflexions en apportant un regard de géographe.

CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE

Cette recherche a pour dessin de contribuer à la compréhension des évolutions récentes que connaît le Kilimandjaro qui fut dominé jusque dans la décennie 1980 par un modèle paysan et agropastoral. Aujourd'hui des changements majeurs tant sociaux que spatiaux sont perceptibles et se manifestent par l'amplification de logiques multiterritoriales et par la généralisation de la pluriactivité. La remise en cause de la culture caféière – qui contribua durant le XX^e siècle au renforcement du modèle agroforestier chagga – a laissé place à une situation socioéconomique critique, à laquelle les Chaggas tentent de faire front par l'adoption de logiques d'adaptations variées : développement des cultures vivrières, migrations locales, régionales ou internationales, travaux urbains, investissements dans le commerce et pour certains implications dans le tourisme de trekking.

Le tourisme de trekking s'est en effet développé de manière concomitante à la crise caféière pour devenir aujourd'hui l'une des activités économiques majeures dans le Nord de la Tanzanie et dans la région administrative du Kilimandjaro. Montagne-mythe, montagne-monde, le Kilimandjaro et son sommet le Kibo (le plus élevé d'Afrique) attirent chaque année plus de trente mille touristes. Tours-opérateurs, guides, porteurs, commerçants sont autant d'acteurs clés de cette activité qui contribue à changer à la fois la société et son rapport à l'espace. L'implication des Chaggas dans cette activité nous semble donc de nature à modifier les équilibres antérieurs par les flux humains et financiers qui sont créés, par les rapports sociaux originaux qui sont produits, par les pratiques et les représentations qui sont inhérentes à toute production de ressources. Si le trekking s'insère dans une pluriactivité ancienne, il est également animé par des dynamiques propres qui bouleversent les rapports sociospatiaux à la montagne. Le tourisme nous permet ainsi d'interroger dans une perspective historique et géographique l'évolution des rapports société / montagne.

Le questionnement de notre recherche vise ainsi à comprendre quels sont les modes d'appropriation de la ressource touristique par une société historiquement structurée autour de l'activité agropastorale. Il s'agit pour cela d'appréhender les modifications que l'implication dans la production de cette ressource récente entraîne dans les rapports sociaux et spatiaux. Cette étude doit à terme nous permettre d'évaluer le potentiel de la ressource touristique à constituer un vecteur de développement territorial pour les populations du Kilimandjaro.

Nous situons au cœur de notre analyse les acteurs du tourisme, simples porteurs ou importants voyageurs de Moshi, qui nous informent par leurs discours et leurs pratiques des dynamiques en cours. Dans une approche territoriale privilégiant la compréhension des processus plutôt que des seuls résultats, nous accordons à la parole des acteurs ordinaires et à l'analyse de leurs interactions la capacité à nous informer sur les constructions territoriales en permanente évolution. Nous pensons que pour comprendre les transformations de l'espace il faut pénétrer au cœur des processus qui les génèrent. En somme, il s'agit véritablement d'appréhender la manière dont une société s'investit dans la production d'une ressource émergente, le tourisme, tout en étant ancrée dans une histoire propre, imprégnée de logiques paysannes et de rapports spatiaux hérités.

Pour recueillir l'information, au plus près des acteurs du tourisme, nous avons privilégié la rencontre, l'échange, et le matériau discursif. Ce que les acteurs pensent d'eux-mêmes, de ce qu'ils font, des autres, nous intéresse pour appréhender les logiques qui sous-tendent leurs actions. La parole des acteurs est considérée comme source de compréhension des phénomènes géographiques.

Dans ce cadre le film a été convoqué pour enrichir le recueil et l'analyse de l'information géographique. Il vient compléter une approche scientifique historiquement attachée à l'écrit en apportant d'autres perspectives. L'image fixe les individus qui sont au cœur de notre recherche, elle les capte dans leurs réalités, dans leurs espaces, leurs interactions. Toute l'information non-verbale souvent exclue de la recherche mais source de connaissance, est ainsi capturée, découpée, analysée et restituée. Fixant les discours, les pratiques, les espaces, les paysages, les décors, le film est dans notre recherche considéré comme forme de connaissance élaborée.

Pour bien comprendre la manière dont le tourisme contribue aux modifications du territoire chagga aujourd'hui, il nous faut dans la partie suivante aborder la question des conditions de l'émergence du tourisme au Kilimandjaro. Quels processus conduisent un espace à vocation agropastorale - qui situe historiquement la production des ressources sur la montagne entre 1000 et 1 800 mètres d'altitude - à développer une activité tertiaire, dépendante d'une demande extérieure et lointaine et dont l'espace de pratique, le théâtre du trekking, se trouve au-delà de 2 000 mètres ? Les processus complexes qui conduisent à cette réalité sont inscrits dans l'histoire coloniale de l'Afrique et dans le développement de sociétés de loisirs en occident qui trouvent dans l'exploration ludique d'espaces lointains une nouvelle nécessité. Le devenir du Kilimandjaro, pour être compris doit donc privilégier une analyse ouverte, multiscalaire et historique conférant à notre recherche une dimension transversale.



DEUXIÈME PARTIE



**LES CONDITIONS DE
L'ÉMERGENCE DU TOURISME AU
KILIMANDJARO**

Le Kilimandjaro, territoire de l'agroforesterie chagga est devenu au cours du XX^e siècle un haut lieu du tourisme international. En quelques décennies, ce territoire et sa population ont connu de profonds bouleversements et le développement contemporain du tourisme participe de ces changements dans les rapports que la société entretient avec sa montagne. L'invention de ce lieu touristique répond à des mécanismes complexes, locaux, nationaux et internationaux. La clientèle du trekking, essentiellement originaire d'Europe et d'Amérique du Nord, symbolise les liens étroits que le processus de mise en tourisme suppose entre différents territoires et sociétés. La compréhension du phénomène local, des modes d'appropriation de la ressource touristique par une paysannerie en crise, ne peut donc faire l'économie d'une approche plus globale permettant d'appréhender les mécanismes de mise en tourisme d'un territoire jusqu'ici principalement agricole. En jouant des échelles spatiales et temporelles, il nous faut donc comprendre comment, au cours de l'histoire, les gouvernements coloniaux puis postcoloniaux ont ouvert ces espaces à la pratique touristique, afin d'appréhender les logiques sous-jacentes à ce choix et les modes de réappropriation et d'adaptation des sociétés paysannes dans les espaces récepteurs.

La légitimité du tourisme comme entrée pertinente permettant d'appréhender les évolutions récentes en territoire chagga est évoquée avec beaucoup de clarté par Jeremy Rifkin qui voit dans le développement du tourisme une ère nouvelle, majeure, du capitalisme qui modifie en profondeur les relations entre les hommes et leurs espaces : *« Bien souvent, les grandes transformations historiques, celles qui sont capables de bouleverser nos façons de penser et d'agir, ont une façon à elles d'altérer lentement et insidieusement la réalité sociale sans que nous nous en rendions vraiment compte, et ce jusqu'au jour où nous nous apercevons que tout ce que nous tenions pour évident est désormais révolu et que nous habitons un univers entièrement nouveau. C'est ainsi que l'expression « ère industrielle » ne vit l'existence, sous la plume de l'historien britannique Arnold Toynbee, qu'à la fin du XIX^e siècle, soit une centaine d'années après l'émergence de la réalité qu'elle était censée décrire. De même, pendant une bonne partie du XX^e*

siècle, une nouvelle forme de capitalisme a mûri lentement, et ce n'est qu'aujourd'hui qu'il s'apprête à remplacer le capitalisme industriel. Après avoir passé des siècles à transformer les ressources matérielles en biens aliénables, ce sont désormais les ressources culturelles que nous entreprenons de transformer en expériences marchandes ». Symbole de cette nouvelle ère du capitalisme, le tourisme que Rifkin qualifie d' « *expression la plus visible et la plus prospère de cette nouvelle économie de l'expérience – une forme de production culturelle encore assez marginale il y a à peine un demi-siècle et qui est devenue aujourd'hui un des principaux secteurs de l'économie. Le tourisme n'est en effet rien d'autre qu'une forme de marchandisation de l'expérience culturelle* » (Rifkin, 2005, pp182-192). *Marchandisation de l'expérience culturelle*, le tourisme concernait près de 900 millions de visiteurs en 2007 et la quasi-totalité des États de la planète qui peu ou prou accordent à cette activité des politiques spécifiques. Cette activité fondée sur une approche contemplative des espaces et des sociétés semble donc de nature à modifier en profondeur les rapports entre les sociétés et leurs espaces tant pour les touristes que pour les sociétés qui les accueillent.

Conscients des effets du tourisme sur les rapports entre les sociétés et leurs espaces, les géographes ont investi depuis longtemps ce champ d'étude. Leurs approches ont connu au cours des quarante dernières décennies une évolution constante témoignant de la singularité de cet objet de recherche et de la diversification de l'intérêt des chercheurs à son égard. Dominé dans les années 1960 par des études classificatoires, l'analyse géographique a longtemps succombé à la tentation d'approches déterministes accordant aux territoires touristiques des conditions naturelles ou culturelles les « prédestinant » au développement de cette activité. Dans le cadre de notre travail, nous souhaitons nous inscrire dans une approche rénovée de la géographie du tourisme initiée dans les années 1980 par les travaux de Daniel Carry (1977), de Michel Bonneau (1980), de Georges Cazes (1989) ou de Rémy Knafou (1978) pour ne citer que ceux-là. « *Dans ces travaux, l'homme est placé au centre de l'explication, que ce soit dans l'analyse des systèmes d'acteurs ou dans le concept d'invention des lieux touristiques* » (Violier, 2001, p20). En accord avec notre approche théorique, nous abordons le tourisme en tant que système d'acteurs investis dans la production d'une ressource mettant en relation des populations et des espaces multiples. En somme, « *le tourisme est un système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent de la « récréation » des individus par le déplacement temporaire hors des lieux du quotidien* » (Knafou et Stock cité par Rayssac, 2007, p42).

En raison de la multidimensionnalité du phénomène touristique et des logiques multiscalaires qui accompagnent son développement, nous souhaitons dans cette deuxième partie de notre travail, nous focaliser sur les méta phénomènes qui ont contribué à l'émergence du tourisme au Kilimandjaro. En effet, si dans notre approche théorique nous mettons en avant l'analyse des acteurs « ordinaires » du tourisme au niveau local, il nous semble pertinent d'appréhender les conditions plus générales de cette mise en tourisme qui contribuent ensuite à une meilleure compréhension du système local. Nous avons ainsi volontairement élargi notre regard centré sur le volcan, afin d'appréhender le tourisme dans sa dimension internationale et historique. En effet, au Kilimandjaro le tourisme s'insère dans un mouvement plus large, celui de la participation de pays dits « en développement » à l'économie mondiale avec les encouragements des organismes internationaux et des Etats à la recherche de ressources nouvelles. Il nous faut donc comprendre comment l'activité s'insère dans les discours sur le développement puis dans les stratégies gouvernementales des pays pauvres (Chapitre IV). En Tanzanie, la quasi-totalité des activités touristiques sont pratiquées dans des aires protégées ; l'approche historique du tourisme en Tanzanie et en Afrique de l'Est doit donc nous conduire à mieux appréhender les politiques de conservation de la nature menées par les gouvernements coloniaux et postcoloniaux successifs et qui ont servi de soubassement au développement de l'activité touristique. (Chapitre V). Enfin, il nous faudra analyser à l'autre bout de la filière, les représentations historiquement construites d'une clientèle occidentale dont le rapport aux espaces montagnards a fortement changé en un siècle expliquant l'émergence du tourisme du trekking dans de nombreux pays du Sud. Nous nous attacherons à étudier par quels mécanismes une montagne agricole est devenu un symbole commercial mobilisé dans le cadre de la promotion d'une activité tertiaire (Chapitre VI).

CHAPITRE IV :

TOURISME ET DÉVELOPPEMENT

« Il est difficile pour des paysans qui ne sont jamais partis en vacances de concevoir comment des touristes européens doivent être accueillis, d'anticiper leurs attentes et de réagir de manière adéquate lorsque des problèmes interviennent »

Responsable de l'ONG *Green Development* participant à une session de formation pour des Guides Culturels au Kilimandjaro.

« le tourisme représente pour les pays en voie de développement, le véritable moteur de développement, de la même façon que le fut l'industrie lourde pour l'Europe au XIX^e siècle »
(Davis, expert de la Banque Mondiale cité par Axel Deschamp, 1998, p10)

Au sein des conditions de l'émergence du tourisme dans les pays en développement, il faut noter le rôle majeur joué par les organismes internationaux et les pays occidentaux qui poursuivent toujours le mythe du « développement ». Les porteurs de ce mythe, - et de son « pseudo contraire » le *sous-développement* - ont fait croire à l'universalisation possible de mode de production occidentale²⁷. Initiée lors de la période coloniale la mise en œuvre de cette *croyance occidentale* poursuit un objectif originel, celui de l'expansion du système capitaliste à l'ensemble des pays du monde. Dans une Afrique majoritairement rurale, la mise en œuvre du développement s'est traduite par un processus de modernisation agricole aboutissant très vite à des blocages structurels

²⁷ RIST Gilbert (2001). Le développement : Histoire d'une croyance occidentale. Paris : Presses de science Po (2^{ème} édition). 442p.

remettant en cause les fondements même de ce modèle²⁸. L'élaboration de logiques mercantiles, fondées sur la capacité de production des *paysan-producteurs*, a contribué à la restructuration des espaces et des sociétés modifiant leurs rapports aux ressources et à la nature (Chapitre I). La crise profonde qui en résulte, ne semble pas avoir remis en cause les principes fondamentaux du concept de développement que l'on retrouve aujourd'hui dans les discours sur le tourisme. Les acteurs clés des économies africaines, qu'ils soient des hommes politiques africains ou des hauts responsables des organismes internationaux, n'ont pas abandonné l'illusion du développement. Comment ne pas succomber à l'idée généreuse de l'éradication de la pauvreté ? Comment être contre le progrès, la modernité et la civilisation présentés comme les enfants du développement ? La définition par les Nations Unies des « Objectifs du Millénaire » sont la preuve que l'illusion opère toujours et que les discours de ces organismes sont réappropriés par les dirigeants des États africains comme de véritables référentiels politiques. Pourtant, il ne fait plus aucun doute aujourd'hui que les discordances entre les modèles, les discours et les réalités sont grandes. Malgré les adaptations des paysanneries, qui tentent tant bien que mal de survivre, le concept de développement est dans une véritable impasse symbolisée dernièrement par la crise financière mondiale qui témoignent de la fragilité du système capitaliste et des limites de la libre circulation des capitaux.

Dans cette perspective, il nous avait paru intéressant dans un premier temps d'analyser le concept de développement de manière diachronique afin de comprendre comment le discours sur le tourisme s'insèrait dans ce processus. Mais cette analyse aurait exigé un travail de recherche dédié (théorique, conceptuel et surtout bibliographique) que nous ne pouvions entreprendre ici sans risquer de nous éloigner de notre propos et de notre terrain. Nous proposons plutôt dans ce chapitre d'analyser la place de l'Afrique dans l'économie mondiale du tourisme et d'appréhender le rôle des acteurs internationaux dans le développement de cette activité. Cette démarche correspond à la mise en œuvre de l'approche multiscalaire que nous avons évoquée dans la partie théorique de notre travail ; approche déterminante pour appréhender la production d'une ressource dont les mécanismes observés au niveau local sont intimement liés aux processus intervenant à d'autres échelles. Nous pourrions ainsi situer le rôle des acteurs internationaux influant

²⁸ COQUERY-VIDROVITCH Catherine (2007). Développement et sociétés africaines : les facteurs de freinage. In *Pour une histoire du développement : États, sociétés, développement*. Paris : L'harmattan (2^{ème} édition). Pp113-126

auprès des États africains et de leurs politiques économiques (Banque Mondiale, FMI, OMT, Agences de coopération). Nous souhaitons identifier les représentations spécifiques du tourisme produites par ces organismes (dans leurs discours, leurs chartes ou leurs déclarations) afin d'isoler les éléments constitutifs des référentiels politiques que l'on retrouve par la suite dans les législations des états africains.

En définitive, nous voulons comprendre comment le tourisme est intégré dans la rhétorique développementiste de ces acteurs. En effet, dès 1963 les Nations Unies font allusion au tourisme dans leur discours sur le développement. Un des Nations Unies affirme que « *le tourisme est important non seulement comme source de devise, mais aussi comme facteur d'implantation de l'industrie et de développement des régions pauvres* ». En 1966, confirmant cette prise de position des organismes internationaux, un expert de la Banque Mondiale déclare que « *le tourisme représente pour les pays en voie de développement, le véritable moteur de développement, de la même façon que le fut l'industrie lourde pour l'Europe au XIX^e siècle* » (Davis cité par Axel Deschamp, 1998, p10). Dans une période où les modèles de développement coloniaux montrent leurs limites, ces discours font émerger le tourisme comme un secteur de substitution à fort potentiel, pourvoyeur de devises, d'emplois, dynamisant l'ensemble de l'économie et moteur de la préservation du patrimoine naturel et culturel. Cet optimisme des organismes internationaux a des incidences directes sur les choix réalisés par les États et de fait sur les territoires sélectionnés pour accueillir l'activité touristique. Ce discours, généreux en apparence, a été confronté par la suite à des réalités plus complexes qui montrent aujourd'hui, que les pays du Sud restent en marge du tourisme international dans tous les domaines et que les mécanismes de redistribution de la richesse produite avantagent souvent les investisseurs étrangers au détriment des acteurs locaux. S'intéresser à l'évolution des discours internationaux sur le tourisme revient donc, dans le cadre de ce travail, à identifier les référentiels des politiques internationales puis nationales qui ont conduit à faire du tourisme une priorité politique de la Tanzanie érigeant le Kilimandjaro en icône pour son développement.

1- L'AFRIQUE EN MARGE DU TOURISME INTERNATIONAL

La phase de globalisation effective du tourisme se situe dans les années 1970 avec la généralisation du transport aérien, l'apparition de charters (location d'avion par des agences touristiques) puis le développement du *low cost* (soldes aériennes permises par une offre minimale de services). L'intervention plus récente de l'informatique et d'Internet a permis de faire exploser les flux touristiques en réduisant les intermédiaires et les coûts. Portée par cette modernisation l'« *activité s'est élargie à toute la planète depuis un demi-siècle, les touristes succédant aux explorateurs, aux colonisateurs et aux voyageurs avec des conséquences de tous ordres. Peu de pays sont hors champ touristique, si ce n'est provisoirement en raison de guerres ou de catastrophes. Et encore !!! Elle est parfois la figure inversée des migrations internationales en Afrique et en Amérique Latine où les frontières voient se croiser, en toute indifférence, les migrants jeunes et démunis des pays chauds et les touristes des classes moyennes, plus âgés, des pays riches. C'est ainsi une des formes de globalisation « populaire » qui se développe à un rythme élevé, au point que l'on peut se demander si cette expansion est possible, compte tenu des concentrations géographiques et des effets qu'elle produit localement* » (Cazes et Courade, 2004, p247). Symbole de ces croisements migratoires en Afrique, la quasi-totalité des flux touristiques provient d'autres continents, principalement d'Europe et d'Amérique du Nord. L'Afrique, encore en marge, accueille chaque année un peu plus de touristes. De nombreux États africains espèrent grâce au tourisme renouer avec le développement tant espéré.

1.1- La concentration des flux touristiques et les problèmes des fuites

Les analystes de l'OMT déclarent qu'en 2005 les touristes ont dépensé à l'étranger 682 milliards de dollars soit 49 milliards de dollars de plus que l'année précédente. Si on ajoute à ce chiffre les 130 milliards de dollars de dépenses de transport aérien, le total à l'exportation est de plus de 800 milliards, ce qui représente quelques 6 % des exportations mondiales de tous les biens et services. Le rappel de ces chiffres outre un intérêt informatif

est plus évocateur lorsque l'on affine l'analyse au niveau des régions concernées (Cf. tableau 7).

Tableau n°7 : Répartition des revenus du tourisme dans le Monde (2005)

Régions	Gains en 2005 par rapport à 2004 (milliards)	Bénéfices du tourisme en 2005 (milliards)	Part des bénéfices mondiaux en 2005 (%)
Europe	+19	347	51%
Amériques	+13	145	21%
Asie et Pacifique	+11	139	20%
Moyen-Orient	+3	29	4%
Afrique	+2	21	3%

Source : OMT, 2006.

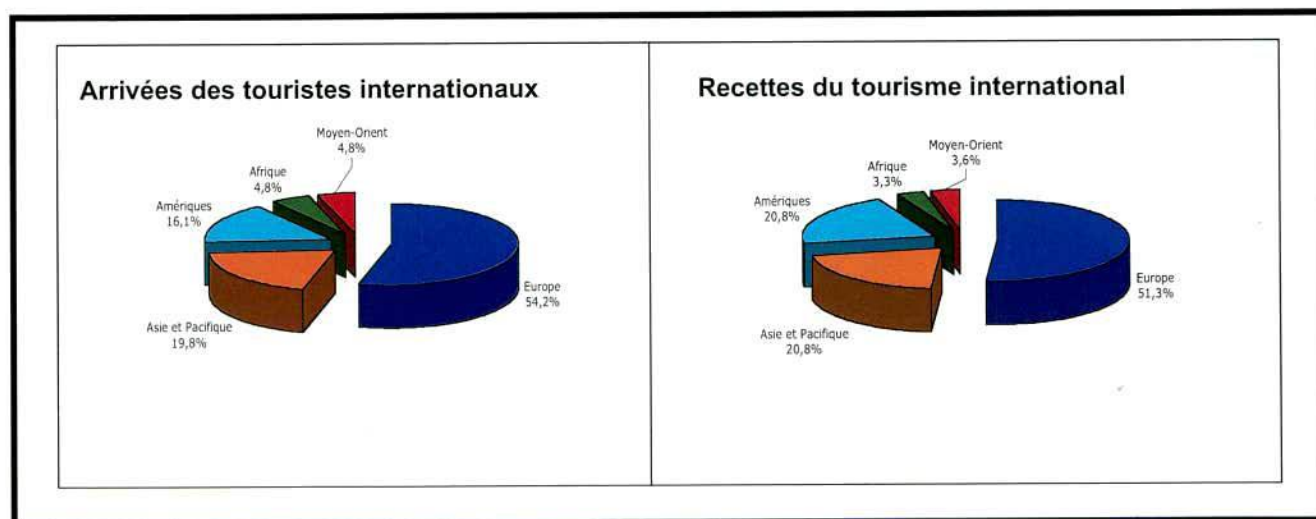
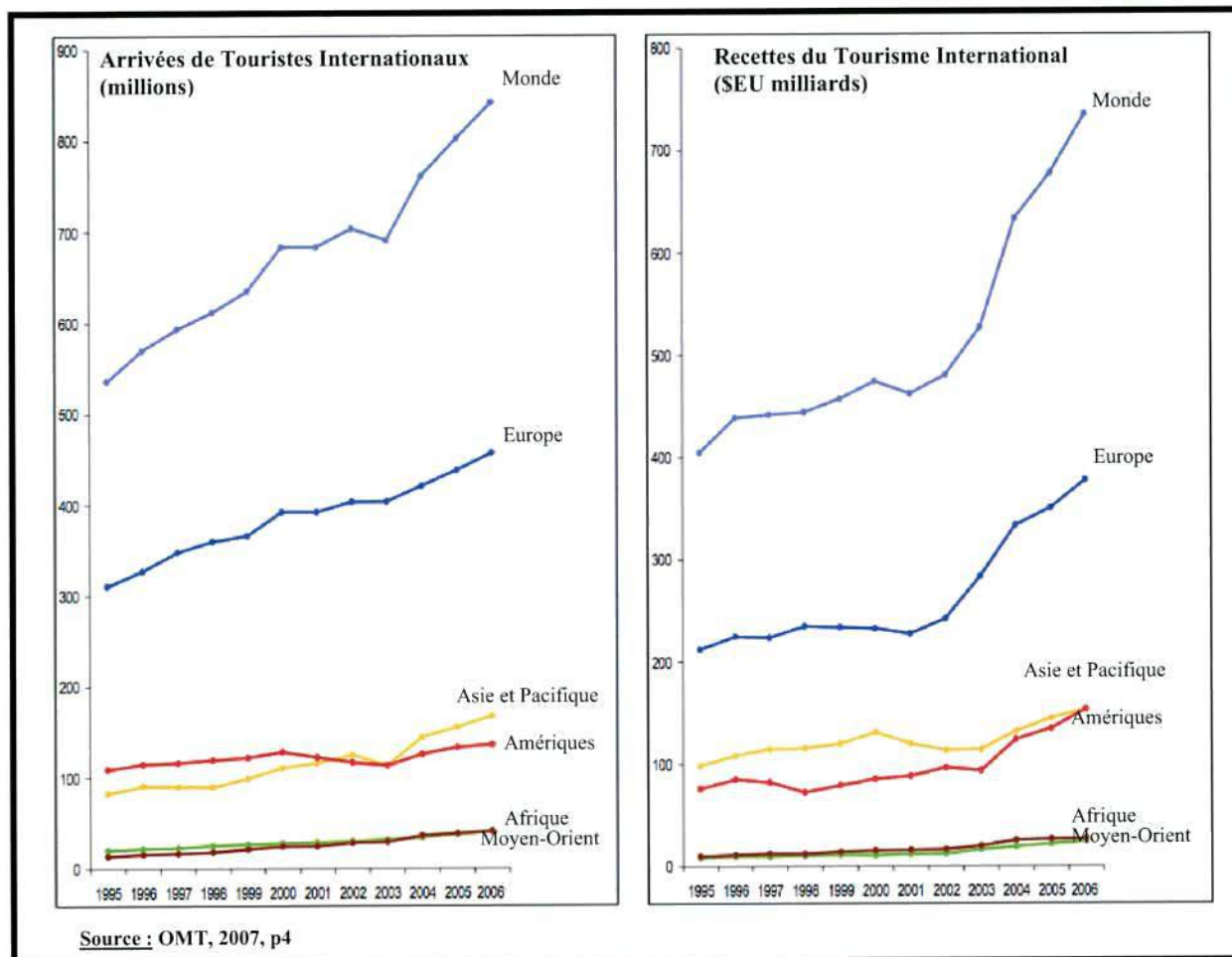
Les revenus du tourisme sont donc extrêmement concentrés. En effet, l'Europe, l'Amérique du Nord et dans une moindre mesure l'Asie se partagent 92% des flux et 95% des recettes. L'Afrique, l'Asie du Sud et le Moyen-Orient restent à l'écart de ces flux » (El Alaloui, 2006, p122). L'OMT rappelle en outre que les dix pays qui ont réalisé les meilleures recettes du tourisme concentrent 51% du total en 2005. Leur part respective d'accueil touristique est légèrement plus faible avec 47%. Ainsi, les Etats-Unis, l'Espagne, la France, l'Italie, la Chine, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Australie, la Turquie et l'Autriche se partagent à eux seuls la moitié du gâteau touristique. Les flux touristiques tant humains que financiers sont donc extrêmement concentrés (cf. figure 10).

Cette inégalité est accentuée par le « phénomène des fuites ». Les habitants des pays du Sud « dont le patrimoine culturel est transformé en marchandises ne voient guère la couleur des dollars du tourisme. S'il est vrai que le tourisme est créateur de richesses et d'emplois au niveau mondial, on a pu démontrer que seule une très faible partie de cette richesse atteint la masse des habitants des pays concernés. On parle d'effet de fuite (leakage) pour décrire cette circulation de l'argent qui, loin de bénéficier aux pays récepteurs du tourisme, est immédiatement réorienté vers les pays dont est originaire l'essentiel des visiteurs. La plupart des hôtels, des compagnies aériennes, des clubs de vacances, des agences de tourisme et des chaînes de restaurant sont en effet des succursales d'entreprises transnationales ayant leur siège dans une poignée de métropoles des pays du G7 » (Rifkin, 2005, p195). D'après les études citées par Jérémy Rifkin,

notamment celle de Kreg Lindberg spécialiste de cette question, la part des fuites représenterait en moyenne 55% des recettes du tourisme. Ces fuites sont facilitées par la concentration des outils de commercialisation et de gestion du tourisme chez quelques entreprises multinationales et par les avantages fiscaux octroyés aux investisseurs étrangers par les États du Sud. Les entreprises internationales du tourisme sont de véritables « mastodontes » financiers dont l'envergure mondiale permet de créer, de stimuler et d'arbitrer à leur avantage la concurrence (Cazes et Courade, 2004, p256). Le tourisme permet des apports de devises étrangères pour les pays récepteurs (investissements, dépenses des touristes) mais également des sorties de ressources qui sont appelées fuites. Si la part des fuites dépasse un certain seuil, elle peut neutraliser les effets bénéfiques escomptés par les États mettant en œuvre des politiques de développement touristique. Dans le cas du tourisme de luxe ou de tourisme à fort standard international (comme celui développé en partie en Tanzanie) les fuites peuvent se révéler paradoxalement plus grandes. Ce tourisme qui coûte plus cher et qui devrait rapporter plus aux pays récepteurs, nécessite cependant l'importation de nombreux biens qui ne sont pas produits sur place. Le tourisme de masse également peut comporter un plus gros risque de fuites que le tourisme écologique ou d'aventure parce que ce dernier apprécie et consomme les ressources locales en tant que partie intégrante de l'expérience touristique. Il résulte que la corrélation entre fréquentation touristique et bénéfices pour le pays d'accueil n'est pas automatique et qu'elle dépend de nombreux facteurs. Cazes et Courade évoquent cette question avec un certain réalisme et une note de pessimisme : « *Que reste-t-il en effet, au sud, de l'argent dépensé par les touristes ? Si le transport en retient la plus grande part, elle reste toujours au Nord ; l'hôtellerie et la restauration occupent une part substantielle qui peut aller au sud, parfois à des prix bradés ; ce ne sont donc que les « menues dépenses » et les salaires des employés locaux qui restent nécessairement dans le pays. Quand il y a intégration verticale (transport aérien / hôtellerie) entre les mains du même opérateur, le retour sur le pays émetteur est impressionnant, d'autant que celui-ci ne fait souvent que louer les moyens de transport et gérer un hôtel construit par des opérateurs locaux (investissement minimal). Le touriste autonome dépense, selon une estimation, 94,7 US \$ dans les pays contre 52,5 pour le voyageur au forfait et 0,03 pour le croisiériste. A la fin des années 1980, selon une étude de la Banque mondiale, dans les réserves kényanes de Maasai Mara, 85% des revenus revenaient au secteur privé contre 5% aux populations locales et 10% à l'administration locale et fiscale. Les prestataires du sud peuvent-ils réellement*

« négocier une meilleure part du pactole face à de grands groupes » (Cazes et Courade, 2004, p256)

Figure n°10 : Tourisme international par sous-région (2006)



1.2- L'inégal développement du tourisme international en Afrique

Le tourisme sur le continent africain s'est véritablement développé à partir des années 1970 après les indépendances et l'intérêt porté par les nouveaux gouvernements pour une ressource potentiellement garante de l'acquisition de devises étrangères. Le développement touristique s'est fait de manière très inégale selon les pays, les situations politiques et les stratégies économiques. De manière générale, les pays africains ne bénéficient à cette période que de peu d'infrastructures touristiques (hôtels, aéroport, routes, distribution de l'eau) et partout, l'insertion dans le tourisme mondial suppose de forts investissements. Les atouts touristiques sur lesquels vont s'appuyer les pays africains restent souvent les mêmes : des sites balnéaires dont le développement correspond à la demande sociale occidentale de l'époque et surtout les parcs animaliers hérités de la période coloniale dont l'image va être exploitée dans le secteur du tourisme d'aventure.

De manière générale, l'Afrique – à l'exception de l'Afrique du Sud qui après l'apartheid a développé un tourisme de masse – reste à l'écart des grands flux touristiques. Sur les 898 millions de touristes en 2007, l'Afrique n'en accueillait que 44,2 millions soit 4,8% de l'ensemble des touristes internationaux. Cette part ne devrait augmenter que faiblement dans l'avenir puisque sur les 1,6 milliards de touristes prévus en 2020 seuls 5% iraient en Afrique (cf. tableau 8).

Tableau n°8 : Prévision des arrivées touristiques par région (en millions)

Région	2000	2010	2020
Europe	403	527	717
Asie Est et Pacifique	112	195	397
Amériques	129	190	282
Afrique	28	47	77
Moyen-Orient	20	36	69
Asie du Sud	6	11	19
Total	698	1 006	1 561

Source : OMT, 2005, p12

Ces chiffres sont comparables à ceux du Moyen-Orient, de l'Amérique du Sud ou de l'Amérique centrale dont la part sur le marché international oscille entre 4% et 5,5%.

Malgré cette position marginale, l'Afrique se singularise toutefois par des taux de croissance élevés, les plus forts du monde dans ce secteur d'activité. Ainsi, entre 1990 et 1995 les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 6,1% en Afrique contre 3,4% dans le monde et de 8% entre 1995 et 1999 contre 4%. Ces dernières années, le nombre des arrivées internationales sur le continent est ainsi passé de 28,2 millions en 2000 à 44,2 en 2007. En termes de recettes, alors que la croissance mondiale était de 5% entre 2005 et 2006, elle était de 10% en Afrique, l'augmentation la plus forte. Pendant la période 2000-2005, elles avaient doublé, passant de 10,5 milliards à 21,3 milliards de dollars (OMT, 2007). Ces chiffres cristallisent bien évidemment l'intérêt des entreprises privées, toujours intéressées par les secteurs qui présentent une rentabilité forte, l'intérêt des États africains qui voient là une manne providentielle, et enfin l'intérêt des organismes internationaux dont les politiques de développement sont tenues en échec par plus de cinq décennies de crise en Afrique.

Bien évidemment, la réalité est bien plus nuancée et diversifiée dans ce continent. L'analyse intra-régionale des flux touristiques et des recettes souligne de grandes inégalités et des concentrations vers certaines destinations (cf. tableau 9). Par exemple, en 2003, le Maroc et la Tunisie accumulaient à eux seuls 6 509 millions de dollars de recettes touristiques, chiffre supérieur à l'ensemble des recettes de l'Afrique de l'Est, de l'Afrique de l'Ouest et de l'Afrique centrale, qui récoltaient la même année 4 257 millions de dollars. Par ailleurs en 2005, l'Afrique du Sud, la Tunisie, le Maroc et l'Égypte attiraient les deux tiers des 37 millions de touristes ayant été en Afrique. Les pays africains ne sont donc pas égaux face à l'activité touristique et la concurrence est rude entre les États qui proposent souvent des produits similaires.

De manière générale, en 2007, la progression de l'Afrique du Nord (+8,5%) est légèrement plus forte que celle de l'Afrique Subsaharienne (+7,5%)

Tableau n° 9: Comparaison du poids relatif des régions africaines dans le tourisme international en 2003 (Excepté Afrique Australe)

Régions	Arrivées (en Milliers)	Arrivées (%)	Recettes (\$ millions)	Recettes (%)
Afrique	30 680	100%	14 368	100%
Maroc + Tunisie	9 666	31,5	4 804	33,2%
Afrique centrale	670	2,1	171	1,2%
Afrique Orientale	7 647	25	2 720	19%
Afrique Occidentale	2 695	8,7	1 366	9,5%

Source : OMT, 2005, p15

Au sein de l’Afrique subsaharienne, en grande partie rurale, c’est l’Afrique australe et l’Afrique orientale qui cristallisent la dynamique touristique depuis les années 1990. S’appuyant sur l’héritage colonial de la mise en réserve selon des statuts juridiques divers (Parcs Nationaux, réserves naturelles, réserves de chasses, etc), ces pays s’imposent ces dernières années comme le fer de lance d’un tourisme d’aventure dominé par le safari photo et dans une moindre mesure par le tourisme de trekking. Les pouvoirs coloniaux (notamment britanniques), avaient mené des politiques de conservation de la nature de grande envergure (cf. chapitre V) qui ont été maintenues et parfois accentuées par les gouvernements indépendants. Ces espaces protégés constituent aujourd’hui des espaces disponibles pour des pays qui développent une niche commerciale, celle de l’écotourisme, du safari ou du trekking à destination d’une population occidentale qui exige désormais une offre plus diversifiée que le simple tourisme balnéaire. L’Afrique subsaharienne compte ainsi près de 440 zones protégées au service d’une activité en forte croissance. Le Serengeti en Tanzanie ou le Parc Krueger en Afrique du Sud symbolisent ce tourisme de safari qui sous une rhétorique commerciale touchant à l’écotourisme se transforme rapidement en tourisme de masse .

L’Afrique du Sud domine ce marché en concentrant en 2000 25% des arrivées touristiques du continent. Le pays rivalise même avec les grands pays touristiques puisqu’il est passé du 55^{ème} rang mondial en termes de pays récepteur en 1985 au 25^{ème} en 1998. En termes de provenance touristique, l’Europe - en raison notamment de ses liens historiques

avec le continent et de la proximité géographique – arrive en tête. Elle assure ainsi 72% des entrées au Sénégal, 58% à l'île Maurice et 57% au Kenya. Les pays tentent chacun à leur manière de diversifier leur clientèle afin de réduire leur dépendance. En Tanzanie par exemple, le *Tanzanian Tourism Board* (organe public de promotion du tourisme) a ainsi dernièrement primé le tour opérateur *Sunny Safaris* d'Arusha qui a développé le marché hongrois, un marché traditionnellement peu émetteur de touristes pour le pays. Enfin, il semble important de souligner que les stratégies touristiques varient d'un pays à un autre : certains comme l'Afrique du Sud souhaitent développer un tourisme de masse, d'autres comme la Tanzanie tentent de privilégier un tourisme plus onéreux, plus qualitatif que quantitatif. Cela se répercute bien évidemment sur les coûts ; un même séjour coûte par exemple 5 070 \$ en Tanzanie, 4 796 \$ au Botswana et 2 392 \$ au Kenya.

Le tourisme comme activité économique ne peut se développer sans un minimum d'infrastructures surtout dans un contexte de forte normalisation des pratiques touristiques. Le touriste qui voyage à Londres, Pékin ou à Arusha (capitale touristique de la Tanzanie) souhaite retrouver le même niveau de services et le même type d'accueil (chambres équipées, piscine, golf). Cela suppose des infrastructures lourdes sans lesquelles un espace resterait peu attractif pour la majorité des touristes: routes, aéroports, adduction d'eau, capacité d'hébergement, toutes ces infrastructures représentent des investissements importants que les pays pauvres ont du mal à assumer seuls. Face à une demande mondiale avide d'exotisme et à même d'investir n'importe quel espace touristique, les gouvernements n'ont pas toujours les moyens de mettre en œuvre les conditions de cette offre. Par exemple, pour aller de l'Erythrée à Arusha il faut prendre un vol pour Rome en Italie puis revenir sur Arusha. Les communications iner-continentales sont souvent difficiles et l'Afrique reste très divisée en raison de ces problèmes de communication. Le continent manque d'infrastructures fondamentales pour prétendre jouer un rôle autre que marginal dans cette économie. Les carences énergétiques de ces pays est un autre problème important. L'irrégularité des distributions électriques peuvent être perçue comme des barrières pour les investisseurs. Par exemple, en terme de distribution, la moyenne en Tanzanie est de 62 kilowatts par habitant quand elle est de 13 629 kilowatts aux Etats-Unis.

La question des infrastructures est donc bien au centre des politiques touristiques. En Tanzanie comme dans la plupart des pays africains, deux dimensions des infrastructures

touristiques font réellement défaut : le réseau routier souvent sous-équipé et l'hébergement touristique insuffisant :

- **Le réseau routier africain.** Le réseau est globalement sous-équipé et sa qualité médiocre. Les routes goudronnées ne représentent qu'une part minime du réseau : moins de 10% au Zaïre et en Tanzanie, 15% en Côte d'Ivoire ; leur part ne dépasse 20% que dans quelques pays comme la Zambie, l'Ouganda et l'Afrique du sud (35 %) qui est le seul pays à disposer d'un véritable réseau autoroutier. De plus, les pistes sont souvent impraticables lors de la saison des pluies qui les transforme en bourbier. Le transport en commun reste peu confortable et précaire et les chemins de fer sont lents, à voie étroite. Les compagnies d'hôtels développent d'ailleurs souvent leur propre réseau de transport pour proposer des solutions plus en accord avec les standards occidentaux.

- **L'hébergement.** Les hébergements touristiques sont globalement peu nombreux et contrôlés par quelques multinationales (Méri dien, Hilton, Intercontinental, etc). L'Afrique subsaharienne dispose de moins de 3% de la capacité hôtelière mondiale avec par exemple 493 000 chambres en 2001 (cf. tableau 10).

La question des infrastructures reste donc une problématique sérieuse pour les pays désirant investir le secteur touristique. Malgré ces inconvénients, l'OMT dans ces prévisions pour 2020 place l'Afrique en quatrième position dans l'ordre des régions d'accueil après l'Europe (717 millions de touristes), l'Asie de l'Est/Pacifique (397 millions et les Amériques (282 millions). Le Moyen-Orient et l'Asie du Sud viennent après l'Afrique. Au niveau de la répartition des flux sur le continent, l'Organisation Mondiale du Tourisme prévoit un changement dans la part de marché du tourisme international futur, en raison de l'émergence de nouvelles destinations.

La sous-région d'Afrique du Nord qui est actuellement la plus visitée avec 7,3 millions de visiteurs en 1995 et 8,7 millions en 1998 ne sera plus que la troisième destination d'Afrique alors que les arrivées en Afrique australe devraient atteindre le taux de croissance le plus rapide avec près de la moitié de toutes les arrivées en Afrique d'ici à l'année 2020. L'Afrique de l'Est devrait quant à elle conserver sa troisième position avec 17 millions de touristes prévus en 2020, alors que les performances dans les sous-régions

d’Afrique centrale et de l’Ouest pour la même période devraient diminuer avec seulement 600 000 et 4,6 millions respectivement.

Tableau n°10 : Place de l’Afrique dans l’évolution de la capacité des hôtels et établissements similaires dans le monde entre 1990 et 2001 (nb chambres en milliers)

Région	1990	1995	2001	% en 2001
Europe	5 341	6 042	6 586	37,8%
Amériques	4 315	4 927	6 102	35%
Aise Est et Pacifique	2 433	3 029	3 658	21%
Afrique	338	408	493	2,8%
Moyen-Orient	179	198	382	2,1%
Asie du Sud	112	149	202	1,1%
Total	12 718	14 753	17 423	100%

Source : OMT, 2005, p13

Dans de nombreux pays en voie de développement et notamment dans les PMA (Pays les Moins Avancés) – dont la Tanzanie fait partie - le tourisme représente une part importante de la richesse du pays et souvent le secteur qui rapporte le plus de devises étrangères. Les recettes liées au tourisme arrivent généralement en première position en tant que secteur exportateur. Tel est le cas notamment pour le Cap Vert, les Comores, la Gambie, Haïti, les Maldives, les îles Samoa, la Tanzanie ou le Vanuatu. Dans ces conditions, le tourisme représente pour une grande majorité de PMA un secteur essentiel à la fois pour le commerce extérieur et pour le développement économique, d’autant plus que pour un nombre important de PMA, il s’agit d’un secteur en forte croissance (cf. tableau 11). Selon les indicateurs de la Banque Mondiale de 2000, le tourisme apporterait aux pays en développement pauvres et émergents 9% des devises, à quasi égalité avec les exportations alimentaires et environ trois fois plus que l’aide au développement octroyée par les pays de l’OCDE . En Tanzanie par exemple, le professeur Benno Ndulu directeur de la *Bank Of Tanzania* rappelle que les revenus du tourisme atteindront en 2008, 1 milliard de dollars ce qui représente trois fois le revenu annuel de l’agriculture (*Arusha Times*, 7 juin 2008). Pour les PMA, le tourisme arriverait même en termes de devise au troisième rang après le pétrole et l’industrie et devant l’agriculture. Enfin, selon l’OMT, le

tourisme est la principale source de devises pour 46 des 49 pays les moins avancés. Ces chiffres permettent de comprendre, malgré les phénomènes de fuites, l'intérêt que portent les gouvernements de ces états au tourisme et l'appui des organismes internationaux concernés par leur développement.

Tableau n°11 : Evolution des arrivées touristiques internationales dans les PED et dans le monde (1990-2003)

Régions	Variation en pourcentage 1990-2003
PED	+77%
Moyen-Orient	+196%
Asie du Sud	+112%
Asie Est / Pacifique	+109%
Afrique	+105%
Amériques (- Canada et USA)	+46%
Europe	+44%
Canada et USA	+8%
Monde	+53%

Source : OMT, 2005, p14

Pourtant nombreux sont les analystes qui mettent en garde ces pays contre les risques inhérents à toute dépendance d'une économie à un secteur spécifique. Dans une thèse soutenue au Canada sur la comparaison touristique du Kenya et de la Tanzanie, Cyril August Chami (2002, p5-6) rappelle les différents facteurs qui font du tourisme une activité fortement dépendante de l'extérieur:

- Le tourisme est une activité dépendante d'une demande sociale extérieure. Or l'expérience montre avec évidence la dimension éphémère du succès d'une destination qui peut perdre en très peu de temps son attractivité internationale. Ce facteur de dépendance est d'autant plus important dans un marché très concurrentiel sensible aux événements politiques et sanitaires.
- La sécurité sanitaire et la stabilité politique restent des dimensions fondamentales dans le comportement du touriste. Le moindre problème sanitaire peut ainsi détruire partiellement ou totalement une économie touristique. Par exemple, « *les attentats du 11 septembre, le conflit en Irak et la crise sanitaire du SRAS ont également révélé que le secteur du tourisme est particulièrement sensible à l'insécurité perçue par les voyageurs, qu'elle soit réellement justifiée ou plus irrationnelle et consécutive à la médiatisation des événements géopolitiques internationaux [...]*

En effet, le sentiment de sécurité éprouvé par les touristes est un préalable indispensable au développement du pays par le tourisme » (Condes, 2004, p274).

- Pour atteindre les standards internationaux, les pays en voie de développement sont contraints d'importer des produits étrangers : boissons, nourriture, véhicules, pétrole, décoration, etc sont autant de produits renforcent la fuite des capitaux investis dans le tourisme.
- La commercialisation du tourisme est généralement faite par des agences de voyages et des voyagistes qui ont un réseau important dans les pays de départ. Cette situation engendre une inégalité entre agences des pays du Sud au réseau et au capital spatial moindre et des agences occidentales implantées et bénéficiant d'une expérience internationale ancienne. Il en résulte pour certaines destinations une forme de monopole des agences étrangères qui récupèrent ainsi la partie la plus grande des recettes.
- En terme environnemental, le tourisme exige l'utilisation de ressources importantes autour des sites d'accueil. La question de l'eau est bien évidemment centrale notamment pour des équipements lourds tels que les piscines et les golfs. Le tourisme peut également engendrer un phénomène inflationniste élevant les prix de l'alimentation ou de l'immobilier.

Source de mobilité géographique en pleine expansion, le tourisme concerne donc particulièrement l'Afrique qui connaît dans ce secteur une croissance importante. L'insertion du continent dans le commerce international du tourisme reste toutefois encore modeste et dépendante en grande partie de firmes multinationales qui organisent l'activité. Pour autant, le tourisme est mis continuellement en avant dans les politiques de développement comme un moyen de rééquilibrer les inégalités Nord-Sud.

2- DISCOURS INTERNATIONAL ET RÉFÉRENTIEL POLITIQUE

Les paysanneries africaines connaissent depuis les années 1980 une crise agricole majeure qui provoque des restructurations de l'organisation sociale et spatiale. La chute continue du cours des matières premières et les blocages inhérents au mode de développement colonial puis néo-colonial ont souligné l'impuissance du modèle développementiste à assurer le devenir des sociétés rurales africaines. Les réponses apportées n'ont pas donné lieu à une remise en cause des modèles mais à une accentuation des processus de déréglementation destinés à poursuivre l'insertion de ces pays à l'économie de marché. L'essor du tourisme mondial intervient dans ce contexte d'accroissement des inégalités entre les pays occidentaux et les pays en développement souvent situés au Sud. La mise en relation de l'expansion du phénomène touristique et des recettes produites participe à la production d'un discours développementiste, une représentation partagée au sein de la communauté internationale, qui fait de cette activité un nouveau moteur de développement, une nouvelle « chance » pour ces pays qui ne peuvent aux yeux des experts miser ni sur leur industrie, ni sur leur agriculture. Le mythe du tourisme réducteur des inégalités Nord-Sud est largement répandu et constitue désormais un référentiel sur lequel se construisent de nombreux programmes de coopération et de développement. Lors du sommet du tourisme à Chamonix en 2001, Francesco Frangialli, secrétaire général de l'OMT, exprime ainsi cette vision : « *à leur tour, les pays en développement, d'Asie, du Moyen-Orient, d'Afrique et d'Amérique latine, en ont expérimenté les bienfaits [du tourisme] ; ils ont découvert que là où le tourisme avance, la pauvreté recule* ».

Ainsi, comme le rappelle Raymond de Chavez, chercheur à la *Tebtebba Foundation*²⁹, « *le tourisme est devenu une partie intégrante du package de propositions économiques encouragées par les institutions financières pour renflouer les finances des pays en difficulté. Le tourisme est à présent considéré comme une stratégie de développement sérieuse pour le Tiers-Monde* » (Dechavez, 2006, p190). L'intérêt que nous

²⁹ Centre de recherche situé à Baguio aux Philippines. *Indigenous People's International Center for Policy Research and Education*

portons pour cette question doit nous permettre d'identifier les représentations qui sous-tendent ces discours et les mécanismes politiques qui en découlent pour en évaluer la réappropriation au niveau local. En effet, la réalité que nous observons au Kilimandjaro est certes le fruit d'interactions sociales au niveau local et régional mais elle résulte également d'une politique touristique nationale dont les référentiels sont largement construits au niveau international. Dans cette perspective, l'ensemble du discours sur le tourisme et le développement est entendu comme un référentiel politique partagé à partir duquel sont organisées des actions concrètes. Le référentiel est donc ici utilisé au sens de Muller, comme une « *représentation, une image de la réalité sur laquelle on veut intervenir. C'est en référence à cette image cognitive que les acteurs vont organiser leur perception du système, confronter leurs solutions et définir leurs propositions d'action : on appellera cet ensemble d'images le référentiel d'une politique* » (Muller, 1990, p42).

2.1- L'émergence du tourisme dans le discours sur le développement

Dès les années 1970, dans cette période d'expansion rapide du phénomène touristique, le tourisme est abordé comme un moyen de développement et ce thème est débattu dans les diverses commissions mondiales et dans les services nationaux de coopération. En 1963 à Rome, la Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux regroupe quatre-vingt-sept états pour débattre des inégalités du développement et de la place que le tourisme peut jouer dans ce cadre. Les résolutions finales de cette conférence consacrent le tourisme comme une composante essentielle de l'économie mondiale et un moyen de développement pour les pays en « retard ». L'Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme (UIOOT) s'aligne à partir de la conférence de Rome sur cette vision du tourisme. En 1967 l'*Année Internationale du Tourisme* est proclamée et l'UIOOT recommande alors la création d'une organisation intergouvernementale du tourisme. Les Statuts de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) seront votés en 1970 et ratifiés en 1974 par cinquante et un États.

La mission de l'organisation mondiale du tourisme est donc le développement de l'activité touristique à travers le globe. Marie-Françoise Lanfant nous rappelle que dans ce cadre, « *la libéralisation des échanges n'est pas seulement acceptée comme donnée*

incontournable, elle est préconisée comme objectif qu'il faut encourager en vue d'augmenter la croissance économique et diminuer la pauvreté » (Lanfant, 2004, p372-374). Le tourisme devient donc un outil supplémentaire de l'économie de marché. L'OMT adopte dès lors le leitmotiv suivant : « *le tourisme facteur de développement prime sur le développement du tourisme* ». Ainsi, si pendant longtemps l'activité touristique n'était perçue qu'au travers des bénéfices pour les pays du Nord, les années 1960 voient une thèse s'imposer, celle du bénéfice que pourraient tirer les pays sous-développés de cette activité. Il est ainsi admis que l'implantation touristique peut aider ces pays et dans la stratégie des organisations internationales, le tourisme devient une courroie de transmission entre pays riches et pays pauvres. « *Il s'agit de préparer des régions sous-développées, pour la plupart éloignées des grands centres métropolitains et peuplées de communautés vivant dans des conditions rudimentaires, à accueillir les touristes qui viendront les visiter en groupe de plus en plus dense. Développer le tourisme devient une exigence dont la légitimité est confortée par cette doctrine qui fait du tourisme international un facteur de développement économique applicable au Tiers-Monde* » (Lanfant, *Op. Cit.*). Cette posture défendue par les Nations Unies, si elle traduit les espoirs nouveaux des pays en développement, porte en germe le travers fondamental qui sera reproché au tourisme international au fur et à mesure qu'apparaîtront ses effets. Il ne souligne que les avantages économiques du tourisme, sans anticiper les mécanismes de fuites ou les effets socio-environnementaux qui relativisent aujourd'hui les bénéfices du tourisme pour les pays pauvres.

L'intégration de l'OMT aux Nations Unies en 1977³⁰ donne un poids plus prégnant à ce discours, qui se propose d'affronter les grands défis des pays en développement grâce au tourisme. Sous-développement, pauvreté, développement durable, environnement, protection des patrimoines historiques et culturels ou conservation des sites naturels, le tourisme est présenté comme une solution globale, forcément bénéfique. Ce discours repris, interprété par les organismes internationaux (FMI, Banque mondiale) fait du tourisme un des fondements des politiques de développement et un des moyens d'encourager les pays pauvres à adopter une économie marchande. Pourtant, à cette époque déjà, des experts tentent de dévoiler les ambiguïtés économiques du tourisme ; Le

³⁰ L'assemblée générale des Nations Unies le 22 Novembre 1977 approuve l'accord de coopération et les relations entre l'ONU et l'OMT.

rapport de R. Erbes, *tourisme international et l'économie des pays en voie de développement*, publié par l'OCDE en 1973 en est un exemple éloquent.

Il n'y a donc pas dans les discours sur le tourisme de changement de paradigme vis-à-vis du développement ou de l'aide aux pays en développement. La seule différence qui semble se dégager est la présence de plus en plus grande du tourisme dans les politiques bilatérales ou multilatérales. Le développement de l'activité touristique devient un élément quasi incontournable des politiques de coopération impliquant au niveau national un ensemble de politiques fiscales, environnementales ou salariales spécifiques. C'est ainsi que l'Union Européenne, par exemple, a établi d'importants programmes de promotion du tourisme qui se montent à plusieurs millions d'euros ou que la Banque mondiale et ses filiales octroient une aide dédiée à des projets de tourisme dans soixante pays. Le Fonds monétaire international n'est pas en reste puisque depuis la dernière grande crise de l'endettement dans les années 1980, l'organisme voit dans le tourisme un excellent pourvoyeur de devises étrangères permettant aux pays endettés d'honorer leurs emprunts. Il garantit les conditions de rapatriement des bénéfices pour les investisseurs occidentaux, conditions fiscales sans lesquelles ces investisseurs accorderaient moins d'intérêt à ces pays (Godchot, 1992, p226).

L'idéologie dominante ayant accompagné le développement du tourisme a connu malgré tout des évolutions notables faisant passer le tourisme d'outil de développement à celui d'arme contre la pauvreté. Georges Cazes et Georges Courade rappellent ainsi la manière dont le discours international du tourisme a évolué depuis les années 1950 notamment au sein de l'Organisation Mondiale du Tourisme. Ils identifient 4 stades dans cette évolution (Cazes et Courade, 2004, p260-267) :

- Dans les années 1950-1960 le tourisme est vécu comme un « *moteur de développement* » permettant le transfert des richesses du Nord vers le Sud. Le PNUD et la CNUCED ont contribué largement à généraliser cette idée.
- Puis il a été attribué au tourisme la capacité d'apporter la paix dans les pays en conflit. Le tourisme contribuait ainsi par la rencontre entre les peuples, à diminuer les tensions et à faciliter l'interconnaissance.
- À partir de la conférence de Washington, en 1975, commence le « *temps des dénonciations* » soulignant les effets négatifs du tourisme, notamment en termes d'acculturation et d'exportation d'une culture dominante.

- La dernière étape de cette évolution est baptisée le « *temps des chartes* » avec l'apparition de nombreuses recommandations, de textes chargés de bonnes intentions à la suite de la conférence de Rio de 1992 qui a sacralisé la notion de développement durable.

À ces quatre étapes, il faut en ajouter une autre qui a émergé lors de la définition des « objectifs du millénaire » par les Nations Unies conférant au tourisme la capacité à faire reculer la pauvreté. La rhétorique autour du « tourisme et développement » des années 1960 est ainsi réactualisée et vise toujours à l'expansion de cette activité au profit de la réduction des inégalités. Le docteur Harold Goodwin, directeur du Centre International du Tourisme responsable à l'Université de Greenwich en Angleterre, rappelle en effet, que « *L'adoption des objectifs de développement du millénaire par les agences des Nations Unies, par les agences bilatérales et multilatérales a encouragé l'organisation mondiale du Tourisme, les administrations nationales du tourisme et quelques agences de développement à adopter de nouvelles approches du tourisme en s'intéressant aux impacts économiques locaux et en particulier au thème de la réduction de la pauvreté* » (Goodwin, 2006, p1). C'est ainsi que la même année, en 1999, la commission des Nations Unies pour le développement durable appelait les gouvernements à « *maximiser le potentiel du tourisme pour éradiquer la pauvreté* » (Nations Unies 1999 cité par Goodwin, 2006, p2) et que l'OMT intégra dans son code éthique la lutte contre la pauvreté. Témoin de la réappropriation de cette thématique par l'OMT, le sommet mondial pour le développement durable à Johannesburg en 2002, a consacré la thématique « *tourisme et réduction de la pauvreté* ». L'association des deux thématiques devient un concept quasi irréfutable, un duo censé en grande partie répondre aux enjeux du millénaire et se traduisant par une montagne de publication adoptant le slogan « *Tourism and poverty alleviation* ». Le tourisme devient ainsi un référent des politiques de développement encourageant les organismes internationaux, les gouvernements et les ONG à intégrer cette activité comme mode de lutte contre la pauvreté. Lors de la Conférence des Nations Unies sur les Pays les Moins Avancés (PMA) en mai 2001 à Bruxelles, « *les PMA ont été exhortés à instaurer un climat propice à la promotion du tourisme, et où dans le même temps un engagement renforcé de moyens provenant de l'aide au développement a été demandé au profit du tourisme* » (Pluss, 2001, p1). Dans le cas plus spécifique de la Tanzanie, Geoffrey Chambua, membre de la *Wildlife Conservation Society of Tanzania* affirme que les pays donateurs tels que l'Angleterre, les Pays-Bas ou les pays scandinaves ont intégré dans leurs

politiques d'aide au développement le tourisme comme moyen de lutte contre la pauvreté (*Pro-poor Tourism*) (CHAMBUA, 2007).

Le développement du tourisme dans les zones rurales africaines ne correspond donc pas à une dynamique autonome, affranchie de toute volonté internationale et de toute idéologie. Le tourisme, comme naguère la modernisation agricole, apparaît clairement comme le dernier avatar des politiques de développement organisées par les acteurs internationaux dominants pour les pays en développement. Les rapports entre acteurs au niveau local sont donc en partie déterminés par des mécanismes fiscaux, législatifs et économiques adoptés à leurs dépens à des échelles plus grandes et qui prennent au niveau local des formes diverses. Notre système explicatif de la réalité touristique au Kilimandjaro doit donc être compris dans sa transversalité et sa dimension multiscalaire entre des phénomènes analysés au niveau international qui permettent de mieux appréhender les interactions sociales au niveau local.

2.2 L'intégration du tourisme aux politiques de libéralisation des services

Du 4 au 9 mai 1925, au lendemain de la Grande Guerre se tient à La Haye, aux Pays-Bas, le rassemblement des associations officielles du trafic touristique. C'est la première véritable réflexion collective sur la mise en œuvre de réglementations juridiques, fiscales et politiques au profit du tourisme. À cette époque, il s'agit surtout de répondre aux problèmes de réglementation de la circulation automobile et aérienne et d'évoquer les facilités qui doivent être accordées aux frontières (Harris, 1992, p249). À partir de cette date, les accords internationaux vont se développer et se multiplier pour construire au fil du temps et de l'histoire les conditions nécessaires au développement du tourisme mondial que nous connaissons aujourd'hui. La dernière étape clé de ce processus résulte de l'intégration du tourisme dans les politiques de libéralisation des services animées par l'Organisation mondiale du commerce (OMC). L'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) est né à Marrakech en 1994 et a pris effet le 1^{er} janvier 1995. C'est l'un des sous-accords conclus par l'OMC qui a pour but d'élargir les règles du commerce libéral au secteur des services dans le monde. Dans le cadre de l'AGSC, le tourisme est le

secteur le plus libéralisé en raison de l'engagement pris par 125 des 148 pays membres de l'OMC en faveur d'une libéralisation progressive des échanges de services liés au voyage et au tourisme.

Ces accords, encouragés par les organismes internationaux jouent un rôle majeur dans le développement touristique des pays en développement et donc les restructurations spatiales dans les espaces ruraux concernés. Pourtant, « *il y a une vingtaine d'années encore, les responsables politiques des pays en voie de développement étaient nettement plus circonspects quant à la capacité du libre-échange à soutenir la croissance économique de leurs pays* » (Equations, 2006, pp23-26). En effet, en quelques décennies, les rapports de forces et les logiques économiques internationales ont bien évolué et le secteur du tourisme a été au cœur de ces évolutions dans le cadre de l'AGCS mené par le GATT puis l'OMC. Dans ce cadre, la Tanzanie a également amorcé un virage fort passant d'une méfiance à l'égard des politiques du libre-échange à une confiance à tout va pour régler ses problématiques de développement. Lors de la conférence ministérielle du GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) de 1986 en Uruguay, la Tanzanie faisait partie du groupe des 10 (G10) mené par l'Inde et le Brésil qui s'opposait à l'entrée de toutes nouvelles matières dans le cadre des accords, notamment celles concernant les services (Equations, 2006, p24). Malgré cette opposition, la réunion ministérielle de Punta del Este déboucha sur le cycle de négociations commerciales le plus ambitieux de l'histoire du GATT : l'Uruguay Round (Equations, 2006, pp23-26). Les préoccupations du G10 furent totalement écartées, malgré des annonces allant dans le sens contraire, et en 1994 à Marrakech cette logique est menée à son paroxysme puisque l'accord général sur le commerce des services (AGCS) s'imisce en profondeur dans le domaine jusqu'alors souverain de la politique intérieure. Dix ans après l'entrée en vigueur de l'accord, beaucoup de pays en voie de développement ont abandonné leur position de départ (Equations, 2006, pp23-26). La Tanzanie fait partie de ces pays qui se sont totalement ouverts aux lois du marché redoublant d'efforts pour attirer les investisseurs étrangers. Dans ce cadre le tourisme est un secteur-clé puisque les 128 pays membres de l'OMC ont pris des engagements dans ce secteur, plus que dans tout autre secteur de l'AGCS. Le tourisme est considéré comme un des rares secteurs dans lequel les pays en voie de développement – dépourvus d'autres secteurs à fort potentiel - ont beaucoup à gagner.

Le tourisme constitue l'un des 12 secteurs-clés de l'AGCS et il est logiquement lié à d'autres secteurs tels que le transport, la construction ou les divertissements. La portée de ces accords est claire à la lecture de l'article 1 de l'AGCS : « *Dans la mise en œuvre de ses obligations et engagements au titre de l'accord, chaque membre prendra toutes les mesures raisonnables en son pouvoir pour que, sur son territoire, les gouvernements et administrations régionaux et locaux et les organismes non gouvernementaux les respectent* ». Les pays signataires sont donc invités à décliner localement les textes approuvés au niveau international. Ainsi, en vertu de l'AGCS, la protection de l'industrie locale du tourisme serait considérée comme une pratique déloyale et devrait être éliminée. Les multinationales doivent bénéficier des mêmes avantages que les agences locales de voyage et de tourisme. Cela met l'industrie locale en concurrence avec des poids lourds multinationaux et se traduit de fait par un transfert de contrôle en leur faveur. D'autres accords internationaux visent à intégrer l'industrie du tourisme dans l'économie mondialisée, tel que l'accord sur les Mesures concernant les Investissements et le Commerce (MIC), qui élimine l'obligation, pour les entreprises étrangères d'utiliser une main d'œuvre locale (De Chavez, 2006, p191).

Ce processus ne semble pas se ralentir comme nous le rappelle l'historienne Christine Pluss : « *Les pays d'accueil, notamment beaucoup de pays en voie de développement aussi, ont encouragé le secteur du tourisme grâce à toute une série de mesures au fil des années. Parmi celles-ci, d'importantes dérégulations et libéralisations dans ce secteur déjà très largement libéralisé. C'est ainsi qu'à l'issue de l'Uruguay-Round du GATT en 1994, lorsque des services furent inclus une première fois dans les accords de libre-échange, la grande majorité des pays du monde s'est explicitement engagée à de nouvelles obligations de libéralisation de grande portée dans le tourisme ou secteurs assimilés. Et avant même que les effets de toutes ces libéralisations sur les pays d'accueil - sur leur économie nationale et l'amélioration des conditions de vie des couches de populations les plus pauvres et défavorisées dans les régions cibles - soient effectivement évalués, c'est avec zèle que l'on négocie déjà la réduction des barrières commerciales dans le tourisme* » (Pluss, 2001, p2). Le secteur du tourisme se retrouve ainsi au devant des stratégies économiques de nombreux pays du Sud, impliquant populations et espaces, sans véritablement faire l'objet d'expertises pour en mesurer les bénéfices réels et les éventuels impacts négatifs. Ces pays du s'engagent dans des processus économiques dont ils ne maîtrisent souvent qu'une partie des mécanismes laissant aux opérateurs privés et à

certains organismes internationaux de larges espaces de décision. Au niveau local, les acteurs s'intègrent dans des mécanismes de production existant, essayant de se réappropriier une part de la manne touristique sans pouvoir infléchir les mécanismes de fonctionnement décidés ailleurs.

2.3- Tourisme et développement, du mythe à la réalité

L'enthousiasme partagé des organismes internationaux en faveur du tourisme est depuis longtemps dénoncé par les experts ; les limites de l'association tourisme / développement ou tourisme / lutte contre la pauvreté sont soulignées, non pas de manière idéologique, mais par un argumentaire économique. En effet, très tôt les experts financiers ont compris que le solde des devises touristiques utilisables pour le développement était très faible (Harris, 1992, p226). Selon Christine Pluss « *la croissance économique est certainement nécessaire afin de combattre la pauvreté, mais la croissance économique ne suffit pas à elle seule. Il faut des mesures d'accompagnement qui agissent de façon ciblée sur la diminution de l'injustice sociale. À partir de ce constat, la Banque mondiale a institué les stratégies « Pro Poor Sustainable Growth ». Or il n'y en a même pas la moindre trace dans les recommandations pour le tourisme des dernières Conférences des PMA, dans lesquelles on mise avant tout et avec tous les moyens sur une croissance continue du tourisme* » (Pluss, 2001, p5). Approximativement 1,3 milliards d'êtres humains dans le monde vivent aujourd'hui dans une pauvreté extrême, (moins de 1 dollar /jour). 80 % parmi eux vivent dans seulement 13 pays (Inde, Chine, Bangladesh, Kenya, Pakistan, Indonésie, Népal, Nigeria, Ethiopie, Brésil, Pérou, Philippines, Mexique). Pour souligner la relativité des effets positifs du tourisme, il faut rappeler que dix de ces pays ont à leur actif un secteur du tourisme important (plus de 2 % du PIB ou 5 % des exportations), qui par ailleurs a augmenté de manière significative ces dernières années. L'argumentaire qui tant à associé automatiquement tourisme et réduction de la pauvreté semble donc remis en cause, le formule tant prononcée ne fonctionne pas.

L'une des causes majeures de cet échec du tourisme à participer au développement économique et social des pays du Sud réside dans les modes de redistribution de la richesse produite que nous avons évoqués plus haut. Le tourisme se trouvant au centre des

politiques de libéralisation et notamment au travers de l'AGCS, facilite la création de monopoles touristiques et de mécanismes permettant le rapatriement d'une part importante des bénéfices dans les pays émetteurs. L'agence de statistiques de l'ONU indique que les taux de fuites des capitaux du tourisme dans les pays en voie de développement sont compris entre 20% en Thaïlande et plus de 80%, dans certaines économies des Caraïbes. *« Dans le secteur touristique, ces fuites prennent la forme de bénéfices rapatriés vers les pays d'origine des chaînes d'hôtel, de remboursement de prêts étrangers ou d'importation d'équipements, de matériaux et de biens de consommation pour les besoins des touristes. Il est clair qu'avec de tels niveaux de fuites, le fameux « effet de liens » (linkage effect) du tourisme ne fonctionne pas et échoue à apporter des revenus raisonnables aux populations locales »* (Equation, 2006, p35).

Ainsi, selon le groupe d'experts Equation³¹, avec l'entrée en vigueur des clauses de l'AGCS, les états du Sud n'obtiendront plus qu'une quantité réduite des bénéfices réalisés. L'article 17 sur le « traitement national » stipule qu' *« il ne peut y avoir aucun traitement discriminatoire envers les acteurs étrangers [...] les restrictions concernant les paiements internationaux seront considérées comme des infractions »* (Equation, 2006, p41). Or ces paiements sont des moyens concrets de rapatriement des bénéfices. En d'autres termes, les pays en développement signataires de l'AGCS, bien qu'il existe selon les cas des adaptations, sont contraints de mettre en place un système de gestion économique du tourisme qui leur est défavorable. Par ailleurs, s'il existe pour les pays signataires une possibilité de modification ou de retrait, l'article 21 de l'AGCS stipule qu'elle doit se faire par une négociation avec tous les membres touchés par cette dernière et que les entreprises concernées sont en droit de réclamer des compensations. Autant dire que la mise en place de l'AGCS est un voyage aller sans retour.

Les rapports remettant en cause la dialectique simpliste tourisme = développement ne datent pas d'hier. Les analyses approfondies de l'activité touristique tente depuis longtemps déjà de souligner les bénéfices mais également les *coûts sociaux et environnementaux du tourisme*. Ainsi, le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) créé, en 1972, dans un bilan sur la protection de l'environnement en 1982 accorde déjà son chapitre 14 au « tourisme ». Ce chapitre, s'appuyant sur les statistiques du tourisme international rappelle les espérances qui sont fondées sur l'expansion de cette activité. Mais il souligne également que *« parfois le tourisme nuit aux*

³¹ Equation est un centre indien de recherche, de formation et d'éducation travaillant sur la problématique de l'industrie du tourisme de masse, ses impacts et ses alternatives. Ce centre de recherche est situé à Bangalore.

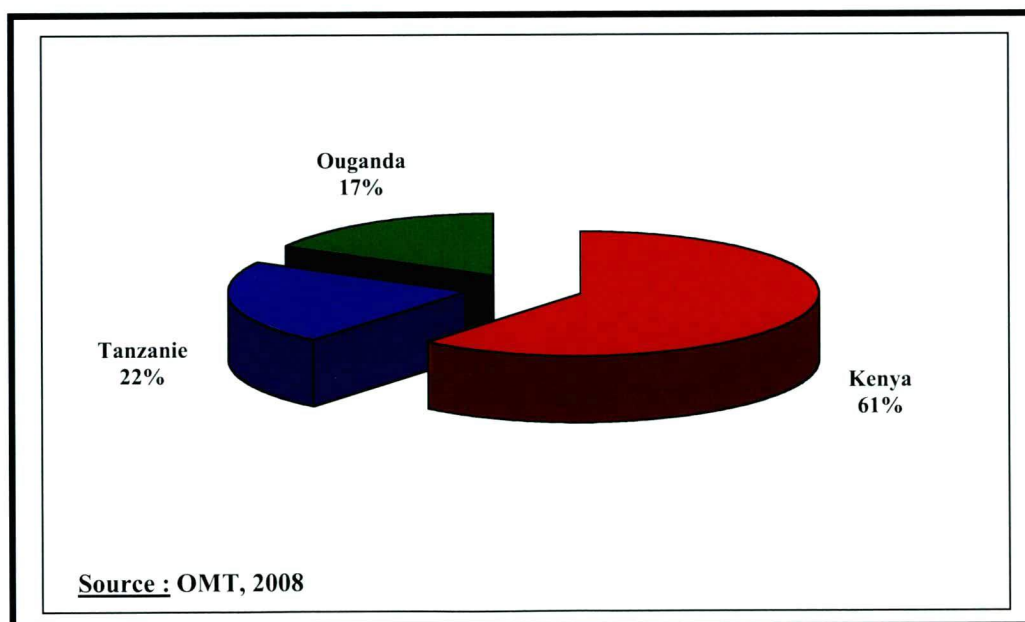
intérêts des résidents, provoque l'inflation, change le style de vie de la population locale ou altère les croyances culturelles » (Godchot, 1992, p222). Malgré ce scepticisme ancien, le tourisme a été « vendu par les agences multilatérales comme une industrie d'exportation supposée remplir les coffres de devises étrangères et a été adopté avec empressement par la plupart des gouvernements du Sud » (Equation, 2006, p29). Il se présente comme le dernier avatar des politiques de développement qui en échange de l'application de règles économiques souvent au profit des investisseurs du Nord promettent une élévation du niveau de vie, le recul de la pauvreté en somme, le développement promis depuis tant de décennies. Les ressorts rhétoriques de ce référentiel international de développement par le tourisme sont toujours les mêmes: le tourisme permet le développement d'infrastructures indispensables et exploitables par les autres secteurs de l'économie, l'activité est un grand pourvoyeur d'emplois et de devises étrangères et enfin, le tourisme contribue non seulement à l'interconnaissance mais également à la protection de l'environnement.

Le mythe du développement construit autour de la révolution agricole durant la colonisation prend aujourd'hui une autre couleur celle du tourisme fondant son développement sur la contemplation des espaces et la rencontre (supposée) de populations éloignées. Cette dynamique joue un rôle majeur dans la recomposition des territoires qui accueillent les touristes. Le Kilimandjaro comme tant d'autres espaces touristiques ne se construit plus aujourd'hui uniquement autour de l'activité agricole et commerciale mais avec une donnée nouvelle : l'apparition de nouveaux explorateurs venus admirer le sommet le plus haut d'Afrique.

3- LA GÉOGRAPHIE DE L'INDUSTRIE DU TOURISME EN TANZANIE

Avec ses 945 000 km², la Tanzanie est le plus grand pays d'Afrique de l'Est (hors Soudan et Ethiopie) limité à l'Est par 800 kilomètres de côtes sur l'Océan Indien et entouré par huit pays : le Kenya et l'Ouganda au Nord ; la République Démocratique du Congo, le Burundi et le Rwanda à l'Ouest ; par la Zambie, le Malawi et le Mozambique au Sud. L'*East African Community* (EAC) dont fait partie la Tanzanie avec le Kenya et l'Ouganda est une région historiquement touristique en raison de son passé colonial et de la dynamique kenyane entreprise dès son indépendance pour faire du tourisme une ressource centrale de son économie. Restée jusque dans les années 1990 en marge de ce mouvement, la Tanzanie constitue aujourd'hui un acteur clé du développement du tourisme international en Afrique subsaharienne. Les trois pays de l'*East African Community* ont ainsi accueilli en 2007, 3 310 065 touristes. Le Kenya en accueille plus de la moitié, soit 2 001 034, la Tanzanie 719 031 et l'Ouganda 550 000 (Cf. Figure 11).

Figure n°11 : Répartition des arrivées touristiques dans l'*East African Community* (2007)



Dans la région, les autres pays ont encore un tourisme naissant et connaissent des fréquentations très faibles. Ainsi le Rwanda a accueilli en 2007, 40 000 touristes et le Burundi 148 000.

L'objectif est ici de présenter le territoire touristique tanzanien dans son ensemble afin de mieux comprendre par la suite comment le Kilimandjaro s'insère dans une offre touristique qui s'articule autour de trois axes majeurs : tourisme de safari, tourisme balnéaire et tourisme de trekking. Au niveau national, les flux touristiques sont extrêmement concentrés dans certains espaces-clés du pays, espaces attractifs et desservis par des infrastructures adaptées. La répartition de l'activité touristique s'affranchie donc de la logique centre-périphérie impliquant une logique de mise en concurrence des territoires en fonction d'aménités attractives pour une clientèle essentiellement occidentale. Ces aménités peuvent être matérielles (grands espaces, paysages, faune, etc) ou immatérielles (mythe, culture, promesse d'une expérience unique).

3.1- Une croissance spectaculaire

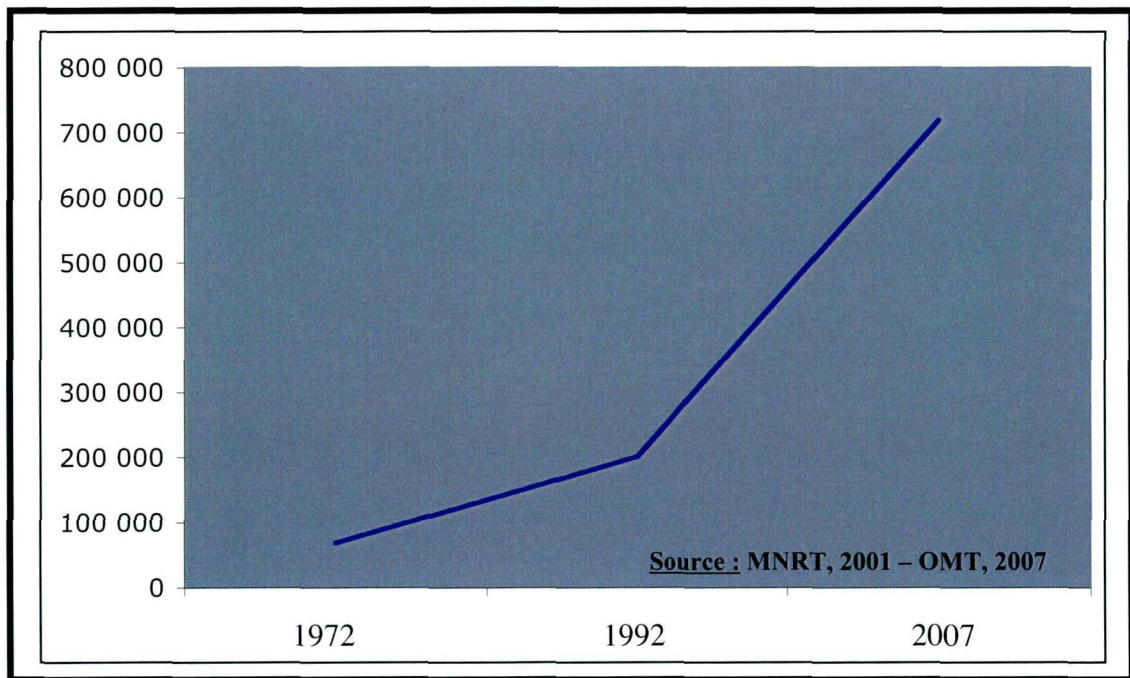
Au sein du tourisme international africain, la Tanzanie fait partie des pays récepteurs qui ont connu la plus forte croissance annuelle depuis les années 1990. Cela témoigne des efforts consentis par les gouvernements ayant succédé à l'expérience socialiste de Julius K. Nyerere, efforts centrés sur l'élaboration d'une véritable politique touristique fondant sa stratégie sur l'attractivité du pays envers les investisseurs étrangers. Ainsi, la Tanzanie fait-elle partie des cinq pays africains ayant connu les plus forts taux de croissance avec l'Afrique du Sud, la Namibie, Maurice et le Ghana. Le tourisme s'y est développé entre 1992 et 2003 avec un taux moyen annuel de croissance de 9,57%³². Les entrées touristiques sont ainsi passées de 68 400 entrées en 1971 à 201 744 en 1992 puis à plus de 700 000 touristes en 2007 (Cf. Figure 12).

Avec le secteur minier, le tourisme fait partie aujourd'hui des deux secteurs qui connaissent la plus forte croissance dans l'économie tanzanienne avec respectivement des taux de 10% et de 5,5% entre 1998 et 2002. Dès 2002, le tourisme représente 25% des recettes d'exportation (Banque Mondiale 2003). Cette performance est mise en avant par

³² Les statistiques mobilisées dans le cadre du tourisme tanzanien résultent de compilations de données issues à la fois de l'OMT, du Ministère de ressources naturelles et du tourisme de Tanzanie, et de différents organes impliqués dans cette activité (TANAPA, KINAPA, TAWIRI, etc). Les statistiques doivent être appréhendées avec du recul tant leur fiabilité est variable selon les années et les thèmes abordés. Toutefois leur publication ici est un indicateur intéressant pour comprendre combien le tourisme évolue rapidement en Tanzanie.

les économistes et les organismes internationaux pour orienter la politique nationale, dans un contexte où l'agriculture de manière générale connaît un ensemble de problèmes structurels conduisant à une baisse de sa croissance en 2003 de 5,5% à 4%. Le secteur agricole reste cependant dominant dans le pays, puisqu'il emploie 70% des actifs et représente plus de 40% du PIB. Le tourisme lui représente en 2006 17% du PIB et emploie près de 200 000 personnes (chiffres 2004- Ministère des ressources naturelles et du tourisme). Sa place dans le PIB a augmenté de manière exponentielle passant de 0,3% du PIB en 1980, à 1,5% en 1990, puis 9% en 1999 pour atteindre plus de 17% aujourd'hui.

Figure n°12 : Évolution des arrivées touristiques en Tanzanie (1972-2007)



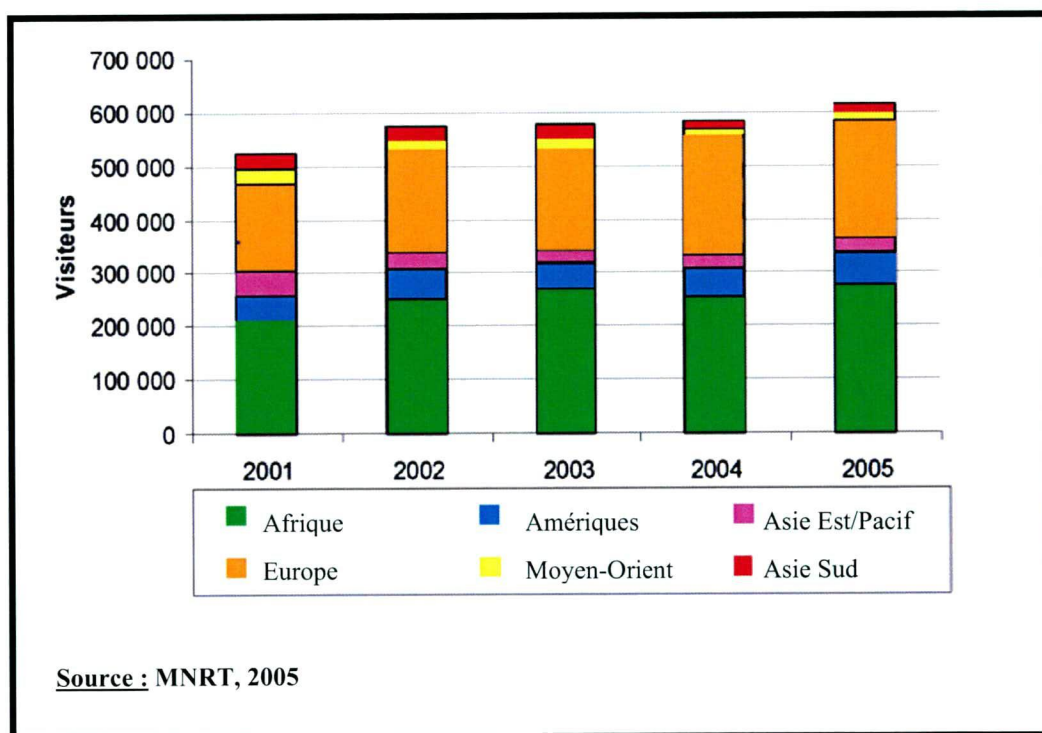
En termes de revenus, en 2005, les quelques 700 000 touristes généraient un peu moins d'un milliard de dollars³³. L'ambition affichée du gouvernement étant d'augmenter ce revenu en attirant plus d'un million de touristes d'ici 2010. Une partie de la réussite économique de cette activité repose sur les investissements privés qui ont connu une forte croissance, puisque d'investissements quasi nuls en 1990, la Tanzanie est passée à 240 millions de dollars en 2000 puis à 248 millions de dollars en 2003. Ces chiffres démontrent

³³ Sur ces 700 000 visiteurs, une étude a montré que près de la moitié viennent pour les vacances, 25% pour les affaires, 12% pour visiter des amis ou la famille et 10% dans le cadre de conférences.

l'impact des politiques d'ouverture (signatures d'accords avec le FMI, adoption de l'AGCS) et l'attrait que représente le pays pour les investisseurs étrangers. Ces investissements se sont traduits concrètement par une forte croissance de la capacité d'accueil, le nombre d'hôtels (de standing international) est passé de 210 en 1995 à 476 en 2004 soit une augmentation de plus de 100%³⁴.

Les arrivées touristiques en Tanzanie se font essentiellement par voie aérienne (54%) et routière (43%), le train et le bateau demeurant à la marge avec 3% des arrivées internationales. Il en résulte une concentration des efforts du gouvernement pour accroître la qualité des infrastructures aériennes afin d'assurer les meilleures liaisons possibles avec les pays émetteurs.

Figure n°13 : Région d'origine des visiteurs (2001-2005)



³⁴ Ces hôtels récemment construits correspondent en grande partie à des établissements de grande qualité respectant les standards internationaux ; de grands hôtels tels que le *Holiday Inn Hotel* avec 152 chambres, le *Golden tulip Hotel* avec 100 chambres, le *Mövenpick royal palm Hotel* avec 250 chambres, le *Courtyard Hotel* avec 55 chambres, ou le *Beachcomber Hotel* avec 48 chambres.

Le pays bénéficie de trois aéroports internationaux qui assurent au territoire une meilleure insertion au réseau mondialisé des transports. Le principal aéroport est situé à Dar es Salaam (*Julius Nyerere International Airport-JNIA*) capitale économique du pays. Le second, le *Kilimandjaro International Airport (KIA)*, situé entre Moshi et Arusha, dessert le Nord du pays. Enfin le dernier, à Zanzibar, *Zanzibar International airport*³⁵, permet de desservir quotidiennement l'espace clé du tourisme balnéaire du pays. Malgré la présence de ces infrastructures, la Tanzanie dépend encore beaucoup de l'aéroport international de Nairobi (Kenya) pour l'accueil de ces touristes internationaux. Des compagnies de bus, basées à Moshi et Arusha assurent ensuite le transfert vers la Tanzanie en passant par le poste frontière de Namanga. Cette dépendance est le résultat de paramètres divers : la domination historique du Kenya sur le tourisme en Afrique de l'Est, le développement plus important du trafic aérien qui permet de baisser les coûts, une liaison plus importante avec l'Europe. Au niveau interne, sur les 50% de touristes arrivant directement en Tanzanie, 30% atterrissent à l'aéroport de Dar es Salaam ou Zanzibar et 20% au *Kilimandjaro international Airport*. Les arrivées indirectes se font pour 10% par la Zambie et 40% par le Kenya les touristes (Cf. carte 9).

Les principaux pays d'origine des touristes (Cf. tableau 11 et figure 13) sont essentiellement des pays d'Europe et les Etats-Unis. Traditionnellement la Tanzanie accueille de nombreux Européens qui bénéficient de la proximité géographique de la destination contrairement à la clientèle d'Amérique du Nord. Une enquête menée dans le cadre du *Tourism Master Plan 2002* montre que la motivation des touristes européens faisant le choix de la Tanzanie est dominée par le tourisme de safaris (attrait de la nature et des animaux) à 83%, puis par le tourisme balnéaire à 28% et enfin par le tourisme culturel 17% et le trekking 10% (MNRT, 2002). Ces chiffres qui sont légèrement différents pour la clientèle nord américaine montrent la diversité du tourisme tanzanien et surtout la domination de son tourisme de safari qui se trouve au cœur de la communication marketing du pays animée par le TTB (*Tanzanian Tourism Board*) et les différents voyagistes.

³⁵ Egalement appelé Kisauni Airport

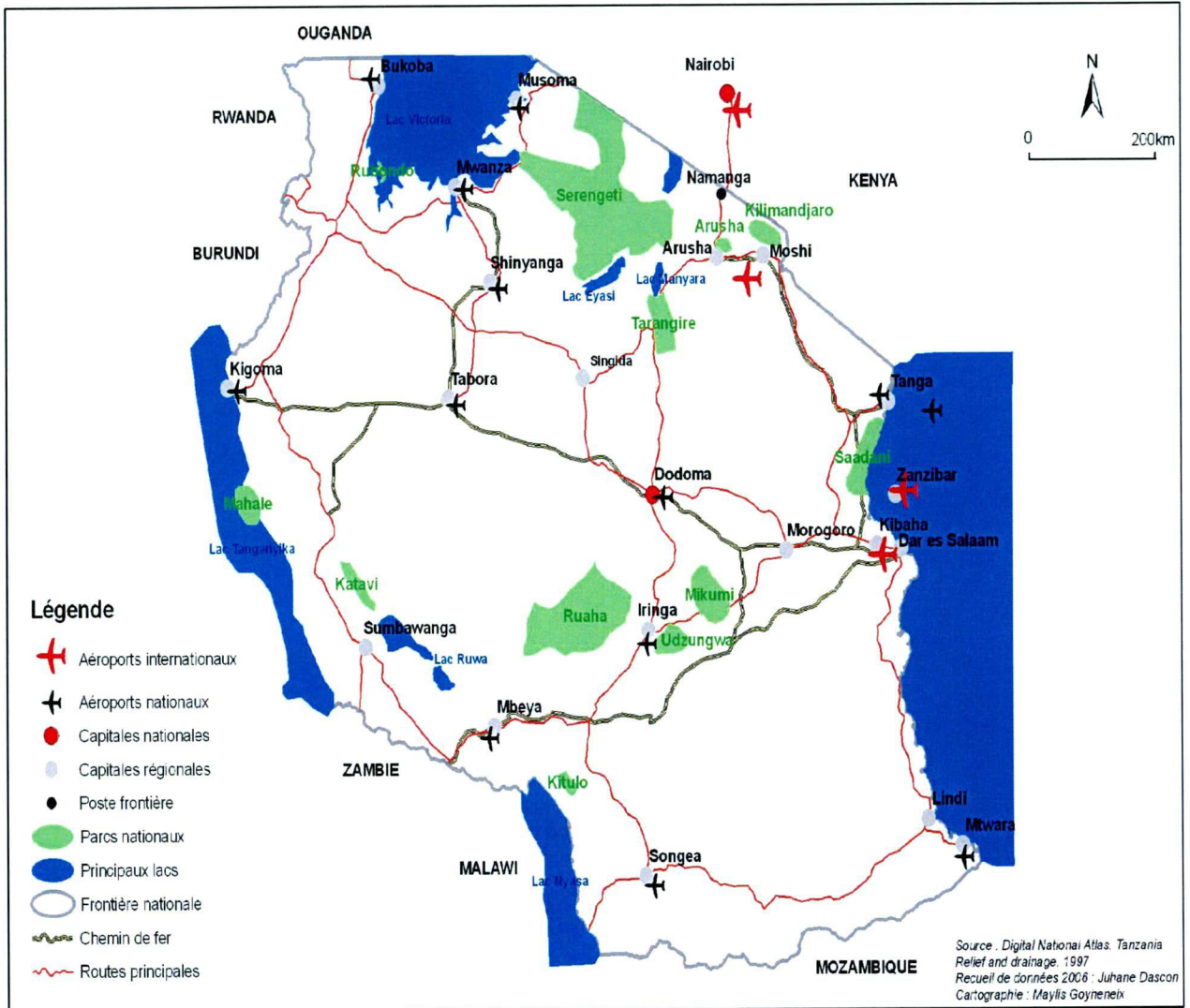
3.2- Une répartition géographique inégale (Cf. Carte 9)

L'organisation spatiale du tourisme tanzanien se caractérise par un déséquilibre en faveur du Nord du pays (90% des touristes se concentrent dans le *Northern Circuit*) et par la domination du tourisme de safari concentré dans un petit nombre de parcs nationaux ou de réserves très célèbres. Ce déséquilibre est au cœur des préoccupations du gouvernement qui tente par une communication adaptée et un développement d'infrastructures, encore timide, de rééquilibrer la répartition de ces flux. De manière générale, la Tanzanie bénéficie d'attraits touristiques importants, de hauts lieux du tourisme internationalement connus. Intégrés dans la représentation collective, nous pouvons citer les plus célèbres, le Serengeti, le Ngorongoro, le Kilimandjaro ou l'île de Zanzibar qui viennent ponctuer un territoire qui regorge d'autres attraits moins célèbres mais constitutifs d'un potentiel de développement touristique sur lequel le pays souhaite s'appuyer pour honorer ses ambitions de 1 million de touristes en 2010. Schématiquement, le pays se divise ainsi en cinq grandes zones touristiques :

- **Le circuit du Nord** (*Northern Circuit*). C'est le territoire le plus touristique de la Tanzanie renfermant les parcs animaliers les plus célèbres (Serengeti, Ngorongoro) et les sommets les plus élevés du pays et d'Afrique, dont le Kilimandjaro (5 895m) ou le mont Meru (4 556 m). Le succès du *Northern Circuit* s'explique à la fois par sa richesse en termes de hauts lieux du tourisme, mais également par sa proximité avec le Kenya où s'est développée très tôt une offre touristique transfrontalière. Les touristes qui pratiquent le Nord de la Tanzanie fréquentent majoritairement le *Big Three* : le Serengeti National Park (200 000 visiteurs/an), le Ngorongoro Crater (350 000 touristes/an) et le Kilimandjaro National Park (40 000/an). D'autres parcs (Tarangire, Manyara) et sommets (Mont Ol Doinyo Lengai) viennent enrichir ce circuit dont le centre organisationnel se trouve à Arusha. Capitale touristique du pays, Arusha concentre un nombre important d'acteurs clés du tourisme, d'hôtels internationaux et bénéficie de la proximité de tous ces attraits touristiques. Moshi, au pied du Kilimandjaro, apparaît comme un pôle organisationnel secondaire mais son rôle se renforce très clairement ces dernières années dans le cadre de l'organisation du trekking.

- **Le circuit du Sud.** C'est un espace touristique beaucoup moins fréquenté qui souffre d'une carence d'infrastructures (routes, aéroports, hébergements). Il comprend la réserve du Selous, les parcs nationaux de Mikumi, Udzungwa, Ruaha et la réserve de Rungwa. C'est un espace que les autorités tanzaniennes cherchent à développer afin d'opérer un rééquilibrage des flux permettant le désengorgement des parcs du Nord du pays qui commence à poser des questions relatives à la surfréquentation et aux effets négatifs sur les écosystèmes.
- **Le circuit Ouest** du pays. Composé de trois parcs nationaux (Gombe, Katavi et Mahale Montains), c'est un espace sous-fréquenté en raison du manque d'infrastructures. Les brochures touristiques ne font quasiment jamais état de cette partie du pays, préférant instrumentaliser les parcs les plus connus.
- **Le Coastal heritage trail.** Il regroupe les villes de Bagamoyo, Kilwa, l'île de Mafia, Dar es Salaam et ses environs. C'est un tourisme à la fois balnéaire et historique s'appuyant sur l'attrait de la côte océanique et sur l'héritage culturel de la colonisation ayant investi ces villes portuaires. Les traces de cette occupation, encore présentes, constituent un attrait potentiel pour des touristes sensibles aux sites historiques. C'est un tourisme encore timide qui tend à se développer et qui fait l'objet d'une communication spécifique de la part du *Tanzanian tourism board* (TTB).
- **Zanzibar.** « l'île aux épices » tient dans l'organisation touristique un statut à part en raison de sa fréquentation et son histoire. Elle accueille chaque année plus de 100 000 touristes (137 111 en 2006) bénéficiant d'infrastructures de haut standing en terme de tourisme balnéaire. Le statut autonome de l'île lui fait bénéficier d'un organe de promotion et d'organisation spécifique, la *Zanzibar commission for tourism*. Zanzibar est ainsi une destination en soi mais qui est souvent associée aux offres de safari animalier ou de trekking sous la forme d'« extension ».

**Carte 9 : Territoire touristique en
Tanzanie**



Un dernier élément important vient compléter cette offre, le tourisme cynégétique, qui, s'il reste confidentiel en termes de fréquentation, représente un apport économique notable dans l'économie touristique. Initié par les colons, la chasse s'est construite sur le mythe de l'aventure coloniale, le défi de la nature sauvage, une forme d'héroïsme moderne que les trophées de lion ou d'éléphant viennent sacraliser. La première législation concernant la chasse fut décrétée sous la colonisation allemande par le décret des espaces sauvages (*Wildlife decree*) en 1896. L'activité a ensuite été associée à l'évolution du tourisme conservant son autonomie. En 1995 la Tanzanie comptabilisait ainsi 181 000 Km² de superficie destinée à la chasse et entre 1988 et 1992 les revenus issus de ce tourisme spécifique sont passés de 4,6 millions de dollars à 13,9 millions de dollars. Centralisé par l'État dans les premières années de l'indépendance, le tourisme cynégétique a été ensuite ouvert aux entreprises privées essentiellement étrangères. Aujourd'hui, le tourisme de chasse est à 95% organisé par des entreprises étrangères. Elles bénéficient de droits de chasse sur certains « blocs » ou concessions pouvant ainsi proposer à leurs touristes des prestations spéciales souvent 3 à 4 fois plus chères que les safaris photo classiques.

L'offre touristique tanzanienne est donc plurielle, structurant son image sur les parcs animaliers mais travaillant à sa diversification. Bien évidemment, au niveau international, ce territoire touristique doit être entendu dans sa dimension régionale puisque les circuits touristiques associent très souvent des étapes tanzaniennes et des étapes kenyanes. La plupart des brochures touristiques vendent d'ailleurs les deux destinations soit côte à côte, soit carrément comme une seule destination sous des appellations mobilisant les représentations fantasmées de l'Afrique : « *nature et grands espaces* », « *symphonie africaine* » ou « *safari de charme* » (Cf. Illustration 10). L'illustration 6, réalisée à partir de brochures touristiques trouvées dans des agences de voyages françaises, montre la prédominance du *Northern Circuit* dans l'offre touristique, la dimension centrale de la ville d'Arusha (nœud organisationnel de la plupart des circuits), la complémentarité entre le Kenya et la Tanzanie et l'association du tourisme de safari avec le tourisme balnéaire à Mombasa ou Zanzibar (par des extensions). Le tourisme de trekking, lui s'autonomise et fait l'objet d'une offre spécifique. Les brochures touristiques y associent un marketing adapté témoignant d'une cible commerciale différente, plus sportive, plus jeune mais qui peut toutefois compléter son ascension par du safari ou un repos en station balnéaire (Cf. Illustration 11). Selon une récente étude (Chambua, 2008, p11) la place de la

Tanzanie dans l'offre touristique en Europe et aux Etats-Unis est en train d'augmenter. Ainsi, sur 41 voyageurs réputés sondés en Angleterre, en Italie, aux Pays-Bas, en Allemagne et aux Etats-Unis, 41 vendent la destination Afrique du Sud, 35 la destination Botswana et 34 la destination Tanzanie. Cette dernière s'impose donc aujourd'hui comme une destination incontournable de l'Afrique Subsaharienne.



Le sommet du Kilimanjaro se dévoile en fin de journée - © P. de Franquille



Les plaines du Masai Mara et du Serengeti... les milliers d'oiseaux de la vallée du Rift et des lacs Nakuru et Manyara... la concentration d'animaux du N'Gorongoro et de la réserve d'Amboseli... la savane arbustive du Tsavo... Un programme équilibré de part et d'autre du Kilimanjaro, avant de finir votre voyage en beauté sur les plages de l'océan Indien.

LES POINTS FORTS

- Des sites naturels incontournables : le Masai Mara, le Serengeti, la Vallée du Rift...
- Une approche différente de la faune : balades en bateau ou à pied
- 2 journées de farniente sur la côte de Corail

VOS HOTELS ET LODGES (norme locale)

- Masai Mara Serena Lodge ****
- Lac Naivasha Lake Naivasha Sopa ****
- Les Aberdares (Mont Kenya) Serena Mountain Village ****
- Amboseli Amboseli Serena Lodge ****
- Lac Manyara Serena Lodge ****
- Serengeti Serena Lodge ****
- N'Gorongoro Serena Lodge ****
- Tsavo Kiliguri Serena Lodge ****
- Mombasa Leopard Beach ****

TANZANIE
Nature et Grands Espaces

ESSENTIEL

à partir de **2390€***
9 jours/7 nuits

Départs garantis

TANZANIE - KENYA
Nature et Grands Espaces

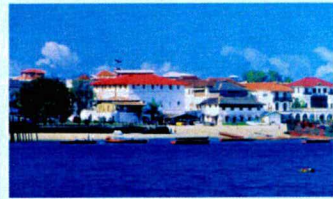
APPROFONDI

à partir de **2250€***
10 jours/8 nuits

- Départs garantis
- Exclutivité de l'heure

* + 154 € de taxes = 2404 €
Prix minimum au départ de Paris - Kilimanjaro/ Serengeti Serengeti Lodge

EXTENSION ZANZIBAR



1^{er} au 7^e JOUR : programme identique au "Safari Serengeti", décrit ci-contre.
8^e JOUR : **Manyara - Arusha - Zanzibar**. Départ pour Arusha et déjeuner. Transfert à l'aéroport et envol vers Zanzibar. Dîner.
9^e et 10^e JOURS : **Zanzibar**. Séjour libre en demi-pension (dîner) à l'hôtel Blue Bay Beach Resort. (Descriptif p. 105).
11^e JOUR : **Zanzibar - Nairobi - Paris**. Matinée et déjeuner libres. Transfert à l'aéroport dans l'après-midi et envol pour Paris via Nairobi et Amsterdam.
12^e JOUR : **Paris**. Arrivée dans la matinée.



EXTENSION MOMBASA

Après le spectacle grandiose de la nature, savourez la fraîcheur de l'Océan Indien et les plages de sable blanc de la côte nord de Mombasa.

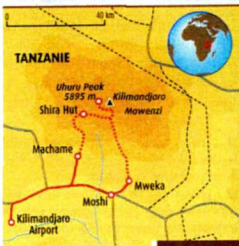
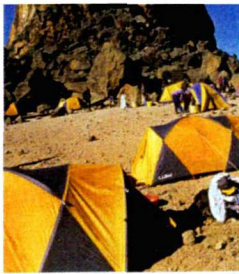


1^{er} au 8^e JOUR : programme identique au "Safari Kilimanjaro", décrit ci-contre.
9^e et 10^e JOURS : **Mombasa**. Séjour libre en demi-pension (dîner) à l'hôtel de votre choix. (descriptif p. 105).
11^e JOUR : **Mombasa - Paris**. Déjeuner libre. En fin d'après-midi, transfert vers l'aéroport. Envol pour Paris via Nairobi et Amsterdam.
12^e JOUR : **Paris**. Arrivée à Paris.



Illustration 10 :
Le territoire touristique tanzanien inséré dans une offre régionale

Source : catalogue KUON 2006 et catalogue Jet Tours 2006



TANZANIE > 8 JOURS

NOUVEAUTÉ

NIVEAU • À PARTIR DE 16 ANS • CODE TANL01

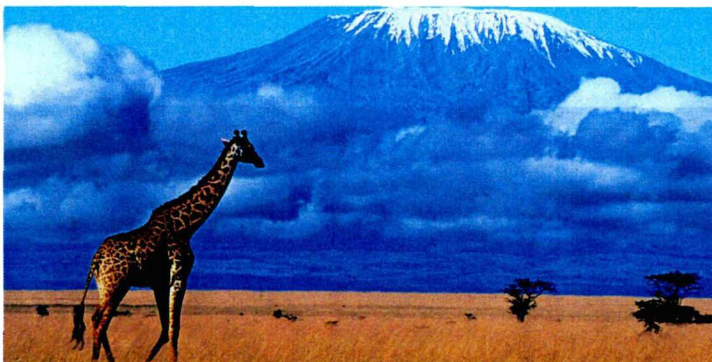
à partir de **900€**

Ascension du Kilimandjaro

>> Départs à votre convenance toute l'année sauf en avril-mai et novembre 2006

Le mythique massif du Kilimandjaro domine de 5 000 m les plaines environnantes. Cet immense volcan se compose de trois cratères différents : Shira, Mawenzi et Kibo. Uhuru Peak, but final de l'ascension, culmine à 5 895 m.

La voie Machame est sans doute la plus belle de toutes. Les nuits sont passées sous la tente et le retour par une voie différente permet d'augmenter encore la variété des paysages sur lesquels souvent la vue est spectaculaire : forêt équatoriale, herbes hautes, séneçons et lobélies dans les landes d'altitude, désert surplombé par les glaciers et les neiges éternelles.



Grands espaces

Ascension du Kilimandjaro, N'Gorongoro et trekking masai

Des neiges du Kilimandjaro aux déserts du lac Natron, en passant par le plus beau parc animalier du monde, le N'Gorongoro et la bordure du Serengeti, la Tanzanie est un milieu naturel unique au monde. Si l'on ajoute l'approche des guerriers masais et de leur culture, grâce à la randonnée exceptionnelle que nous effectuons avec eux, c'est à une découverte en profondeur de l'Afrique millénaire que nous vous convions. Morceau de choix, l'ascension du Kilimandjaro reste un must pour les amateurs de trekking et du toit de l'Afrique.

Illustration 11 :

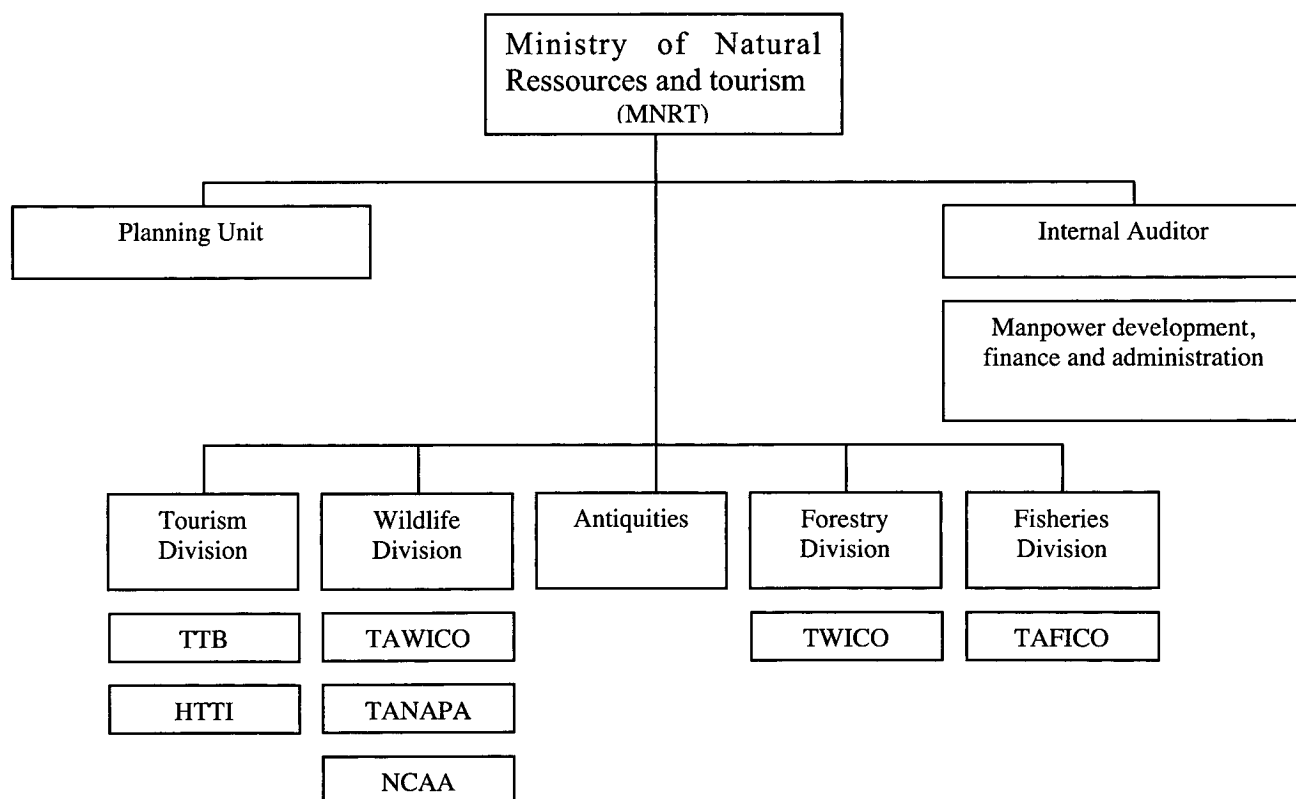
La place du Kilimandjaro dans l'offre touristique

Source : Terre d'Aventure 2006

3.3- Une organisation politique adaptée au développement du tourisme

Dans les années 1990 – suite aux premiers accords signés avec le FMI en 1986 - le gouvernement a restructuré complètement sa politique touristique avec la mise en œuvre en 1991 de la première politique du tourisme (*National Policy of Tourism*) centrée sur la rénovation et le développement des infrastructures touristiques. Cette politique sera révisée en 1999. En découle une organisation politique du tourisme articulée autour du Ministère des ressources naturelles et du tourisme (MNRT) qui supervise plusieurs agences gouvernementales oeuvrant dans le secteur du tourisme (Cf. figure 14).

Figure n°14 : Organisation du Ministère des Ressources Naturelles et du Tourisme tanzanien (MNRT)



L'intitulé même de ce ministère traduit les liens étroits que l'activité touristique entretient en Tanzanie avec les politiques de gestion de l'environnement (Cf. Chapitre V). Les principales agences gouvernementales liées au MNRT sont les suivantes : le *Tanzanian Tourism Board* (TTB), créé en 1993 qui a en charge la promotion du tourisme tanzanien au

niveau international³⁶ (Cf. Tableau 12). La *Tanzania National Parks* (TANAPA) gère les 14 Parcs nationaux du pays qui constituent l'un des attraits touristiques majeurs (Serengeti, Manyara, Kilimandjaro, etc). Le *Tanzania Wildlife Research Institute* (TAWIRI) coordonne la recherche en rapport avec la politique de conservation du pays. Le *Ngorongoro Conservation Area Authority* (NCAA) qui gère l'aire protégée du Ngorongoro (reconnu patrimoine mondial par l'UNESCO), l'un des sites les plus visités du pays. Et de nombreuses autres agences (MPRB, NCT, etc).

Tableau n°12 : Présence du TTB dans les salons internationaux de promotion du tourisme (2004)

<u>Pays</u>	<u>Type de salon</u>
Emirats Arabes Unis, Abu Dahi	Salon international de la chasse et des sports équestres
Inde, New Deli	Salon international du tourisme et du voyage
Russie, Moscou	Salon international du voyage de loisir
Japon, Tokyo	Tourisme international de congrès et de voyage JAVA
Canada, Montréal	Salon international du voyage et du tourisme
France, Danville	Top RESA
Royaume Uni, Londres	Salon international du voyage

Source : TTB, 2006

Forte de cette structure administrative, la politique gouvernementale du tourisme s'est organisée peu à peu selon des objectifs nationaux et selon des injonctions venant des organismes internationaux et qui apparaissent très clairement dans les objectifs de la politique touristique de 1999. Par exemple, ce texte crée un lien étroit entre le développement de l'activité touristique et la réduction de la pauvreté. Le référentiel analysé précédemment est donc fidèlement repris sans faire allusion aux réserves multiples que beaucoup d'experts ont soulignées quant à ce couple sémantique. Le référentiel du développement durable est également mobilisé dans ce texte explicitement autour de ces trois axes : respect de l'environnement, des peuples et viabilité économique.

³⁶ En 2004, le TTB a par exemple dépensé 1,2 millions de dollars dans la promotion de la Tanzanie dans les salons internationaux du tourisme. En 2005, une polémique s'est développée entre le TTB et le gouvernement en raison du manque de moyen accordé pour la pomotion du tourisme. Sur le budget nécessaire pour mener à bien sa mission (3,2 millions de dollars) le TTB s'est vu attribué 1,4 millions de dollars (Cf. Annexe 5, Article 3).

General Tourism Policy objectives

*« La politique nationale du tourisme a pour objet de prendre en compte l'économie et les ressources de la population et **plus particulièrement dans une logique de réduction de la pauvreté**, par l'encouragement et le développement d'un **tourisme soutenable et de qualité qui soit culturellement et socialement acceptable, écologiquement respectueux, soucieux de l'environnement et économiquement viable**. La politique nationale souhaite également faire connaître la Tanzanie comme un pays de tourisme d'aventure (Safari animalier) dans un pays réputé pour sa diversité culturelle et ses nombreuses plages.*

La Tanzanie envisage d'accueillir 1 million de touristes dans les années 2010. Par ailleurs, il est prévu que l'industrie du tourisme passe d'un accroissement annuel de 8,1% à 10% en 2005.

Enfin, il est reconnu que le secteur privé jouera un rôle majeur dans cette industrie encouragée par le gouvernement concentrant son action dans l'amélioration des infrastructures et dans l'amélioration des conditions d'investissement »

(traduit directement d'un document officiel présentant la *National Policy of Tourism* de 1999 – MNRT, 1999)

La politique nationale, fait encore une fois référence très directement aux référentiels internationaux. Enfin, l'importance que l'OMT, l'OMC et le FMI accordent au secteur privé dans le développement de l'activité touristique est relayée ici sans équivoque. Le rôle de l'État se concentre dans l'amélioration des infrastructures (investissements lourds) et dans l'élaboration de politiques (fiscales) visant à « *l'amélioration des conditions d'investissement* ».

Ce texte est donc l'illustration explicite de la capacité des organismes internationaux – à travers leurs discours et leur force de persuasion – à influencer directement les politiques nationales.

Au niveau de sa politique internationale et régionale, la Tanzanie a également développé une stratégie d'ouverture afin d'intégrer les institutions et les réseaux internationaux propices au développement d'une économie libérale. La Tanzanie fait ainsi partie de la Communauté de développement sud-africaine (SADC), de la Communauté est-africaine ou de l'Organisation Mondiale du tourisme. Ces groupements politiques et économiques sont tous favorables au développement du tourisme suivant ainsi les

directives de la Banque Mondiale et du FMI considérant cette activité comme un mode de rééquilibrage des inégalités entre les pays du Nord et les pays du Sud. Par exemple, la Communauté est-africaine dont le traité a été signé le 7 juillet de l'an 2000, stipule dans l'article 115, dans le chapitre 20, qu'il faut « *développer une approche coordonnée et collective de la promotion du tourisme par et pour la communauté est-africaine* ». Le traité encourage par ailleurs l'adoption d'une « *stratégie collective permettant aux actions individuelles (des états) d'être renforcées par l'action régionale* ». Dans cette même logique, la Tanzanie a signé en 2002 le protocole de développement du tourisme de la Communauté de développement sud-africaine qui est destiné à mener des politiques régionales favorisant l'investissement privé dans le secteur touristique et à promouvoir conjointement la région auprès du marché international. Le SADC s'est en outre muni d'une organisation régionale du tourisme pour la communauté sud-africaine, le RETOSA, destinée à assurer cette promotion touristique.

Témoin de l'insertion du tourisme dans les politiques de coopération, l'Union Européenne, un partenaire historique du développement touristique en Tanzanie, a contribué en 2002 à la réévaluation de la politique touristique du pays. Le *Tourism Master Plan* de 2002 ainsi réactualisé sert de feuille de route pour tous les acteurs et toutes les politiques du tourisme en Tanzanie. Intitulé *Tourism master plan: strategies and actions* il préconise différentes actions (Ministry of natural ressources and Tourism, 2002):

- Amélioration du *Northern Circuit* avec une extension vers le Mont Usambara à l'Est avec le fleuve Pangani et le port de Tanga.
- Renforcement du *Southern Circuit* autour des quatre aires protégées que sont le Selous, le Mikumi, l'Udzungwa et le Ruaha. Un renforcement nécessaire justifié par la forte concentration des flux touristiques sur le nord du pays.
- Développement du tourisme balnéaire sur la côte océanique et sur les îles.
- Amélioration des structures touristiques et des sites d'intérêts touristiques à Dar es Salaam. Dar es Salaam, sur l'Océan Indien est en effet une station balnéaire peu exploitée en terme touristique contrairement à Mombasa au Kenya.
- Et enfin la création d'un lien entre le *Northern Circuit* et le *Southern Circuit* pour rééquilibrer les différences de fréquentation.

Toutes ces orientations demandent des investissements forts que la Tanzanie ne peut, seule, assumer. Le choix du développement touristique la rend donc extrêmement dépendante de l'aide extérieure, souvent conditionnée par des orientations politiques préalables.

La politique touristique tanzanienne est donc pluridimensionnelle, associant stratégie nationale et stratégie régionale fondant sa vision sur des référentiels politiques construits par les organismes internationaux. Les réalités locales issues de ce processus sont complexes et se manifestent sur des territoires tel que le Kilimandjaro par un développement de l'activité touristique qui, si elle ne fait pas reculer la pauvreté, modifie profondément les structures sociales et spatiales en étant adoptée par les acteurs locaux.

Conclusion du Chapitre IV

Nous avons montré dans ce chapitre que l'analyse géographique du tourisme au Kilimandjaro doit intégrer des facteurs explicatifs plus globaux dont les incidences au niveau local sont déterminantes. Il s'est développé de manière croissante ces dernières années au niveau mondial focalisant l'intérêt d'acteurs internationaux dominants qui en ont fait l'un des axes forts de leur politique de développement et de coopération. Dans un contexte de crise de la modernisation agricole dans les espaces ruraux des pays en développement, le tourisme est présenté comme une issue salvatrice. Les fondements du discours sur le développement ne changent pas, le modèle occidental de production reste le modèle à suivre et à étendre. Le tourisme intègre alors les injonctions des organismes internationaux qui voient dans son développement un moyen simple de réduction des inégalités. Cette réalité se traduit par des mécanismes puissants dont les effets sont observables sur les orientations politiques des États africains et par ricochet sur les espaces ruraux que ces états administrent.

Encore en marge du tourisme international, l'Afrique et la Tanzanie plus particulièrement, tente de s'imposer sur ce marché très concurrentiel en mettant en avant une offre diversifiée et en adoptant des politiques fiscales favorables aux investisseurs étrangers privés. Le Nord de la Tanzanie dans lequel est intégré le Kilimandjaro correspond au territoire central du système touristique tanzanien dont le centre organisationnel se trouve à Arusha, à 80 kilomètres du Kilimandjaro. La concentration des flux touristiques sur cette partie du territoire suppose une implication des acteurs locaux à différents niveaux de la production de la ressource touristique, implication qui va peu à peu modifier la nature des territoires concernés. Du global au local, le tourisme multiplie les interdépendances entre les territoires et les acteurs, interdépendance symbolisée par les Boeing en provenance d'*Amsterdam Schiphol* ou de *London Heathrow* qui se posent quotidiennement à l'aéroport international du Kilimandjaro ou de Dar es Salaam³⁷.

³⁷ Vols Internationaux vers la Tanzanie: KLM Royal Dutch Airlines (Amsterdam) vols quotidiens vers KIA / British Airways (Londres-Heathrow) vols quotidiens vers l'aéroport international Julius Nyerere de Dar es Salaam et cinq vols hebdomadaires vers Nairobi (Kenya) / Emirates (Dubai) vols quotidiens / Qatar Airways (Doha) vols quotidiens vers Dar es Salaam / Air India (Mumbai) vols quotidiens vers Dar es Salaam.

Dans le chapitre suivant nous allons compléter notre compréhension des conditions de l'émergence du tourisme au Kilimandjaro par une analyse historique permettant d'appréhender le tourisme au travers des politiques de conservation de la nature, coloniales puis post coloniales. En Effet, au Kilimandjaro, au Serengeti ou au Ngorongoro, il s'épanouit dans des aires protégées, dont l'analyse de l'émergence au cours de l'histoire, nous permettra de mieux comprendre comment s'organisent les rapports de forces entre les acteurs du tourisme aujourd'hui.

CHAPITRE V :

POLITIQUE DE CONSERVATION DE LA NATURE ET ÉVOLUTION DES STRATÉGIES GOUVERNEMENTALES

« Je ne veux pas passer mes vacances à regarder les crocodiles. Cependant, je suis entièrement d'accord avec leur protection. Je crois qu'après les diamants et le sisal, les animaux sauvages seront une source majeure de revenu pour le Tanganyika. Des milliers d'Américains et d'Européens ont un besoin pressant de voir ces animaux » (Julius Nyerere cité par Newmann, Roderick, 1995, p363).

*« L'histoire du tourisme et l'émergence et le développement de la conservation de la nature sont étroitement liés en Tanzanie. Le tourisme a dans un premier temps été mis en œuvre sous administration coloniale pour répondre aux besoins des occidentaux, venant observer ou chasser les animaux sauvages »
(Che Hamis, 1998, p7)*

La communication touristique mobilisée pour la vente des voyages à destination de la Tanzanie et de l'Afrique de l'Est en général, fonde sa sémantique essentiellement sur une « Afrique originelle » dans laquelle règne la nature primitive. Les photographies des fauves, des grands mammifères dans des paysages stéréotypés viennent illustrer ce discours commercial et donnent au futur voyageur la sensation de plonger dans un univers préservé de la main de l'homme. Les populations sont d'ailleurs bien souvent exclues de ces clichés et leur présence n'est tolérée que si elle contribue à renforcer l'image de l'« Afrique sauvage » : l'instrumentalisation de la représentation du guerrier massai en est l'exemple type. Cette représentation construite au fil du temps, résulte du lien étroit qui existe dans cette région (et tout particulièrement en Tanzanie) entre les politiques de conservation de la nature d'une part et l'activité touristique d'autre part. Les politiques de mise en réserve ont en effet ponctué toute la période coloniale et se sont prolongées à

l'indépendance constituant pour les compagnies touristiques des espaces disponibles dans lesquels pouvaient s'épanouir une vision romantique de l'Afrique et une pratique récréative basée sur la contemplation ou la chasse. L'analyse des réalités touristiques au Kilimandjaro – dont la partie sommitale est protégée par un parc national – passe donc par la compréhension du lien historique qui s'est construit entre tourisme et conservation de la nature en Tanzanie. La gestion de la ressource touristique aujourd'hui découle en partie de mécanismes anciens, qui, par une rhétorique de sacralisation de la nature, ont conduit à la mise en réserve de vastes espaces, pratiqués et contrôlés dans la période précoloniale selon des règles traditionnelles associant logiques de production et lien culturel à la terre.

Les politiques de conservation de la nature ont accompagné le développement du tourisme en Tanzanie depuis la fin du XIXe siècle, jusqu'à aujourd'hui. Ce sont les administrations coloniales qui ont initié ces pratiques et les gouvernements indépendants successifs ont prolongé et parfois renforcé cette logique, conscients du potentiel économique que constituait le développement du tourisme dans ces zones. C'est ainsi que depuis 1960 les aires protégées ont plus que doublé en Afrique dépassant les 10% du territoire dans de nombreux pays tels que le Botswana, la Namibie, le Sénégal, la Tanzanie ou le Togo (Neumann, 1998, p4). La pratique agricole y est limitée, sinon interdite, ce qui pose inévitablement des questions dans des pays ruraux dont l'économie est essentiellement agricole. Si l'on ajoute à cela l'explosion démographique survenue au milieu du XXe siècle et l'incitation à la production de cultures de rentes on dessine les contours d'une problématique spatiale générale au sein de laquelle l'aménagement spatial fondé sur la mise en réserve conduit à des conflits d'usages.

La formalisation de l'idéologie *conservationniste*³⁸ s'est donc, de manière générale, faite dans la douleur et par la remise en cause de l'organisation des populations locales qui ont dû adapter leur mode de production pour assurer leur reproduction sociale. La structuration de la *Tanzanian National Park* (TANAPA - institution qui gère les parcs nationaux en Tanzanie) en organe quasiment paramilitaire, symbolise à elle seule la gouvernance qui a accompagné ces politiques de conservation avant et après la colonisation.

Nous synthétisons dans ce chapitre les grandes lignes (désormais bien connues) des politiques conservationnistes des gouvernements successifs (coloniaux puis post-

³⁸ Ce terme issu de la langue anglaise est francisé pour désigner l'idéologie d'origine occidentale de protection de la nature qui s'est développé essentiellement à partir du XIXe siècle.

coloniaux) afin de faciliter l'analyse des rapports de force aujourd'hui dans le cadre des espaces touristiques.

1- LES POLITIQUES DE CONSERVATION EN TANZANIE

L'histoire des aires protégées en Afrique de l'Est est intimement liée à celle du tourisme. Comme le rappelle Ole Kamuaro, « *le tourisme de masse a d'abord été introduit en Afrique de l'Est dans les années 1950 avec une législation sur la chasse établie par les colons britanniques qui contrôlaient le Kenya et la Tanzanie. Le besoin d'espaces exclusivement réservés à la chasse et aux activités récréatives, interdites aux populations autochtones, a conduit à la création d'aires protégées, de parcs nationaux et de réserves de jeux. Ces aires sont devenues des sources de revenus importants avec la construction d'hôtels et de campings* » (Kamuaro, 1996, p1). Dès les années 1950, le tourisme est donc développé dans des espaces confisqués aux populations locales et la politique de conservation de la nature instrumentalisée pour le développement d'activités récréatives au bénéfice des colons et des premiers touristes internationaux. L'idéologie qui sous-tend les politiques de conservation s'avère donc constituer, dans le cas de la Tanzanie et de ces homologues africains, une condition importante de la mise en tourisme des territoires. Comment ont-elles émergé? Quels en ont été les objectifs ? Quelles en ont été les incidences sur les populations locales et sur leur rapport à l'espace ? Quels en sont les effets sur la gestion du tourisme aujourd'hui ? Voilà les thèmes que nous souhaitons aborder ici pour mieux replacer ces politiques de conservation dans leur contexte de production.

1.1- L'idéologie *conservationniste*: maîtrise de l'espace et contrôle des ressources

Dans la période coloniale, l'aménagement de l'espace se fait selon deux types de représentations de la nature : d'une part, une représentation « utilitariste » basée sur l'extraction de matières premières destinées aux industries des pays européens ; d'autre part, une représentation romantique sur laquelle s'opère « *un transfert de la nostalgie d'une nature primitive définitivement disparue du Nord vers cette Afrique* » (Pourtier cité par Charlery de la Masselière, 1994, p46). C'est en fonction de cette double représentation que les territoires colonisés se retrouvent profondément redéfinis et réorganisés.

Ainsi, dans une première période, la logique extractive domine et la logique de mise en réserve est celle du modèle de la « concession », destinée à accaparer les ressources stratégiques: réserves forestières, protection des ressources en eau ou concessions agricoles destinées aux producteurs blancs. Ce modèle se fonde sur une représentation fonctionnelle de l'espace géographique. Les administrateurs des colonies appliquent des modèles de productions simples, reposant sur des typologies séparant de manière souvent radicale agriculture et élevage, systèmes extensifs ou intensifs, cultures pluviales ou irriguées. Aujourd'hui privatisés, les grands *estates* céréaliers à l'Ouest du Kilimandjaro ou les grandes concessions caféières au Nord de Moshi sont les témoignages de cette logique (Cf. Carte n°7). Ce rapport à l'environnement purement fonctionnel et matérialiste est inconciliable avec les « *modèles coutumiers* » africains qui intègrent l'environnement dans une dimension à la fois religieuse, sociale et économique. Dans la pensée africaine, la relation entre les hommes et l'environnement engage des relations sociales, y compris des relations avec les ancêtres et les divinités. L'interprétation des phénomènes écologiques recouvre des concepts locaux qui cherchent à garantir la pérennité et l'harmonie du groupe. Le modèle extractif des administrations coloniales bouleverse donc le rapport social et spatial à la nature et force les populations à s'adapter.

Dans un deuxième temps, une prise de conscience des conséquences négatives du prélèvement des ressources naturelles s'est opérée, engendrant de nouvelles normes collectives dans la gestion de l'espace. Les Européens se sont approprié cette prise de conscience environnementale et y ont trouvé un nouveau domaine d'affirmation de la suprématie de leur savoir, une nouvelle œuvre civilisatrice pouvait alors commencer : « *La destruction de la nature, matérialisée par l'érosion et la dégradation des sols, devient alors un prétexte pour une nouvelle reconstruction où « l'esprit et la science du Blanc guidera la main du Noir. Non seulement, la nature doit être reconstruite, mais l'homme, son principal ennemi, quand il ne songe qu'au jourd'hui et à sa personne, doit subir une profonde rééducation* » » (Charlery, 1995, p34 citant Dohogne). Dès lors, les espaces colonisés vont connaître en plus des mises en réserves destinées à protéger des matières premières stratégiques pour les administrations coloniales, des mises en réserves destinées à protéger la nature afin de remédier aux désastres écologiques. La première mesure consiste à mettre en place des « réserves de chasses » pour assurer le renouvellement du

gibier mais aussi pour garantir la ressource cynégétique aux colons³⁹. La présence de l'homme n'y est pas totalement exclue, mais les diverses mesures de conservation qui suivent, entravent de manière croissante les activités des populations locales. « *La diminution des ressources en gibier sauvage et son rôle présumé dans la contamination du bétail domestique ont progressivement conduit à passer d'une stratégie de préservation utilitaire à une stratégie de conservation* » (Guyot, 2004, pp343-345). Ce « *modèle conservateur* » trouve son origine dans le discours de certains scientifiques de l'époque qui prônent une gestion muséographique des ressources naturelles. Ce modèle consiste à délimiter une zone où les écosystèmes sont préservés de toute action anthropique afin d'enrayer la disparition d'espèces végétales et animales considérées comme « sauvages » et en danger. Ces espaces mis en réserves portent le nom d'aire naturelle protégée, de réserve de la biosphère ou de parc national. Leurs limites sont souvent floues, mais dans l'idéal elles épousent les contours d'une île, d'une montagne ou bien d'une vallée, à moins qu'elles se calquent sur l'habitat naturel d'une espèce à protéger. Comme le rappelle Guyot, ce courant « conservateur » est intimement lié à « *l'internationalisation des préoccupations environnementales nées de la rencontre de l'Europe colonisatrice avec les tropiques. La dimension coloniale se fondait notamment sur une mythologie sociale de recherche de l'Eden, ce lieu utopique qui devenait possible à localiser grâce aux explorations. Dans le mouvement d'appropriation des milieux par les colons, la recherche du monde sauvage était corrélée avec la croyance en l'absence de sociétés réellement constituées dans ces régions nouvellement colonisées. Edénique, ou sauvagement hostile, la nature nouvellement colonisée devait être contrôlée, et ce contrôle se justifiait d'autant mieux que celle-ci était présentée comme vierge* » (Guyot, *Op. Cit.*). On voit bien ici l'empreinte des sociétés occidentales, qui, influencées par la pensée moderne, souhaitent contrôler la nature considérant que tout espace doit être délimité et tout phénomène classé selon des concepts considérés comme scientifiques.

Ces politiques environnementales sont le plus souvent perçues par les populations locales comme des entreprises de domination. Elles reposent sur des logiques contradictoires avec leurs modes de représentations de la nature. Le scénario est souvent le

³⁹ Guyot précise que « *la chasse a constitué un point de départ important de création de parcs naturels. Le gibier constituait une ressource alimentaire majeure pour les colons. La délimitation de vastes espaces de chasse, à la fin du XIX^e siècle, permettait aux blancs de se réserver l'accès à un gibier qui faisait traditionnellement partie de l'économie de subsistance des noirs [...] au début du XX^e siècle, la chasse de loisir a peu à peu remplacé la chasse utilitaire* » (Guyot, 2004, pp343-345).

même : substitution de droits d'usages, déplacements, déstabilisation du tissu social, surexploitation des ressources à la périphérie du parc, conflits, braconnage, répression. Plus tard des « zones tampons » viennent encercler ces aires protégées pour essayer d'enrayer ces dynamiques conflictuelles. La conservation de la nature devient peu à peu un secteur clé dans la gestion administrative des colonies qui se voient attribuer des missions précises dans ce domaine par les empires coloniaux. En somme, comme le rappelle Rossi, *«le siècle dernier aura vu, en effet, la conservation de la nature se constituer en secteur de la société, avec ses organisations professionnelles, ses enjeux, ses normes, ses domaines d'actions spécifiques et surtout un outil particulier, l'aire naturelle protégée, dont la forme, si elle peut être déclinée sous différentes catégories, garde néanmoins une constante fondamentale : la volonté de contrôler et /ou de limiter l'activité humaine dans l'aire considérée »* (Rossi, 2000). En Tanzanie comme ailleurs, ces zonages sont venus perturber les logiques précoloniales d'exploitation de la nature. Au Kilimandjaro par exemple l'étagement de la production basé sur la complémentarité des terroirs a été remis en cause par la création de réserves forestières sur les hauts qui ont porté atteinte aux ressources sylvicoles (bois de chauffe, bois de construction) et cynégétiques des Chaggas tout en perturbant le pastoralisme massai qui se faisait sur le haut du Kilimandjaro.

La convention de Londres en 1933 marque une étape importante dans l'histoire de la conservation en Afrique en créant une forme d'harmonisation entre les différents empires coloniaux. Cette rencontre formalise également le paternalisme et l'ingérence de l'Occident dans la gestion de l'environnement africain, ingérence relayée aujourd'hui par des ONG internationales dont la force financière permet une influence directe sur les politiques de gestion de la nature des états africains souverains.

Ainsi, la *Convention pour la protection de la faune et de la flore en Afrique*, réunie en 1933 à Londres, a consacré l'idéologie *conservationniste* au rang de paradigme incontournable et indiscutable. Le parc national est désormais considéré comme le zonage par excellence, envisagé comme un État dans l'État, destiné à survivre aux alternances gouvernementales et aux pressions d'éventuels groupes d'intérêts opposés aux mesures de protection de la faune. La convention définit en outre le tourisme comme objectif prioritaire pour les parcs nationaux, leur permettant par le développement de cette activité « contemplative » (et donc inoffensive pour la nature) d'autofinancer la protection. Le parc naturel représente donc un lieu très normé du tourisme exotique mis à la disposition des

clientèles britanniques et des résidents des colonies d'Afrique orientale et australe. Il incarne aussi la grandeur de l'Empire avec ses multiples lieux sauvages de dépaysement rendus enfin fréquentables par la qualité et la rigueur des aménagements mis en place (Guyot, 2004, p345). Dès les origines de l'idéologie *conservationniste*, le tourisme est donc envisagé comme un outil central, ce qui explique l'intérêt des colonies et des gouvernements indépendants pour ce secteur d'activité.

Cette dimension internationale de la conservation de la nature, persiste jusqu'à aujourd'hui, d'abord à travers le système colonial et ensuite avec la diffusion des organismes interétatiques et les organisations non gouvernementales (ONG). Ainsi, l'Afrique orientale a vu s'imposer la conservation comme un élément de prestige social pour les élites coloniales, qui après avoir pratiqué de manière intensive la chasse des grands mammifères, se sont peu à peu tournées vers des actions de protection du gibier. Les sociétés de protection de la faune qui réunissaient une élite durant la période coloniale, allaient être remplacées par des ONG entre la Deuxième Guerre mondiale et les années 1960. La fondation de l'Union Internationale de Conservation de la Nature (UICN) en 1948 et celle du Fonds Mondial pour la Faune Sauvage, World Wildlife Fund (WWF) récemment rebaptisé Wild Fund for Nature (Fonds Mondial pour la nature) en 1961, toutes deux sous l'impulsion de Julian Huxley, alors directeur de l'UNESCO, marquent les nouvelles formes d'institutionnalisation du milieu conservationniste. Il apparaît clairement que la mise en place de ces ONG répond à un nouveau rapport de forces entre anciennes puissances coloniales et les nouveaux pays du Tiers-monde, et donc au besoin d'une certaine autonomie d'action des ONG par rapport aux gouvernements indépendants. Désormais, aux objectifs de conservation de la nature, sont associés des objectifs de développement : les ressources naturelles restaurées ne sont pas soustraites aux populations locales, la régénération du milieu naturel vient au contraire en appui aux systèmes d'exploitation des communautés. Dans ce contexte, la protection des espaces retrouve un nouveau souffle car elle représente une application concrète des problématiques que le développement durable pose aujourd'hui à la politique mondiale. Se pose en effet aujourd'hui la question de l'intégration de la conservation au développement durable. Les problèmes sont nombreux et les polémiques qui agitent le milieu de la « conservation participative » depuis les années 1980 sont à la hauteur des difficultés et parfois des impasses rencontrées dans la recherche d'une gestion viable et durable des milieux.

1.2- La protection de la nature en Tanzanie sous la colonisation

S'intéresser aux politiques de conservation de la nature en Tanzanie suppose une analyse régionale, tant le destin des pays d'Afrique de l'Est, malgré quelques différences, est lié à la domination de l'empire britannique. En effet, le Kenya a connu une administration britannique de 1895 à 1963, année de la proclamation de son indépendance. La Tanzanie en revanche, avant d'être intégrée à l'administration britannique en 1919 après la Première Guerre mondiale, a été administrée par l'Allemagne dès 1891. L'administration britannique a donc géré le territoire tanzanien de 1919 jusqu'à l'indépendance de la Tanzanie continentale en 1961 tandis que les îles de Pemba et de Zanzibar n'ont connu l'indépendance qu'en 1964 date de la création de la République Unie de Tanzanie.

Institutionnalisation des logiques de mise en réserve de l'espace sous la colonisation

La logique de mise en réserve a commencé très tôt en Tanzanie, dès la colonisation allemande, avec des réglementations concernant dans un premier temps les espaces forestiers. Ces espaces sont très tôt identifiés comme des secteurs-clés de la gestion du territoire en raison de l'importance qu'a le bois tant pour la construction que pour le chauffage et du potentiel d'exportation de cette ressource. De manière assez symbolique, la première réserve naturelle (*Game Reserve*) est constituée au Kilimandjaro dans le district de Moshi en 1891 (Chami, 2002, p 189). Quelques années plus tard, en 1896 deux autres réserves voient le jour, celle de Rufiji et celle de l'Ouest Kilimandjaro. En 1908 il y a déjà huit réserves dans le pays. La nomination au sein de l'administration coloniale allemande d'un responsable forestier en 1903 puis la création d'une loi de conservation des forêts l'année suivante (*Forest Conservation Ordinance*) marquent les prémices d'un mouvement d'officialisation de la mise en réserve qui ne cessera de croître au fil des ans et de s'étendre à tout type d'espace (Neumann, 1998, p98). Témoin du dynamisme de ce mouvement, la définition de 213 réserves par l'administration allemande entre 1906 et 1914. Cette politique forestière est menée conjointement à une politique de développement de l'industrie du bois tant pour le marché local que pour le marché international. L'autre

secteur que l'administration allemande a très tôt mis sous contrôle est la ressource cynégétique. Ainsi, dès 1898 des interdictions de chasse sont prononcées dans certaines zones du territoire pour les populations locales. Très vite la chasse est réglementée avec la mise en place d'un système de permis spécifique, même pour des espèces chassées traditionnellement pour la viande par les populations locales telles que les buffles ou les antilopes. La chasse devient ainsi peu à peu une activité réservée, que les colons ne manqueront pas d'exploiter notamment dès 1923 avec l'ordonnance foncière qui permet l'acquisition de réserves de chasses annonçant la naissance d'un tourisme spécifique et lucratif.

Après la défaite allemande durant la Première Guerre mondiale, les Britanniques qui administrent le Kenya voisin se voient confier la gestion du territoire tanganyikais. Leur surprise est grande lorsqu'ils découvrent le niveau élevé de réglementation environnementale laissée par les Allemands. Le directeur de la nouvelle administration coloniale des forêts déclare ainsi : « *je ne peux mieux faire que me référer aux lois existant sous l'administration allemande* » et il ajoute que le gouvernement britannique serait bien inspiré « *de baser ces lois forestières sur celles des Allemands* » (cité par Neumann, 1998, p99). Ainsi dès 1921, un département forestier indépendant est créé à l'endroit où se trouvait l'ancienne administration forestière allemande à Lushoto. La même année un texte de lois régissant l'exploitation des forêts est adopté (*Forest Ordinance*) intégrant toutes les réserves forestières créées sous l'administration allemande, soit un total de 8 770 km² de réserves forestières représentant 1% du territoire. Le relais est pris et la logique poursuivie. La grande majorité de ces réserves forestières concerne évidemment des espaces montagnards dont les populations voient peu à peu leurs droits d'usage s'étioler. Ces réglementations vont naturellement à l'encontre de la complémentarité altitudinale sur laquelle est fondée l'organisation de la production de la plupart des sociétés montagnardes. Les coupes de bois, le pacage des bêtes, les cultures sont rapidement interdits ou limités dans les réserves forestières conduisant aux premières remises en cause des systèmes traditionnels d'occupation spatiale. En termes de préservation de la faune et de la flore, là encore l'administration britannique ne fait que réactualiser les réglementations mises en œuvre par les Allemands. La première loi de conservation (*Game preservation ordinance*) est ainsi mise en place en 1921 avec la création de nombreuses réserves naturelles (*game reserve*) qui souvent ne sont que des réappropriations de réserves allemandes. Dans ces espaces, toute activité humaine est réglementée et notamment, celle relative à la chasse. La

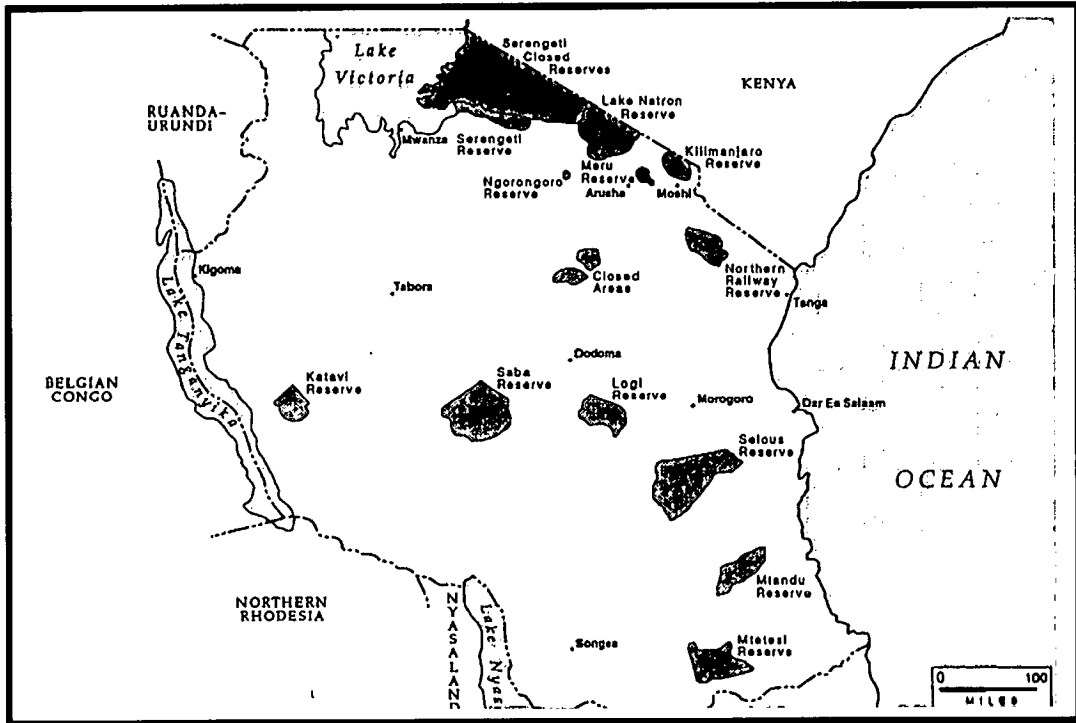
loi déclare ainsi que « *personne n'est autorisé à chasser sans licence appropriée* » et de surcroît, « *aucune licence ne peut être attribuée à un natif sans le consentement du gouverneur* » (Neumann, 1998, p100). En outre, les Anglais transposent dans leurs colonies une représentation très spécifique de la forêt et de la nature en général, sorte de territoire vierge édénique destiné au loisir et au plaisir du prince, à tel point que les populations autochtones nomment ces réserves forestières *msitu wa bibi* c'est-à-dire la forêt de la reine (Mchome, 2002, p144).

Malgré cette réglementation très stricte et élaborée, l'administration tanganyikaise se fait régulièrement critiquer pour son laxisme par la Société de Préservation de la Faune de l'Empire britannique (*The Society for Preservation of the Fauna of the Empire – SPEE*) qui est un organisme dont l'influence sur les politiques de conservation dans l'empire colonial britannique va être déterminante. Les critiques sont notamment portées sur les libertés que s'accorde le gouverneur du Tanganyika d'autoriser ponctuellement la chasse pour les populations locales en période de famine ou pour des populations dépendantes de la ressource cynégétique. Signe du poids du SPEE britannique sur la politique coloniale, son influence dans la rédaction de la loi de préservation de la nature de 1940 (remplaçant celle de 1921) ayant pour objet de préserver la faune dans son état strictement naturel, encourageant ainsi l'expulsion des populations locales.

C'est donc sous l'administration britannique que s'opère la multiplication de la mise en réserves d'espaces confisqués aux populations rurales et disponibles pour les logiques extractives ou contemplatives des colons. La carte 10 montre combien dès 1930 le territoire du Tanganyika est parsemé de ces réserves qui deviendront plus tard des zones mises à la disposition du tourisme.

La diabolisation des populations locales et l'avènement du modèle du Parc National

La multiplication des aires protégées s'appuie sur une campagne de dénigrement des populations locales auxquelles on attribue la disparition d'espèces ou les dégradations diverses en stigmatisant leurs modes de production. L'Africain est peu à peu perçu comme le véritable ennemi de la nature, un danger dont il faut protéger la faune et la flore sous peine de disparition des espèces.



**Carte 10 : Réserves naturelles sous l'administration
britannique (1930)**
(Neumann, 1998, p101)

C'est ainsi que lors d'une conférence régionale de la protection de la nature en 1947 à Nairobi, la gestion « laxiste » du Tanganyika est ouvertement critiquée et les méthodes traditionnelles de chasse (à base de poison) utilisées pour démontrer la bestialité des pratiques autochtones. Un conférencier déclare ainsi : « *les victimes [...] meurent doucement dans une agonie profonde suite à des méthodes de chasse antisportives et dégradantes* » (cité par Neumann, 1998, p107). La dénonciation de ces pratiques « inhumaines » relayée et amplifiée par le SPEE a eu pour conséquence de décrédibiliser encore davantage la capacité des populations locales à gérer leur environnement, cautionnant ainsi l'ingérence écologique renforcée par les différentes lois. De manière générale, Neumann souligne qu'à cette époque, « *autoriser la chasse aux populations locales ou leur laisser la liberté de l'usage de la forêt revenait à placer sur le même niveau la culture et la gestion de la nature africaine et celle des Européens. Le discours sur la conservation coloniale simultanément visait à dénigrer les usages et la gestion traditionnelle des ressources et à promouvoir les techniques de gestion de la forêt et de la*

faune (Neumann, 1998, 108). Cette représentation perdure encore aujourd'hui chez certains cadres tanzaniens qui gèrent les aires protégées et que nous avons rencontrés lors de nos enquêtes. Preuve du poids des représentations construites, lentement au fil du temps, les paysans du Kilimandjaro, par exemple, sont régulièrement considérés comme responsables des problèmes environnementaux que connaît la montagne et la présence du parc national du Kilimandjaro légitimé par une forme « d'irresponsabilité » des populations de la montagne. Les facteurs économiques, politiques de plus grande échelle sont souvent minimisés au profit d'une forme d'incrimination de l'ignorance locale. C'est ainsi que le responsable du département écologie de la KINAPA déclare que : « *le parc national du Kilimandjaro a été mis en place pour protéger des ressources naturelles vitales pour l'ensemble du pays, que les populations locales ne peuvent seules préserver. Notre rôle, c'est de protéger la montagne du braconnage, du pillage du bois, et des dégradations diverses. Les gens ne se rendent pas compte des effets de telles pratiques* » (Extrait de l'entretien avec le Docteur Wakibara, KINAPA, mai 2006)

La notion de Parc National émerge au Tanganyika dès 1928, lorsque le directeur des réserves naturelles propose que le Mont Meru, le cratère du Ngorongoro et le Kilimandjaro soient désignés comme parcs nationaux alors même que la loi ne prévoit pas encore cette catégorie de protection dans le territoire. C'est cette même année que le gouverneur Cameron reçoit une lettre du secrétaire d'Etat britannique, qui sous l'influence de la Société de préservation de la faune de l'Empire (SPEE) évoque l'idée d'un accord international sur la protection de la faune et de la flore en Afrique qui verra le jour en 1933. En 1931, le congrès de Paris sur la protection de la nature entérine cette idée avec la présence de 13 pays européens. Suite à ce rassemblement, le SPEE envoie un représentant, le Major Richard Hingstone, au Tanganyika, afin d'étudier la mise en œuvre d'un programme de protection plus ambitieux. Les résultats de cette étude sont clairs, et concluent à la nécessité pressante de créer un nombre important de parcs nationaux au Tanganyika avec trois zones prioritaires : le Serengeti, le Kilimandjaro et le Selous game reserve (Neumann, 1998, p124). Le Kilimandjaro, est donc, dès les débuts de la politique de parc identifié comme une zone d'intérêt spécifique pour la conservation. Suite à ce rapport, le modèle de « parc » est identifié comme le véritable outil pour remédier à la dégradation de l'environnement et à l'extinction des espèces menacées par le développement démographique et la chasse incontrôlée. Les responsables coloniaux semblent s'entendre sur le diagnostic de la crise environnementale, sur les causes (les

pratiques humaines) et sur l'outil (le parc national). La convention sur la protection de la faune et de la flore en Afrique qui se tient en 1933 reprend de manière assez fidèle les recommandations du SPEE avec une légère modification toutefois : « *Les parcs nationaux n'ont pas besoin d'être totalement vides d'habitations humaines, même si l'implantation humaine doit être repoussée aussi loin que possible* » (cité par Neumann, 1998, p 126). Dès 1937, le projet du premier parc national est mis en œuvre et concerne le Serengeti. Il faudra attendre la loi des parcs nationaux de 1948 (*National Parks Ordinance*) pour qu'une véritable gestion spécifique soit adaptée aux parcs nationaux et afin de les différencier véritablement des autres formes de protection. Dès lors, la vague de création des parcs nationaux peut commencer, initiée par l'administration coloniale et amplifiée par le gouvernement indépendant de Nyerere. La convention de Londres de 1933 donne à cette politique une légitimité incontestable que les populations locales auront du mal à remettre en cause.

C'est dans ce contexte général qu'est créée la *Tanzanian National Parks* (TANAPA), un organe paraétatique qui a été constitué pour la mise en œuvre de la dimension la plus stricte de l'idéologie *conservationniste*. Le texte de fonctionnement de la TANAPA est rédigé en 1959, à l'origine pour le parc national du Serengeti, puis étendu à tous les autres (Bergin, 2001, p97). Cet organe - dont l'importance dans la gestion de la conservation de la nature et le tourisme aujourd'hui est grande - a été constitué avec la volonté d'appliquer une politique stricte de conservation menée au travers de cinq unités présentes dans chaque parc : Lutte contre le braconnage, Études écologiques, Tourisme, Travaux divers, et administration. L'agence paraétatique est considérée comme un État dans l'État témoignant de l'importance accordée avant et après la colonisation à la gestion de la nature par la conservation. Un ancien directeur général de la TANAPA qualifie même l'agence d'institution paramilitaire (Bergin, 2001, p98). Tout en effet conduit à de tels qualificatifs. Les *parc rangers* (forme d'armée interne au parc) sont en tenue militaire, ils portent des armes à feu et saluent leur supérieur par un *Afandi* signifiant officier. Pour ajouter à la comparaison, les rassemblements officiels de la TANAPA s'accompagnent traditionnellement d'une parade militaire réalisée par Les rangers.

Au Kilimandjaro, c'est le KINAPA (antenne locale de la TANAPA) qui est souverain dans l'aire du parc gérant ainsi l'activité du trekking. Dans la mesure où le tourisme au Kilimandjaro se pratique en très grande majorité dans cet espace, il est évident que la compréhension des mécanismes de contrôle de la ressource touristique passe par

l'identification du poids spécifique joué par cet acteur dominant. Le KINAPA, gère l'accès à l'espace du trekking - l'accès en termes de coût, de niveau de fréquentation et en termes de calendrier – et tous les autres acteurs du tourisme (voyagistes, guides, porteurs, touristes) sont donc dépendants de cette gestion.

L'histoire de la conservation sous la colonisation montre donc comment s'est constituée peu à peu une idéologie spécifique sur la gestion de l'espace et de l'environnement. Les populations autochtones se sont vues retirer leur droit de gestion des espaces sur lesquels elles avaient dans la période précoloniale une liberté totale, soumise toutefois aux règles coutumières. La structuration administrative de la conservation avec son image militaire, symbolise la gouvernance qui a été mise en œuvre pour faire accepter cette gestion spécifique de l'espace. À l'indépendance, le gouvernement hérite d'une gestion du territoire très contrôlée et codifiée.

1.3- Le renforcement des politiques de conservation à l'indépendance

En 1990 une liste des aires protégées est publiée par les Nations Unies : *United Nations list of National parks and protected areas*. Elle comptabilise 88 millions d'hectares concernés par 426 aires protégées en Afrique subsaharienne. Cela représente plus de la moitié des aires protégées de l'ensemble des pays tropicaux. L'Afrique se trouve donc au cœur des préoccupations environnementales entamées sous la colonisation. Témoin du rôle joué par les gouvernements indépendants dans cette mise en réserve de l'Afrique, 55% des aires protégées ont été constituées après la décolonisation, soit 48 millions d'hectares. Si la diversité des formes de protection rend difficile l'évaluation des aires protégées avec précision, la publication des Nations Unies fait toutefois le comparatif suivant : au Botswana 18% du territoire est concerné par des formes de protection de la nature en 1990, 13% en Tanzanie, alors qu'à la même époque les Etats-Unis comptent uniquement 8% de leur territoire (dont 62% en Alaska) sous une gestion ayant attiré à la protection de la nature. (Adams et McShane, 1992, p230). Si on focalise maintenant sur la région Afrique de l'Est, la Tanzanie conserve un statut de chef de file en termes d'espace consacré à la protection de la nature. Ainsi, on compte au Kenya 36 parcs nationaux et réserves naturelles qui occupent 43 673 km² soit 7,5% du territoire. L'Ouganda compte 26

parcs nationaux et réserves naturelles sur 20 650 km², ce qui représente 8,7% du territoire. La Tanzanie, elle, compte 32 parcs nationaux et réserves naturelles sur 151 496 Km² soit 28% du territoire. Il faut ajouter à cela les autres types de mises en réserve telles que les réserves forestières, ou les *Wildlife management areas* qui font passer la proportion du territoire concerné par un zonage environnemental à près de 41% aujourd'hui.

La stratégie conservacionniste du gouvernement : prise de conscience du potentiel touristique

Ainsi, la Tanzanie indépendante, si elle a voulu se distinguer du Kenya libéral en menant un politique socialiste en rupture avec l'économie coloniale à partir de 1967, n'a dans le cadre de sa politique environnementale opéré aucune modification. Au contraire, le jeune gouvernement indépendant s'est montré « *plus royaliste que le roi, moins par démagogie qu'au nom des chiffres : la Tanzanie est une nation pauvre et l'indépendance politique et économique souhaitée par le président passe par la réhabilitation des rares atouts qu'elle possède ; on attend du tourisme qu'il finance le développement* » (Baroin et Constantin, 1999). La politique de mise en réserve répond de fait à une logique économique, celle d'une option mise sur l'activité touristique pour le développement du pays. Concrètement, cette politique se traduit par la création de nombreux parcs nationaux, souvent à partir de réserves créées à l'époque coloniale : en 1964, les parcs de Mikumi et Ruaha, celui de Gombe en 1968, celui du Tarangire en 1971. Il faudra attendre 1973 pour que la réserve du Kilimandjaro soit transformée en parc national et 1974 pour le Katavi (Rwanyiziri, 2002, p48). Le mouvement de mise en réserve s'accroît donc avec le développement de ces parcs qui constituent la forme la plus stricte de protection de l'environnement dans la panoplie dont dispose le gouvernement. Ainsi de seulement un seul parc national en 1960, la Tanzanie passe à sept en 1970. Au total, en 1986, la Tanzanie compte 78 espaces protégés et ce chiffre augmentera encore dans les années à venir. Le manifeste d'Arusha, prononcé en 1961 par Julius K. Nyerere, marque les fondements de cette politique de conservation ambitieuse. Le relais de l'idéologie *conservacionniste* est assumé et revendiqué par la jeune autorité indépendante qui légitime déjà cette stratégie par le bien être des générations futures.

« La survie de notre faune et de notre flore est une préoccupation majeure pour chacun de nous en Afrique. Ces créatures sauvages ne sont pas seulement importantes comme source d'inquiétude et d'inspiration mais constituent une part de nos ressources naturelles pour nos revenus et notre bien être dans le futur.

En acceptant d'accorder notre bienveillance à notre faune et notre flore, nous déclarons solennellement que nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour être certain que les enfants de nos petits-enfants puissent jouir de cet héritage riche et précieux.

La conservation de la faune, de la flore et des habitats naturels requiert des connaissances spécifiques, des ressources humaines formées et de l'argent ; nous regardons vers les autres nations pour leur demander de coopérer avec nous pour la réussite de cette mission . La réussite ou l'échec de cette conservation n'affectera pas seulement le continent africain mais également le reste du monde. »

Le premier président de la République de Tanzanie, Julius K. Nyerere
***Symposium on the Conservation of Nature and Natural resources*, connu sous le nom de**
Manifeste d'Arusha
Septembre 1961.

En termes de stratégie gouvernementale, Bagachwa et Limbu rappellent que le gouvernement de Nyerere s'est doté de tous les outils juridiques permettant de mener une politique de densification des aires protégées. En effet, paradoxalement, en même temps que s'opéraient des lois de décentralisation en 1972-75 visant à donner plus de pouvoir aux régions et aux districts, est votée la loi de Conservation de la nature (*Wildlife Conservation Act No.12*) en 1974. Or cette loi dépossède les collectivités territoriales de la gestion de la faune et de la flore (donc de l'espace) attribuant ce contrôle au ministère des ressources naturelles (qui y dédie un département: *Wildlife Division*). En outre, la décision de création de toute nouvelle aire protégée est soumise au bon vouloir du Président de la République (Bagachwa et Limbu, 1995, p176). Cette politique touche même aux revenus des régions et des districts, puisque les revenus issus des aires protégées (tourisme, taxes diverses) sont accaparés par le gouvernement central ce qui a longtemps expliqué la négligence des autorités locales envers la conservation. L'état indépendant fait donc de sa politique de conservation une priorité et multiplie les zonages environnementaux (Cf. Tableau n°13)

Au lendemain de la colonisation, le gouvernement prend donc vite conscience que bien que le tourisme soit une ressource dépendante de l'extérieur, le maintien et le renforcement des aires protégées sont des choix politiques décisifs pour l'économie du pays. Conscient de cette nécessité, le gouvernement transfère l'administration des parcs nationaux du ministère de l'agriculture des forêts et de la nature vers le ministère de l'information et du tourisme. Une position politique claire est alors prise, celle de développer les aires protégées pour favoriser l'activité touristique. Un texte officiel en 1968 présente d'ailleurs les parcs et le tourisme comme un moyen « *de développer le commerce extérieur au même titre que le sisal, le coton, le thé ou les diamants* » (Neumann, 1998, p143). De nombreux parcs nationaux sont donc établis sur des réserves naturelles coloniales qui présentent l'avantage d'avoir d'ores et déjà écarté les populations locales (Cf. Tableau n°14)

Tableau n°13: Situation des différentes aires protégées en Tanzanie en 1986

Type d'aire protégée	Réglementation	Nombre	Surface (Km ²)	% du territoire continental concerné
Parcs Nationaux (National Parks) Aire de Conservation (Conservation Areas)	Interdiction de toute activité extractive. Interdiction de toute habitation sauf dans certaines parties du NCAA	11	40 229	5%
Réserves naturelles (Game Reserves)	Chasse autorisée avec des permis. Pacage généralement interdit.	17	83 450	9%
Réserves contrôlées (Game controlled Areas)	Chasse avec permis. Pacage généralement autorisé.	50	122 910	14%
Total		78	246 589	28%

Source : (Yeager et Miller, 1986, p27).

Tableau n°14: Exemples de parc nationaux créés après l'indépendance à partir de réserves coloniales

Nom sous la colonisation	Date de création	Nom du Parc National crée après l'indépendance
<i>Gombe game reserve</i>	1943	<i>Gombe national Park</i>
<i>Katavi plain Game Reserve</i>	1928	<i>Katavi National Park</i>
<i>Kilimanjaro game reserve</i>	1896	<i>Kilimanjaro National Park</i>
<i>Lake Manyara Game Reserve</i>	1957	<i>Lake Manyara National Park</i>
<i>Mount Meru Forest rreserve</i>	1908	<i>Arusha National Park</i>
<i>Rubundo Island forest reserve</i>	189 ?	<i>Rubondo Isaland National Park</i>
<i>Saba River game reserve</i>	1910	<i>Ruaha National Park</i>
<i>Serengeti Game reserve</i>	1908	<i>Serengeti National Park (1951)</i>
<i>Tarangire game reserve</i>	1957	<i>Tarangire National Park</i>
<i>Saadani game reserve</i> <i>Kitulo game reserve</i>	2004/2005	<i>Saadani National Park</i> <i>Kitulo National Park</i>

Source : Neumann, 1998, p146 et TANAPA, 2005

Cette stratégie gouvernementale se traduit par une complexité administrative dans la gestion des aires protégées. En effet, contrairement au Kenya et à l'Ouganda qui ont une seule administration gérant les questions environnementales, la Tanzanie se distingue par un montage administratif et politique complexe. Aujourd'hui, trois institutions différentes ont ainsi en charge des aires protégées :

- Le département de la nature sauvage (*Wildlife division*) du ministère des ressources naturelles et du tourisme gère la politique générale du pays concernant la gestion de la nature. Ce département est en outre responsable de la formation dans le domaine de la gestion environnementale et de la gestion des *game reserves* et des *game controlled areas*.
- La TANAPA (*Tanzania National Parks*) dont le siège est à Arusha gère les 14 parcs nationaux du pays bénéficiant d'un statut spécifique, une administration étatique mais totalement autonome en termes de financement.
- Enfin, le *Ngorogoro Conservation Area Authority* gère l'aire du Ngorongoro depuis 1961. À cette date, le Ngorongoro fut séparé du parc national du Serengeti afin d'expérimenter une forme de protection spécifique mêlant protection de la nature, pastoralisme et usages traditionnels.

Il résulte de cette complexité une lecture difficile de la législation foncière et de la politique environnementale qui ne favorise pas les usagers au niveau local. Ces lourdeurs administratives se traduisent par une mainmise de l'état sur les espaces protégés où se concentre l'activité touristique. Les acteurs locaux du tourisme ont beaucoup de mal à bénéficier directement de ces lieux pour leurs propres activités en dehors des activités touristiques prévues par l'administration. Par exemple, un tour opérateur de Moshi nous a confié lors de nos enquêtes les difficultés qu'il a à négocier avec la KINAPA, l'accessibilité à la partie forestière du parc pour des excursions d'une journée (*Day Trip*). En effet, ces excursions sont soumises aux mêmes tarifs journaliers que celles destinées à gravir le sommet (100 dollars/jour). Il en résulte des prix peu attractifs auprès des touristes et une difficulté pour ce tour opérateur de petite taille de se démarquer des autres en proposant un produit touristique original.

En somme, la stratégie gouvernementale se traduit par une volonté de contrôler la gestion de l'espace et la politique du tourisme qui en découle.

Le rôle des acteurs extérieurs dans la protection de la nature en Tanzanie

Le rôle des organismes internationaux et des ONG dans la gestion environnementale de la Tanzanie n'a cessé d'augmenter depuis la fin de la colonisation. Leur rôle a évolué au fil du temps et des idéologies dominantes. Ces acteurs constituent aujourd'hui des moteurs de la vie politique et influencent énormément les politiques mises en œuvre par l'état. La première organisation étrangère ayant joué un rôle majeur dans la politique de conservation - bien que n'étant pas réellement une ONG - fut la société pour la préservation de la faune de l'empire britannique (SPFE). Cette société au pouvoir politique important en Grande Bretagne, joua, avant et après la *Convention de la protection de la faune et de la flore en Afrique* en 1933, un rôle majeur dans la gestion environnementale des administrations coloniales. C'est d'ailleurs cette société qui imposa le modèle de parc national, mode de conservation le plus strict, comme modèle de référence à développer dans les pays colonisés. Par la suite, dans la période post-coloniale, le nombre des ONG a énormément augmenté en Tanzanie comme dans la plupart des pays du Sud. On comptabilisait ainsi dans le monde 6 000 ONG en 1990 contre 44 000 en 1999. Cette croissance s'est traduite en Tanzanie par le passage de 25 ONG enregistrées en 1986-1990 à 604 au milieu des années 1990 (Levine, 2002, p1043).

Ainsi, la compréhension des politiques de conservation en Afrique et en Tanzanie ne peut se faire sans la prise en compte du rôle majeur joué par ces institutions internationales de conservation et par certaines ONG. Dès 1948, sous l'impulsion des Nations Unies est créée l'UICN (Union Mondiale de la Nature) avec pour objectif d'appuyer les politiques de conservations des pays du Sud. L'aide apportée est tour à tour financière, technique ou matérielle et le lobbying exercé auprès des jeunes états africains en quête de financements divers s'est souvent traduit par un maintien voire une accélération des politiques de conservation. C'est dans cette même logique et afin de collecter des fonds que l'UICN créa en 1961 le Fonds Mondial pour la Nature (World Wildlife Found for nature) dont le siège régional en Afrique de l'Est se trouve à Nairobi. Dans les années 1990 ces deux organisations se séparent, mais poursuivent les mêmes objectifs de conservation avec des réseaux très étendus et très puissants à travers le monde. D'autres organismes sont également présents dans ce champ, dans les pays du Sud, contribuant ainsi au renforcement des politiques environnementales. L'UNESCO d'une part, munie de deux programmes ; l'un en rapport avec la convention du patrimoine mondial et l'autre en rapport avec les réserves de la biosphère depuis le lancement du programme de l'Homme et la Biosphère (MAB) en 1970. La Tanzanie bénéficie d'ailleurs de six sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO ce qui témoigne de l'intérêt de cet organisme pour le pays. La FAO également mène un plan forestier tropical (PAFT) ayant pour objet la conservation des espaces forestiers. La Banque Mondiale n'est pas en reste avec ses Plans Nationaux d'Action Environnementale (PNAE) dans les années 1980 (Rwanyiziri, 2002, p12). En Afrique de l'Est, l'Union européenne est également très présente par la mise en œuvre d'accords bilatéraux ou multilatéraux concernant des politiques de gestion de l'environnement. Dès 1983, l'Union européenne apporte une aide technique et financière aux parcs nationaux ougandais. A la fin des années 1980 des projets d'éducation sont financés dans les parcs du Serengeti et du Tarangire en Tanzanie. L'agence de développement allemande (GTZ) a également financé de nombreux projets dans les parcs tanzaniens confirmant l'influence des pays européens dans la gestion des politiques environnementales nationales. Les financements accordés par ces pays ou ces organismes orientent indéniablement les actions menées sur le terrain en conditionnant les aides au respect de critères définis selon une idéologie occidentale. On peut également évoquer le rôle joué par l'agence de développement britannique (*UK departement for international development*) qui a financé la réforme foncière tanzanienne et ougandaise, réforme qui joue un rôle majeur dans les politiques de conservation (Barrow, Gichochi,

Infield, 2000, p36-37). Cette aide directe des états est très coordonnée puisque dans les années 1970, la Tanzanie est divisée en vingt sous-régions qui vont chacune bénéficier de l'aide spécifique d'un état ou d'un organisme. Les Japonais prennent par exemple en main la région du Kilimandjaro, le Canada celle de Dar es Salaam ou l'Allemagne la région de Tanga. Les ONG et les organismes de conservation se répartissent eux aussi les zones protégées. Le GTZ travaille sur la réserve du Selous, le WWF se concentre sur le Selous, le Ruaha, sur les monts Udzungwa et sur l'île de Mafia, tandis que l'AWF se spécialise dans les parcs du Nord tels que le Serengeti, le Tarangire ou le lac Manyara. Ces organismes ont par ailleurs financé la création d'un établissement entièrement dédié à la formation des élites africaines chargées de gérer les aires protégées. L'*African Wildlife Management College*⁴⁰ ouvrira ces portes en 1963 et sera localisé au Kilimandjaro, dans le village de Mweka, où vont affluer pendant plusieurs décennies des étudiants de toute l'Afrique venant se former à l'idéologie *conservationniste* des organismes financeurs (Cf. Annexe n°3). Cette photographie montre l'omniprésence de ces organismes dans la gestion de l'environnement malgré une indépendance apparente de l'état tanzanien.

La liste des interventions des institutions internationales dans les politiques nationales serait encore longue si nous aspirions à l'exhaustivité. Ces quelques exemples traduisent avec évidence la manière avec laquelle la gestion coloniale de l'espace a laissé place à un nouveau mode d'ingérence rendu possible par la force financière des organismes internationaux, des agences de coopération ou des ONG.

Dans les années 1980, un changement de paradigme s'opère dans les critères d'aide au développement. La protection de l'environnement devient une nouvelle condition de toute aide au développement. Le rapport Brutland en 1987, la conférence de Rio en 1992 créent de nouveaux référentiels pour les politiques d'aide au développement que les organismes internationaux, les départements de coopération des états du Nord et les ONG s'empressent de relayer. Dans le même temps s'impose l'idée d'une conservation devant associer les populations locales. C'est dans cette période qu'émerge d'ailleurs dans la politique touristique de la Tanzanie puis dans le *Tourism Master Plan* de 1996 des articles concernant la participation des populations locales aux projets de développement

⁴⁰ Nous avons décidé de consacrer une annexe à cet établissement, parce que nous avons pris conscience au cours de nos enquêtes de terrain, de son importance dans la diffusion de représentations spécifiques de la nature auprès des classes dirigeantes en place dans les administrations de conservation (TANAPA, KINAPA, TAWIRI, etc). Il est donc essentiel de comprendre le rôle que joue la formation dans la normalisation d'une idéologie, ici l'idéologie « conservationniste ».

touristique et aux projets de conservation. En 1987, la TANAPA, consciente des sources de financements potentiels que suppose l'adhésion à ce nouveau référentiel, va ainsi lancer un programme de conservation associant les populations locales (*Community Conservation Services* (CCS)). L'AWF va s'associer au programme et le WWF en financera une partie importante.

Evolution des politiques de conservation en Tanzanie

En 1980 est publié un document intitulé *Stratégie mondiale de la conservation*, qui reconnaît pour la première fois l'intérêt d'associer les populations locales à la gestion des aires protégées. Publié conjointement par l'UICN, le WWF et le PNUE ce document marque un tournant dans la mise en place des aires protégées, même si la prise en compte de cette nouvelle gouvernance mettra du temps à devenir effective. La conférence de Rio vient entériner ce nouveau référentiel dans la gestion de l'environnement par le principe 22 de la déclaration : « *Les populations et les communautés autochtones et les autres collectivités locales ont un rôle vital à jouer dans la gestion de l'environnement et le développement du fait de leurs connaissances du milieu, de leurs pratiques traditionnelles. Les Etats devraient reconnaître leur identité, leur culture et leurs intérêts, leur accorder tout l'appui nécessaire à la réalisation d'un développement durable* » (ONU 1992, cité par Rwanyiriziri, 2002, p17).

Peu à peu, les autorités tanzaniennes ayant en charge la conservation - sous le double effet des conflits autour des aires protégées et des pressions des principales organisations de conservation (UICN, WWF, PNUE) finançant en partie la conservation dans le pays – commencent à mettre en place des politiques de co-gestion de la conservation avec les populations rurales. Ainsi, le *Planning and Wildlife Assessment and Management Project* de 1994 encourage le *Wildlife division* à construire une politique de conservation associant la population locale sous le nom de *Community-based conservation*. Cette politique voit finalement le jour en 1998 avec un outil principal, les *Wildlife Management Areas* (WMA), sorte d'aires protégées gérées par les communautés elles-mêmes. L'objectif affiché étant de « *promouvoir la conservation en dehors des aires de conservation habituelles afin d'assurer que les populations locales tirent profit de la conservation* » (Barrow, Gichohi et Infield, 2001, p64). Peu à peu de nouvelles normes s'imposent jusque dans les législations des espèces sauvages, de la forêt ou du foncier.

C'est ainsi que la loi forestière réformée en 1998 stipule que « *la propriété et l'accès à la terre et aux ressources naturelles sont d'une importance fondamentale, non seulement pour assurer un développement équitable, mais également pour assurer l'assentiment de la population pour la protection de l'environnement. Ce n'est que quand les populations peuvent satisfaire leurs besoins que les objectifs de protection environnementale peuvent être atteints* » (Kalonga, Rodgers et al., 2003, p5). Par ailleurs, pour montrer la volonté de partager les revenus issus de la conservation avec les populations locales, le *Wildlife Division* décide à cette même époque de partager 25% de ses revenus avec les districts concernés par les aires protégées. La TANAPA, elle aussi, institutionnalise ce nouvel intérêt pour les populations locales par la mise en place d'un *Community Conservation Service* destiné à redistribuer une partie de ces revenus. Affiché avec force de publicité dans les textes, ce nouveau référentiel ne change toutefois pas la politique de conservation dans ces fondements. La logique de redistribution des gains du tourisme réalisés dans ces aires et l'association des populations à la gestion de zones protégées sont intégrées, mais dans la réalité, ces dernières passent après les objectifs de conservation. Les populations ne sont pas non plus directement associées aux mécanismes d'aides. C'est par exemple la KINAPA qui choisit seule, sans assistance des élus locaux frontaliers du parc, les projets communautaires qu'elle va financer.

L'histoire de la conservation en Tanzanie montre donc le rôle joué par les administrations coloniales puis les gouvernements indépendants dans le développement de politiques de mise en réserve de l'espace. Cette histoire souligne la présence ancienne de la préoccupation touristique dans la motivation de ces politiques, un tourisme considéré depuis longtemps comme une ressource économique importante. Ce cheminement conduit la Tanzanie contemporaine à faire de cette activité un pilier de sa stratégie économique situant sa politique de conservation au centre de cette activité. En termes de communication, la stratégie est payante puisque la destination Tanzanie s'impose peu à peu comme une destination incontournable du tourisme de safari aux côtés de l'Afrique du Sud, du Kenya et du Botswana. Après un siècle de politique de conservation, le tableau 15 nous montre la diversité et la complexité des réglementations environnementales.

Pour bien comprendre la situation du tourisme aujourd'hui, il nous faut maintenant relier cette histoire de la conservation à celle du développement touristique commencé dans l'ère coloniale et poursuivi jusqu'à aujourd'hui.

Tableau n°15: Catégories des aires protégées en Tanzanie (2006)

Type d'aire protégée	Nb	Surface en Km ²	% du territoire tanzanien	Occupation humaine	Responsable administratif	Usages autorisés
<i>National Parks</i>	14	38 428	4%	Non	TANAPA	Observation
<i>Game Reserves</i>	33	104 013	11%	Non	<i>Wildlife division, Regions</i>	Observation, chasse traditionnelle et utilisation de certaines ressources
<i>Game Controlled Areas</i>	43	96 865	10%	Oui	Régions	Chasse, usage des ressources pour les résidents
<i>Ngorongoro Conservation Area</i>	1	8 300	0,5%	Oui	NCAA	Observation, élevage
<i>Wildlife Management Areas</i>	4	?	?	Oui	<i>Wildlife division, Villages</i>	Chasse, usage des ressources pour les résidents
<i>Forest reserves</i>	570	136 653	15%	Non	<i>Forestry division</i>	Sylviculture
Total	652	384 259	40,5%			

Source : cité par Barrow, Gichohi, Infield, 2000, p30

2- LE TOURISME DANS LES STRATÉGIES GOUVERNEMENTALES

La littérature scientifique traitant du tourisme en Tanzanie fait cruellement défaut. Dans le cadre de notre recherche, nous avons été confronté à ce manque de documentation ou plutôt à un éparpillement de l'information, sans hiérarchie, confondant études statistiques approximatives, analyses stéréotypées et témoignages d'une histoire récente. Pourtant, pour comprendre les enjeux du tourisme au Kilimandjaro et les rapports entre les différents acteurs, il nous fallait replacer ce territoire dans une perspective spatiale et temporelle plus large, celle de l'histoire du tourisme en Tanzanie. Comment appréhender les rapports entre la KINAPA qui gère le parc national du Kilimandjaro et les voyageurs de Moshi sans mesurer le poids historique de la TANAPA ? Comment comprendre les tensions entre voyageurs locaux et voyageurs financés depuis l'étranger sans aborder la politique spécifique du gouvernement ? Comment enfin, interpréter le rôle des paysans chaggas sans mesurer leur implication ancienne dans cette activité dont les racines sont aussi lointaines que celle de la production caféière ? Nous avons alors souhaité constituer une forme de synthèse critique de tous ces écrits, afin de trouver, dans l'histoire du tourisme tanzanien, les éléments permettant de mieux comprendre les enjeux contemporains du développement de cette ressource.

Le tourisme est aujourd'hui, en Tanzanie, la deuxième source d'exportation derrière l'agriculture n'employant pourtant que 200 000 personnes et n'ayant connu une véritable politique de développement que depuis l'ouverture du pays à l'économie de marché avec le passage des clés du pouvoir de Julius Nyerere, le charismatique leader de l'indépendance, au zanzibari Ali Hassan Mwinyi. Ce dernier en signant les premiers accords avec le FMI en 1986 a fait basculer un pays au système socialiste dans une économie à la logique libérale fondant son développement sur l'investissement privé et l'ouverture du marché aux investissements étrangers. Le tourisme est devenu en quelques années le fer de lance de cette politique encouragée par les organismes internationaux voyant là un outil de rééquilibrage des inégalités Nord-Sud et une manière de remédier à l'échec des politiques coloniales et des politiques d'aides au développement. La part du tourisme dans le PIB est ainsi passée de 0,3% en 1980 à 17% aujourd'hui (Kweka, 2004, p2). La fréquentation touristique a elle aussi fortement augmenté, passant de 82 000 touristes en 1980 à près de 700 000 en 2005. L'objectif affiché par le gouvernement tanzanien étant de parvenir à un

million de touristes en 2010. En quelques décennies, le secteur touristique en Tanzanie a donc connu une croissance hors norme, dont les réalités sociales et spatiales sont perceptibles dans les territoires d'accueils.

L'histoire du tourisme en Tanzanie ne commence pourtant pas dans les années 1980. Les discours qui tentent de faire croire que le gouvernement socialiste de Nyerere a ignoré ce secteur d'activité sont erronés et nous avons commencé, en évoquant l'histoire de la conservation, à démontrer que le tourisme fait depuis bien longtemps partie des stratégies des différents pouvoirs qui ont administré le Tanganyika puis la Tanzanie. Selon des orientations différentes et une intensité variable en fonction des pouvoirs, la Tanzanie a depuis un siècle accompagné le développement du tourisme mondial, à son échelle, construisant peu à peu le territoire touristique que l'on connaît aujourd'hui. Le Kilimandjaro, toit de l'Afrique, symbole incontournable du pays et de l'Afrique, a accompagné ce mouvement d'invention touristique.

2.1- De la naissance du tourisme sous la colonisation aux hésitations postcoloniales

La colonisation a profondément modifié le rapport que les populations entretenaient avec leurs espaces jusqu'alors. L'apparition du tourisme dans la période coloniale s'insère dans ces modifications profondes en imposant avec l'idéologie *conservationniste* une conception ludique et contemplative de la pratique spatiale. Les pratiques liées à cette idéologie ne cesseront de croître jusqu'à aujourd'hui.

La période coloniale

Le tourisme en Afrique subsaharienne est d'abord un tourisme lié à la chasse, pratique très prisée des premiers explorateurs, relayée par des récits romanesques dans les salons parisiens ou londoniens. Dans son travail sur la représentation du Kilimandjaro, Pascal Mazurier situe l'origine d'une chasse sportive à l'époque des premières explorations européennes de l'intérieur du continent africain jusque-là inconnu et fantasmé. En effet, lors de ces explorations à la fin du XIXe siècle, « *la chasse devient rapidement source de nourriture, et elle apporte son lot de trophées. Il se peut que ce soit à cette époque qu'est née la chasse sportive sans aucun autre but que de collectionner les animaux insolites du*

continent africain [...] on retrouve dans les gravures des différents voyageurs [Cf. illustration 12] de nombreuses scènes de chasse qui forcent d'ailleurs le trait sur le courage et l'héroïsme des aventuriers » (Mazurie, 1997, p13). Très vite, la pratique de la chasse se concrétise par la délimitation d'espaces réservés aux chasseurs blancs. L'un des personnages mythiques de cette période est Frederick Selous, qui chasse en Afrique du Sud et au Tanganyika à la fin du XIXe siècle et au début du XXe. Ce Britannique, pour afficher sa passion crée son propre musée en Angleterre où il expose ses trophées ramenés d'Afrique. C'est sous les conseils du célèbre Selous que d'illustres personnages tels que Churchill ou Roosevelt se mettent également à pratiquer la chasse en Afrique (Chambua, 2008, p4). Cette pratique est donc celle d'une élite aristocratique à l'image du tourisme qui dans cette période ne s'accompagne pas encore du qualificatif de « masse ».

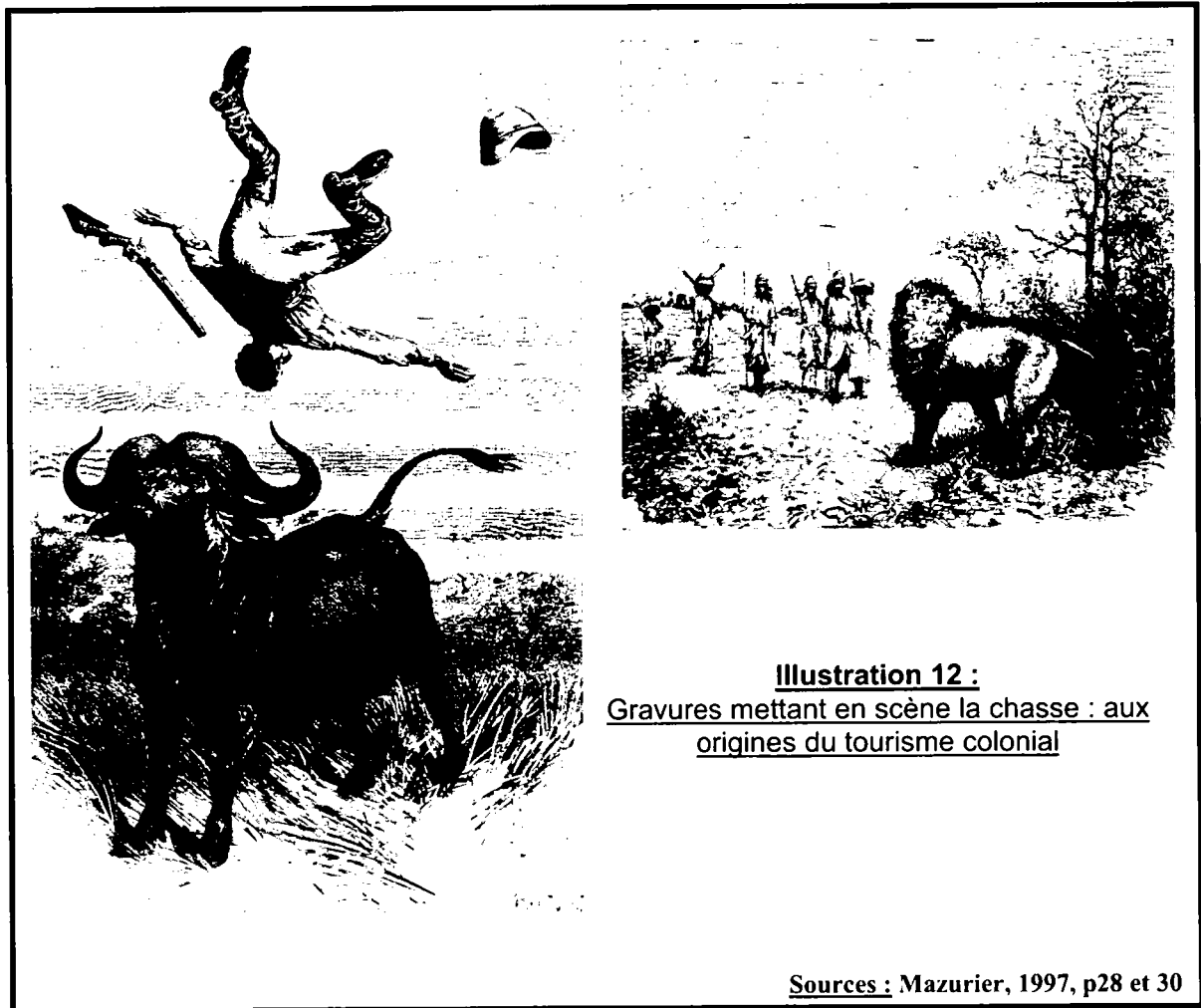


Illustration 12 :
Gravures mettant en scène la chasse : aux origines du tourisme colonial

Sources : Mazurier, 1997, p28 et 30

C'est pour faciliter la pratique de la chasse et pour accentuer les confiscations foncières qu'est votée la loi foncière de 1923 (*Land ordinance of 1923*) qui servira de référence à toutes les autres lois foncières après la période coloniale. Cette loi stipule que la terre est un bien public et que le gouverneur dispose de tous les droits pour son utilisation au bénéfice de l'intérêt public. Cette loi permet ainsi d'aliéner la terre des populations locales sans règles de compensation et de mettre ainsi en réserve un nombre important d'espaces, soit pour l'exploitation des ressources, soit pour le développement de la chasse. Comme le rappelle Chami, « *cette forme de gestion foncière a permis aux gouvernements tanzaniens coloniaux et post-coloniaux d'organiser l'industrie du tourisme sans obstacles majeurs* » (Chami, 2002, p244).

Dans un premier temps, le tourisme se développe en Afrique de l'Est essentiellement depuis la partie kenyane où les infrastructures sont beaucoup plus développées notamment à Nairobi et à Mombasa. Le choix de Nairobi en 1938 pour l'installation de l'*East African Publicity Association* (EAPA) – organe de promotion du tourisme pour l'Afrique de l'Est – témoigne de cette suprématie kenyane qui ne cessera de croître jusqu'aux indépendances. En 1947 une conférence interterritoriale est organisée à Nairobi pour évoquer le développement du tourisme dans la région est-africaine. L'*East African Tourist Travel Association* (EATTA) est constituée à la suite de cet événement pour mettre en place les orientations décidées. L'EATTA a pour objectif de promouvoir le tourisme en Afrique de l'Est comme destination touristique de safari mais aussi et surtout de tourisme de chasse. Le centre organisationnel de ce tourisme en développement se situant au Kenya, la plupart des compagnies privées de chasse s'installent dans cette zone au détriment du Tanganyika ou de l'Ouganda. Le Kenya s'impose donc comme destination privilégiée dans les consciences collectives expliquant sa notoriété supérieure auprès des occidentaux aujourd'hui (Che Hamis, 1998, p7-8). La domination kenyane dans l'industrie du tourisme se concrétise par une attractivité largement supérieure à ces voisins. Ainsi en 1956, 70% des touristes internationaux venant dans la région est-africaine entrent par le Kenya. Cette même année, il est estimé que 75% des gains du tourisme de l'Afrique de l'Est reviennent également au Kenya.

En raison de sa proximité avec le Kenya, la partie nord de la Tanzanie commence dans cette période un développement marqué lié à l'activité touristique. Arusha, petite ville

dépendante de la production caféière commence sa lente mutation et devient peu à peu un centre touristique accueillant une population européenne. C'est là que prend corps sa réputation de ville multiculturelle qui lui vaut aujourd'hui le surnom de « Genève africaine ». La ville accueille des Anglais, des Néo-Zélandais, des Grecs, des Allemands ou des Afrikaners dans le cadre de l'activité touristique. Signe de cette mutation, le développement de services spécifiques à cette population européenne : salons de coiffure, voyagistes spécialisés dans la chasse, hôtels, restaurants, etc. Le paysage de la ville se transforme à la faveur de cette fréquentation touristique et la population locale commence à être mobilisée dans cette activité naissante (Chambua, 2008, p5). A la veille de l'indépendance, la situation du tourisme en Tanzanie est donc la suivante : l'activité touristique de la région est dominée par le Kenya qui récupère la majeure partie des flux financiers et humains du tourisme régional .Malgré tout, le Tanganyika connaît un développement émergent de cette activité et les transformations sont perceptibles tant dans les pratiques que les aménagements ; enfin, la Tanzanie bénéficie déjà d'une quantité d'aires protégées qui seront disponibles pour le développement ultérieur du tourisme de safari. En 1960, le tourisme est déjà la quatrième exportation du pays, derrière le café, le coton et le sisal. Conscient du potentiel économique de ce secteur, le gouvernement annonce le développement du secteur avec l'objectif de construire 4 000 lits supplémentaires et d'accueillir 100 000 touristes d'ici à 1970. Le tourisme entre ainsi peu à peu dans les priorités et les orientations politiques des gouvernements.

Au niveau régional, la suprématie du Kenya commence à créer des tensions entre les différentes parties de l'*East African Publicity Association*. Cette situation conduit au divorce des différentes parties et annonce des tensions politiques autour des enjeux économiques du tourisme qui ne cesseront de croître notamment entre la Tanzanie et le Kenya. L'Ouganda crée son propre *Tourism Advisor Board* en 1956, tandis que le Tanganyika indépendant crée en 1962 le *National Tourist Board of Tanganyika* (Che Hamis, 1998, p7-8). Ces tensions sont révélatrices du poids économique de ce secteur et de la volonté des états indépendants de contrôler eux-mêmes cette activité dont les perspectives en termes de gain de devises étrangères semblent évidentes. Malgré des infrastructures encore très peu efficaces et nombreuses, les pays d'Afrique de l'Est vont désormais tenter de développer le tourisme de manière isolée créant au niveau régional une concurrence territoriale dont les tensions se font sentir encore aujourd'hui.

Les hésitations du gouvernement indépendant

Lors de son indépendance, toute l'économie tanzanienne est fondée sur une idéologie coloniale capitaliste et les structures politiques et sociales sont adaptées à cette vision. Cependant, depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale, le monde est divisé en deux, invitant les nouveaux pays indépendants à prendre position. Certains optent pour le capitalisme sous impulsion étasunienne tandis que d'autres se tournent vers un modèle socialiste sous influence de l'Union Soviétique. La Tanzanie ne fait pas un choix clair dès le début et la politique touristique est à l'image de ce tâtonnement.

Dès les prémices de l'indépendance, le tourisme est considéré en Tanzanie comme une ressource au fort potentiel économique et la politique de conservation comme un outil essentiel au développement de cette activité. Les Nations Unies contribuent à cette prise de position en mandatant en 1960 une mission spécifique dont les conclusions soulignent le potentiel supérieur de la Tanzanie par rapport à celui du Kenya et de l'Ouganda en termes de paysages et de nature. Les Nations Unies encouragent donc le maintien et le développement des aires protégées comme outil de promotion et de développement de l'activité touristique (Che Hamis, 1998, p7-8). Pourtant, avec la déclaration d'Arusha en 1967 et la mise en place d'une politique socialiste basée sur l'autosuffisance, sous le nom de l'Ujamaa, la position de la Tanzanie vis à vis du tourisme va devenir plus complexe et paradoxale. Alors même que toute activité dépendante de l'étranger est proscrite ou du moins limitée, le gouvernement de Nyerere, même s'il nationalise toutes les infrastructures touristiques, continue d'avoir une politique touristique ambitieuse basée sur le rattrapage de son retard en termes d'infrastructures par rapport à son voisin kenyan (Mchome, 2002, p64). Proclamant haut et fort la volonté d'atteindre des objectifs d'autosuffisance, le gouvernement ne remet pourtant pas en cause une activité dépendante entièrement d'une clientèle étrangère. Cette « schizophrénie » politique va durer jusqu'à la fin de l'ère Nyerere, alternant discours sur l'autosuffisance et investissements dans des infrastructures lourdes destinées à améliorer les conditions d'accueil de populations touristiques.

Newmann et Roderick rappellent ainsi à nos mémoires la célèbre citation de Nyerere qui reconnaît très clairement au début de l'indépendance l'importance du secteur touristique : « *Je ne veux pas passer mes vacances à regarder les crocodiles. Cependant, je suis entièrement d'accord avec leur protection. Je crois qu'après les diamants et le sisal,*

les animaux sauvages seront une source majeure de revenu pour le Tanganyika. Des milliers d'Américains et d'Européens ont un besoin pressant de voir ces animaux » (Newmann, Roderick, 1995, p363). Ces « animaux » et ces « paysages » sont d'ailleurs, grâce à la politique de conservation entamée sous la colonisation, disponibles pour le développement du tourisme. Des espaces mis en réserve, des espaces vides ou presque vides de toute occupation humaine sur lesquels va pouvoir s'épanouir la vision romantique de l'Afrique sauvage, naturelle et primitive. En 1969, le directeur de la TANAPA précise très clairement la stratégie gouvernementale qui vise à s'appuyer sur le renforcement de la politique de mise en réserve pour favoriser le secteur touristique: « *depuis l'indépendance, la Tanzanie a quadruplé ses dépenses pour les parcs nationaux. En pourcentage du budget national, cela représente plus que le budget que les Etats-Unis accordent à leurs propres parcs nationaux [...] Cela est essentiellement dû au fait que nous espérons que le tourisme deviendra bientôt le premier secteur d'exportation de l'économie »* (cité par Neumann, 1998, p144).

La volonté de mener une politique coordonnée prend corps avec la création du *Tanganyika National Tourist Board* en 1962 qui a pour but de coordonner les activités touristiques du pays. En 1964, le gouvernement indépendant institutionnalise un peu plus la politique touristique avec la création d'un ministère dédié, le *Ministry of information and Tourism*. Témoignant des ambitions de ce ministère, un an plus tard, un bureau du *tourism board* sera ouvert à Londres pour promouvoir la destination tanzanienne auprès de l'ancien empire colonial. Au niveau national le *National Development Corporation* (NDC) se voit confier la tâche de construire des hôtels touristiques en Tanzanie pour améliorer la capacité d'accueil touristique et ainsi attirer une partie de la clientèle accaparée par le Kenya.

- En 1961, construction du Mont Meru Hotel à Arusha
- En 1965 le Kilimandjaro Hôtel est ouvert à Dar es Salaam, le premier hôtel de standing international destiné à contrebalancer la concurrence kenyane.
- Dans cette période, le gouvernement devient également propriétaire du *Lake Manyara Lodge* et du *Ngorongoro Crater Lodge*
- Le gouvernement participe enfin au financement du *Mikumi Wildlife Lodge* et planifie la construction de lodges dans tous les parcs nationaux.

En 1968, reconnaissant les efforts faits par la Tanzanie dans le secteur touristique, un rapport de la commission économique pour l'Afrique des Nations Unies (*United Nation's*

Economic Commission for Africa – ECA) encourage de nouveau la mise en valeur du potentiel touristique du pays et propose différentes orientations:

- Promotion du tourisme tanzanien à l'étranger,
- Augmentation des investissements privés et publics,
- Amélioration et développement des infrastructures d'accueil (Hôtel et lodge).

Cependant, parallèlement à ces encouragements des organismes internationaux, la déclaration d'Arusha en 1967 pose les bases d'une nouvelle politique nationale fondée sur un modèle collectiviste et sur une principale activité : l'agriculture. Alors que les terres arables ne constituent que 4% du territoire, cette politique ambitieuse souhaite par la villagisation développer une société égalitaire en rupture avec les logiques capitalistes imposées sous la colonisation. Une série de plans quinquennaux vient structurer cette idéologie entre 1964 et 1980 visant à échéance l'autosuffisance alimentaire. Bien évidemment, au sein de cette politique autocentrée, le tourisme ne fait plus partie comme avant des secteurs mis en avant. Cependant, les hommes politiques à la tête du pays ne remettent pas totalement en cause cette ressource et vont même jusqu'à renforcer la conservation environnementale avec en arrière pensée l'accueil touristique. C'est tout le paradoxe du tourisme qui est présenté par cette « schizophrénie » politique. Dans ce cadre, des débats de fond sont tenus à l'Université de Dar es Salaam au début des années 1970 et la plupart des intervenants s'opposent à des investissements coûteux pour un secteur dépendant de l'étranger, le tourisme, et proposent d'autres priorités pour le pays. Lors de ces débats, le développement du tourisme est associé à une forme de continuum dans la dépendance à l'égard des anciens empires coloniaux (Chami, 2002, p36). Les arguments principaux qui vont à l'encontre du développement du tourisme sont les suivants :

- D'une part, le tourisme représente un mode de consommation qui est en décalage avec la réalité de la plupart des pays en développement. En effet, investir dans le tourisme revient à investir pour des biens de consommation que la plupart des tanzaniens ne peuvent se payer. Par ailleurs, le développement d'un tourisme international suppose l'importation de biens étrangers (matériels, véhicules, compétences) qui ne bénéficient pas au développement interne.
- D'autre part, le développement du tourisme suppose l'insertion à l'économie de marché au travers des tours opérateurs, des compagnies aériennes et une dépendance à l'égard de la demande internationale. Il s'agit donc d'une forme

d'intégration à l'économie de marché incompatible avec les fondements de l'Ujamaa.

- Enfin, les effets sociaux du tourisme sont également mis en avant. Au travers de la prostitution, de la drogue et autres effets négatifs qui commencent à émerger dans le discours international qui critique le tourisme. Le tourisme est décrié comme étant potentiellement dangereux pour la société tanzanienne.

En d'autres termes, le tourisme va à l'encontre de la politique de *Self reliance* dont le slogan est: *Tanzania should produce what it consumed, and consume what it produced*⁴¹. Pourtant, malgré ces protestations, les programmes de construction se poursuivent et le nombre de visiteurs dans les parcs nationaux augmente en moyenne de 11,1% entre 1969 et 1976 (Nuemann, 1998, p143). La position du gouvernement est ambiguë et montre que l'économie du pays ne peut pas véritablement se passer de la manne touristique même si idéologiquement cette activité bénéficie d'une représentation négative. C'est dans cette période qu'est créé le Kilimandjaro National Parc, en 1973, qui ouvrira ses portes aux premiers touristes en 1977. Le *Kilimandjaro Master plan* de 1976 – texte destiné à expliciter la politique de gestion du parc – souligne la contradiction politique du gouvernement en déclarant que « *la Tanzanie doit reconnaître sa contradiction quant à sa volonté d'acquérir des revenus du tourisme et son souhait d'exclure toute influence étrangère* » (Nuemann, 1998, p145).

Parallèlement à ces débats idéologiques, le gouvernement continue sa politique touristique et restructure l'administration qui y est dédiée. En 1969, le *Tanganyika National Tourist Board* est dissous et différentes agences étatiques sont instituées pour promouvoir et organiser les infrastructures du tourisme : le *Tanzania Tourist corporation*, la *Wildlife Corporation* ou le *State Travel Services* (Che Hamis, 1998,p9). Deux plans de construction structurent la politique touristique de l'Ujamaa. Le premier de 1967 à 1968 centre ses efforts sur la construction d'hôtels : nouveaux lodges au Ngorongoro, création du *Lobo lodge* au Serengeti, un lodge dans le parc du Mikumi, et construction de plusieurs hôtels à Dar es Salaam (*Beach Hotel, New africa hotel, Kunduchi Beach hotel*). Le second plan allant de 1969 à 1974 se concentre sur le projet de création d'un nouvel aéroport international pour le circuit du Nord qui puisse concurrencer l'influence de Nairobi. Le

⁴¹ « La Tanzanie doit produire ce qu'elle consomme et consommer ce qu'elle produit ».

Kilimandjaro International Airport est opérationnel en 1973 et témoigne de par son nom de l'importance de l'image du volcan chagga qui est ici instrumentalisée par le gouvernement à des fins clairement commerciales. La construction de cet aéroport vient renforcer la domination du nord du pays dans le secteur touristique, domination qui conduit les observateurs contemporains à s'inquiéter de ce déséquilibre spatial et de la surfréquentation des parcs nationaux dans le *Northern Circuit*. Bien évidemment, la position du Kilimandjaro se trouve renforcée dans l'offre touristique avec l'apparition d'un aéroport international qui porte son nom et qui se trouve à moins de 90 kilomètres de l'entrée principale de la KINAPA, *Marangu Gate*.

Aux côtés de cette politique de construction, le gouvernement renforce sa politique environnementale de conservation en votant le *Wildlife Conservation Act* en 1974 et une politique spécifique pour la nature en 1984 (*Wildlife Policy of 1984*).

Cette politique, dans un premier temps, porte ses fruits puisque les entrées touristiques passent de 34 619 en 1967 à 199 200 en 1972. De 1972 à 1977 les entrées se maintiennent autour de 150 000 par an. Dans un deuxième temps, entre 1977-1985 l'économie touristique subit une crise importante à l'image de l'économie du pays. Entre 1978 et 1979 le nombre d'entrées touristiques en Tanzanie baisse drastiquement passant de 148 500 à 78 000 visiteurs. Les origines de cette crise sont multiples :

- D'une part, la baisse des aides internationales en raison du choix socialiste du pays précipite le pays dans une crise économique importante. Rapidement, les infrastructures touristiques non entretenues se dégradent et les investissements lourds nécessaires pour rattraper le Kenya sont stoppés. La politique de l'Ujamaa commence à montrer ses faiblesses et sa viabilité économique est fortement remise en cause.
- L'explosion de la communauté est-africaine et la fermeture de la frontière entre le Kenya et la Tanzanie en 1977 marque le point culminant de cette crise en exacerbant les tensions et en donnant à la crise économique interne un statut régional. La Tanzanie s'isole des flux touristiques importants qui proviennent du Kenya, les investissements consentis jusqu'alors ne suffisent pas à compenser ce manque à gagner.

- Enfin, la guerre contre l'Ouganda entre 1978 et 1979 s'ajoute à ce contexte de crise et entame les ultimes réserves financières du pays qui se précipite dès lors dans une crise structurelle.

L'isolement de la Tanzanie et l'image d'un pays en guerre affaiblissent considérablement l'activité touristique qui prenait corps. Le gouvernement tanzanien tente péniblement de réagir : la très récente compagnie aérienne tanzanienne, *Air Tanzania Corporation* tente de dynamiser son trafic notamment en augmentant les liaisons entre Dar es Salaam et *Kilimandjaro International Airport* (KIA) afin d'alimenter le circuit touristique du nord. Par ailleurs grâce à un prêt de 25 millions de dollars de la part du Japon, la flotte tanzanienne s'enrichit de deux Boeing 737. C'est dans cette période que des accords sont également signés avec la *Royal Dutch Airlines* (KLM), *British Airways* et *Ethiopian Airlines* afin d'assurer des vols directs vers l'aéroport du Kilimandjaro et de Dar es Salaam. Suite à ces efforts spécifiques, la fréquentation des parcs nationaux remonte sensiblement entre 1979 et 1980 mais les fondements de cette crise, plus profonds, plongent la Tanzanie dans une instabilité qui touche tous les secteurs et qui va conduire à une réorientation idéologique et politique du pays (Yeager et Miller, 1986, p33).

2.2- La politique touristique dans la Tanzanie contemporaine

Ainsi, dans les années 1980, la politique socialiste de Nyerere montre des signes d'affaiblissements majeurs. La succession des deux chocs pétroliers, la guerre contre l'Ouganda, la fermeture de la frontière avec le Kenya et l'échec de la révolution agricole ont mené la Tanzanie dans une impasse. Certes le taux de scolarisation est élevé, le nombre de dispensaires en milieu rural a été multiplié par trois dans la période de l'Ujamaa, mais les revenus ne suffisent plus à alimenter une politique sociale ambitieuse. La Tanzanie se tourne alors vers la Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International pour demander l'augmentation des aides accordées. Ces institutions engagées dans une idéologie libérale dénoncent les politiques socialistes de Nyerere et conditionnent leur aide à la mise en place de politiques d'ajustement structurel. Mais « le père de la nation » refuse dans un premier temps de remettre en cause l'idéologie socialiste adoptée. Les réformes que Nyerere met en place entre 1981 et 1985 ne suffiront pas à relever le pays de son chaos. En 1985, Julius K. Nyerere prend conscience de l'échec de la politique de *self-reliance* et laisse le pouvoir à

son successeur, le Zanzibari Ali Hassan Mwinyi. Ce dernier entreprend la libéralisation économique du pays avec la signature des premiers accords avec le FMI en 1986.

Ces mutations internes à la Tanzanie interviennent dans un contexte spécifique du tourisme international. Comme le rappelle Geoffrey Chambua, c'est dans les années 1980 qu'apparaissent les premières critiques du tourisme de masse encensé pendant les années 1960-1970. Les premiers effets de ce tourisme, sur les écosystèmes et les populations commencent à être dénoncés par des ONG et des experts dont le discours est relayé par les médias. L'idée d'un « autre » tourisme s'imisce alors dans les mentalités, un tourisme plus éthique, plus respectueux, et les voyageurs prospectent alors de nouvelles destinations qui soient en adéquation avec cette demande naissante. Le Tiers-monde dans ce contexte devient une nouvelle cible commerciale, opposant au tourisme des « 3 S » (Sea, Sex and Sun) un tourisme de grands espaces, de nature, de trekking. La Tanzanie, avec son potentiel immense de parcs et de réserves naturelles bénéficie bien évidemment de ce contexte nouveau (Chambua, 2008, p9).

Cette période est aussi marquée par l'intervention massive d'investisseurs privés dans le secteur touristique promettant des profits énormes. Les financiers qui sont restés méfiants les premières années, prennent conscience de la rentabilité énorme de ce secteur et souhaitent désormais participer activement à cette économie des vacances qui est en outre encouragée par les organismes internationaux. A titre d'exemple, nous pouvons citer l'implication du fonds de pension sud africain *Hambous Bank and Getty Family* qui possède en Namibie 70% du tour opérateur *Conservation Corporation Africa* qui contrôle 300 000 hectares de savane où il développe des safaris. L'investissement dans le tourisme africain devient dans cette période un placement intéressant.

Le tournant libéral de l'économie tanzanienne, le secteur privé au cœur de la nouvelle stratégie touristique

Ainsi, dans ce contexte, à partir de 1985 la Tanzanie prenant le chemin de la libéralisation, sous l'influence des grands organismes internationaux, encourage les investissements privés dans tous les secteurs et dans le tourisme en particulier. Le développement du tourisme est désormais considéré comme un axe majeur de la revitalisation de l'économie tanzanienne et le secteur privé comme un acteur clé de ce processus. Dès 1990, une loi sur l'investissement est votée (*National Investment Act*) et le

centre de promotion des investissements est créé (*Investments Promotion center* - IPC) pour appuyer cette politique d'ouverture aux investissements étrangers. De nombreuses mesures sont en outre mises en œuvre pour faciliter et encourager la venue d'investisseurs étrangers : baisse des taxes à l'importation, exonérations de taxes sur l'importation de capitaux et autorisation de transférer dans un pays étranger 100% des bénéfices (Chami, 2002, p39). Le *Tanzanian Investment Center* (TIC) – organe destiné à faciliter les démarches des investisseurs locaux et étrangers - réserve ces avantages pour des investissements d'au moins 100 000 dollars pour un projet d'investissement tanzanien et 300 000 dollars pour un projet étranger ou un joint-venture. Jusqu'en 2003, le TIC a accompagné ainsi 422 projets privés concernant aussi bien la construction d'hôtels, la création de tours-opérateurs ou des restaurants. Concrètement, les entreprises investissant dans le tourisme, considéré comme un secteur moteur de la croissance (*lead sector*), bénéficient d'exonérations de taxes sur l'importation de biens pendant la construction de leur projet, d'un report de l'impôt sur les bénéfices et d'un impôt sur les sociétés plafonné à 30%. Le tableau suivant (Cf. Tableau 16) montre que dans le choix des projets approuvés par le centre de promotion des investissements, le tourisme arrive dès 1990 en deuxième position derrière l'industrie.

Tableau 16 : Projets approuvés par le Centre de Promotion des Investissements tanzanien (Juillet 1990 – Septembre 1992)

Secteurs	Investissements US\$	Nombre d'emplois générés	Part des investissements totaux
Industrie	80 655 332	13 419	44,5 %
Tourisme	36 374 790	5 747	20 %
Agriculture et élevage	16 506 809	13 489	9 %
Ressources Naturelles	11 909 204	4 935	6 %
Transport	26 013 592	1 760	14 %
Mines	6 023 592	1 887	3 %
Construction	4 626 492	314	2,5 %
Technologie	36 325	9	0,01 %
Services	441 167	171	0,2 %

Source : BAGACHWA MSD et LIMBU Festus, 1995, p43

Parallèlement à ces adaptations législatives, une multitude d'accords bilatéraux sont signés avec la Grande Bretagne, la Suède, le Danemark, la Corée ou les Pays-Bas dans des secteurs aussi divers que la promotion et la protection des investissements privés, les mécanismes de rapatriement des bénéficiaires, les avantages fiscaux, etc (Chambua, 2008, p9). Ces pays prennent donc bien conscience des changements rapides qu'opère la Tanzanie et tentent par ces accords de protéger les intérêts des investisseurs privés de leur pays. La Tanzanie va encore plus loin dans la place accordée au secteur privé puisqu'elle décide de lui léguer une partie de ces compétences. Ainsi un accord est-il signé par le gouvernement pour déléguer la gestion d'une partie de son parc hôtelier à la compagnie hôtelière tanzanienne (*Tanzania hotels Investments Ltd - TAHI*) qui est en partie la propriété du groupe français ACCOR. Ce groupe qui contrôle à l'époque près de 2 000 hôtels dans le monde devient ainsi le propriétaire de différents hôtels vendus par l'état : le Mount Meru Hotel d'Arusha et cinq lodges dans différents parcs nationaux. Le monopole de la TAHI sera rompu en 1993 (Chambua, *Op. Cit*).

La rénovation de la politique touristique de la Tanzanie

A partir des années 1990, la Tanzanie décide de rénover sa politique touristique pour dynamiser et moderniser le secteur. En 1991 est mise en œuvre la première véritable politique du tourisme de cette nouvelle ère (*National Policy of Tourism*) centrée sur la rénovation et le développement des infrastructures touristiques. En 1993, le *Tanzania Tourist Corporation* montrant des faiblesses - en raison de dysfonctionnements internes - est dissous et laisse la place à l'actuel *Tanzanian Tourist Board* créé en juin 1993 avec pour objectif de promouvoir le tourisme tanzanien à l'étranger. Pour structurer cette politique touristique, la Tanzanie bénéficie du soutien de l'Union européenne notamment par la mise en œuvre d'un *Integrated Tourism Master Plan* en 1996 dont les conclusions servent de base aux orientations politiques du gouvernement. Ce *Tourism master plan* de 1996 est réalisé par l'agence irlandaise *CHL Consultants* qui préconise quelques axes majeurs de travail :

- Ce texte encourage le pays à s'appuyer sur le circuit nord, stratégiquement positionné et bénéficiant d'attraits touristiques majeurs. Selon ces experts,

le *Northern Circuit*, doit être clairement identifié et ses infrastructures renforcées :

- Amélioration des axes routiers conduisant aux parcs,
- Amélioration des infrastructures d'accueil,
- Développement du trafic aérien.

➤ L'autre axe majeur de ce texte repose sur le développement du tourisme balnéaire insuffisamment considéré jusqu'alors. Deux dimensions sont évoquées :

- Adaptation des hôtels de Dar es Salaam et de Zanzibar aux standards touristiques internationaux,
- Développement du trafic aérien entre les parcs et les stations balnéaires.

La politique touristique de la Tanzanie se structure fortement dans cette période. Dès le début, la Tanzanie souhaite se différencier du tourisme de masse qui s'épanouit dans le Kenya voisin. Pour des raisons stratégiques de démarcation mais aussi sous l'influence des organismes de protection de l'environnement, la Tanzanie souhaite développer un tourisme de qualité. Dès les années 1980, différents rapports sur le tourisme tanzanien encouragent le pays à suivre une politique touristique basée sur son potentiel environnemental et à ne pas prendre le chemin d'un tourisme de masse tel qu'il a pu être développé dans d'autres pays africains comme le Kenya, l'Afrique du Sud ou la Tunisie. L'ouvrage de Steven Curry publié en 1982 et qui s'intitule *Wildlife conservation and game viewing tourism in Tanzania* (Curry, 1982) symbolise ce positionnement. Confortant les politiques de conservation du pays, il préconise un tourisme « écologique » permettant au pays d'acquérir des revenus stables par une activité. Ce choix est d'ailleurs cohérent avec la politique de préservation de la nature de la Tanzanie. En effet, comme nous l'avons montré, le tourisme s'est développé grâce aux politiques de conservation et l'organisation d'un tourisme de masse reviendrait en cas de dégradation à couper la branche sur laquelle repose l'activité touristique. Concrètement, la Tanzanie adopte différentes solutions pour éviter de « tomber » dans le piège du tourisme de masse :

➤ Politique de prix élevés dans les parcs. Par exemple, le seul coût du droit d'entrée (*entry fee*) au parc national du Kilimandjaro pour une ascension de

six jours revient à 600 dollars soit presque le coût du billet d'avion en provenance d'Europe.

- Limitation des constructions hôtelières dans les parcs, ce qui limite de fait la fréquentation dans ces zones protégées. Par exemple dans un Parc célèbre comme le Serengeti il n'y a que quatre hôtels d'une soixantaine de chambres chacun. Ce qui permet d'accueillir à peu près 500 personnes. Pour pallier ce manque d'hébergement les campings se sont développés dans les parcs permettant des infrastructures plus légères.
- Limitation des vols reliés à l'Europe. Même si le trafic s'est énormément développé dans la dernière décennie, beaucoup de touristes arrivent encore par le Kenya ce qui témoigne d'une politique spécifique.
- Enfin, une autre manière de limiter les effets du tourisme dans les parcs est d'interdire ou de limiter le *self drive* c'est à dire la possibilité pour une personne n'ayant qu'un visa de tourisme de louer une voiture et d'aller dans un parc. Cela permet de mieux encadrer les mobilités et les effets dans les parcs animaliers.

Présentant une politique résolument ambitieuse en termes de développement touristique, la Tanzanie adopte toutefois une logique qualitative plutôt que quantitative. Lors d'un entretien que nous avons réalisé, Brice Benet, alors président de l'association des tours opérateurs de Tanzanie (TATO) et propriétaire d'un des plus anciens hôtels du Kilimandjaro (le *Marangu hotel*), confirme la permanence de cette position du gouvernement: « *A chaque réunion que nous avons avec le gouvernement, la position est toujours la même. Ils souhaitent réellement développer le tourisme et appuyer les investissements privés que nous représentons. Mais le discours tourne toujours autour d'un tourisme de haute qualité, un tourisme au prix élevé qui permette à la fois de générer de l'argent et à la fois de préserver l'environnement. Le tourisme de masse comme au Kenya, avec des hôtels tous les vingt mètres est l'exemple à ne pas suivre. Les Tanzaniens veulent peu de gens qui payent beaucoup* ». Bien évidemment, la surfréquentation des parcs du *Northern circuit* relativisent toutefois ces intentions et certaines ONG environnementales dénoncent les effets néfastes de ce qu'elles appellent un tourisme de masse.

La structuration de la politique du tourisme en Tanzanie se prolonge par la révision de la loi touristique en 1999 et par l'adoption du *Tourism Master Plan* de 2002, qui réaffirment tous deux la place majeure du secteur privé dans la gestion du tourisme:

- La Tanzanie reconnaît la propriété privée et la protège de tout risque. Le pays est d'ailleurs membre du *Foreign Investment Insurance* de la Banque Mondiale et du *Multilateral Investment Guarantee Agency*, deux organes destinés à privilégier les investisseurs internationaux.
- Le gouvernement renouvelle la détaxation de produits importés pour construire un projet dans le pays.
- La possibilité d'exporter 100% des bénéfices réalisés dans le pays
- La simplification de l'obtention des différents permis permettant de vivre et de monter une affaire dans le pays : permis de résidence, permis de travail, permis commercial.
- En 1999, parallèlement à la rénovation de la politique touristique du pays est créé le *Tourism Confederation of Tanzania* (TCT), un organe reconnu par l'état et qui défend les intérêts des investisseurs privés.

La place croissante des investisseurs privés dans la gestion du tourisme se traduit par une multiplication d'associations professionnelles dont l'objectif est de protéger les intérêts privés. On trouve par exemple l'association des tours opérateurs de Tanzanie (*Tanzania Association of Tour Operators – TATO*), l'association des tours opérateurs spécialisés dans la chasse (*Tanzania hunting operators association – TAHOA*), la confédération du Tourisme de Tanzanie (*Tourism confederation of Tanzania*), l'association des agents de voyage de Tanzanie (*Tanzania Society of Travel Agents*), l'association des hôtels (*Hotel Association of Tanzania*) et même une association professionnelle au Kilimandjaro, le *Kilimanjaro Association of Tour Operator* qui témoigne des enjeux spécifiques sur ce territoire. La force de ce secteur privé est telle qu'une étude universitaire soutenue en 1997 à l'Université de Dar es Salaam par James Nathany Mwifunyi Magni dénonce les pressions que les entreprises privées exercent auprès du gouvernement sur les politiques de réglementation du travail : « *Le ministre du tourisme confirme que le secteur privé, et spécialement les entreprises étrangères, sont contre la mise en place de formations et luttent de manière virulente contre les lois salariales afin d'avoir le pouvoir sur les employés. Le gouvernement se donnant comme priorité l'acquisition de bénéfices maximums de l'activité touristique, il ne peut assumer son rôle de régulation économique*

et socio-culturelle » (Mwifunyi Magni , 1997, p135). Le contrôle de la production de la ressource touristique par quelques acteurs clés, provoque dans l'arène touristique nationale des tensions que l'on retrouvera ensuite au niveau local au Kilimandjaro. Le capital financier et culturel de ces acteurs dominants (propriétaires de tour opérateur, d'hôtels) ainsi que la présence d'une législation favorable leur permet d'accaparer une partie importante des bénéfices du tourisme. Ces rapports de forces, comme le note cette étude, se font au détriment des travailleurs du tourisme qui ne parviennent pas à sécuriser leurs emplois dans un secteur qui est en outre saisonnier.

Cette stratégie politique consistant à privilégier les investissements privés se concrétise toutefois par la construction de nombreux autres hôtels et la création de nouveaux tours opérateurs à Arusha, Moshi, Dar es Salaam ou Zanzibar. En 2003, le bureau national des statistiques (*National Bureau of statistics*) comptabilisait 469 hôtels et lodges alors qu'il n'en comptait que 208 en 1994 et 321 en 1999.

Le Kilimanjaro International Airport (KIA), premier aéroport privatisé d'Afrique.

Symbole important du rôle du secteur privé dans l'industrie touristique en Tanzanie, la privatisation de l'aéroport international du Kilimandjaro en 1998. En effet, à cette date, la *joint venture Kilimanjaro Airports Development Company* (KADCO : entreprise à capitaux mixtes publics/privés) signe un bail de 25 ans pour gérer l'aéroport international du nord du pays. C'est la première initiative de ce type dans tout le continent. La gestion de l'aéroport est assurée par Schiphol (Amsterdam) tandis que la gestion des opérations par l'*UK CAA International Services*. L'objectif affiché de cette privatisation est d'accélérer la mise à niveau de l'aéroport aux standards internationaux. C'est dans cette logique de modernisation que l'aéroport de KIA est le premier du pays à bénéficier du dernier système d'enregistrement SITA. Il se met ainsi au niveau des grands aéroports du continent : *Johannesburg International Airport* (Afrique du Sud), *Jomo Kenyatta Airport* (Kenya), *Cairo Airport* (Egypte), *Addis Ababa International Airport* (Ethiopie).

Chambua souligne que 50% du business du tourisme est assuré en Tanzanie par quelques grands tours opérateurs appartenant à des investisseurs étrangers : Abercrombie and Kent, Leopard Tours, Ranger Safaris et quelques autres. Au niveau du trafic aérien, la croissance du nombre de vols a accompagné le développement touristique. Le nombre de vols par

semaine en provenance de l'étranger est ainsi passé de 25 en 1991/92, à 31 en 1992/93 puis à 50 en 2001 (Chambua, 2008, p11). Des compagnies comme KLM ont investi le marché tanzanien avec un vol par jour et British Airways avec trois vols par semaine. La *South African Airways* joue également aujourd'hui un rôle majeur dans le tourisme du pays en créant des liaisons directes avec l'Afrique du Sud.

Remise en cause des bénéfices du tourisme pour l'économie tanzanienne

Dans le chapitre IV, nous avons évoqué les réserves émises par certains experts sur la capacité du tourisme à bénéficier réellement aux économies des pays pauvres. Leurs doutes contrebalancent le discours optimiste des organismes internationaux qui encouragent vivement les pays comme la Tanzanie à privilégier le tourisme pour relever le défi du développement. Dans ce cadre, le gouvernement tanzanien, avec l'appui des organismes internationaux publie chaque année des statistiques témoignant de la vitalité du tourisme et justifiant, grâce à ses dernières, la continuité des politiques entreprises et célébrant les effets positifs des politiques fiscales privilégiant le secteur privé. Pourtant, depuis quelques temps, la réfutation de ces chiffres déstabilise les administrations qui fournissent ces résultats, remettant en cause les méthodes de calcul et la prise en compte de revenus qui ne sont pas liés au tourisme. C'est ainsi qu'en 2001, la Tanzanie revendique 525 000 touristes et 725 millions dollars de revenus. Pourtant les chiffres montrent bien que sur ces 525 000 visiteurs seulement la moitié viennent effectivement dans le cadre de séjours de vacances. Cette même année, seules 318 419 personnes ont visité un parc national induisant un revenu proche de 34 millions de dollars si l'on fait la somme de tous les parcs de la TANAPA et du Ngorongoro Conservation Area. Si l'on ajoute à cela le revenu du tourisme de la chasse qui est de 9 021 960 de dollars en 2001 on arrive à près de 43 millions de dollars pour l'année 2001 loin des 725 millions annoncés ; même en ajoutant le coût des visas, les salaires des employés, Chambua affirme que le compte n'y est pas (Chambua, *Op. Cit.*). Or même le Kenya qui revendique pourtant plus de touristes en 2002 (750 000) annonce un résultat inférieur qui s'élève à 285 millions de dollars. Chambua pose donc la question de la pertinence des statistiques tanzaniennes et des volontés sous-jacentes à ce « gonflement » des chiffres. Il dénonce le fait que le ministère des ressources naturelles et du tourisme ne produit pas ses propres statistiques et qu'il est obligé d'utiliser celles produites par un organe non spécialisé dans l'activité touristique, le

Bureau National des statistiques (*National Bureau of Statistics – NBS*). Il soulève différents travers de cet organe dans ses calculs sur les bénéfices du tourisme :

- D'une part, le nombre d'entrées touristiques est comptabilisé à partir des statistiques de l'immigration qui ne différencient pas un touriste d'un voyageur venant visiter sa famille et dont le motif de séjour n'est pas la récréation ou le loisir.
- D'autre part, l'évaluation des entrées de devises est réalisée à partir des échanges faits dans les banques ou les bureaux de change sans distinguer le touriste souhaitant changer ses dollars en shilling pour ses loisirs du Tanzanien venant changer des dollars que quelqu'un de sa famille travaillant à l'étranger lui a envoyés.
- Il faut ajouter à ces calculs les bénéfices du tourisme qui sont rapatriés ou qui sont investis dans l'importation de biens nécessaires à l'activité du tourisme lui-même et qui ne bénéficient pas l'économie du pays.

L'ensemble de ces erreurs relativise les 725 millions de dollars de bénéfices annoncés en 2001, ou les 746 millions en 2004. Si on ajoute à cela le fait que les grandes chaînes hôtelières, les principaux voyagistes ou les compagnies aériennes sont étrangères, il devient évident que la partie réelle que la Tanzanie récupère de son activité touristique reste faible comparativement à celle que récupèrent les compagnies aux différents niveaux de la chaîne. Maïlys Chauvin, dans son article intitulé *Acteurs et réseaux du tourisme en Tanzanie* rappelle ainsi que « *la plupart des dépenses des touristes sont réglées dans les pays émetteurs auprès de tours opérateurs étrangers* » ; prenant l'exemple de Zanzibar, elle souligne que l' « *excursion d'une journée à Zanzibar town constitue l'unique apport de devises aux commerçants locaux* » (Chauvin, 2003, p133). Chambua évalue entre 75% et 90% la part du prix payé par un touriste qui revient au pays émetteur pour un séjour en Tanzanie (Chambua, 2008, p15). Ainsi, si l'on évalue à 2 000 dollars un séjour safari en Tanzanie vol compris, 1 500 dollars au minimum reviendraient au pays d'origine du touriste. Sur les 500 dollars qui reste, une partie importante est destinée au paiement des droits d'entrée dans les parcs et seule une infime partie revient aux travailleurs divers du tourisme qui interviennent dans la production de la ressource touristique (employés d'hôtels, guides, cuisiniers, etc).

« Les entreprises étrangères dominent l'industrie du tourisme : une multitude de voyageurs locaux qui n'attirent qu'une faible part des clients.

Bien que les voyagistes locaux représentent 80% des licences professionnelles de tours opérateurs délivrées par le ministère, selon les chiffres officiels, leur part dans l'organisation des séjours en Tanzanie ne dépasse pas 20%. Mustapha Akuunay indique que selon les chiffres fournis par la TATO (*Tanzanian Association of Tour Operator*) à eux seuls les 34 tours opérateurs étrangers (sur un total de 281) sont responsables de 70 à 80% des arrivées touristiques en Tanzanie.

Cela s'explique parce que le tourisme est une activité dépendante de l'étranger. De fait, les agences étrangères ont plus de facilité à maîtriser les marchés des pays émetteurs en comparaison avec les voyagistes locaux... »

Traduction d'un article de presse paru dans l'hebdomadaire *Arusha Times*, du 14-20 juillet 2007

Et encore très souvent, ces employés ne sont pas embauchés de manière permanente mais payés à la journée entretenant une dépendance envers l'employé et engendrant une vulnérabilité sociale et économique importante. Si le tourisme apporte des revenus supplémentaires aux populations rurales, dans la grande majorité des cas, il n'améliore pas les conditions d'existence en raison de salaires faibles et de l'absence de contrats permettant d'assurer la sécurité des ménages. La question des bénéfices réels pour les populations locales est posée surtout lorsque les bénéfices du pays servent à financer des infrastructures qui servent au confort des touristes : la réhabilitation de routes (70 kms entre Dar es Salaam et Bagamoyo, route entre Makuyuni et Ngorongoro en 2003, etc) et la construction de nouveaux aéroports nationaux pour faciliter la mobilité des touristes, etc. En échange, les conditions fiscales ne permettent pas de réellement récupérer les bénéfices produits. D'autre part, la partie des revenus du tourisme qui est taxée par l'état est recueillie en grande partie par les autorités des parcs nationaux (TANAPA) et par l'autorité qui gère les réserves (Wildlife division) qui utilisent cet argent en totalité pour gérer ces mêmes parcs : construction de routes, paiement des rangers, infrastructures pour les touristes, etc. Depuis quelques années, il est vrai, quelques projets sont subventionnés dans les villages frontaliers des aires protégées mais cela reste modeste. Par exemple, entre 2001 et 2004 la TANAPA a dépensé près de 2 millions dollars pour des écoles, des projets de développement, la construction de routes dans les villages frontaliers sur plus de 70 millions de dollars de revenus. Les compagnies de chasse, elles aussi financent des projets

dans les villages environnant les concessions de chasse ; mais elles font peser le poids de cette aide sur les touristes qui en plus de la licence de chasse, de l'hébergement, de la licence de port d'arme paient une taxe pour le développement des communautés (*Community development fees*). Ainsi par exemple entre 2000 et 2002 ces compagnies ont financé pour 6,6 millions de dollars de projet.

La question de la participation du tourisme au développement territorial des espaces ruraux africains est donc posée avec pertinence par cette analyse de la stratégie touristique du pays. Des territoires comme le Kilimandjaro qui sont investis dans la production de la ressource touristique ne présentent pas réellement aujourd'hui d'enrichissement qui soit de nature à améliorer les conditions d'existence des habitants. La requalification de ces espaces, au travers des flux touristique, des aménagements dédiés au tourisme et des pratiques spécifiques ne se traduisent pas forcément par un développement territorial durable et général. Le 16 Mars 2005, le journal *The African* accorde à cette question une page entière soulignant l'inquiétude grandissante vis à vis du tourisme (Cf Annexe 5, article 4). La médiatisation de cette question signifie en quelque sorte la remise en cause partielle des discours sans concession sur les avantages du tourisme, réappropriés par la classe politique du pays et par les ONG. Sur les 731 millions de dollars de bénéfice annoncé, l'article après avoir fait le compte conclu : « *en d'autres termes, il est possible que le pays gagne autour de 42,6 millions de dollars grâce au tourisme* ». Le bilan est sévère surtout lorsque le journaliste conclut sur les déastres écologiques potentiels que la surfréquentation de certains sites peut engendrer.

Conclusion du Chapitre V

Ce chapitre nous a permis d'éclaircir le contexte historique dans lequel s'inscrit notre questionnement sur la production de la ressource touristique au Kilimandjaro. Par le changement d'échelle temporelle (de la colonisation à aujourd'hui) et spatiale (considération des logiques régionales et nationales) nous avons souhaité montrer combien les politiques de conservation ont influencé la nature du tourisme qui s'épanouit aujourd'hui au Kilimandjaro et en Tanzanie de manière générale. Les politiques de mise en réserve ont en effet ponctué toute la période coloniale et se sont prolongées après l'indépendance constituant pour les compagnies touristiques des espaces disponibles dans lesquels pouvaient s'épanouir une vision romantique de l'Afrique et une pratique récréative basée sur la contemplation ou la chasse.

Ces mises en réserves, par l'imposition d'une catégorisation stricte des usages de l'espace, ont bouleversé les relations que les populations africaines entretenaient avec leur environnement, relation à la fois utilitariste et culturelle. La pensée *conservationniste* coloniale a ainsi complété et corrigé la logique d'extraction qui a dominé à l'origine des empires coloniaux. Le tourisme est très tôt associé à ces logiques de préservation de la nature, comme pratique contemplative qui ne nuit pas à l'environnement et qui permet en outre de financer les outils de conservation.

Il découle du développement de l'idéologie *conservationniste* une structuration administrative complexe qui soustrait la maîtrise spatiale aux populations locales au bénéfice d'institutions puissantes telle que la TANAPA qui sont souveraines dans ces zones protégées. Dans la période contemporaine, la concentration de l'activité touristique dans ces espaces, suppose donc une domination de ces acteurs institutionnels dans la maîtrise des processus de production de la ressource touristique et donc des bénéficiaires qui en découlent. Les administrations de protection de la nature régulent les coûts, les fréquences et les modalités des pratiques touristiques. Les acteurs locaux, eux, ont donc la plus grande difficulté à tirer profit de cette activité et à s'insérer dans les mécanismes de production de la ressource touristique, sinon dans des emplois d'exécution. Ce chapitre souligne donc, en rapport avec l'exploration théorique du concept de ressource, l'importance que le géographe doit accorder à la notion d'accès pour comprendre l'insertion différentielle des acteurs dans la production d'une ressource spécifique.

Pour compléter cette partie, nous allons explorer maintenant, comment à l'autre bout de la filière, au niveau de la clientèle, la construction d'un véritable mythe autour du plus haut sommet de l'Afrique constitue une condition majeure de la mise en tourisme du Kilimandjaro.

CHAPITRE VI :

CONSTRUCTION MYTHIQUE DU KILIMANDJARO : LA GÉNÉRALISATION DE LA REPRÉSENTATION OCCIDENTALE DE LA MONTAGNE

« Le choix d'une destination se fait aussi en fonction des images que l'on en a, images nourries de lectures de guides et brochures touristiques, littérature de voyage et mythes véhiculés par les médias [...] C'est pourquoi on ne peut pas parler de vocation touristique d'un pays quel qu'il soit, en fonction de ses caractéristiques naturelles ou culturelles, car pour qu'il devienne touristique, il faut qu'un regard particulier soit porté sur lui à un moment donné et le désigne comme tel »

(Sacareau, 1997, p57)

« On est venu au Kilimandjaro parce que c'est un nom qui fait rêver, « les neiges du Kilimandjaro », la chanson, l'image mystérieuse de l'Afrique, et tout ça. »

(Groupe de touristes français, Moshi, juillet 2005).

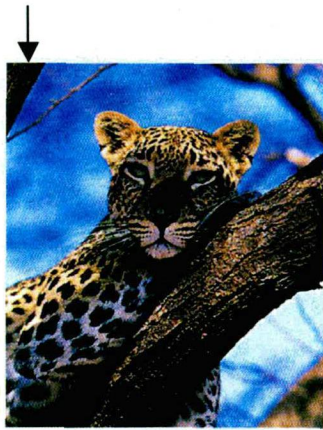
À travers l'analyse de la construction du mythe du Kilimandjaro, nous souhaitons intégrer dans notre système d'analyse – aux côtés des dimensions historiques, économiques et spatiales - la dimension idéale et abstraite de la mise en tourisme pour comprendre le processus de requalification de ce territoire dans toute sa complexité. En effet, la construction d'un territoire touristique relève d'un double processus. D'une part, une construction concrète, quantifiable, mesurable qui correspond aux aménagements et à la pratique elle-même: hôtels, aéroports, commerce de souvenirs, flux de personnes, flux financiers etc. D'autre part, une construction idéale et symbolique, processus souvent préalable, destiné à rendre un espace attractif dans un contexte commercial qui met en concurrence des destinations variées à travers le monde entier. Cette construction idéale et abstraite se nourrit de mythes construits dans le temps et d'images stéréotypées liées à

l'activité touristique qui composent peu à peu une représentation spécifique de l'espace « mis en désir », de l'espace « mis en produit » dans les plaquettes touristiques ou les sites Internet dédiés. Le marketing touristique, regroupant les techniques multiples de commercialisation de l'industrie touristique, diffuse ensuite ces représentations au travers des divers canaux de communication offerts par notre société moderne : télévision, sites Internet, revues spécialisées, catalogues de voyages, cartes postales, etc. Cette « mise en image » permet de susciter l'envie de voyager et guide les futurs touristes dans le choix de telle ou telle destination. À l'échelle mondiale, cette mise en concurrence des territoires s'appuie sur des ressorts sémantiques récurrents, ceux de l'idéalisation de l'ailleurs et sur un besoin, celui « *d'imaginer un autre monde qui, à l'opposé du notre, serait idyllique. Dans cette littérature touristique du prêt-à-partir, on ne trouve nulle illustration d'usine ou de manifestation, nulle image de bidonville ou portrait de tel ou tel dictateur... tout est fait pour échapper à l'emprise de la réalité. La fiction dépasse le réel en l'embellissant, le transformant* » (Michel, 2000, p149). La rhétorique touristique fonde donc sa logique sur l'extirpation de la quotidienneté, sur un autre monde, idéal, dans lequel le touriste est invité à passer de bonnes vacances loin des soucis du quotidien. Le décalage entre discours et réalité est forcément gigantesque surtout lorsque cet idéal concerne des pays pauvres comme la Tanzanie que les plaquettes touristiques tentent de couvrir d'un voile pudique pour ne garder que les symboles attractifs forts : les paysages, les montagnes, les animaux sauvages et quelques guerriers massais qui alimentent l'image de l' « Africain » reclus et traditionnel, projetant le touriste lambda dans la peau d'un explorateur du XIXe siècle. L'habileté du discours commercial repose sur une double logique : à la fois il mobilise une sémantique commune à toutes les destinations (le rêve, l'évasion, la nature, la rencontre) et à la fois il identifie des éléments spécifiques à chaque territoire pour mieux les distinguer parmi tous les espaces « mis en produits ». La commercialisation du Kilimandjaro, dans ce cadre, se nourrit représentations communes à l'Afrique, (« sauvage », « mystérieuse », « primitive » et « naturelle ») mais aussi de son statut particulier de « toit de l'Afrique » qui lui donne un avantage comparatif certain dans ce continent où chaque pays tente de se positionner sur le marché du tourisme international. L'illustration 13 correspond à une campagne de communication du TTB, l'organe de communication touristique du Ministère des ressources naturelles et du tourisme de Tanzanie (Cf. Illustration 13). Les quatre images retenues par le TTB montrent les symboles forts qui structurent cette communication au sein de laquelle l'image du Kilimandjaro, « iconifiée », prend place.

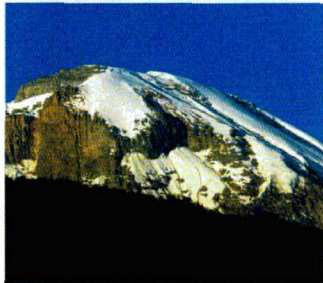
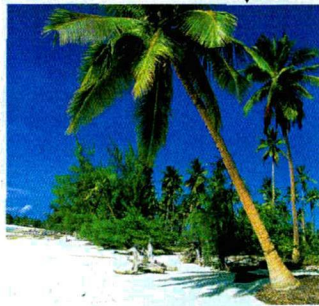
TANZANIA

Authentic Africa

La **faune** symbole de l'Afrique sauvage et du tourisme de *Safari*



Les **cocotiers** et le **sable blanc**, symboles du tourisme balnéaire



Le **Kibo**, toit de l'Afrique, symbole du pays et du tourisme de *trekking*

Le **guerrier massai**, symbole du « bon sauvage » et icône d'un tourisme culturel en vogue



Illustration 13 :
Les repères symboliques de la « mise en image » commerciale de la Tanzanie

Source : Plaquette touristique éditée par le TTB, Septembre 2004

Dans cette commercialisation, le volcan chagga, bénéficie également d'une mode, celle du trekking, qui trouve ses sources dans la mise en scène des premières grandes ascensions au XVIIIe siècle dans les Alpes et dont les récits ont nourri l'imagination de quantité d' « aventuriers des temps modernes » souhaitant mesurer leur bravoure aux multiples montagnes qui parsèment la planète et que les agences de voyages ont contribué à rendre accessibles.

Souvent habités par des sociétés paysannes, ces territoires montagnards, au fil des ascensions touristiques et des mises en images commerciales, ont donc été petit à petit transformés, requalifiés pour devenir aussi, des espaces touristiques. Le développement de cette nouvelle pratique participe donc de la requalification de ces espaces qui ne sont plus uniquement définis en fonction de leur agriculture ou du commerce qui y est lié, mais aussi par une activité fondée sur l'accueil de populations étrangères motivées par une pratique contemplative et esthétique de l'espace. La diffusion de ces images commerciales contribue ainsi à l'invention de territoires touristiques nouveaux par un processus d'insertion des stéréotypes commerciaux dans les représentations collectives de la clientèle principalement occidentale. Comme le soulignent Cazes et Knafou, *« l'invention du lieu touristique commence donc par un détournement de l'utilisation traditionnelle du territoire, dont en même temps, la signification change : la maison ancienne qui était d'abord un habitat, devient source de consommation esthétique ou pédagogique et le musée remplace la vie qui est devenue impossible dans un nouveau système économique et social [...] la consommation touristique est avant tout une consommation esthétique reposant sur une vision du territoire. Et c'est en cela que réside la force de subversion par le tourisme des structures existantes. D'où l'importance accordée à juste titre par beaucoup de spécialistes du tourisme aux mécanismes de formation des images touristiques »* (Cazes et Knafou, 1995, p835). La « mise en image » n'est donc pas un processus anodin, seulement commercial, un outil marketing mis au service de la vente d'un produit. La « mise en image », par la manipulation de stéréotypes idéalisés, transforme l'image même du territoire, l'image que les touristes ont de ce territoire et peu à peu l'image que les populations ont de leur territoire. C'est par ce processus que la production d'une nouvelle ressource change à la fois la pratique territoriale et l'identité collective en lien avec ce territoire.

Ce chapitre vise donc à étudier les mécanismes qui ont contribué à inventer le territoire touristique au Kilimandjaro. Nous chercherons d'abord à comprendre pourquoi la montagne en tant que telle est devenue un espace de récréation, un lieu attractif pour les sociétés occidentales, alors que les légendes et les cosmogonies locales diverses montrent que dans un passé récent elle était crainte et déifiée. Nous souhaitons également analyser la construction mythique du Kilimandjaro dans l'imaginaire occidental pour comprendre pourquoi dans un contexte concurrentiel fort, 40 000 touristes viennent gravir chaque année les pentes du volcan chagga. En somme, nous pensons qu'« *il est impossible de vouloir comprendre le fonctionnement des espaces touristiques si on ne s'attache pas, à la fois, aux images qu'ils produisent – et qui contribuent à leur fréquentation – et aux pratiques induites par l'ensemble des images relatives au tourisme et aux loisirs, à l'origine des différentes perceptions du territoire touristique* » (Cazes et Knafou, 1995, 826).

1- LA REPRÉSENTATION DE LA MONTAGNE DANS L'IMAGINAIRE OCCIDENTAL

Le tourisme de trekking se développe à la fin des années 1970 autour d'une clientèle spécifique désirant voyager dans des régions peu connues, fuyant les stations balnéaires et les circuits touristiques majeurs. Cette nouvelle forme de tourisme spécifique repose sur la volonté de découvrir des paysages grandioses à travers la marche, de privilégier le contact avec la nature et de rencontrer plus directement que ne le permettait le tourisme de masse les populations locales. Reposant à ses origines sur une commercialisation spécifique et sur une clientèle souhaitant se démarquer de « la masse », le tourisme de trekking illustre un rapport particulier à l'espace montagnard, symptomatique de l'évolution des représentations collectives à l'égard de ces territoires longtemps craints.

Dans son introduction de la revue *Hérodote* intitulée « *Géopolitique en montagne* », Yves Lacoste rappelle que le mot « montagne » est un des termes géographiques les plus anciens apparaissant au XI^e siècle, et plus précisément en 1080 comme le précise le Grand Robert dans la « *Chanson de Roland* » (Lacoste, 2002, pp3-16). À la même époque le terme « plaine » fait également son apparition initiant l'opposition « plaine/montagne » ou « basses-terres / hautes-terres » qui persiste encore aujourd'hui dans de nombreuses analyses géographiques. L'ancienneté du terme révèle ainsi la longue tradition sociale à l'égard de cet espace, défini dès ses origines par l'altérité, par l'opposition. Les représentations de cet espace ont depuis cette époque beaucoup évolué passant successivement d'un espace souvent déifié mais craint au Moyen-Age à un espace au centre des avancées scientifiques à la Renaissance pour devenir aujourd'hui un symbole fort des idéologies environnementales prônant la préservation des espaces naturels⁴² et un espace de loisir à travers les différentes formes de pratiques (sports d'hiver, trekking, chasse, randonnées, alpinisme, etc). Dans ce contexte, opter pour une perspective historique de la représentation de la montagne nous semble pertinent afin de comprendre le rapport des sociétés contemporaines à l'égard de cet espace.

⁴² Nous avons tenté dans notre travail de DEA de montrer combien la montagne cristallise les préoccupations environnementales qui se développent depuis quelques années dans nos sociétés occidentales. Une vision « clinique » de cet espace se structure en même temps que lui est accordé le statut de « laboratoire » permettant de comprendre localement les effets globaux du changement climatique (Dascon, 2003, pp65-77)

1.1- De la montagne repoussoir à son idéalisation

Dans la plupart des sociétés traditionnelles, la montagne est appréhendée comme un espace sacré, lieux des divinités, lien entre le ciel et la terre, un espace à la fois craint et respecté. Nous pouvons nous interroger ici sur l'influence de la verticalité sur le rapport au divin. En effet, rares sont les sociétés qui n'ont pas octroyé une position majeure à la montagne dans leurs cosmogonies ou leurs cosmographies. Ce rapport à la verticalité peut paraître troublant surtout lorsque l'on s'intéresse à des civilisations spatialement et historiquement éloignées qui présentent des récits fort similaires. La Bible est ainsi remplie de références à la montagne (Mont Sinai, Mont des Oliviers, etc), la montagne tahitienne est le sanctuaire de l'esprit des chefs tandis que dans la représentation précoloniale, le Kilimandjaro représente directement la divinité respectée et vénérée. Peu de montagnes échappent à cette règle de l'exaltation de la verticalité propice à la projection vers les hauteurs des questionnements existentiels propres à chaque société. Il semble donc qu'il y ait un *fonds anthropologique commun* qui fait de la montagne un espace particulier que chaque société insère ensuite à sa manière dans ses pratiques et ses représentations propres (Sacareau, 1997, p58).

Toutefois, cette dimension divine ne valorise pas pour autant la montagne en tant qu'espace de vie et de pratique comme c'est le cas aujourd'hui. Numa Broc explique que « pendant longtemps la montagne n'a inspiré aux habitants des plaines que crainte ou indifférence. On a souvent décrit cette sorte de terreur superstitieuse qui enveloppe les hauts lieux du globe dans l'Antiquité et au Moyen-Age » (Broc, 1984, pp127-139). Ces superstitions ne sont pas favorables à l'exploration de ces espaces dont la partie inexploitable en termes de production restera longtemps non pratiquée. De nombreuses légendes encore persistantes dans certaines sociétés témoignent de cet héritage. Ainsi la légende du serpent à deux têtes, « *herren sügia* » dans les montagnes souletines des Arbailles (Pays-Basque Nord) ou la légende du lézard géant dans la vallée de la Fautaua à Tahiti où la montagne dans un passé proche était dite « *tapu* »⁴³. Ces légendes transmises par tradition orale, révèlent des représentations qui ont influencé pendant des siècles les pratiques sociales. Dans les sociétés traditionnelles, le rapport à la montagne oscille donc

⁴³ « Tapu » signifie « interdit » en langue polynésienne.

entre déification et crainte, un espace controversé loin du discours commercial touristique contemporain et de la pratique qui y est liée.

Les naturalistes vont jouer un rôle déterminant dans la connaissance des espaces montagnards en les plaçant au centre de leurs recherches. Ainsi comme « à l'époque de la Renaissance [XV^e siècle et XVI^e siècle], pour la première fois, les savants découvrent la montagne et s'attaquent aux préjugés sans toujours convaincre leurs contemporains [...] E. Tschudi franchit la plupart des cols des Alpes centrales, J. Stumpf découvre les vertus des eaux thermales helvétiques, C. Gesner gravit le mont Pilate et montre la richesse de la flore alpestre ; J. Miller enfin accède à la très haute montagne et révèle au public cultivé l'existence des glaciers » (Broc, *Op. Cit.*). La montagne crainte, est ainsi apprivoisée, parcourue, analysée selon un discours scientifique qui remet peu à peu en cause les superstitions religieuses et traditionnelles. Les explications d'ordre religieux qui ont longtemps dominé ne satisfont plus les explorateurs qui souhaitent pénétrer eux-mêmes au sein de leur sujet afin d'observer directement, de recueillir des échantillons, quitte à braver l'interdit religieux. C'est d'ailleurs à cette époque que se construisent les fondements de l'approche déterministe liée à l'espace montagnard, approche qui persiste encore aujourd'hui dans certains écrits et qui participe de la représentation collective à l'égard de cet espace et de sa population. Ainsi, Bernard Debarbieux cite le célèbre naturaliste français Giraud-Soulavie qui écrit en 1780 : « Mais c'est sur l'espèce humaine surtout que se fait sentir l'influence des climats [...] sur les sommets des hautes montagnes, l'homme [...] jouit de la santé la plus robuste : les espèces de maladies connues y sont peu nombreuses. C'est le climat de la forte constitution et de la santé » (Debarbieux, *Op. Cit.*).

Parallèlement à ces découvertes scientifiques, le courant rousseauiste⁴⁴ fait émerger une représentation nouvelle de la montagne, représentation esthétisante que l'on retrouve aujourd'hui dans la mise en tourisme de ces espaces. L'œuvre de Jean-Jacques Rousseau, *La nouvelle Héloïse*, porte les thèmes de l'imaginaire montagnard projetant sur les espaces montagnards des qualificatifs valorisants : « les monts sublimes qui engendrent une passion romantique, les monts régénérants, vivifiants et purifiants... ». La montagne devient douce, idyllique, magnifique et sa population faite de « bons montagnards » robustes et garants de vertus essentielles. C'est sur ce « terreau » symbolique commun que

⁴⁴ J.J Rousseau- 1712-1778

se construisent non seulement le discours touristique mais aussi les premières politiques de protection des espaces naturels. Ce discours qui mobilise une représentation « clinique » de la montagne (espace fragile, en danger, à protéger) se retrouve d'ailleurs dans le discours des dirigeants de la TANAPA qui justifient la mise en réserve du Kilimandjaro par sa vulnérabilité.

1.2- La mise en désir des hauts, l'invention du tourisme de trekking

Aux avancées scientifiques sur l'espace montagnard et de la philosophie rousseauiste, il faut ajouter les grandes ascensions du XVIIIe et XIXe siècle qui ont contribué à créer un environnement propice à la mise en désir des hauts lieux par la diffusion médiatique des récits des alpinistes aventuriers conquérant un à un les plus hauts sommets d'Europe et bientôt du monde. Dans ce cadre, l'ascension du Mont Blanc effectuée le 8 août 1786 est une étape symbolique qui marque les prémices de l'alpinisme, c'est à dire « *d'une pratique sportive indépendante de toute motivation à caractère scientifique ou militaire, qui a d'abord servi de justification à l'escalade des montagnes [...] La montagne cesse d'être terrifiante et les « cathédrales de la terre », pour reprendre le mot célèbre de l'écrivain Leslie Stephen, se transforment en terrain de jeu pour les alpinistes qui prennent possession du domaine inhumain de la haute montagne dans la deuxième moitié du XIXe siècle* » (Sacareau, 1997, p58-64). Les exploits de ces alpinistes, diffusés dans la presse puis appropriés par les agences touristiques sont à l'origine de l'invention du tourisme de trekking. À la faveur d'un mécanisme d'identification, chaque touriste souhaite reproduire ces exploits d'alpinistes transformant la pratique touristique « classique » en véritable aventure, en exploit personnel fondé sur le dépassement de soi. Les agences de voyage permettent l'accès à ces « exploits » en proposant des produits adaptés au potentiel de chacun. Dès lors, Isabelle Sacareau identifie deux types de pratiques touristiques qui correspondent chacune à une représentation spécifique de l'espace montagnard (Sacareau, *Op. Cit.*):

- Une vision *écologique et rousseauiste* de la montagne qui est abordée dans sa dimension esthétique, à la fois symbole de la nature et de valeurs humaines

authentiques, espace à protéger, et dont la découverte se fait par la randonnée pédestre.

- Une vision *prométhéenne*, celle de l'alpiniste grimpeur pour qui les sommets représentent des défis à remporter, des altitudes à conquérir à l'aide d'une technique et de matériels spécifiques en permanente évolution.

Le Kilimandjaro accueille sur ces versants les deux types de touristes. Les premiers viennent y découvrir les paysages d'un volcan, couvert d'un glacier sous les tropiques africains et dont la spécificité est son accessibilité (aucune difficulté technique ne ponctue l'ascension en dehors des problèmes de mal d'altitude). La disparition annoncée du glacier, ajoute à la motivation de ces touristes, dont le voyage prend alors des allures de tragédie écologique qui conforte la vision clinique de la montagne. Les seconds viennent enrichir leur « tableau de chasse », non que le sommet soit exceptionnellement difficile à gravir, mais son statut de toit de l'Afrique l'insère de fait dans les *seven summits*⁴⁵, les sept sommets les plus élevés de chaque continent (et sous-continent) que tout alpiniste digne de ce nom rêve de grimper dans sa vie. L'intérêt touristique du Kilimandjaro est donc évident dans ce contexte de mise en avant des hauts lieux par l'industrie du tourisme.

Le rôle du Népal dans l'émergence du trekking

A la faveur du changement de la représentation collective à l'égard de l'espace montagnard se développent donc de nouvelles pratiques englobées aujourd'hui sous le nom de trekking. Le Népal a joué un rôle majeur dans la construction et la diffusion de la pratique du trekking comme le rappelle Sacareau. Le premier trekking de l'histoire de l'himalayisme est réalisé en 1884 par un Anglais, W.W Graham, qui parcourt le Sikkin avant de pénétrer au Népal où il randonne au pied du Kanchenjunga. En 1949, Tilman, un alpiniste britannique explore les vallées des massifs de l'Annapurna, du Langtang et de l'Everest qui deviendront plus tard des lieux-clés du trekking népalais. La dimension internationale de ses premiers trekkings prend une autre ampleur en 1953, lorsque deux hommes parviennent à conquérir le « toit du monde », l'Everest, après plusieurs échecs. Le

⁴⁵ Le défi des «*seven summits*» propose l'ascension des sept sommets les plus hauts de chaque continent (et sous-continent): l'Everest en Asie, l'Aconcagua en Amérique du Sud, le McKinley en Amérique du Nord, le Vinson en Antarctique, l'Elbrouz en Europe, le Kosciusko en Océanie et le Kilimandjaro en Afrique.

néo-zélandais sir Edmund Hillary et le Sherpa Tensing Norgay « *venaient d'atteindre une limite absolue, celle de la verticalité et de l'altitude, puisqu'aucun être humain ne peut monter plus haut, en un autre point du globe* » (Sacareau, 1997, p62). Les journaux s'emparent de l'exploit et écrivent les premières lignes d'une nouvelle histoire entre les hommes et les montagnes. C'est dans la médiatisation de cet exploit, à l'image de la première ascension du Mont Blanc cent cinquante ans plus tôt, que prend corps la mise en désir des hauts au travers de ses aventuriers de l'extrême auxquels tout un chacun souhaite désormais s'identifier. C'est ainsi que sous l'influence de ces exploits, quelques années plus tard, le tourisme de trekking se structure et se développe à la fin des années 1970 pour répondre à de nouvelles attentes d'une partie de la clientèle touristique qui souhaite se démarquer du tourisme de masse par une pratique nouvelle. Comme le rappelle Isabelle Sacareau, le trekking s'est donc véritablement structuré au Népal, constituant désormais une pratique touristique à part entière. Le modèle népalais sera par la suite étendu à d'autres montagnes du monde afin de diversifier cette offre de plus en plus populaire auprès de la clientèle occidentale.

L'insertion progressive du trekking dans l'industrie touristique conventionnelle

Le trekking devient ainsi une nouvelle forme de pratique touristique que les professionnels intègrent avec d'autres sous le vocable de « tourisme d'aventure » ; ils désignent par là des produits touristiques concernant la découverte de pays lointains, des zones peu touchées par le tourisme de masse, proposant des activités sportives et/ou culturelles. Ce terme d'origine afrikaner a intégré le langage courant et qualifie désormais la randonnée dans un massif montagneux non européen. Alternatif à son origine, ce type de tourisme s'est généralisé aujourd'hui et intègre désormais des structures commerciales conventionnelles très organisées. . Ce trekking moderne « *capte des personnes qui tout en rêvant d'aventure, d'exotisme et qui aspirent à se singulariser de la masse, redoutent justement de se lancer seules dans l'inconnu et d'être livrées à elles-mêmes. Sécurité et passivité sont devenues paradoxalement le moteur inavoué des candidats à l'aventure.* » (Sacareau, 1997, p 67). La surpopulation de trekkeurs sur les chemins qui mènent au sommet du Kilimandjaro témoigne de la mutation de ce tourisme qui ressemble parfois de très près au tourisme de masse dont il veut se distinguer. C'est ainsi que Pascale, *tour*

leader⁴⁶ pour le voyageur *Explorer Worldwide* raconte lors d'un entretien que « lorsqu'on arrive le soir sur le site de camping parfois il y a vraiment beaucoup de monde, on a pas l'impression d'être au Kilimandjaro, en pleine nature. L'espace du bivouac est saturé, on se marche dessus. D'ailleurs il faut tout faire pour arriver avant la tombée de la nuit parce que parfois c'est tellement plein qu'il faut fixer sa tente dans des endroits un peu dangereux. Il faut aussi éviter les trous faits pour les besoins des touristes, sinon au réveil c'est pas terrible » (Pascale, Moshi, Mai 2006).

Extrait d'un article publié dans le *East African*, entre le 28 février et le 6 mars 2005.

« *Tourisme : La surfréquentation de la montagne diminue la chance des personnes à atteindre le sommet.*

Les trekkers donnent des pots de vins pour rejoindre un Kilimandjaro surfréquenté.

« *Les compagnies occidentales ont dénoncé la surfréquentation du Kilimandjaro causée par la corruption de l'administration locale qui accepte trop de monde sur le sommet [...] chacune des trois voies a en principe une limite de fréquentation par jour. Mais la voie de Marangu en particulier, qui a une limite de 67 personnes par jour, en accueille souvent le double. Il en résulte des refuges surpeuplés, une attente interminable pour la nourriture et le pire de tout cela, des porteurs forcés de dormir dehors avec des températures glaciales pouvant atteindre -12 degrés.*

[...] Trop de personnes sur la montagne signifie également que plus de personnes n'ont pas atteint le sommet. Normalement, 65% des trekkers atteignent le sommet, mais ce chiffre est entrain de chuter. Un voyageur occidental, Exodus, a cessé d'utiliser la voie de Marangu en raison de ces problèmes sur la voie désormais baptisée Coca-Cola route ».

(Article complet Annexe 5, article 1)

Désormais le trekking est un produit touristique parmi tant d'autres qui se différencie surtout par le discours commercial mobilisé. Les plaquettes touristiques accordent de plus en plus de place à cette offre tant la demande se développe. Certaines agences comme *Terre d'aventure* ou *Nouvelles frontières* se sont même spécialisées, offrant à leur clientèle des catalogues entiers de destinations originales loin des stations touristiques habituelles. Le futur aventurier peut alors choisir de faire du trekking au cœur des ergs de l'oued Drâa dans le sud du Maroc, dans les « montagnes célestes » du massif

⁴⁶ Le *Tour leader* est une personne expérimentée envoyée par le tour opérateur occidental en plus de l'équipe de guides et de porteurs embauchés sur place. Leur présence n'est pas systématique. Elle correspond à un service supplémentaire proposé par le voyageur, fait pour rassurer les touristes occidentaux qui sinon auraient affaire uniquement à des interlocuteurs locaux.

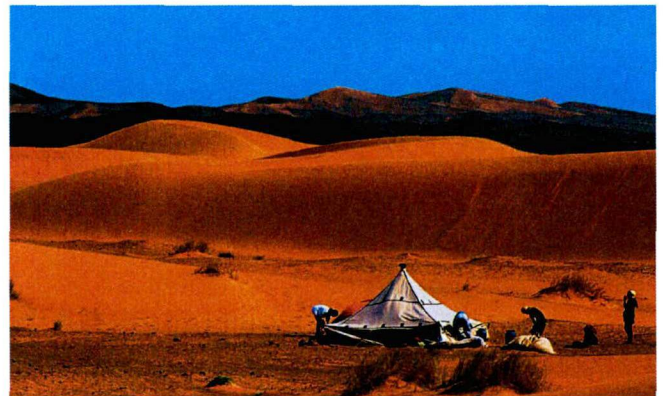
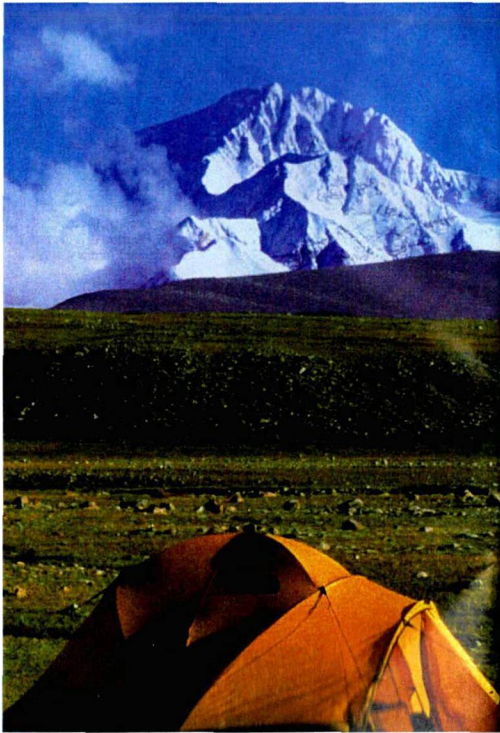
des Tien Shan qui séparent Kirghizie et Kazakhstan ou dans les vallées verdoyantes du Chapada Diamantina menant au Rio Negro dans l'Amazonie brésilienne. L'offre se diversifie et avec elle la « mise en tourisme » de territoires jusque là « épargnés » par la diffusion du tourisme. Les touristes sont conduits dans les endroits les plus inaccessibles et selon des pratiques différentes : marche à pied, hébergement en bivouac, en refuge ou chez l'habitant, encadrement souvent adapté et formé, etc. La sémantique qui entoure ce type de tourisme est elle aussi spécifique reposant sur la mise en avant de valeurs : respect des populations, équité, contribution au développement des territoires traversés, nature, rencontre. « *Marcher : Changer de rythme, prendre le bon tempo. Se donner le temps, choisir la meilleure façon de voir et de ressentir. Approcher les lieux, les hommes et leur vérité, avec respect. Partager l'effort et le bonheur. Etre acteur de son propre voyage et se retrouver soi-même...* » voilà le genre de discours qui accompagne la vente des destinations de trekking (Catalogue Terre d'Aventure, printemps été 2006).

En somme, le tourisme de trekking, comme au Kilimandjaro, s'épanouit souvent au contact de sociétés paysannes, dans des régions montagneuses, où le tourisme est généralement abordé comme une activité complémentaire permettant de répondre à la crise généralisée de l'agriculture. Ce tourisme s'insère à la fois dans les réseaux internationalisés de l'industrie du tourisme mais s'appuie également sur un tissu local d'acteurs qui participent à sa mise en œuvre locale grâce à leurs connaissances du terrain et selon des logiques de pluriactivité. Ils interviennent principalement dans le portage des bagages et des équipements pendant les ascensions et dans l'organisation de ce portage. Des entreprises locales (souvent de petite taille) sont donc créées pour l'organisation des ascensions ; elles se chargent de recruter les porteurs, les guides, de vérifier le matériel avant les ascensions, des contacts avec les autorités, etc. L'originalité du tourisme de trekking repose donc sur cette propension à faire naître localement une économie touristique nécessaire pour rendre accessible l'aventure à des randonneurs peu ou pas avertis. C'est ce système touristique dans lequel se croisent acteurs locaux et internationaux qui intéresse notre analyse (Cf. Partie III de la thèse), car de leurs interactions naissent les changements sociaux et les transformations territoriales.

Le discours commercial propre au tourisme de trekking

Bien évidemment, l'offre de trekking bénéficie d'une sémantique commerciale propre qui tend à la distinguer parmi une offre touristique dominante où règne encore le « Sea, sex and sun » (Cf. Illustration 14):

- La dimension aventure est mise en valeur, elle « *tient une place de choix dans le discours de tous les catalogues, puisqu'elle est la raison d'être du voyage, avec ses corollaires, le lointain, l'exceptionnel, le singulier, la découverte* » (Sacareau, 1997, pp68-69).
- La nature elle aussi est une invariante, une dimension incontournable qui mobilise le fantasme de l'éden dans une société occidentale majoritairement urbaine. Les grands paysages sont mis en scène par des photographies travaillées afin d'exalter l'esthétique, l'exceptionnel et le grandiose.
- Le thème de la rencontre avec les populations locales est lui aussi aujourd'hui récurrent. Cela n'a pas toujours été le cas. Au Kilimandjaro par exemple les Chaggas sont absents des stéréotypes mobilisés pour vendre l'offre de trekking. Toutefois, l'émergence depuis quelques années d'un tourisme éthique ou équitable, soucieux des populations d'accueil, met sur le devant de la scène les populations « autochtones ». Le tourisme de trekking s'approprie cette dimension pour mettre en avant sa capacité à privilégier la rencontre « *en marchant au rythme des populations* ». Les populations sont souvent montrées en habits traditionnels, selon un angle de vue esthétisant afin d'ajouter à la beauté exceptionnelle des paysages celle des peuples « indigènes ».



Mise en images du bivouac au cœur des grands espaces, un classique des catalogues de trekking pour susciter l'idée de l'aventure, de l'insolite et de l'exceptionnel.

Source : www.terdav.com

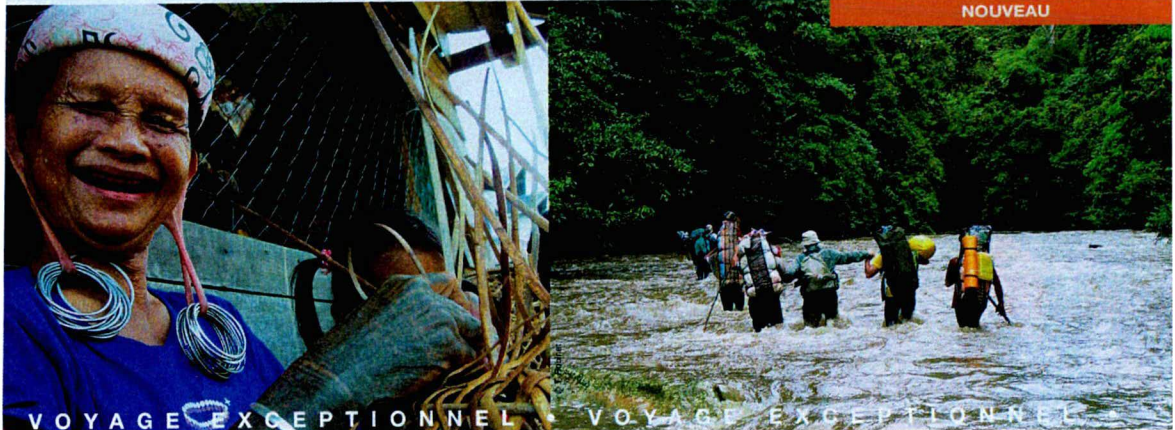
Grands espaces - Rencontres
Expédition à Bornéo

BORNÉO

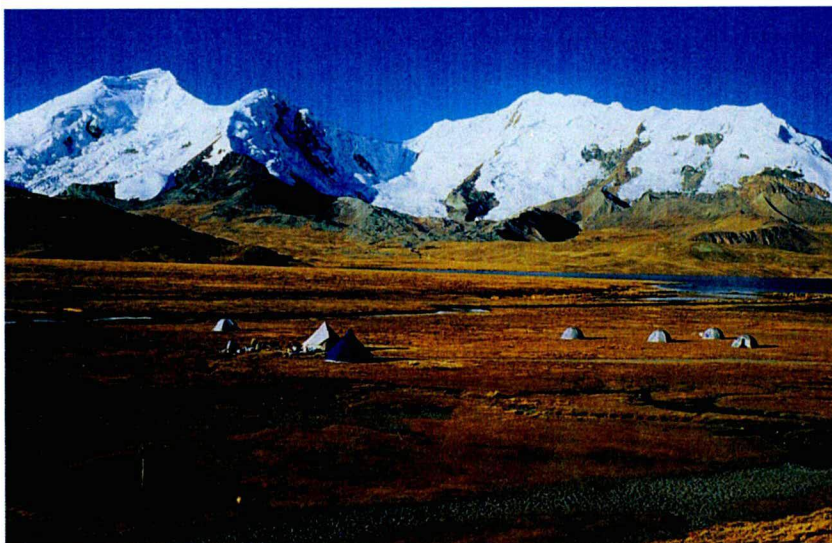
19 jours, 7 jours de marche,
5 jours de pirogue

Niveau 🏃🏃🏃🏃🏃

NOUVEAU



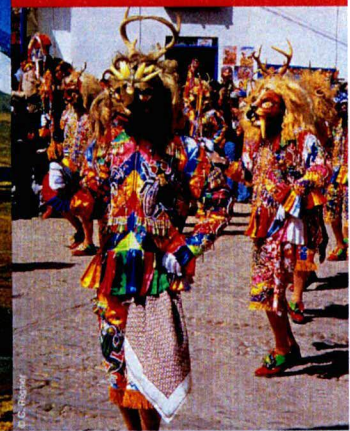
Visage d'ailleurs, sourire synonyme de rencontre
Traversée « dangereuse » d'une rivière, l'aventure est au rendez-vous



PÉROU

23 jours, 13 jours de marche

Niveau 🏃🏃🏃🏃🏃



Grands espaces

La haute route de Vilcanota

Le bivouac au pied des glaciers rappelle les aventures des grands alpinistes
Les habits traditionnels témoignent de populations « authentiques »

Illustration 14 :

Grands espaces, mise en scène du bivouac,
populations « traditionnelles » : les
ingrédients de la commercialisation des
destinations de trekking

Source : Catalogue *Terres D'Aventure*,
printemps / été 2006

2- LA CONSTRUCTION DU MYTHE DU KILIMANDJARO

Comment les mythes, construits au cours du temps, au gré des découvertes, peuvent-ils aujourd'hui influencer la pratique touristique ? Comment se sont construits ces récits dans le cas du Kilimandjaro et par quels mécanismes sont-ils aujourd'hui appropriés par la communication touristique ?

Les découvertes coloniales en de nombreux endroits se sont accompagnées de récits de voyages, de médiatisations qui ont dans de nombreux cas, alimenté la construction de mythes, facilitée par l'éloignement de ces contrées rendant toute vérification difficile. Dans les sociétés occidentales, la découverte du monde extérieur, s'est ainsi faite progressivement selon des descriptions partielles des explorateurs qui étaient complétées par les fantasmes et les peurs qui accompagnent toute découverte de l'altérité. Des siècles plus tard, le tourisme s'approprie souvent les éléments de ces mythes, comme dans le cas du Kilimandjaro, pour attirer la clientèle touristique sensible à un récit inscrit dans la représentation collective.

2.1- Le récit de la découverte du « Toit de l'Afrique »

Comme le rappelle Pascal Mazurier dans son travail sur « *La représentation d'une montagne mythique* » (Mazurier, 1997), la construction de la représentation du Kilimandjaro s'est faite en deux temps. Dans un premier temps, la montagne n'a pas été encore découverte par les Européens mais fait déjà partie de l'imaginaire et des fantasmes des scientifiques en raison d'écrits imprécis qui proviennent d'intuition de savants de l'Antiquité. La deuxième étape est celle du passage du fantasme à l'observation directe après la découverte du Kilimandjaro en 1848. Ainsi, la pénétration des Européens dans cet intérieur africain craint et fantasmé fait passer l'image du Kilimandjaro d'une montagne imaginée à une montagne connue, fabuleuse, fertile au milieu d'une plaine aride et hostile où règnent les guerriers massais.

L'image d'une grande montagne à l'intérieur des terres africaines est fantasmée depuis de longs siècles avant que les premiers Européens viennent de leurs yeux confirmer

ce mythe. En effet, à l'époque de l'empereur Claude (l'an 41 à 54), les écrits du marin Diogène évoquent déjà les *montagnes de la lune*. Ce marin navigue à cette époque jusqu'à Raphta, port de commerce de la côte orientale de l'Afrique. Ses échanges, vraisemblablement avec des commerçants arabes, lui font prendre connaissance de deux grands lacs et d'une chaîne de montagne neigeuse. Dans ses écrits, Diogène baptise cette chaîne du nom de *Montagne de la Lune*. Deux siècles plus tard, Ptolémée reprend les écrits de Diogène et réalise une carte du continent africain où figurent les *Monts de la lune*. Seize siècles plus tard, les recherches ne font que peu de progrès puisque Malte-Brun reprend cette même carte dans le *Précis de Géographie Universelle* (Cf. Illustration 15).

AFRIQUE.

7

l'Afrique de l'est à l'ouest; commençant au cap Guardafou et se terminant vers le cap Sierra-Leone, elle embrasse les *monts Kong* et les *monts de la Lune (Djebel-el-Kamar)*, situés au sud de l'Abyssinie. D'abord, cette extension donnée aux monts de la Lune par le major Rennel ne détruirait point notre manière de voir; l'Afrique n'en serait pas moins un plateau formé de terrasses; seulement ce plateau se trouverait comme coupé en deux par une sorte de muraille. Il est vrai que du noyau des montagnes où naissent le Sénégal, la Gambie, le Mesurado et le Djoli-ba ou le Niger, une branche, parmi d'autres, se dirige à l'est, et sépare en partie le bassin du Niger des côtes de la Guinée. C'est la chaîne désignée sous le nom de montagnes de *Kong*, sur les flancs méridionaux de laquelle naissent le *Rio-Volta* et quelques autres rivières de la Guinée. Mais le savant Rennel s'est trop hasardé en prétendant joindre cette chaîne à celle des montagnes de la Lune, placées au sud de l'Abyssinie. Ces montagnes ne peuvent-elles pas se perdre dans le plateau central de l'Afrique austro-orientale? Ou, si elles s'étendent vers l'ouest, ne peuvent-elles pas se terminer vers le cap Lopez-Gonzalvo, vis-à-vis l'île Saint-Thomas? Voici des faits qui semblent le rendre probable.

LIVRE CENT CINQUANTE-SIXIÈME.

SEITE de la Description de l'Afrique. — Description générale physique de l'Égypte.

« L'ÉGYPTE rattache l'Afrique au monde civilisé; ce pays, unique dans la nature, unique dans les fastes de l'histoire, mérite une description plus détaillée que les autres contrées africaines. Mais qu'est-ce que l'Égypte? Une vallée que le Nil arrose après l'avoir en partie formée, et que resserre à droite comme à gauche la stérile immensité des déserts. Commençons donc par le Nil le tableau physique de cette contrée, qui, grâce aux dons de son fleuve, peut se passer du reste de la terre et du ciel lui-même.

« Le Nil, le plus grand des fleuves de l'ancien Monde, dérobait encore naguère ses véritables sources aux regards de la science. Ératosthène distinguait trois branches principales du Nil: les voyageurs les plus récents ont confirmé en partie l'opinion du savant bibliothécaire d'Alexandrie. »

Ce fleuve, que les anciens Égyptiens avaient divinisé, prend sa source dans l'Abyssinie et la Nigritie. Sa principale branche est le *Bahr-el-Abiad*, ou la *rivière Blanche*, qui paraît descendre des montagnes de la Lune (*Djebel-el-Kamar*); la seconde est le *Bahr-el-Azrak*, ou la *rivière*

Illustration 15 :

MALTE-BRUN Conrad (1837). *Précis de la Géographie Universelle*. Tome Dixième. Nouvelle édition

Ainsi, jusqu'en 1848 cette idée floue se perd dans un intérieur africain méconnu et mystérieux. Le mythe de cette montagne enneigée est par ailleurs lié à un autre, celui de la découverte des sources du Nil se perdant dans cet intérieur fantasmé (Cf. Illustration 14). La recherche des sources du Nil prend peu à peu une dimension politique et scientifique majeure et les explorateurs tentent de recouper les informations disponibles, notamment les témoignages des marins et des commerçants. C'est au cœur de cette quête, que naît peu à peu la rumeur de l'existence de montagnes enneigées dans cette partie du monde. Les représentations associées à cette montagne encore ignorée se composent de peurs et d'espoirs ; peur d'un intérieur potentiellement hostile et espoir de richesses promises à l'origine de toutes ces expéditions. En 1848, quelques temps avant que Rebmann ne contemple de ses yeux le Kilimandjaro, les Arabes font d'étranges déclarations à Kraft : *« naguère les Souhaéli croyaient que cette neige était de l'argent, et maintes fois des expéditions gravirent les escarpements du mont pour aller chercher le précieux métal, qui dans leurs mains profanes se transformait en eau »* (Kraft cité par Mazurier, 1997, p8). Cette image fabuleuse, promesse de richesses est contrebalancée par des descriptions effrayantes faites par les commerçants arabes, qui, pratiquant un trafic d'ivoire et d'esclaves dans cet intérieur, n'ont pas d'intérêt à la prise de contrôle de ce territoire par les Européens. C'est ainsi que lorsque Rebmann vient demander l'autorisation d'aller vers cette montagne méconnue auprès d'Ali Bin Nassir à Mombasa, ce dernier tente de le dissuader.

Avant sa découverte par les européens, le terme de *Kilimandjaro* est analysé et interprété sous l'angle de l'insolite et du mystique. Rebmann ayant recueilli des traductions de la population côtière lui donne la signification de « montagne de grandeur ». Fisher, lui, traduit ce terme par « montagne du diable », Johnston par « montagne du démon du froid. *« De toute façon, à chaque fois, ces traductions font du Kilimandjaro un temple : celui du bien ou du mal. Dès le départ, les explorateurs et les géographes ne parviennent à voir dans ce relief qu'un simple accident topographique. Leurs récits sont empreints de lyrisme. Les éléments constitutifs du paysage ou des sociétés sont constamment mis en scène et orientés : beau, laid, bon, mauvais, divin ou diabolique »* (Mazurier, 1997, p10). À la veille de l'excursion de Rebmann, qui sera reconnu comme étant le premier Européen à voir les contreforts du Kilimandjaro, les connaissances sur cette montagne restent donc floues et composées d'un amalgame de fantasmes, de récits et de croyances projetés. La

découverte de la montagne par les Européens mettra fin à certaines parties du mythe et en prolongera d'autres. Le mythe hérité du Moyen-Age, fondé sur la méconnaissance est donc remplacé à la fin du XIXe siècle par un autre, celui d'un espace hospitalier, terre luxuriante au milieu d'une plaine aride et hostile.

Le mythe du sommet enneigé africain se renforce en raison des controverses qui accompagnent sa découverte. Lorsque Rebmann aperçoit pour la première fois les neiges du Kilimandjaro en 1848 il écrit: « *j'ai ressenti une sensation unique en voyant une si belle montagne enneigée si proche de l'équateur* » (Rebmann cité par Annie Lenoble-Bart et Constantin, 2003, p22). La spécificité de la neige sous les tropiques, aujourd'hui encore mobilisée par le discours commercial, focalise dès le début l'attention de l'explorateur et des polémiques qui vont suivre. La découverte de Rebmann est publiée d'abord dans la *Church Missionary intelligencer* d'avril 1849. La communauté scientifique réagit vivement à cette découverte relayée par les autorités religieuses, et le géographe britannique William D. Cooley, spécialiste de l'Afrique, remet en cause la véracité de cette découverte. Ainsi, « *la controverse plaça l'Afrique orientale au centre des intérêts géographiques de l'époque et provoqua le départ de plusieurs expéditions, dont celle de Burton et Speke en 1858* » (Annie Lenoble-Bart et Constantin, *Op. Cit.*). Il faut attendre 1861 pour que Thornton et Von Decken observent eux aussi les neiges du Kibo depuis l'altitude de 2 500 mètres et confirment ainsi l'« invention » de 1848. La médiatisation de cette découverte pour le moins agitée a eu pour incidence de faire connaître le sommet africain de manière très large et de l'insérer dès lors dans toutes les cartographies du continent comme un repère géographique précis. La découverte du sommet est aussi l'occasion de mieux connaître la montagne elle-même et de construire les fondements d'une représentation nouvelle et positive, celle d'une *île haute*, fertile au milieu d'une savane inhospitalière ; Fernand de la Maurette affirme ainsi en 1938, « *au milieu de cette mer d'herbes brûlées (le Nyika), les grands massifs surgissent comme des îles de verdure, d'humidité et de fraîcheur...* » (Fernand de Maurette cité par Mazurier, 1997, p16).

La première ascension ne se fait pas attendre longtemps, tant la découverte d'un nouveau sommet se dresse comme un défi dans le contexte des grandes ascensions du XIXe siècle. C'est en effet dans cette période que les sommets les plus élevés sont « vaincus »: Mont-Blanc en 1787, Ossau en 1796, Mont perdu 1802, Vignemale en 1838, Aneto en 1842, Cervin 1865. « *Le Kibo rejoint alors le panthéon des grands sommets* »

dont la spécificité du glacier sous l'équateur lui donne une dimension particulière (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit*). En 1883, les premières tentatives d'ascension sont menées par l'Anglais Joseph Thomson et le comte de Teleki qui atteignent l'altitude de 5 300 mètres mais ne parviennent pas au sommet. Hans Meyer (consul général d'Angleterre) et de Ludwig Purtscheller (alpiniste autrichien) gravissent en octobre 1889, les 5 895 mètres du volcan avec leur guide chagga Yohana Lauwo et baptisent le sommet Kaiser Wilhelm Spitze. Le récit de ces deux alpinistes ayant passé, pour réussir leur objectif, plus de seize jours à plus de 4 000 mètres, peut enfin venir alimenter le mythe de la conquête du « toit de l'Afrique » et ainsi insérer le sommet africain dans l'imaginaire collectif des montagnes conquises par la bravoure des hommes. Cet exploit mis en scène au XIXe siècle perdure aujourd'hui dans la rhétorique commerciale pour révéler l'aventurier qui sommeille en chacun d'entre nous.

2.2- L'instrumentalisation du mythe par les projets politiques réussis

Grâce à cette découverte et à l'ascension héroïque de ces deux Européens, le Kilimandjaro devient un symbole fort de l'entreprise coloniale qui trouve dans cet exploit une forme de légitimité de la domination occidentale. L'image de la montagne dépasse donc déjà la population paysanne qui vit sur ses versants et le sommet acquiert rapidement une dimension internationale. Christophe Raylat va jusqu'à comparer le sommet à un « *phare africain* » symbole de « *la puissance du continent africain qui semble contenue dans ce monument tellurique [...] L'image du continent africain s'est bientôt retrouvée entièrement contenue dans cette grande montagne bordée de neige* » (Raylat, 2006, p10). Plus tard, à l'aube de l'indépendance, ce même sommet va devenir le symbole d'un autre processus politique, celui de la constitution d'un État souverain et indépendant. En effet, le 9 décembre 1961, tandis qu'à Dar es Salaam, capitale du Tanganyika, se déroulent les cérémonies officielles consacrant le transfert de souveraineté du gouvernement de Sa Majesté britannique au gouvernement dirigé par Julius K. Nyerere, une équipe d'alpinistes tanganyikais gravit le volcan et rebaptise symboliquement le sommet *Uhuru Peak*, le « Pic de la liberté ». Par ce geste, la nouvelle autorité tanganyikaise fait du sommet le symbole de l'identité nationale, mais aussi un symbole de liberté pour l'ensemble du continent après plusieurs décennies d'occupation coloniale. C'est toute l'Afrique qui regarde vers le *Uhuru Peak*, symbole d'une nouvelle ère, l'ère des indépendances. Si durant de longs siècles, la

verticalité de la montagne fut exaltée dans le cadre de croyances religieuses, elle est ici instrumentalisée par une autre croyance, moderne, celle d'une nation en construction et d'une liberté retrouvée. C'est ainsi que Julius Nyerere écrivit aux prémices de l'indépendance :

« Nous le peuple du Tanganyika, nous voudrions allumer une chandelle et la déposer sur le sommet du Mont Kilimandjaro afin quelle éclaire au-delà de nos frontières, pour donner de l'espoir là où règne le désespoir, de l'amour là où règne la haine et de la dignité là où jusqu'ici il n'y avait que de l'humiliation » (Cf. Annexes 5, Article 6).

Dès lors, le Kilimandjaro trouve dans le cadre de la construction de l'identité nationale un rôle majeur. Sur un territoire qui regroupe plus de 120 ethnies différentes, le jeune gouvernement tanzanien focalise son attention dans l'unité de la nation accordant au Kilimandjaro l'image de cette unité. Les discordes entre le Kenya et la Tanzanie à son sujet dès les années 1970, témoignent des enjeux nouveaux qui se concentrent sur ce territoire : enjeux identitaires et enjeux économiques. En effet, au cours du XXe siècle, la montagne devient un objet symbolique fort dans la commercialisation touristique et le Kenya voisin, qui développe très tôt son industrie touristique, se réapproprie l'image du sommet mythique dans le cadre de sa communication touristique nationale. Il suffit d'une enquête informelle autour de soi pour comprendre les effets de cette stratégie de communication des autorités kenyanes : pour la plupart des Européens, le Kilimandjaro est une montagne kenyane. Même les publications aux apparences sérieuses jouent de cette ambiguïté. Pascal Mazurier reprend ainsi l'exemple de la *Géographie Universelle du Gip-reclus*, qui, présentant une carte de l'espace touristique kenyan fait apparaître le Kilimandjaro dans une sémiologie graphique non distincte des attractions effectivement kenyanes. Une ligne semble pourtant marquer la frontière, mais n'étant pas reprise en légende le lecteur non averti peut inévitablement croire que le Kilimandjaro fait partie des attractions kenyanes. C'est cette accapuration géographique qui est le déclencheur de la fermeture de la frontière en 1977 entre les deux pays à l'initiative de la Tanzanie et d'une crise régionale majeure. En effet, à cette époque, *« Il n'était pas rare de constater que le toit de l'Afrique était purement et simplement annexé par le Kenya dans les catalogues d'agences de voyage européennes. De telles négligences, un tel mépris étaient non seulement en tant que tels inacceptables, mais pour les Tanzaniens, c'était aussi symboliquement inadmissible et politiquement intolérable de voir le rival, déjà plus prospère, améliorer encore ses rentrées de devises en utilisant une ressource se trouvant sur le territoire tanzanien »*

(Lenoble-Bart et Constantin, 2003, p37). La fermeture de la frontière témoigne des enjeux identitaires et économiques concentrés sur la valorisation médiatique de l'image du Kilimandjaro. De cet incident majeur, à l'origine d'une crise régionale, subsiste une susceptibilité exacerbée des autorités tanzaniennes qui veillent méticuleusement à la manière dont le voisin kenyan et les agences touristiques mobilisent l'image du « toit de l'Afrique ». Récemment encore, en mai 2005, l'image du Kilimandjaro s'est ainsi trouvée au cœur de tensions diplomatiques après que le ministre kenyan du tourisme de l'époque, Morris Dzoro, ait déclaré lors de rencontres sur le tourisme mondial que « *le Kilimandjaro est une des principales attractions du Kenya* ». Cette déclaration a déclenché les foudres du gouvernement tanzanien qui n'a retrouvé son calme qu'après des clarifications officielles du ministère du tourisme kenyan : « *le ministre a envoyé une lettre au ministre du tourisme de la Tanzanie pour clarifier la situation. Il y explique n'avoir pas dit que le Kilimandjaro se situait au Kenya, mais qu'on pouvait le voir du Kenya. Et que parce que le Kenya et la Tanzanie appartiennent tous les deux à la région est-africaine, le Kenya pouvait par esprit de solidarité faire la promotion du Kilimandjaro en tant que destination touristique. Il a ajouté que si la déclaration a causé des émois, il s'en excusait* ». (Bangre, 2005). Mustapha Akunaay, le directeur exécutif de l'association nationale des voyageurs (TATO), interrogé alors par Radio France Internationale justifiait la colère du gouvernement tanzanien en soulignant que « *depuis fort longtemps, ils [les Kenyans] vendent le Kilimandjaro aux touristes occidentaux en leur disant qu'il est chez eux. Les propos du ministre se situent dans cette logique et c'est pourquoi ils provoquent tant de colère ici en Tanzanie* » (Essoungou, RFI, 18/06/2005). L'illustration 16, est un échantillon des multiples communications commerciales sur l'Afrique de l'Est que nous avons recueillies sur Internet. Dans de très nombreux cas, les termes « Kenya » « Kilimandjaro » sont associés avec ambiguïté, sans jamais véritablement affirmer que le Kilimandjaro se trouve au Kenya, mais en utilisant très explicitement l'image de la montagne mythique pour valoriser la destination Kenya. Visuellement, cette association contribue à diffuser l'idée que le sommet mythique se trouve géographiquement au Kenya et bénéficie ainsi plus particulièrement au secteur touristique de ce pays. Malgré tout, les efforts incessants de la Tanzanie et l'honnêteté de certaines agences commencent à porter leurs fruits en termes d'image, et de plus en plus, l'image du Kilimandjaro est associée à la destination « Tanzanie ».

Le dernier épisode de cette crispation tanzanienne autour de l'image du Kilimandjaro trouve son apogée à l'été 2008. Conscients des traces laissées par la surexploitation du Kilimandjaro par les autorités kenyanes depuis des décennies, les responsables de la communication du tourisme tanzanien ont décidé de mener une campagne médiatique européenne pour enfin clarifier « *la vérité sur la localisation géographique du Mont Kilimandjaro* » (Amant Macha directrice du TTB citée dans un article du *Arusha Times*, 19 juillet 2008). Ainsi, une télévision publique allemande (*ARD Television*) et un magazine important du même pays (*Morgenmagazin*) ont-ils été conviés pour une campagne médiatique au service du message tanzanien. L'objectif communicationnel de cette initiative était clair : faire bénéficier le tourisme tanzanien de l'image corrigée du Kilimandjaro. Trente ans après la fermeture de la frontière entre le Kenya et la Tanzanie, cette initiative montre que les enjeux autour de l'image du Kilimandjaro n'ont pas disparu et que, au contraire, le développement du tourisme exacerbe encore plus l'importance du mythe véhiculé par le toit de l'Afrique dans les relations commerciales régionales. Dans une société fondée sur l'image, le mythe construit lentement au cours des siècles change donc de nature. Plus qu'un récit alimentant les croyances populaires et les explorations scientifiques, il devient une marque, un logo, un marqueur identitaire, qui focalise les tensions. Dans le processus de production de la ressource touristique, au-delà de l'accès à l'espace de pratique, c'est le contrôle de l'image d'un territoire qui devient primordial. La communication se trouve au centre des moyens de production mobilisés par les acteurs du tourisme.



Photo mont Kilimandjaro - Kenya

[S'enregistrer](#)
[Connexion](#)
[Consulter vos messages privés](#)
[Gérer votre profil](#)

Partez découvrir le Kenya

Treks randos Safaris avec les guides Allibert
www.allibert-trekking.com

spécialiste de safari

une équipe de français organise kenya - tanzanie - zanzibar

Annuaire Google

Forum voyage -> Album photos -> Afrique -> Kenya

mont Kilimandjaro



Aujourd'hui sur Yahoo!



Carte postale du Kenya

Deux amoureux racontent leur voyage entre plage et safari au pied du Kilimandjaro » Lire le carnet de voyage

- Guide voyage Kenya
- Le Kenya en photos

Carnet de voyage : le Kenya autrement

VIDÉO - Électro : N.E.R.D décrit les filles de la nuit

Euro : les Pays-Bas tombent de haut

VIDÉO : David Tavare : Sea, Sex, Sun & Dance

Informations et réservation

01 45 15 31 70

Du lundi au samedi de 8h à 22h
Le dimanche de 10h à 19h

Accueil
Clubs Lookéa
Circuits
Bien-être
Croisières
Séjours
Location France
Vols
Dernière minute !
Promos

Accueil
Liste des offres
Descriptif
Tarifs
Participants
Options
Coordonnées
Paiement
Confirmation

Circuit en voiture privée
Imprimer le descriptif
Envoyer à un ami
Ajouter aux favoris

Safari Kilimandjaro en Privé - KENYA

vol + Circuit en voiture privée + Repas selon programme
Nairobi (Kenya)

Disponible du 13 févr. 2009 au 20 févr. 2009

En 8 nuits

Une offre VF

Au départ de Paris

Nos prix par date

Illustration 16 :

L'association des termes « Kenya » et « Kilimandjaro » dans le marketing touristique Internet

Source : échantillon Internet

3- LA RÉAPPROPRIATION DU MYTHE DANS LA RÉTHORIQUE COMMERCIALE DU TOURISME INTERNATIONAL

Le mythe du Kilimandjaro s'est ainsi lentement construit dans le temps, trouvant dans la littérature et les médias des résonances nouvelles associant imaginaire et réalités. Le marketing touristique, comme toujours, se réapproprie les éléments de ce mythe pour encourager la clientèle à opter pour cette destination dans un contexte de mise en concurrence des territoires touristiques au niveau mondial. Par ce biais, l'activité touristique produit une quantité démesurée d'images stéréotypées qui contribuent par un mécanisme de répétition à imprimer dans la représentation collective une vision simplifiée du territoire. La clientèle opère alors des choix en fonction de représentations nourries de lectures, de films et des mythes véhiculés par les médias.

A l'autre bout de la filière, sur le territoire d'accueil, les Chaggas sont confrontés à cette production d'image qui entre en relation avec leur propre représentation du territoire. Dans ces images commerciales, la montagne devient un logo, une « marque » censé déclencher le mécanisme de la consommation. Les acteurs touristiques du territoire local, souhaitant répondre aux attentes d'une clientèle principalement occidentale, se réapproprient cette image commerciale et participent à son renforcement. Ce mécanisme de réappropriation d'une image territoriale stéréotypée intéresse forcément le géographe préoccupé par les identités territoriales. Sans prétendre à la sémiotique, il nous faut donc analyser les éléments de ce discours commercial et les modes de réappropriation par les acteurs locaux.

3.1- Le mythe entre l'imaginaire et le réel

Nourrie d'imaginaire et de réel, l'image contemporaine du Kilimandjaro trouve ses racines dans la découverte de ce lieu par les Européens puis dans l'instrumentalisation commerciale du mythe construit au fil des récits, des fantasmes et des représentations diverses. Si l'on prend un dictionnaire généraliste et que l'on cherche la définition du terme « mythe », apparaît avec clarté l'ensemble des dimensions qui nous éclairent sur la manière dont les mythes agissent dans les sociétés (Larousse, 2004, p1 855).

D'une part, le mythe est un « *récit populaire ou littéraire mettant en scène des êtres surhumains ou des actions remarquables* ». Présent dans les écrits depuis l'Antiquité sous l'appellation de *Montagne de la lune*, le mythe du Kilimandjaro s'est toutefois constitué à l'époque des grandes ascensions, à une époque où commençait la mythification de ces montagnards héroïques s'attaquant aux sommets enneigés. Les récits des explorateurs, contraints pour parvenir aux contreforts du volcan de braver la savane sauvage et les guerriers massais terrifiants, placent également les fondements de la découverte du territoire dans cette logique de distinction de certains êtres héroïques. La conquête du Kilimandjaro à la fin du XIXe siècle, dans un intérieur africain mal connu, a ainsi contribué à alimenter le mythe de cette montagne enneigée, sous les tropiques, dont la présence dans les écrits remonte à l'Antiquité.

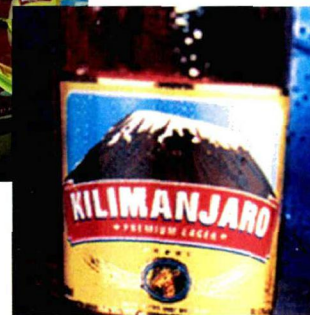
D'autre part, le mythe est une « *construction de l'esprit qui ne repose pas sur un fond de réalité* ». De cette dimension de la définition ressort le mélange entre le réel et l'imaginaire dans la construction du mythe. Le mythe se construit selon un mécanisme de simplification de la réalité pour ne retenir que les éléments qui permettent d'exalter cette dernière. La réalité humaine du Kilimandjaro est par exemple complètement ignorée des images commerciales qui ne retiennent du Kilimandjaro que son sommet englacé. C'est certainement cette caractéristique qui fait du mythe un matériau facilement adaptable à la communication touristique qui dans bien des cas repose également sur une simplification à outrance de la réalité pour ne retenir que les éléments positifs et exceptionnels.

Enfin, le mythe est une « *représentation symbolique qui influence la vie sociale* ». C'est cette partie de la définition qui nous intéresse particulièrement en tant que géographe. En effet, en géographie l'analyse des représentations n'a pas d'intérêt en tant que tel. Elle ne devient primordiale qu'à partir du moment où ces représentations ont des incidences directes sur les pratiques sociales et spatiales des individus, à partir du moment où elles constituent des schémas pertinents du réel influençant la pratique. A travers la réappropriation du mythe du Kilimandjaro, les voyageurs contribuent en effet à la pratique touristique sur ce territoire, pratique qui modifie la réalité du territoire chagga.

Le mythe, socialement construit, se caractérise donc par « *l'imbrication profonde du réel et de l'imaginaire. A cette imbrication inextricable vient s'ajouter le ciment du temps, qui isole l'observateur de l'origine du mythe, conférant ainsi au récit une malléabilité qui lui permet d'être repris et adapté à plus d'une société ou d'une époque* » (Mazurier, Saubre et al., 2003, p96). Le mythe ainsi débarrassé de toute pertinence



Bière industrielle produite localement grâce à la ressource d'eau du Kilimandjaro



Le **thé**, absent de l'agriculture locale est pourtant assimilé à un produit du Kilimandjaro



La commercialisation du **café** mobilise bien évidemment l'image du Kibo. Mais l'étage café-banane où est pourtant concentrée la production est absent : seul le mythe compte

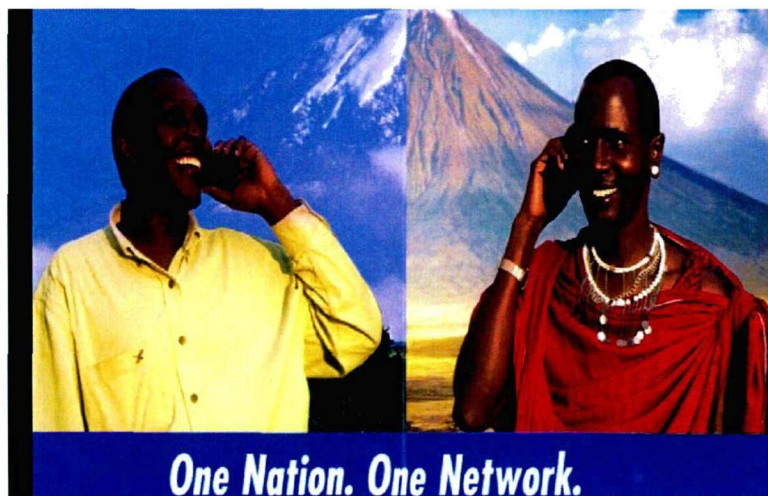
Illustration 17 :
L'image « iconifiée » du Kilimandjaro mobilisé pour la vente de produits divers



« Pour bénéficier d'une information objective lisez votre journal national de référence »



L'eau du Kilimandjaro produite localement par l'usine *Bonite Bottlers* qui produit également des sodas



« Une nation, un réseau ». Le Kilimandjaro symbole de l'unité de la nation

De fait, « *le concept de montagne et le paradis sont intimement liés, de façon universelle. Par ailleurs, le discours et l'image du Kilimandjaro en font un élément décor, d'un paysage que l'on veut biblique. Toute cela contribue à ériger cette montagne en lieu mythique, porteur d'une foule de références floues, collectives, associant patrimoine culturel et imaginaire géographique* ». Espace référence, le Kilimandjaro est donc un objet, une icône facilement exploitable dans toute communication commerciale, un point de repère universel, géographique mais également psychologique.

Le dépassement de soi, une constante de la rhétorique touristique

Le premier de ces messages, le sens dominant qui émane du marketing touristique mobilisant le Kilimandjaro est celui du dépassement de soi. En effet, dans les plaquettes touristiques et autres magazines spécialisés, « *on retrouve toute la rhétorique du dépassement de soi qui est propre aux sports extrêmes, et très fréquente dans le domaine de la grande randonnée. Les qualités nécessaires sont celles du pèlerinage religieux : le détachement intérieur, l'attachement à des fins lointaines de nature supérieure font apparaître l'alpinisme ou le trekking comme des allégories du pèlerinage classique [...] Le cheminement compte tout autant que l'accès au but. On ne voit jamais, et on ne l'imagine d'ailleurs même pas, de randonneurs qui accèdent par des moyens mécaniques, artificiels au sommet de la montagne, tant la valeur du sommet dépend de la qualité de la marche* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., 2003, p99). Cette nouvelle référence biblique tend à faire de l'expérience touristique une expérience humaine et mystique unique distincte des pratiques du tourisme de masse. L'image du Kilimandjaro, de la montagne est ici utilisée dans le cadre de ce que Amirou nomme le *rite d'inversion*, c'est-à-dire une pratique momentanée qui permet au touriste de s'élever au dessus de son rang habituel, de se transcender (Amirou, 1995). « *La montagne devient alors le lieu de l'épopée individuelle. Au cours de son pèlerinage, le randonneur évolue dans un enchevêtrement de références historiques, légendaires, et oniriques où se côtoient les héros de l'alpinisme, la renommée des premiers explorateurs du continent africain, l'écho déformé de leurs récits épiques [...] le tout dans un amalgame fleurant bon l'héroïsme et la gloire. C'est dans ce territoire théâtralisé que le touriste peut le temps d'un séjour, incarner une autre partie de lui-même* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit.*) Le Kilimandjaro devient ainsi un lieu où l'exploit est à la hauteur du mythe construit, entretenu et magnifié. Les références

mythiques présentes de manière plus ou moins consciente dans les représentations des touristes, entretenues par les voyageurs, donnent donc un caractère spécifique à ce trekking qui dépasse le statut de l'expérience touristique « classique ». Dans son livre « *Kilimandjaro la grande traversée* », Christophe Raylat reprend cette thématique : « *Pour ceux qui l'atteignent comme pour ceux qui échouent, ce sommet représente un absolu, une porte ouverte sur le dépassement de soi. Car le Kilimandjaro a cette particularité d'être à la fois accessible sans aucune difficulté technique et perçu comme une grande et haute montagne, point culminant d'un continent et terre de mystère [...]* Pour une grande majorité d'ascensionnistes, ce sommet sera celui de leur vie, l'exploit qu'ils raconteront à leurs petits-enfants et pour lequel ils recueilleront ad vitam une notoriété d'aventurier téméraire » (Raylat, 2006, p12).

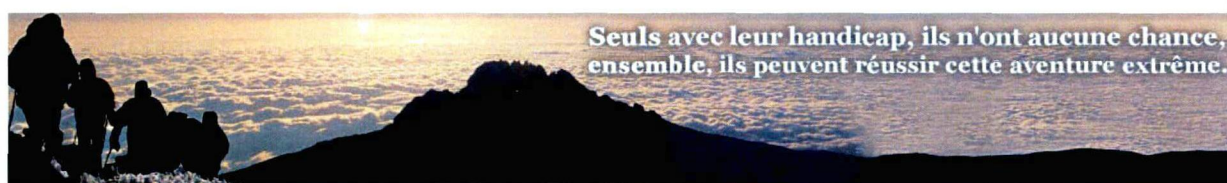


Illustration 18 :
La mise en scène du dépassement de soi

Source : Images du documentaire « *Kilimandjaro, au-delà des limites* » (Jérôme Caza)



C'est dans cette optique, que cette dimension mystique du Kilimandjaro (dépassement de soi) a été récemment instrumentalisée dans le cadre d'un film documentaire mettant en scène des trekkeurs inattendus : des personnes atteintes d'un handicap. Le documentaire de Jérôme Caza, *Kilimandjaro, au-delà des limites*, diffusé le 29 février 2008 sur TF1, met en effet en scène dix personnes atteintes de divers handicaps essayant, au-delà de leurs limites, de gravir ce sommet symbole d'exploit (Cf. illustration 18).

Le titre lui-même et la bande-annonce reprennent la thématique du dépassement de soi en lui donnant une dimension supplémentaire du fait de la nature des candidats (handicapés) à l'ascension : « *Kilimandjaro, au-delà des limites : seuls avec leur handicap, ils n'ont aucune chance, ensemble, ils peuvent réussir cette aventure extrême* ». Le mythe du Kilimandjaro est ici instrumentalisé pour ajouter à l'exaltation d'une entreprise humaine qui est déjà de l'ordre de l'exploit : faire du trekking en fauteuil roulant. Bien évidemment, le lieu du tournage n'est pas choisi au hasard et le décor d'une montagne plus modeste des Alpes ou des Pyrénées n'aurait pas eu le même impact médiatique. L'image de l'Afrique, les plans de la savane, les décors d'une montagne tropicale donnent à cet exercice commercial une valeur différente, une « plus value » médiatique indéniable.

Le mythe du Kilimandjaro est donc mobilisé dans la rhétorique commerciale pour faire émerger une dimension du voyage spécifique, différente des autres destinations, une expérience aux confluent de la pratique sportive et du mystique. Quel serait le sentiment de ces montagnards improvisés si l'axiome commercial s'appuyait sur une rhétorique du banal, de l'accessible, du commun ? Quelle estime de soi serait mise en valeur si l'on mettait en avant la légèreté des sacs des touristes en comparaison de ceux portés par leurs porteurs sous-équipés ou l'accessibilité du sommet qui ne nécessite aucun matériel d'alpinisme. Le mythe doit entretenir cette image d'exploit. Ainsi, grâce au mythe « *le touriste crée un objet mental transitionnel en imaginant le lieu vers lequel il se dirige. Cette construction permet de ponctuer l'inconnu de repères culturels, paysagers, comportementaux qui le rendent compréhensible et aident à son appropriation. Ainsi, le Kilimandjaro en tant que lieu mythique autorise le voyage et le changement d'identité.* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit.*). La représentation véhiculée joue donc bien ici son rôle de schéma pertinent du réel à partir duquel le touriste se retrouve quelques semaines ou quelques mois plus tard en train de gravir les pentes du volcan.

Le Kilimandjaro comme décor

« *La montagne-décor dressée par le seul Kibo et sa calotte blanche devient le faire valoir de la somptueuse faune de l'Afrique, du pittoresque de ses habitants [...] La séduction de l'image repose également sur le contraste couleurs froides/ couleurs chaudes. Le bleu de l'infini va avec la fraîcheur des hautes terres, le blond et le doré résumant la chaleur animale comme soleil implacable de l'Afrique* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., 2003, p121). La faune mise en valeur (éléphant, lions, girafes) dans une savane stéréotypée, présentant quelques arbres caractéristiques, la force tranquille des fauves et, au dernier plan, l'imposante silhouette du Kibo, sommet reconnaissable parmi tous qui donne à l'ensemble une valeur supplémentaire de par son statut et sa symbolique.

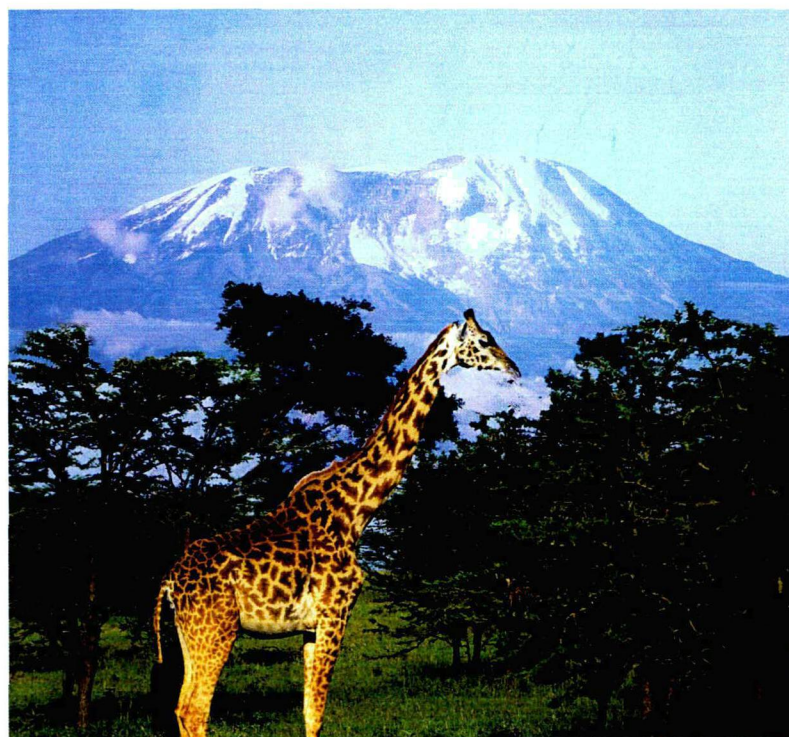


Illustration 19 :

Image classique : Le Kilimandjaro réduit à son sommet, décor d'une Afrique fantasmée

Source : Tanzania travel and Tourism directory 2005, revue de promotion du tourisme éditée par le Zanzibar Gallery Publishers et le TATO

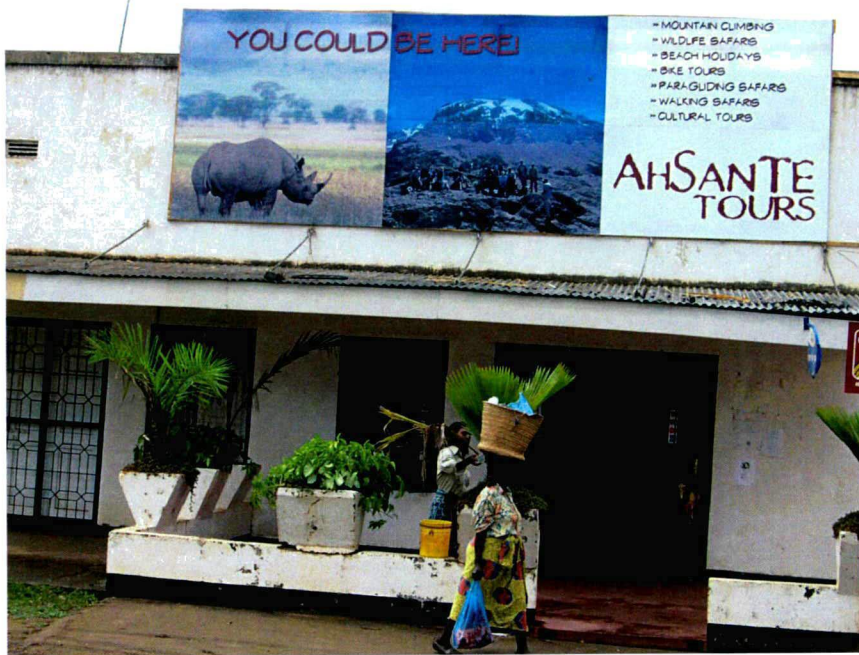
Cette composition très fréquente dans les supports marketing du tourisme, reprend le principe que diffusa de 1906 à 1963, le revers des pièces de monnaie de l'East Africa : « *le lion au naturel passant à senestre sur une terrasse devant le Kilimandjaro* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit.*). L'image commerciale ne rompt donc pas avec une histoire longue de la mise en scène de la montagne qui commença sous la colonisation selon des codes esthétiques de l'époque d'origine européenne.

Ces clichés publicitaires témoignent de « *l'intention esthétique et la permanence de codes hérités de la Renaissance. Sortir de la norme, c'est prendre réellement un risque commercial si l'on en juge du peu de métamorphoses dont ce genre et son support sont affectés depuis leur création.* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit.*). La rhétorique publicitaire ne fait donc que reprendre une iconographie classique d'abord peinte, puis photographiée, et aujourd'hui travaillée par informatique afin d'attirer l'œil habitué du touriste, trekkeur en devenir.

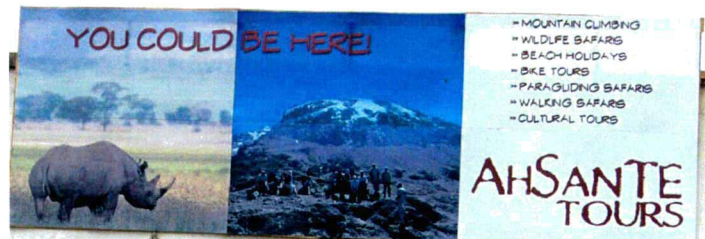
Le Kilimandjaro réduit à son sommet : logo commercial

Ainsi, cette montagne symbole, est au fil du temps devenue un forme de logotype, c'est à dire une représentation graphique simplifiée qui évoque chez l'observateur une représentation particulière. À la manière de ce qui a pu se faire en Europe avec le Cervin, le Mont-Blanc, l'Ossau, le Canigou ou les volcans d'Auvergne, l'image publicitaire a fait du Kilimandjaro un logotype mobilisé par la plupart des voyageurs de la région du Kilimandjaro. Ce logo, représente « *une pyramide écrasée au manteau sombre, coiffée de neige* » (Mazurier, Saule-Sobre et al., *Op. Cit.*). Cette « montagne-logo » remplit de fait tous les critères définis par les professionnels de la communication pour définir un logo « efficace » :

- L'originalité : Un seul sommet de ce type existe en Afrique,
- Symbole expressif : La montagne évoque une multitude de références,
- Facilement mémorisable : Un logo simple, presque enfantin,
- Lisibilité,
- Pas d'ambiguïté,
- Résistant au temps : L'histoire de l'image du Kilimandjaro montre combien ce critère est respecté.



« Vous pourriez être ici » annonce Ahsante Tours l'un des importants voyageurs de Moshi (Moshi Town).



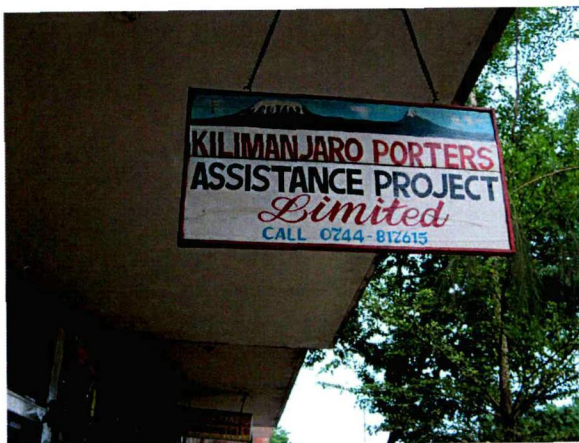
Le voyageur Christal Zoo Tours and Safaris met en scène le trekking vers le sommet dans sa stratégie de communication (Moshi Town).





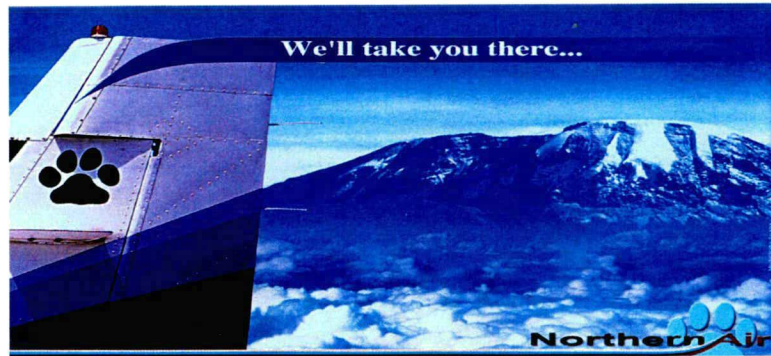
L'identité visuelle de la ville de Moshi repose sur le Kibo enneigé

Panneau indicatif du service de distribution de l'eau et du traitement des eaux usées de Moshi



L'ONG *Kilimanjaro Porters Assistant Project* défendant les droits des porteurs fait également reposer son identité visuelle sur la « montagne-logo ». Agence locale de l'ONG internationale *International Mountain Explorer Connection*.

Illustration 20 :
La « montagne-logo » mise en scène dans les
rues de Moshi



Wing Link
 Travel Limited

The Land of Kilimanjaro

FOR ALL YOUR TRAVEL PACKAGES PLEASE CONTACT:
 WINGLINK TRAVEL LIMITED

Marangu Hotel
 Kilimanjaro

the traditional choice

Marangu Hotel PO Box 40 Moshi Tanzania
 Tel:+255 27 2756594/2756361 Fax:+255 27 2756591
 E-mail: info@maranguhotel.com Web: www.maranguhotel.com

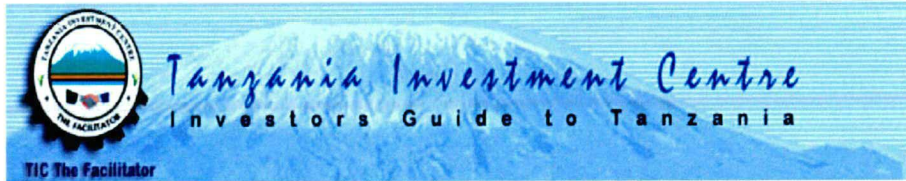
- * Over 50 years experience arranging Kilimanjaro climbs - all routes
- * Relax by the pool set in extensive tropical gardens
- * Family run country hotel and safe campsite with full amenities
- * Daytrips to waterfalls, cultural sites and game parks

Shah TOURS

'Trek To The Top Of Africa'

Illustration 21 :
 Identité visuelle de quelques
 voyagistes et agences de voyages
 tanzaniens

Source : Tanzania travel and tourism directory 2005 + échantillon Internet



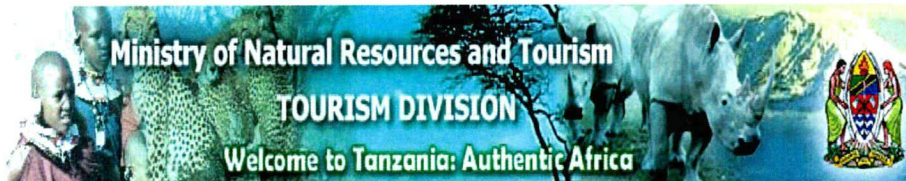
Le TIC, organisme public de promotion de l'investissement en Tanzanie intègre totalement le Kibo dans son identité visuelle. L'icône est à la fois présente dans le logo et en tant que bandeau décoratif sur le site Internet.

Source : site <http://www.tic.co.tz>



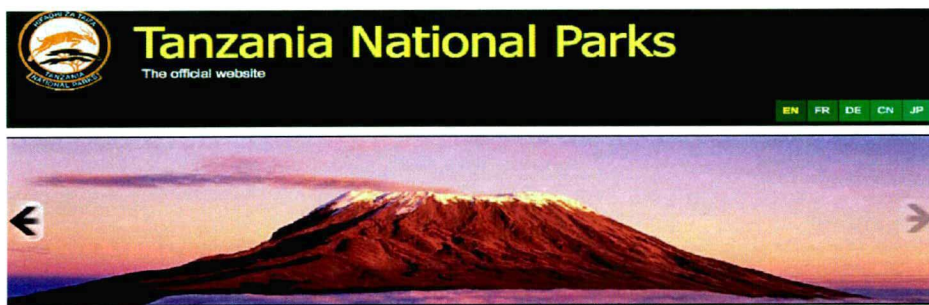
Le *Tanzanian Tourism Board* (TTB) organe de promotion du tourisme rattaché au ministère des ressources naturelles et du tourisme s'identifie par le slogan suivant : *Tanzanie, terre du Kilimandjaro et de Zanzibar*. La « Montagne-icône » est bien évidemment présente dans son identité visuelle.

Source : site <http://tanzaniatouristboard.com/>



Le ministère des ressources naturelles et du tourisme ne résiste pas à la tentation d'institutionnaliser les stéréotypes du tourisme tanzanien : les massais, les fauves, les rhinocéros et bien sûr le Kilimandjaro. Tout cela mis en scène par un slogan éloquent : « *bienvenue en Tanzanie : L'Afrique authentique* »

Source : site <http://www.tourismtanzania.go.tz/>



La TANAPA, outil le plus abouti de la mise en œuvre de l'idéologie conservacionniste puise également dans l'image du Kilimandjaro

Source : site <http://www.tanzaniaparks.com/>

Illustration 22 :

L'image du Kilimandjaro au service de la communication des institutions publiques

D'une image mythique, la rhétorique commerciale (touristique et non-touristique) a donc fait du Kilimandjaro un logo commercial, une image mobilisée pour la vente de tout type de produits en rapport direct ou non avec le volcan. Cette réalité dépasse le cadre du tourisme international puisque de nombreuses entreprises locales font du sommet leur image de marque en l'associant de manière différente à leur communication propre. Les rues de Moshi sont ainsi parsemées de pancartes de voyagistes, d'institutions ou d'organismes qui mobilisent la « Montagne-logo » et les catalogues touristiques présentent d'autres voyagistes de tout le pays qui ont intégré le sommet dans leur identité visuelle (Cf. Illustration 20 et 21). Les administrations nationales ne sont pas en reste, mobilisant l'image du Kilimandjaro, elles contribuent à son institutionnalisation et donnent à cette représentation un caractère politique et identitaire (Cf. Illustration 22).

3.3- L'étage café-banane dans la représentation touristique du Kilimandjaro: non lieu du tourisme de trekking

L'omniprésence de cette image simplifiée du Kilimandjaro pose la question fondamentale de l'identité territoriale de cet espace. De quelle manière, cette communication à outrance faisant du sommet le centre de toutes les images du volcan peut-elle influencer l'identité des Chaggas ou leur manière de voir leur espace de vie ? Le développement du tourisme dans cette région est pour beaucoup dans la diffusion de ce logo tant la puissance de communication de ce secteur d'activité est immense. De Moshi à Londres, de Nairobi à New York, les voyagistes diffusent une image globalement simplifiée du territoire réduit aux quelques km² de glaces à son sommet et à la faune vivant à ses pieds. Les acteurs locaux eux-mêmes - consciemment ou inconsciemment - reproduisent cette représentation par mimétisme et par volonté d'insertion dans une communication globale dont ils ne maîtrisent pas le contenu. Peu à peu c'est l'image du territoire chagga qui change.

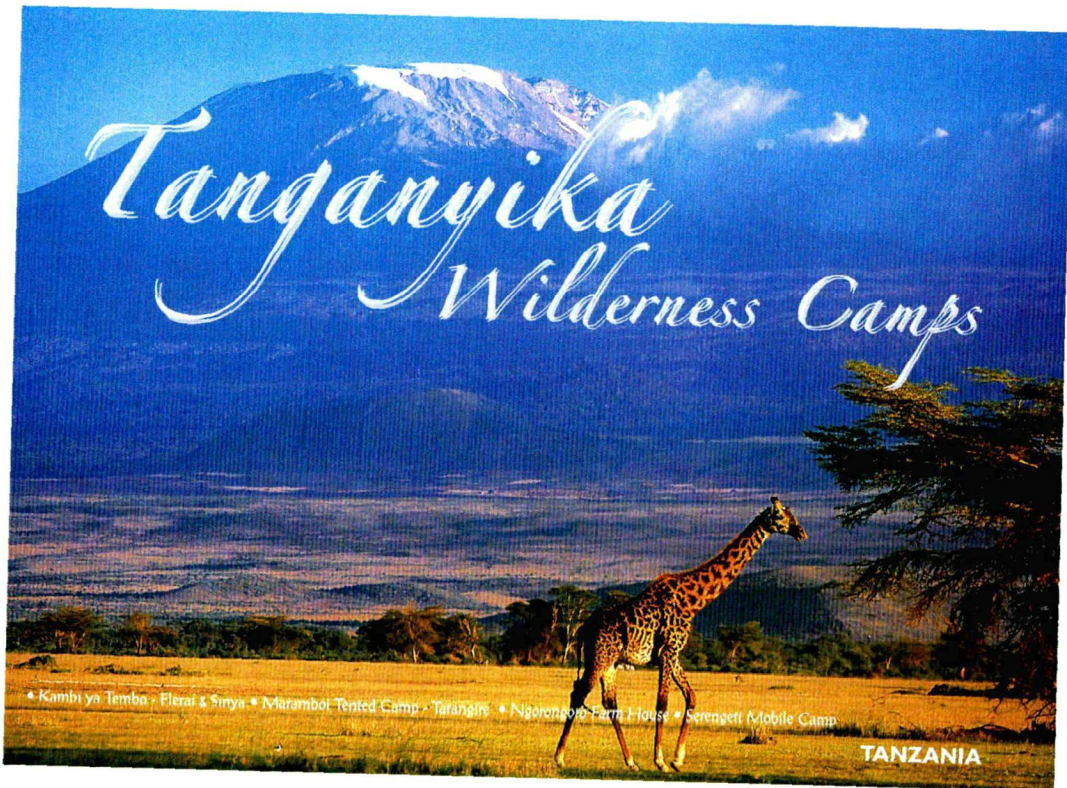
En termes de communication, l'espace traditionnellement habité par les Chaggas, l'étage café-banane, est absent des publicités touristiques. A l'image de la pratique du trekking qui ne s'épanouit qu'au-delà d'une altitude de 2 000 mètres, la représentation

commerciale du volcan ne considère que le sommet de préférence selon un angle de vue qui sublime le glacier. La réalité de ce marketing est donc celle d'une population, écrasée par le poids médiatique du sommet de sa montagne, sommet blanc qui cristallise les fantasmes de la clientèle occidentale. La représentation dominante du territoire doit donc être analysée à l'aune d'une pratique touristique qui focalise son attention sur l'exploit sportif, sur la découverte de paysages nouveaux, sur le dépassement de soi et non sur la rencontre d'une paysannerie productrice de café. L'image du Kilimandjaro est ainsi imposée par le diktat d'une pratique sociale (le trekking) constituée à l'étranger, par des étrangers. « *Dans ce contexte, le territoire touristique du Kilimandjaro tend à gommer toutes les pentes basses et moyennes, à oublier la ceinture café-banane (que l'on traverse rapidement en véhicule) pour ne sélectionner que les parties hautes, au-dessus d'une forêt de montagne dans laquelle on ne s'attarde guère non plus, car les touristes, avec leurs guides et porteurs, sont tenus de respecter des horaires conçus avec l'objectif unique d'arriver en haut, au lever du soleil le troisième jour...* » (Bart, Chapuis, Pomel, 2003, p344). Certes, comme nous le verrons dans le chapitre X, la dynamique récente autour de formes de tourisme alternatif (éthique, durables équitables, etc) tend à replacer les populations au centre de la communication. La rencontre avec les populations locales devient, dans le cadre d'une pratique touristique encore marginale, un argument commercial central. Toutefois, l'oubli de l'espace de vie chagga est encore la règle dans la communication touristique. Cela témoigne de la manière dont la production d'une nouvelle ressource (ici le tourisme) peut déplacer la centralité des espaces de production. Hier encore, l'étage central du système de production chagga était situé entre 1000 et 2000 mètres, étage d'épanouissement de la culture caféière qui fera pendant quelques décennies la richesse du pays chagga. Aujourd'hui, si l'étage café-banane garde sa dynamique et accueille encore une agriculture dense, le sommet du volcan devient un espace de production central étroitement lié à la ville, centre organisationnel du trekking. Les rapports entre société et montagne ne sont donc pas immuables et les transformations récentes le démontrent bien.

La création artistique locale se fait aussi l'écho de cette représentation touristique oubliant l'espace habité du massif. En effet, l'activité touristique a permis le développement d'un secteur artistique au Kilimandjaro qui se concrétise par une multitude de petits ateliers (à Moshi, Marangu ou Mweka) où de jeunes gens - souvent des hommes - conçoivent des sculptures, des peintures et autres objets artistiques destinés aux touristes.

Dans ces lieux, des artistes façonnent quotidiennement des objets sur lesquels ils médiatisent leur territoire. De manière quasi systématique, l'étage café-banane territoire historique des Chaggas, la bananeraie symbole de leur identité paysanne ou le café fruit de leur réussite récente, sont oubliés au profit d'images correspondant à celles présentées par la communication touristique (Cf. Illustration 23). Cette réalité illustre le pouvoir transformateur du tourisme et de la mise en image qui y est liée, la force d'infiltration d'une représentation particulière et exogène du territoire au sein de la population locale et de son art. Ces observations posent bien évidemment la question de l'influence de ces images sur l'identité territoriale. Vaste question dont nous ne pouvons nous saisir par manque d'outils adaptés et de temps disponible. François Bart avait démontré comment en quelques décennies, le café était devenu un élément identitaire fort⁴⁷ établissant un lien étroit entre production d'une ressource et identité. De manière légitime, nous pouvons nous interroger sur la manière dont l'implication dans la production de la ressource touristique peut contribuer aux changements de l'identité chagga. Peut-être une autre mutation identitaire est-elle en train de se jouer maintenant avec la participation des Chaggas à la production de la ressource touristique ? Une mutation d'une autre nature, puisqu'il ne s'agit pas ici seulement d'intégrer cette production comme élément identitaire, mais d'intégrer une vision nouvelle du territoire de production véhiculée par la communication touristique.

⁴⁷ « être chagga c'est produire du café » (Bart, 2002, p.211)



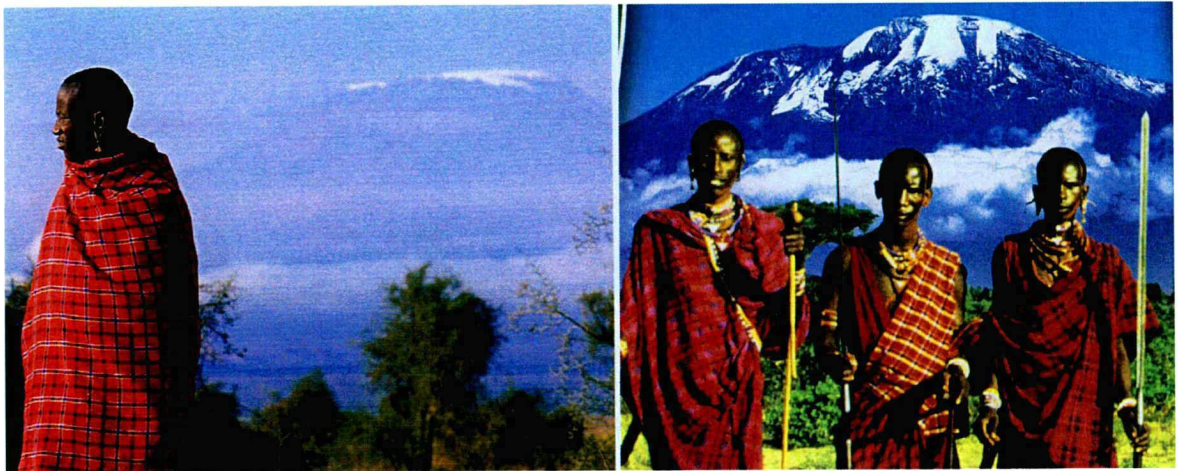


Illustration 23:
Influence de la représentation touristique du Kilimandjaro
sur l'art local

Conclusion chapitre VI

Au sein des méta-phénomènes qui ont contribué à l'émergence du tourisme au Kilimandjaro, la construction mythique occidentale et sa réappropriation par le marketing touristique tiennent une place privilégiée. Les mécanismes de formation des images touristiques sont des processus longs, inscrits dans l'histoire, souvent fondés sur des récits mythiques qui ont pour objectif de centrer la communication sur des références communes larges, malléables à souhait dans une rhétorique commerciale bien huilée. La clientèle occidentale retrouve dans cette mise en scène des références culturelles connues et positives. Imprégnés de ces références culturelles, de ces représentations spatiales construites depuis l'Occident, les touristes viennent alors au Kilimandjaro à la rencontre d'une nature originelle et de sensations fortes ; ils recherchent l'exploit et le dépassement de soi dans un décor montagnard sublimé. Le médiatisation d'éléments stéréotypés du territoire se retrouve donc au centre de la production de la ressource touristique : en amont de la pratique, dans le marketing touristique et en aval dans la manière dont les touristes pratiquent cet espace fantasmé. Les acteurs locaux eux-mêmes, impliqués dans la production de cette ressource se réapproprient les éléments de ce mythe, renforçant sa pertinence aux yeux de la clientèle qui retrouve dans les rues de Moshi les symboles affichés dans les brochures touristique. C'est ainsi que la force de médiatisation du tourisme contribue à diffuser largement une image unique du territoire d'accueil en décalage avec la pratique dominante des acteurs locaux dont l'espace de vie reste l'étage café-banane. C'est dans ce décalage que l'on observe une discordance majeure entre la représentation d'un territoire du point de vue des touristes et la représentation du même territoire par les habitants de l'espace d'accueil. Beaucoup de touristes interrogés aux différentes portes du parc ne connaissent même pas le nom du peuple vivant sur les flancs du Kilimandjaro ; obnubilés par l'exploit sportif et la dimension mythique du sommet vanté par les brochures, les touristes s'éloignent de la « rencontre » et de l'« interconnaissance » pourtant vantées par les organismes internationaux.

Bien évidemment, cette profusion d'images stéréotypées et leur réappropriation par une partie de la population locale, conforte l'une de nos hypothèses de travail : le développement de la ressource touristique au Kilimandjaro contribue à une requalification

de l'espace rural montagnard, déplaçant les espaces de production et modifiant les représentations collectives de ce territoire.

CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE

Cette deuxième partie de notre travail avait pour objectif d'explorer et d'analyser les conditions de l'émergence du tourisme au Kilimandjaro. Pour ne pas sombrer dans une forme de déterminisme - qui a parfois conduit les géographes à parler de « vocation » touristique d'un territoire - nous avons souhaité observer les processus historiques (sociaux, économiques, politiques et culturels) qui ont conduit un territoire principalement dépendant de sa production agricole à devenir aujourd'hui un espace touristique, internationalement connu et dont le sommet est sollicité chaque année par près de 40 000 touristes. Ce sont les mécanismes intervenant lors de l'invention d'un territoire touristique qui nous ont interpellé et que nous avons tenté d'analyser selon une approche multiscalaire et historique.

La période coloniale a ainsi été identifiée comme le déclencheur de la dynamique touristique en Tanzanie (et en Afrique plus généralement), et les politiques de conservation sont apparues comme l'outil privilégié des gouvernements successifs pour mettre en

réserve des espaces et ainsi les rendre disponibles pour une pratique contemplative et ludique caractérisant aujourd'hui le tourisme de safari photo ou de trekking. Cette mise en réserve spatiale a bien évidemment bouleversé le rapport traditionnel des populations africaines qui entretenaient avec leur environnement des relations à la fois utilitaristes et culturelles. Le nombre des aires protégées s'est accru pendant toute la période coloniale et s'est trouvé renforcé, en Tanzanie, depuis l'indépendance, tant la ressource touristique naissante dans ces espaces est apparue essentielle aux nouveaux dirigeants. Les organismes internationaux ont dans ce cadre joué un rôle majeur en constituant des référentiels politiques destinés à faire du tourisme un des outils clés du développement des pays pauvres. Les politiques de coopération et les grands organismes internationaux ont ainsi inséré le développement du secteur touristique dans leurs projets et dans les conditions des aides financières. Parallèlement, à la chute des empires coloniaux, de grandes ONG internationales se sont constituées pour continuer l'œuvre de mise en réserve selon une idéologie conservationniste héritée de la période précédente. Initié par les colons, le tourisme s'est donc ensuite développé dans la jeune république tanzanienne, et le Kilimandjaro, de par son statut unique de toit de l'Afrique, s'est trouvé au cœur d'une communication touristique qui repose, comme souvent, sur la mise en avant d'espaces mythiques censés subjuguier la clientèle principalement occidentale.

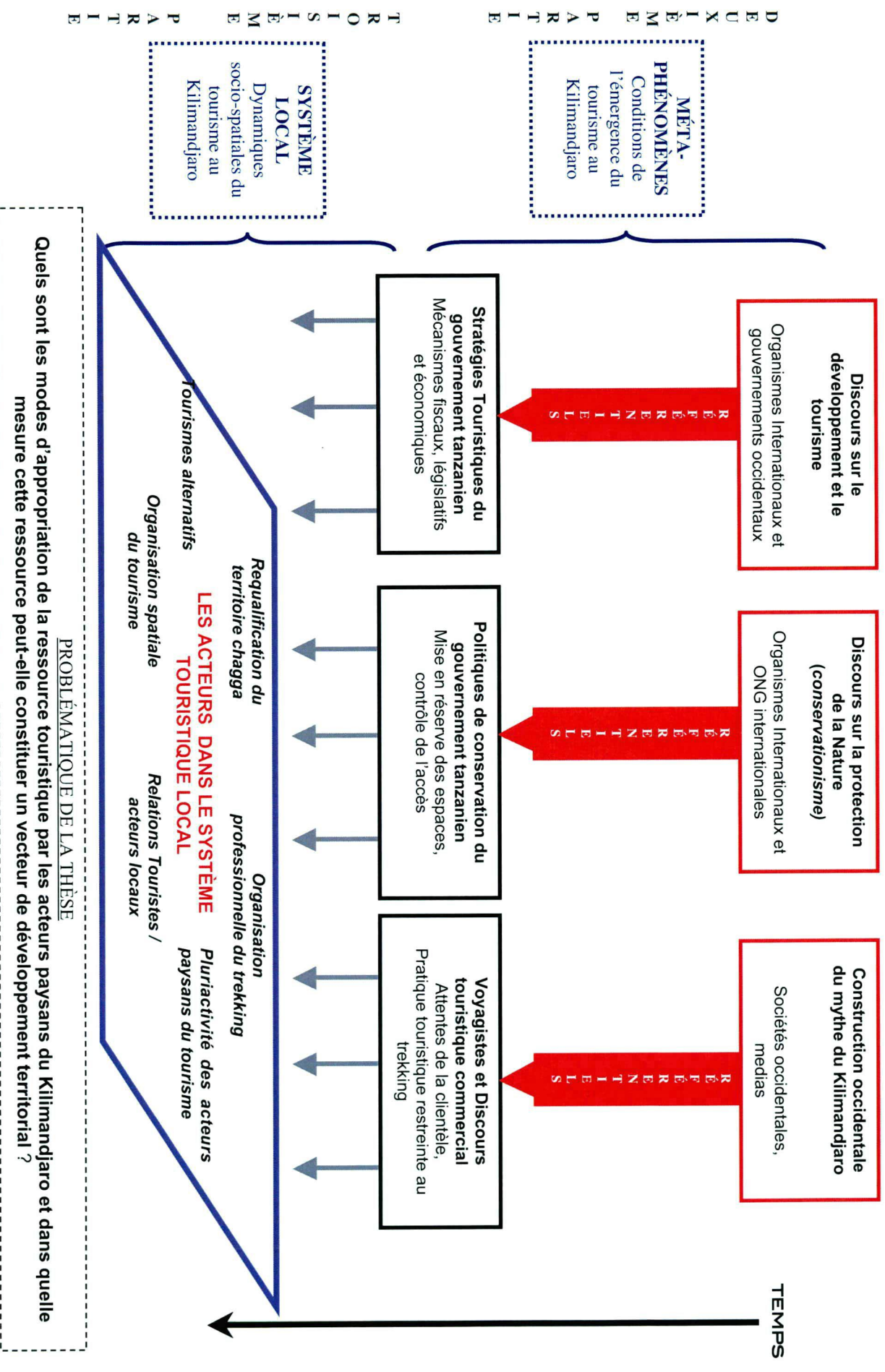
Pour compléter notre système explicatif des conditions d'émergence du tourisme au Kilimandjaro, nous avons souhaité aborder la place du Kilimandjaro dans l'imaginaire occidental. Nous avons voulu ainsi comprendre les mécanismes de formation des images touristiques qui contribuent par leur impact médiatique à encourager la pratique du trekking sur les versants du volcan. Ces images sont le produit d'une instrumentalisation commerciale de repères culturels construits depuis l'Antiquité et ponctués par les explorations successives d'un territoire encore inconnu des Européens il y a deux siècles à peine. La communication touristique se réapproprie ainsi, à des fins commerciales, les éléments symboliques d'une construction mythique oscillant entre le réel et l'imaginaire. Pour le touriste, le choix d'une destination n'est donc pas neutre, il est fonction de représentations spatiales propres qui se nourrissent de récits lyriques, de brochures touristiques ou d'images véhiculées par les médias. C'est dans ce territoire fantasmé depuis son lieu de résidence, que le touriste peut ensuite s'épanouir dans une pratique touristique où se confondent la réalité observée et les références imaginaires. Cette image exogène

simplifiée du territoire chagga, peu à peu est réappropriée par les acteurs locaux du tourisme, qui tentent eux aussi d'attirer la clientèle occidentale.

La mise en avant de ces méta-phénomènes, de ces conditions de l'émergence du tourisme observées à l'échelle nationale et internationale, nous permet d'affirmer que le développement du tourisme dans les zones rurales africaines ne correspond pas à une dynamique autonome, affranchie de toute volonté internationale et de toute idéologie. Le tourisme, comme naguère la modernisation agricole, est un outil de la mise en œuvre de modèles de développement poursuivant toujours le même objectif : la généralisation du système capitaliste à l'ensemble des États du Monde. Les réalités locales du tourisme au Kilimandjaro sont donc en partie déterminées par des mécanismes fiscaux, législatifs et économiques sur lesquels les acteurs locaux n'ont pas de prise. Pour autant, nous faut-il ignorer les dynamiques locales, les actions des acteurs paysans du tourisme, qui contribuent à leur échelle à la transformation du territoire ? Faut-il considérer que la compréhension de la production touristique doit se focaliser uniquement sur les groupes puissants ou les leaders internationaux ? Bien évidemment non, sinon, comme le rappelle Lajarge, *la question de l'action serait restée une question de sciences politiques. Car tout humain est acteur au sens où tous et toutes peuvent entrer en action et participer au processus*. Tout acteur peut en effet « *se dresser contre les méta-phénomènes, conduire une stratégie dans une certaine autonomie, poursuivre des buts et des visées qui lui sont propres et garantir son intérêt malgré le milieu dans lequel il évolue. Ce n'est pas une possibilité offerte seulement aux puissants [...] il ne faut pas nécessairement être « membre » d'une institution ayant compétence à agir pour agir. Pour agir il faut seulement « se mettre en action »* (Lajarge, 2008, p7-10).

Ainsi, après avoir analysé les conditions de l'émergence du tourisme au Kilimandjaro, il nous faut maintenant, pour éprouver nos hypothèses de recherche, analyser les dynamiques socio-spatiales au cœur du système touristique local. Il nous faut comprendre comment la paysannerie chagga s'insère dans le processus de production de la ressource touristique contribuant ainsi à son développement et aux mutations de son territoire.

Figure n°15 : Analyse multi-scalaire des acteurs impliqués dans la production de la ressource touristique : schéma de synthèse





RÉSUMÉ

Comme tant d'autres territoires ruraux africains, le Kilimandjaro connaît des recompositions majeures depuis quelques décennies en raison d'une remise en cause profonde des modèles coloniaux de développements. Fondé depuis le début du XXe siècle sur l'insertion de la culture caféière dans le système agropastoral d'origine, le modèle agricole chagga connaît une crise profonde qui implique des mutations territoriales et qui redéfinit les rapports entre la société paysanne et son environnement montagnard. Pour comprendre ces changements en cours, l'analyse a porté sur les modes d'appropriation de la ressource touristique par une partie des acteurs-paysans du Kilimandjaro. Depuis les années 1990, l'activité de trekking se développe en effet sur le sommet de la montagne dont le mythe appartient à l'imaginaire collectif international. « Toit de l'Afrique », le sommet enneigé attire chaque année près de 40 000 touristes, ce qui dans l'espace géographique crée de nouvelles polarisations et de nouveaux flux humains et financiers. Dans le système touristique local et dans une logique ancienne de diversification des ressources, guides, porteurs et voyageurs s'organisent pour encadrer l'activité de trekking et pour capter une partie de la richesse produite. Les conséquences géographiques de l'insertion d'une partie de la paysannerie dans cette filière économique nouvelle a été analysé à partir des trajectoires de vie des salariés du trekking. Ce travail se veut également un enrichissement du langage géographique par l'audiovisuel. La réalisation d'un film-recherche, tout en offrant un autre regard sur les réalités sociales et spatiales, interroge les modes de production de la connaissance universitaire.

ABSTRACT

The Chagga agricultural model, which has been based on the integration of the coffee trees within an original agro-pastoral system since the first years of the 20th century, faces to a deep crisis altering territories and defining a new frame of relationships between peasant communities and their mountainous environment.

In order to understand the current changes, the analysis highlights the way some farmers appropriate the *tourism resource* in the Kilimanjaro region. Since the 1990s, the trekking market has been constantly growing towards the summit of this mythical mountain. The "Roof of Africa", the white summit, entices 40 000 tourists each year, engendering new polarizations of the geographic space as well as new financial and human flows. Following a process of diversification of resources, guides, porters and tour operators organize themselves in the local tourist system, in order to manage the trekking activity and to capture a part of the generated income. The geographical consequences of the involvement of the farmers in this new economical chain is analysed through the trekking stakeholder's life stories.

This work also constitutes an attempt to enrich the geographic language by using audiovisual techniques; The making of a research-movie look newly at the social and spatial realities and question the mode of production of academic knowledge.

MOTS-CLÉS :

- Kilimandjaro
- Tourisme, Trekking
- Parc National
- Espaces ruraux
- Espaces montagnards
- Paysannerie Chagga
- Système d'acteurs
- Pluriactivité montagnarde
- Développement territorial
- Ressource
- Guides, porteurs, voyageurs
- Film-recherche

KEY WORDS :

- Kilimanjaro
- Tourism, Trekking
- National Park
- Rural areas
- Mountain areas
- Chagga framers
- Actors organisation
- Mountain resource diversification
- Spatial development
- Resources
- Guides, porters, tour operators
- Research movie

Disciplines : géographie et Aménagement (Sections 23 et 24 du Conseil National des Universités)

