ÉGYPTE monde arabe

Égypte/Monde arabe

26 | 1996
Mutations

Tourisme international et changement social en Égypte

Gérer la norme « globale » et les identités locales

Sandrine Gamblin

OpenEdition Journals

Édition électronique
URL : https://journals.openedition.org/ema/1468
DOI : 10.4000/ema.1468
ISSN : 2090-7273

Éditeur
CEDEJ - Centre d'études et de documentation économiques juridiques et sociales

Édition imprimée
Date de publication : 30 juin 1996
Pagination : 33-58
ISSN : 1110-5097

Référence électronique
Sandrine Gamblin, « Tourisme international et changement social en Égypte », *Égypte/Monde arabe* [En ligne], 26 | 1996, mis en ligne le 08 juillet 2008, consulté le 07 juillet 2022. URL : http://journals.openedition.org/ema/1468 ; DOI : https://doi.org/10.4000/ema.1468

Ce document a été généré automatiquement le 7 juillet 2022.

Tous droits réservés

Tourisme international et changement social en Égypte

Gérer la norme « globale » et les identités locales

Sandrine Gamblin

1 L'Égypte évoque le plus souvent, pour l'étranger, les Pyramides, les pharaons, les splendeurs d'une civilisation ancienne. A ce titre, c'est une destination de voyage particulièrement prisée. Contrairement à nombre de destinations touristiques dans le tiers-monde, le voyage en Égypte est un phénomène ancien : la croisière sur le Nil, du Caire à Abu Simbel, en felouque ou en *dahabiya,* était déjà à la mode il y a un siècle[1]. Depuis la fondation – occidentale – de l'égyptologie, les découvertes archéologiques, portées progressivement à la connaissance d'un large public, ont érigé les trésors de la civilisation égyptienne au rang de patrimoine de l'humanité, suscitant l'engouement général, tant du savant que du simple touriste. Le paysage égyptien inscrit comme l'une de ses caractéristiques les plus prégnantes la présence de l'Autre et de son regard, présence indissociable des visées hégémoniques des puissances européennes au siècle dernier, qui renvoyaient par ailleurs à un projet de connaissance universelle : l'Expédition française n'était pas sans présenter certains aspects « touristiques ». Aller en Égypte va dès lors signifier aller à la source même de la civilisation : l'image de *Umm al-dunya,* « la mère du monde », marque toujours de son empreinte les esprits des touristes occidentaux.

2 Le propos n'est pas ici de s'interroger sur les motivations « égyptomaniaques » ou « néo-orientalistes » des touristes étrangers en Égypte[2], mais plutôt de souligner une combinaison peu courante : celle du tourisme de masse et de la valorisation de hauts lieux identifiés comme éléments du patrimoine de l'humanité[3]. La vulgarisation des travaux scientifiques et leur diffusion, notamment à travers la littérature de voyage, ont largement contribué, au siècle dernier, au développement du tourisme en tant que forme organisée du voyage de loisirs. Les récits de voyageurs datant de cette époque n'omettent jamais de mentionner les groupes d'étrangers, anglais ou autres, faisant l'ascension de la pyramide de Kheops ou déambulant entre les ruines de Karnak ou de

Philae, soit pour en apprécier l'exercice, soit pour condamner cet irrespect des vestiges du passé[4].

3 Cependant, si l'on admet l'intime relation entre la découverte des trésors égyptiens et l'émergence du tourisme international en Égypte, on ne peut exclure une troisième donnée, à savoir la présence politique et économique européenne, imposée officiellement à partir de 1882 par les Britanniques mais effective bien antérieurement. Un événement permet à la fois d'illustrer cette triple relation et de situer la naissance du phénomène touristique moderne : en 1869, le gouvernement égyptien, fortement épaulé par les Anglais et les Français, inaugure en grandes pompes le canal de Suez. Le transporteur Thomas Cook convoie la délégation officielle anglaise et lance, en parallèle, une nouvelle formule de voyage en Orient destinée aux classes bourgeoises, le voyage organisé en groupe, défini comme la prise en charge matérielle totale du touriste et dont le coût peut varier en fonction du nombre de personnes. Une forme de voyage est ainsi inventée, qui jette les bases de la profession moderne de *tour operator* et de ce que l'on nomme aujourd'hui tourisme de masse[5].

4 Ce rapide détour par l'histoire des voyages et du tourisme en Égypte visait à souligner à la fois sa prégnance dans le paysage égyptien, le rôle de ce pays en tant que terrain d'expérimentation du phénomène moderne des loisirs et du tourisme dans un pays extra-européen et la marque indélébile du voyage en Égypte dans les imaginaires. Ce dernier point était opportunément illustré dans les campagnes de publicité lancées à l'automne 1994 par le ministère égyptien du Tourisme dans divers pays européens, dont la France, avec le slogan « Égypte, votre mémoire l'exige ». Le voyage en Égypte demeure un élément moteur de l'imaginaire collectif. De l'ordre du rêve et réservé pendant longtemps aux classes aisées, il est aujourd'hui potentiellement accessible à un large public, par la magie du charter et du *tour operator.*

Tourisme de masse ou effet de masse ?

5 L'évolution des flux touristiques vers l'Égypte suit une courbe croissante depuis le début des années quatre-vingt, sans cependant être comparable à celle que l'on a pu observer en Espagne durant les dernières décennies, pour prendre un cas extrême, ou encore en Tunisie ou au Maroc.

6 Avec un peu plus de 3,2 millions de visiteurs étrangers durant l'année 1992, l'Égypte capte moins de 1 % du flux mondial et compte un touriste pour vingt habitants[6]. Au vu de ces quelques chiffres, le tourisme en Égypte peut apparaître comme un phénomène marginal. Pourtant, quiconque parcourt l'Égypte peut constater l'« omniprésence » du touriste étranger. On ne peut toutefois identifier le phénomène à un véritable « tourisme de masse » : l'expression évoque communément l'image de « vagues déferlantes » de groupes à la tête desquels un guide brandit parapluie ou petit drapeau qui ramènera au sein du troupeau le touriste égaré. Si cette image est observable en Égypte, elle n'équivaut nullement à la « massification » touristique que l'on peut rencontrer en Espagne ou à Hawaï. Le terme de « massification » renvoie à des indicateurs comme celui de l'augmentation de la population d'un lieu donné par l'arrivée des touristes lors de la pleine saison. Louxor, espace de tourisme international par excellence, comptait durant le mois de novembre 1992 - temps fort d'une saison touristique exceptionnellement bonne -, 63 000 touristes étrangers enregistrés en hôtels toutes catégories, pour une population évaluée à environ 145 000 habitants pour

la même année. Le rapport numérique entre touriste et habitant est difficilement comparable aux situations de concentration touristique que l'on rencontre aux Baléares, sur la côte espagnole ou encore dans certaines régions côtières françaises, où des villages voient le nombre de leurs habitants doubler, quadrupler ou davantage du fait de l'arrivée massive de touristes durant la période estivale. Louxor-ville comptait en 1994, selon les estimations du gouvernorat, une population de 153 199 habitants répartis sur une surface habitée de 7,4 km2, soit une densité de 206 habitants à l'hectare. Ce n'est pas le volume du flux touristique qui prévaut, mais sa concentration sur un espace particulièrement contraint par une géographie physique partagée entre les terres désertiques peu peuplées et la vallée du Nil, laquelle se caractérise par des densités de population parmi les plus élevées du monde.

7 Ajoutons que la prégnance du tourisme international en Égypte ne tient pas tant – ou pas seulement – au nombre de visiteurs ou à leur « visibilité » dans le paysage qu'à la centralité qui lui est accordée par les acteurs économiques et politiques égyptiens. Premier poste de revenus en devises pour l'année 1992, les recettes touristiques sont estimées de deux manières selon que l'on s'adresse au ministère du Tourisme ou à la Banque centrale égyptienne. Le premier évalue la dépense moyenne quotidienne par touriste (autour de 150 dollars) et la multiplie par le nombre annuel de visiteurs étrangers. Le second ne prend en compte que les transactions de change[7]. Le tourisme est analysé par certains observateurs en termes de « rente », à l'instar des revenus du pétrole ou du canal de Suez, et les modalités de la captation des revenus qu'il dégage, tout comme leur redistribution, posent la question de l'évaluation de ses effets « induits » et de son ancrage dans la réalité égyptienne. Économistes et géographes parleront de « gisement touristique » – à savoir le patrimoine et les paysages – comme on parle de gisement pétrolier. La différence est cependant patente dans la mesure où, à la différence du pétrole, il s'avère techniquement difficile de « quantifier » paysages et monuments et de leur assigner une valeur marchande. Au mieux peut-on inventorier les sites touristiques, procédure qui relève d'une politique du patrimoine et donc des compétences des ministères de la Culture et de l'Environnement et du Conseil supérieur des Antiquités. Or, force est de constater que les politiques respectives de ces diverses instances ne font guère preuve de concertation et opèrent même parfois sur le mode de la compétition[8]. L'inventaire patrimonial recoupe des problématiques qui rejoignent celles de l'anthropologie et de l'économie du patrimoine et nous éloigne du même coup des démarches économicités communément adoptées à l'égard du phénomène touristique[9]. Encore une fois, l'analyse économique et statistique selon les agrégats de comptabilité nationale est particulièrement déficiente, et finalement peu enrichissante, compte tenu, notamment, du caractère souvent contradictoire des sources disponibles.

8 Un fait est certain, toutefois, qui relève d'effets de discours plutôt que d'une réalité statistique peu lisible : le tourisme est présenté par les autorités égyptiennes comme la « locomotive de la croissance et du développement », eu égard aux revenus qu'il dégage et aux créations d'emploi induites. Or, il est difficile d'évaluer la part réelle des emplois qui découlent des activités touristiques par rapport à la population active : hormis les emplois directs dans les secteurs de l'hôtellerie, du transport et de la restauration, le tourisme entraîne une myriade d'activités de production et dé services que l'on pourrait qualifier de « périphériques » et qui sont cependant essentielles à l'organisation du marché touristique[10]. Ces activités vont de la production de meubles pour villages et hôtels touristiques à la construction, de l'artisanat aux activités des

« guides informels » – dont le travail consiste pour l'essentiel à « rabattre » les groupes de touristes vers certaines boutiques en contrepartie d'un pourcentage sur les ventes. Durant le mandat du ministre du Tourisme Fu'âd Sultan[11], il était de bon ton d'envisager la reconversion des travailleurs licenciés des entreprises publiques dans le secteur privé du tourisme et des activités périphériques qui lui sont liées, comme la construction ou les services. À la faveur d'une ambiance générale de libéralisation, l'initiative entrepreneuriale privée est présentée comme une donnée clé de la stratégie de développement touristique, d'autant que l'État peut difficilement prendre en charge le coût global d'une telle politique.

Tourisme, libéralisation et ouverture

9 Les mouvements touristiques vers l'Égypte ont bénéficié ces quinze dernières années de conditions internationales favorables, comme la baisse des coûts sur le marché des transports aériens, mais aussi la part croissante des voyages de groupe et l'engouement pour les destinations du tiers-monde. Ces trois facteurs opèrent concurremment, jouant à la fois sur le principe de la formule « charter » et, essentiellement, sur les différentiels de pouvoir d'achat et de coût des infrastructures locales[12]. Cependant, il faut souligner que la croissance du flux touristique vers l'Égypte au cours des quinze dernières années coïncide – et ce n'est pas un hasard – avec les politiques d'ouverture et de libéralisation amorcées par Anouar al-Sadate et poursuivies par son successeur Hosni Moubarak. En effet, une politique de développement touristique requiert un minimum de conditions d'ouverture mais constitue surtout un « symptôme » révélateur d'une stratégie de développement économique fondée sur le principe du libre-échange et de l'économie de marché[13].

10 Seconde caractéristique du phénomène : le tourisme constitue un argument stratégico-politique largement exploité par certains États de la région : dans le contexte des négociations de paix au Proche-Orient, une commission regroupant l'Égypte, Israël et la Jordanie a ainsi été mise en place en février 1994 dans la perspective d'établir une politique commune de développement touristique. L'ouverture d'une route reliant les trois pays et passant par Taba participe de cette politique. Le développement d'une « riviera » égyptienne le long de la côte d'Aqaba vise en particulier une demande touristique israélienne croissante.

11 Cette tendance politique régionale s'inscrit par ailleurs dans le cadre des transformations du marché touristique international : les agences touristiques occidentales affectionnent de plus en plus les circuits incluant les trois destinations en un seul voyage, palliant l'abandon provisoire de la vallée du Nil pour cause de « terrorisme islamique » (voir *infra)* et contribuant à l'intégration du Sinaï égyptien dans un ensemble touristique régional fortement attractif. Dès lors, on ne peut s'empêcher d'établir une correspondance, au moins du point de vue du touriste, entre les campagnes publicitaires des agences touristiques égyptienne et israélienne en Europe, fondées sur un argument similaire : la contribution des deux civilisations au patrimoine civilisationnel et religieux de l'humanité[14].

12 Il convient toutefois de ne pas surévaluer ce phénomène de conversion des activités touristiques en Égypte, délaissant la vallée à l'ouest pour se tourner vers l'est. Tout au moins peut-on en discerner les tendances. La part croissante accordée aux nouvelles régions touristiques égyptiennes – Sinaï et mer Rouge – tient à deux facteurs dont le

premier au moins pourrait être qualifié de « conjoncturel » : d'une part, la crise des activités touristiques due à la vague de violence et d'attentats contre des touristes dans le sud du pays, notamment dans la région de Louxor, a engagé les acteurs du tourisme, étrangers et nationaux, dans la recherche de nouveaux marchés selon des formules adaptées à une demande internationale de plus en plus diversifiée et exigeante ; d'autre part, les négociations entreprises pour établir la paix dans la région contribuent à cette diversification en encourageant la valorisation des échanges économiques, politiques et culturels entre États voisins. À ce titre, le président égyptien déclarait, lors de son discours d'ouverture de la conférence mondiale des professionnels du tourisme organisée par l'Asta (American Society of Travel Agents), qui s'est tenue au Caire en septembre 1992, que le tourisme constituait un des garants de la paix, de la stabilité et du développement dans la région[15]. L'argument touristique est d'autant plus une constante des discours politiques d'ouverture qu'il recouvre une réalité matérielle de l'échange immédiatement perceptible par la présence et les mouvements des visiteurs étrangers. Par exemple, la prise en considération, dans les médias, des arrivées de « touristes » israéliens et palestiniens[16] en Égypte est un phénomène relativement récent qui peut être interprété comme un élément du discours de justification de politiques officielles de coopération, ou simplement de reconnaissance entre partenaires régionaux.

13 Le tourisme constitue un argument du discours politique et idéologique et délimite par là même les modalités de mise en œuvre des stratégies économiques et politiques déterminées par les décideurs. En ce sens, afficher et adopter une politique de développement touristique n'est pas une démarche neutre et ne peut se réduire à une gestion mécanique et bureaucratique des échanges d'individus, de biens et de capitaux. Le discours que peut tenir un chef de gouvernement à l'égard d'une politique de développement touristique s'inscrit dans un ensemble stratégico-politique qui, *a priori,* passe au-dessus de ce que l'on peut nommer, de manière floue, les sociétés. Ou tout au moins peut-on accorder à l'appareil d'État la fonction de « chef d'orchestre » déterminant les conditions requises pour l'application d'un programme de développement touristique. Or celle-ci met en scène essentiellement des acteurs privés et des groupes économiques et politiques divers et peu homogènes. Le tourisme est un mode d'échange d'individus, de biens, de capitaux qui s'opère essentiellement de manière transnationale et qui, par conséquent, échappe aux grands agrégats de l'économie nationale. De même, la *fonction* d'argumentaire politique qu'on peut lui reconnaître est perceptible, à l'échelle de l'État, à travers les discours des hommes de l'ingénierie gouvernementale. En revanche, l'application même des programmes relève d'autres catégories d'acteurs, plus difficilement identifiables en raison de leur atomisation dans l'espace et de leurs intérêts propres.

14 On en déduira que l'espace socio-économique du tourisme se caractérise par une diversité de groupes sociaux et économiques qu'on ne peut définir en un seul ensemble. Or, une étude du tourisme se doit de prendre en compte le rôle des exécutants ou agents principaux qui mettent en œuvre les politiques de développement touristique édictées dans les instances gouvernementales. Qui sont-ils et dans quelle mesure leurs stratégies, ainsi que la production de discours autour du tourisme dont elles s'accompagnent, entraînent-elles des dynamiques d'altération et de transformation de l'espace social égyptien ? Deux niveaux peuvent être pris ici en considération : d'une part, la gestion économique des modes de transaction entre la demande touristique (externe essentiellement, mais aussi interne) et une offre locale de compétences

adaptées aux normes internationales, et, d'autre part, la façon dont ces modes de gestion et ces systèmes de représentation contribuent à structurer le rapport à l'Autre. Le point de vue de ces acteurs sur les activités touristiques et les interactions à l'œuvre dans le champ du tourisme constituent un objet de recherche d'autant plus suggestif qu'il désigne un espace de pratiques sociales et culturelles immédiatement en prise sur les transformations récentes de la société égyptienne. Ainsi, si l'on admet le principe général que toute activité touristique dans un pays donné, quelles que soient sa situation et les caractéristiques qu'on lui accorde communément (développé/en développement), entraîne inévitablement la transformation des espaces sociaux qu'elle investit, on peut envisager le champ du tourisme comme un terrain d'identification des formes de changement social telles qu'elles se manifestent dans l'espace égyptien.

15 Dans une analyse des correspondances entre développement touristique et changement social, il convient donc de définir l'offre locale du marché touristique en fonction des critères de la demande étrangère, d'une part, et en fonction de trois termes de définition du phénomène touristique – interaction, transnationalité et complémentarité offre/demande – d'autre part. Notre propos se situe précisément sur ce terrain, ce qui nous conduira à tenter une identification des acteurs du tourisme selon deux catégories : les agents économiques du secteur touristique, d'une part, et les acteurs sociaux égyptiens comme clientèle potentielle locale du marché du tourisme, d'autre part[17]. Cet essai d'identification désigne un pivot central de l'analyse : rendre compte des stratégies mises en œuvre par ces acteurs afin de concilier les contraintes de la demande touristique externe et les divers modes de régulation locale du phénomène, y compris ceux liés à l'énonciation identitaire de ses enjeux. Il s'agit donc d'établir un inventaire des répertoires d'action et de discours (et d'en identifier les modalités de mise en relation) autour desquels s'établissent les modes d'accès au marché du tourisme des différents acteurs concernés, ainsi que les manières de s'adapter aux différentes contraintes que celui-ci peut imposer. Ces deux propositions s'articulent autour d'une interrogation sur la gestion, par les acteurs sociaux (clientèle locale et agents du marché touristique), du rapport à l'Autre et à la norme « globale » – valeurs portées par les touristes et standards des modes d'organisation du marché touristique international –, selon les registres d'expressions locales[18].

16 Toutefois il convient de distinguer au préalable trois niveaux d'analyse des phénomènes d'interactions observables dans le champ du tourisme, que nous envisagerons à partir d'une analyse des modes de gestion de la crise du tourisme : les pratiques des touristes (avec une distinction interne des différentes catégories de ce que l'on entend par touristes en Égypte), les espaces du tourisme et enfin, ce qui est au cœur de l'étude, les modalités d'accès au marché touristique et les dynamiques qui composent l'interaction entre touristes étrangers et agents locaux.

Espaces du tourisme, gestion de la crise et marché touristique local

Le tourisme comme production d'espace : une nouvelle carte du territoire égyptien ?

17 On peut identifier trois formes de pratiques et d'organisation du tourisme qui marquent le paysage égyptien, chacune répondant à des caractéristiques particulières

et engageant une structuration des espaces sur des modes au premier abord clairement différenciés. Le tourisme occidental s'est, jusqu'à présent, essentiellement concentré dans la vallée du Nil, privilégiant le circuit, la croisière et les hauts lieux de l'Égypte ancienne. Depuis plus de deux ans, les activités touristiques dans la vallée connaissent un reflux particulièrement dramatique : en 1992, les hôtels de Louxor enregistraient 542 513 résidents et en 1993, 264 200, soit une baisse de 50 % ; les croisières sur le Nil ont quasiment été retirées des programmes des agences touristiques : la flotte touristique fluviale, qui comptait 220 unités en 1992, a cessé de fonctionner en grande partie depuis 1993, comme pouvaient en témoigner les dizaines de bateaux amarrés sur les rives de Qéna, de Louxor et d'Assouan. Le gouvernement a engagé depuis deux ans une politique d'assistance aux établissements touristiques en difficulté, réduisant les factures de frais de gestion ou reportant à un an les échéances de paiement, aides qui ne semblent cependant guère résoudre les difficultés des petits commerçants impliqués dans le marché touristique. En effet, la croissance du flux touristique depuis les dix dernières années a encouragé nombre de particuliers à se lancer dans une activité touristique, à convertir leurs échoppes en bazar de souvenirs ou une voiture utilitaire en taxi pour touristes.

18 Louxor est à ce titre un exemple éloquent d'espace produit par le tourisme et le commerce de souvenirs. Bourg quasi inexistant au siècle dernier, la ville a connu une croissance démographique particulièrement forte à deux périodes de son histoire, au début de ce siècle et durant les années soixante-dix et quatre-vingt, croissance qui paraît largement liée au dynamisme des activités touristiques durant ces deux périodes[19]. Louxor a connu, au cours de ces cinq dernières années, un développement sans précédent des bazars et commerces en tous genres, qui ont profondément modifié le paysage. Par ailleurs, l'afflux croissant des touristes a incité les décideurs politiques et économiques à engager des stratégies concertées de développement, d'aménagement et de spécialisation de la ville, comme l'aménagement d'espaces verts et des artères principales ou la construction d'un « centre de peuplement et de tourisme », sorte de ville nouvelle touristique répondant au nom de *New Theba,* à la périphérie de la ville. Aussi peut-on avancer que la baisse des activités économiques à Louxor, mais aussi dans d'autres espaces spécialisés du tourisme (le quartier islamique du Caire, par exemple, ou la région des Pyramides), tient non seulement à la baisse du nombre de touristes mais aussi à l'absence de diversification des activités économiques et à la prolifération, ces dernières années, des établissements de commerce touristique proposant des produits similaires, « artisanat industriel » souvent de qualité médiocre[20].

19 La crise du tourisme international, patente dans la vallée, a suscité de nouvelles stratégies de la part des politiques, notamment de recherche et de promotion de nouvelles clientèles. Jusqu'aux premiers attentats contre des touristes étrangers, le gouvernement centrait essentiellement sa politique de développement touristique sur la demande occidentale. La crise a révélé de nouveaux segments du marché, comme celui du tourisme arabe et de la clientèle locale, même si ces deux phénomènes sont relativement anciens et retiennent surtout l'attention des politiques comme solution de compensation à la baisse des mouvements de touristes occidentaux[21]. Le tourisme arabe est apparu en Égypte dans les années soixante-dix à la faveur du boom pétrolier et de l'enrichissement d'une partie de la population des pays du Golfe, celles-ci délaissant le Liban en guerre et privilégiant l'Égypte, le Maroc ou encore les capitales européennes et le sud-est asiatique. Le tourisme arabe est essentiellement un

phénomène urbain impliquant une organisation diffuse des circuits économiques et localisés dans l'espace du Caire et suscitant des stratégies d'action locales plus difficilement repérables. La clientèle arabe compose à l'heure actuelle près de la moitié des effectifs de visiteurs étrangers et constitue un marché particulièrement lucratif qui, depuis l'été 1994, a encouragé le ministère du Tourisme dans une politique de rapprochement avec l'Arabie Saoudite et de promotion du tourisme égyptien à destination de la clientèle arabe. Le tourisme égyptien est, au même titre que le tourisme arabe, sollicité et promu par le gouvernement et repose essentiellement sur des pratiques de villégiature fort anciennes[22]. Longtemps localisée sur le pourtour méditerranéen, la clientèle touristique égyptienne semble apprécier de plus en plus la formule du village touristique des bords de la mer Rouge et du Sud Sinaï.

20 Espaces de développement rapide, les régions du Sud-Sinaï et de la mer Rouge relèvent, dans la terminologie officielle, d'une stratégie de peuplement et de désengorgement de la vallée du Nil[23] : en marge du territoire national, ces deux régions apparaissent comme des « fronts pionniers de développement », essentiellement portés par l'exploitation minière et pétrolière et les activités touristiques. Les gouvernorats de la mer Rouge et du Sinaï recouvrent une surface essentiellement désertique d'environ 200 000 km2 et rassemblent une population de 350 000 habitants, selon les estimations effectuées à partir du recensement de 1986 pour l'année 1993. Hurghada, capitale du gouvernorat de la mer Rouge, a connu entre 1976 et 1986 une croissance démographique de 9,8 % par an, pendant que Sharm al-Sheikh, capitale gouvernorale du Sud-Sinaï, connaissait entre 1982 et 1986 une croissance annuelle moyenne de 15,5 %. La crise du tourisme, patente dans la vallée du Nil depuis plus de deux ans, a révélé le rôle stratégique de ces nouvelles zones de potentiel touristique encore peu exploité, notamment en offrant un cadre possible de reconversion aux agents économiques du tourisme. En effet, ces régions ont peu accusé les répercussions des attentats et les investissements essentiellement privés dans les projets touristiques n'ont cessé de croître ces deux dernières années[24] : Les constructions d'hôtels s'étendent d'Aqaba à Sharm al-Sheikh et de Ras Sudr à Qusayr, formant respectivement deux bandes de bâti – pour le moment discontinues – à vocation touristique.

21 La floraison de projets touristiques a entraîné dans ces régions un transfert de personnes et de compétences difficile à évaluer. Au mieux peut-on avoir une idée des types de mobilité à travers l'observation qualitative de trajectoires individuelles : tel jeune ouvrier de Mahalla al-Kubra, ville textile du Delta, décide de partir à Hurghada chercher un emploi ; tel propriétaire de bazar du centre ville du Caire décide d'ouvrir un magasin à Sharm al-Sheikh ; tel employé d'une boutique de parfum travaille en alternance au Caire et à Hurghada... Le plus gros complexe touristique de Sharm al-Sheikh nouvellement inauguré, le « Coast Bay Hotel », compte, entre autres espaces de service, une galerie marchande dont la trentaine de boutiques sont toutes tenues par des Cairotes. Non loin de ce complexe, le village touristique homonyme regroupe l'ensemble des commerces de luxe que l'on trouve dans les quartiers résidentiels du Caire, qui voisinent là avec les boutiques appartenant à des propriétaires de bazars du Khan al-Khalîli. On peut également observer un net mouvement de main-d'œuvre, qui tendrait à s'intensifier, entre la région de Louxor et la côte de la mer Rouge, facilité par la liaison routière nouvellement asphaltée entre Hurghada et Louxor. Témoins du nouveau dynamisme des espaces côtiers, les expéditions touristiques à la journée, vers

la vallée à partir de Hurghada et inversement, semblent composer aujourd'hui une partie importante des mouvements touristiques entre la côte est et la vallée.

22 Comme nous l'évoquions en introduction, la crise du tourisme international a provoqué une évolution des formes de voyage et des spécialisations de territoires égyptiens fondée sur la mise en valeur des zones littorales destinées au tourisme de villégiature. Il convient de souligner que cette tendance ne tient pas seulement aux transferts des flux internationaux vers les zones périphériques du territoire égyptien, mais aussi à l'émergence de plus en plus visible d'un marché local des loisirs et du tourisme. Celui-ci n'est pas nouveau, comme peuvent en témoigner les « migrations » estivales des Cairotes vers le littoral méditerranéen, Alexandrie, Ra's al-Bar, Marsa Matrûh, lieux privilégiés de villégiature des Égyptiens issus de couches privilégiées de la société. Cependant, le tourisme intérieur n'est pris en compte que depuis peu de temps par les autorités : plus précisément, depuis les premiers effets de la baisse du nombre de touristes étrangers. Saisi, dans un premier temps, par un discours d'ordre politique, voire géopolitique, le marché local s'est ainsi constitué comme domaine possible de reconversion des agents du secteur touristique « externe ». A titre d'exemple, deux « foires aux voyages » ont été organisées en juin 1994 et 1995, essentiellement destinées à la demande égyptienne, clients potentiels et agences reconverties dans ce secteur. On peut aussi signaler la floraison des complexes touristiques gérés selon la formule du *time sharing*[25], destinée essentiellement à la clientèle égyptienne et arabe, voire étrangère dans certains cas.

23 La multiplication des projets de villages touristiques sur les côtes de la mer Rouge et de la Méditerranée vise les trois clientèles que nous avons identifiées en fonction des types de tourisme et de loisirs qu'elles pratiquent – les Occidentaux (circuit), les Égyptiens (villégiature) et les Arabes du Golfe (prolongement du tourisme urbain). Les nouvelles régions touristiques permettent cependant une convergence des trois marchés fondée sur une demande de tourisme sportif et de villégiature dont la satisfaction est rendue possible par la formule du village touristique intégré. Ces nouveaux espaces rassemblent une pluralité de pratiques sociales et des acteurs d'origines diverses. Par opposition, c'est une dynamique inverse, conservatoire pourrait-on dire, qui caractérise un espace traditionnel de tourisme occidental comme Louxor : la politique actuelle d'aménagement des deux rives de la ville consiste à créer des lieux spécifiques au sein même de l'espace urbain – des « bulles touristiques » –, qui impliquent nécessairement une mise à distance des touristes par rapport aux populations locales et une canalisation des mouvements des touristes au sein de la ville, quasiment sans contact avec les quartiers d'habitation et la population locale.

24 L'étude des espaces du tourisme et des pratiques qui les déterminent révèle des politiques d'aménagement que l'on pourrait qualifier de pendulaires, entre un tourisme « intégré » à l'espace social et un tourisme enclavé : or ce dernier n'est pas forcément là où on s'attend à le trouver. Certes, les espaces périphériques peuvent offrir l'image de « poches » de développement porté par le tourisme, dont l'isolement géographique établirait matériellement une rupture entre un territoire à vocation presque exclusivement touristique et les zones habitées. Or, l'observation des pratiques de loisirs au sein même de ces espaces touristiques offre une image beaucoup plus complexe des modes d'organisation du territoire égyptien et du marché du tourisme et défie par là même les idées reçues formulées sur la notion de complexe touristique intégré[26]. En Égypte, c'est au sein même de ces espaces périphériques et des complexes

intégrés que l'on retrouve une mixité de pratiques de loisirs, de groupes socio-culturels et la rencontre d'une demande locale et extérieure, alors que la dynamique d'aménagement qui caractérise une ville comme Louxor est quasiment inverse. Les régions côtières sont les lieux de convergence de trois demandes – occidentale, arabe et nationale –jusqu'à présent différenciées et, par là même, des lieux de rencontre et d'interaction entre une demande internationale qui n'est plus réduite aux seuls touristes occidentaux, les agents locaux du marché économique touristique et la clientèle locale.

Clientèle locale et nouveaux espaces du tourisme international

25 La description des espaces touristiques égyptiens permet d'identifier des construits sociaux définis à partir de l'observation des pratiques et des comportements touristiques. Ceux-ci permettent de dégager une typologie des espaces géographiques qui tendraient à associer, d'une part, circuit touristique et vallée du Nil et, d'autre part, villégiature et pourtour côtier. Le tourisme de villégiature n'est pourtant pas absent de la vallée du Nil, que ce soit dans la région du Fayûm ou à Louxor, et des circuits se mettent en place à partir des nouveaux espaces du tourisme. Ces formes multiples de pratiques touristiques révèlent une diversité des marchés touristiques et une pluralité d'activités de loisirs. Laissant de côté le tourisme arabe, nous nous intéresserons plus particulièrement aux dynamiques de convergence des marchés occidental et national et à l'émergence des nouvelles régions touristiques afin de repérer, d'un point de vue qualitatif, les modes d'accès aux marchés du tourisme et de gestion des rapports altérité/identité.

26 Mona, guide touristique depuis quinze ans, gère l'agence de voyage de son mari, créée au début des années quatre-vingt[27]. La clientèle de l'agence, essentiellement européenne, recherche les circuits touristiques classiques : croisières sur le Nil et visites des hauts lieux de l'Égypte ancienne. Depuis deux ans, les frais de fonctionnement et de gestion d'agence s'accumulent, les *tours operators* européens hésitent de plus en plus à envoyer leurs clients en Égypte. Seuls se maintiennent les groupes de Russes ou de Roumains, mais ils représentent un marché peu lucratif. Pour faire face à la crise, Mona envisage de développer des circuits ponctuels à partir de la mer Rouge vers la vallée du Nil et, par ailleurs, de cibler une clientèle égyptienne, de femmes principalement : en association avec son médecin diététicien, par ailleurs propriétaire d'un hôtel sur la mer Rouge, elle envisage d'organiser des séjours de santé pour les femmes égyptiennes qui veulent faire du sport, manger sainement et maigrir. La présentation du projet s'articule autour d'une idée essentielle : prendre en considération la demande de certaines femmes témoignant d'une image « moderne » de celles-ci.

27 Les propos de Mona apparaissent comme révélateurs de mutations sensibles de l'espace social égyptien – notamment, la prise en compte d'une donnée locale particulièrement évidente, l'obésité, et des risques de santé qu'elle implique –, et du rôle croissant d'une clientèle nationale dans la distribution des activités touristiques et la spécialisation des espaces de tourisme. La stratégie de reconversion de Mona, guide touristique, égyptologue et responsable d'agence, répond conjoncturellement à la nécessité de faire face à une crise qui touche surtout les activités et les lieux « traditionnels » du tourisme. Elle relève toutefois, de manière plus générale, des transformations des

pratiques de loisirs et de consommation que connaît actuellement la société égyptienne. La libéralisation de l'économie s'est traduite ces derniers temps par une accumulation de marqueurs sociaux symboliques et matériels qui témoignent d'une évolution rapide des comportements et des pratiques : l'inventaire est large, de l'ouverture du premier MacDonald en novembre 1993 à l'inauguration des centres commerciaux de type World Trade Center, de la prolifération de supermarchés d'alimentation à l'importation de Mercedes en passant par la floraison des salles de sport et de musculation destinées aux clients des deux sexes.

28 L'émergence de nouveaux espaces touristiques fait pleinement partie de révolution socio-économique interne de l'Égypte et répond en même temps aux transformations de la demande touristique internationale, de plus en plus tournée, elle aussi, vers la villégiature, le tourisme de santé et le sport. Ces espaces connaissent des dynamiques simultanées de convergence entre une demande externe et un marché local, fondées sur une même exigence de qualité de services, mais aussi, nécessairement, sur un ensemble de référents communs. Les régimes amincissants et l'organisation de séjours de santé font partie de ces référents communs et révèlent, de manière moins anecdotique qu'il n'y paraît, un des éléments de définition du phénomène touristique que nous avions évoqué en introduction : son intégration dans un mouvement transnational de valeurs et de comportements. Au même titre, la trajectoire de Mona participe des transformations sociales que connaît l'Égypte de la libéralisation, conciliant à la fois ses convictions' religieuses – musulmane, elle porte le voile[28] depuis le pèlerinage qu'elle a effectué à la Mecque il y a quatre ans – et ses aspirations de femme « moderne »[29]. De ce point de vue, la coexistence, dans un même espace, de femmes européennes en bikini et de femmes égyptiennes voilées n'apparaît plus comme une incongruité du paysage mais révèle le caractère *hybride* des nouveaux espaces de tourisme et la pluralité des pratiques qu'on peut y observer selon des répertoires à la fois locaux, symbolisés ici par le port du voile, et transnationaux : une aspiration commune aux loisirs de plage et à un certain mode de vie (santé et sport).

29 Peut-on imaginer de telles situations en d'autres lieux touristiques, notamment dans la vallée du Nil ? Les contraintes spatiales, mais surtout les situations de tension que nous avons évoquées plus haut laisseraient présumer de difficultés de coexistence entre les conditions de vie locale et les pratiques touristiques, d'autant que ces dernières alimentent largement les thèses de certains tenants de la morale et de l'ordre social. Les tendances pendulaires d'aménagement et de gestion des espaces touristiques - entre un tourisme intégré à l'espace social et un tourisme enclavé et éloigné des zones habitées - se retrouvent transposées dans la production de discours autour du tourisme et la présentation, par les hommes politiques, des programmes de développement touristique. Ceux-ci constituent non seulement un enjeu économique mais aussi un élément structurant des discours sur la société égyptienne, la morale et l'identité locales.

Altérité et identité : problématique de la relocalisation

Polémiques autour du tourisme

30 Les chefs d'État aiment à souligner le principe de « rencontre des cultures » censé présider aux origines du tourisme international. Ce type de discours émerge dans les

années soixante-dix et mêle fascination anthropologique et calcul économique. Le modèle de croissance espagnol des années soixante avait nourri une conception du développement économique fondée sur les activités touristiques, selon un calcul simple : les ressortissants des pays riches industrialisés composent plus de 60 % du flux touristique mondial. Il existe des pays pauvres au potentiel de développement touristique peu exploité. Les activités touristiques feraient fonction de canal de transfert des richesses du Nord vers les sociétés « sous-développées » du Sud[30]. Phénomène « globalisant », sa diffusion tendrait du même coup vers une uniformisation en symbiose des sociétés, entend-on couramment dans les agences internationales.

31 Aux conceptions uniformisantes sont communément opposées les thèses qui se présentent comme fondées sur l'ordre traditionnel, en l'occurrence inspirées des préceptes de l'islam. Les attentats contre des touristes étrangers en Égypte, qui n'ont pas épargné les nouvelles régions touristiques[31], révéleraient une opposition locale radicale aux principes de gestion sociale dictée par le haut – État et institutions internationales étant considérés dans un même ensemble. Ainsi, la crise des activités touristiques comme conséquence d'attentats prenant pour cible des touristes étrangers, au même titre que l'explosion de bombes dans plusieurs banques du Caire – symboles du profit illicite –, pourraient être lues comme la matérialisation d'une rupture entre deux forces en compétition pour l'énonciation d'un projet sociétal : le pouvoir, d'un côté, qui imposerait les lois de l'occidentalisation comme modèle triomphant - dont les touristes étrangers seraient les médiateurs -, et de l'autre côté, les groupes islamistes qui travailleraient à la restitution de l'authenticité endogène. Même si l'on s'en tient à cette perception dichotomique, il convient de s'interroger sur les modalités de correspondance entre les discours produits « par le haut » autour du tourisme et les systèmes d'entrée et d'action des agents dans le champ du tourisme pour tenter d'y repérer les effets de cette structuration « identitaire » des représentations.

32 La fin de l'année 1992 a été marquée par une série d'attentats contre des étrangers, au sujet desquels nombre de personnalités politiques et religieuses ont été amenées à se prononcer. Les débats qui ont animé la presse égyptienne à propos du tourisme ont été déclenchés initialement par un éditorial paru dans le journal *Al-Cha'b*[32] et portant la signature d'une figure emblématique de la scène islamiste égyptienne, *'Adil Husayn*[33]. Les polémiques suscitées par ce texte s'inscrivaient directement dans la conjoncture des attentats perpétrés par les groupes islamistes radicaux, attentats dont les touristes étrangers ont été la cible à diverses reprises. Le journaliste, par ailleurs secrétaire général du parti du Travail, posait dans son article la question du licite (*halâl*) et de l'illicite (*harâm*) dans les activités liées au tourisme en Égypte, mettant en regard une analyse des conséquences sociales et économiques du phénomène et ce que devrait être la position nationale (*mawqif watani*) à son égard. L'argumentation mêlait analyse économique et propos moralistes : ancien marxiste et économiste de formation, l'auteur critiquait, de manière que l'on peut juger convaincante, les modalités d'organisation du secteur touristique, essentiellement tourné vers le secteur privé et les capitaux étrangers et ne stimulant guère l'appareil national de production, tout en condamnant par ailleurs les comportements « corrupteurs » des touristes en terre égyptienne - consommation d'alcool, femmes dénudées sur les plages -, pratiques qu'il présentait comme entrant outrageusement en contradiction avec les valeurs locales,

celles de l'islam : « Nous ne sommes pas contre le tourisme en Égypte, mais pour un tourisme respectueux de nos valeurs. »[34]

33 Les propos de 'Adil Husayn ont été présentés par le pouvoir - par le biais d'une convocation au parquet – comme une justification implicite et une couverture idéologique des actes de violence perpétrés par les groupes islamistes radicaux contre des touristes étrangers. En septembre 1992, une attaque avait été menée contre un bus de touristes dans la région de Qéna. À la fin du mois d'octobre de la même année, une touriste anglaise était tuée dans cette même région – attentat revendiqué puis démenti par la *Jamâ'a islâmiyya.* On peut cependant douter de la popularité de tels actes, tout comme de l'influence réelle des opinions d'intellectuels islamistes sur ceux qui les commettent. La crise du tourisme, conséquence des premiers attentats contre des touristes étrangers, semble plutôt avoir eu pour effet de faire pencher l'opinion publique du côté des autorités. Ainsi, le véritable siège mené par les forces de l'ordre dans le quartier cairote d'Imbâba – qualifié de « république islamique » par certains organes de la presse européenne – en décembre 1992, ainsi que les centaines d'arrestations qui ont suivi, n'ont guère soulevé de réaction, ni chez la population ni chez les différentes forces politiques, intellectuelles et religieuses, hormis bien sûr au sein des groupes islamistes. La mise en péril d'une activité présentée comme essentielle à l'économie du pays pouvait facilement être dénoncée comme mettant en cause l'intérêt national. Dans ce cas précis, ce qui pouvait passer pour un simple élément du discours de l'État se référait à une réalité immédiatement perceptible et signifiante pour les individus, en l'occurrence l'absence de touristes étrangers, la baisse du chiffre d'affaires des établissements touristiques et la fermeture, voire la faillite, des petits commerces dans les zones touristiques.

34 Dans l'affaire soulevée par 'Adil Husayn, la correspondance entre discours idéologiques et pratiques sociales individuelles s'établit sur un ensemble d'arguments comme l'interdiction de consommer de l'alcool, la condamnation des tenues de plages jugées trop légères, etc., sans avoir une prise réelle sur les choix spécifiques des individus. En temps « normal », c'est-à-dire en l'absence de confrontation ouverte, discours et pratiques coexistent sans pour autant entretenir de correspondance causale qui ait un ancrage dans la réalité sociale et qui déterminerait mécaniquement les points de vue et les stratégies d'action des agents du marché touristique.

Deux manières d'accommoder discours et pratiques

35 En 1981, le mensuel des Frères musulmans, *al-Da'wa,* ouvrait un dossier consacré au tourisme en Égypte et au « complot » tramé par les enseignants contre les étudiants musulmans de l'école hôtelière d'Alexandrie. Cinq étudiants décidaient de porter plainte auprès de l'administration, arguant de l'incompatibilité des contenus de l'enseignement avec la religion musulmane. La cuisine au vin, enseignée dans les programmes, ne pouvait en effet être admise par des individus soucieux de morale religieuse, d'autant que l'école, à titre d'établissement public, se trouvait par là même en contradiction avec la Constitution égyptienne, qui puise sa source dans la *shari'a* (loi islamique). L'on évoquait sur le même mode le cas d'un employé d'hôtel qui avait démissionné sous prétexte que les activités des clients – consommation d'alcool, jeu, prostitution – ne pouvaient être admises par un musulman soucieux de la conformité de ses actions avec la morale religieuse.

36 Des affaires de ce type sont régulièrement rapportées dans la presse islamique. Le secteur du tourisme représente un marché de l'emploi particulièrement visible sur la place publique : l'alcool, mais aussi la prostitution, les jeux d'argent et le sida constituent les principales images négatives qu'il est toujours possible de raccrocher au phénomène. Comment, dès lors que ces caractéristiques sont reconnues par nombre d'individus et, de plus, largement diffusées et médiatisées, un employé d'hôtel peut-il gérer à la fois une position économique vitale pour lui et sa famille et les pressions d'une morale sociale et religieuse qui tendrait à stigmatiser son activité professionnelle ?

37 On peut dégager, à titre expérimental, deux formes « idéal-typiques » de gestion des rapports entre, d'une part, l'activité professionnelle et les concessions qu'elle suppose et, d'autre part, la morale définie comme un ensemble de principes normatifs, consensuels, empruntés aux répertoires locaux reconnus comme sources potentielles – le Coran en est une parmi d'autres –, régulant les interactions au sein d'un groupe social, tout en accordant une marge plus ou moins large d'espace possible de transgression. La démarche « réaliste » consiste à admettre conjoncturellement les contradictions et, en quelque sorte, à les « mettre entre parenthèses ». C'est par exemple la position de Muhammad, employé au bar d'un grand hôtel : celui-ci considère qu'il « porte le plus beau prénom du monde, celui du Prophète », mais il faut bien admettre qu'« il existe aujourd'hui deux catégories de Muhammad : les bons et les mauvais ». Il se rattache lui-même à la seconde catégorie par sa proximité quotidienne avec l'alcool et par ce qu'il présente comme une obligation : goûter les cocktails préparés lors des soirées spéciales pour touristes.

38 La seconde démarche, que l'on pourrait qualifier d'« ostentatoire », s'établit sur la base d'une surenchère engageant les pratiques visibles de la religion : lecture du Coran, marque *(zbîba)* sur le front de celui qui prie fréquemment, prière à la mosquée du quartier cinq fois par jour, journal islamique mis en évidence. Ce sont là quelques-unes des pratiques observées dans un magasin touristique de parfum et qui sont apparues au cours des deux dernières années chez certains individus qui y travaillent à plein temps. Leur activité professionnelle, qui suppose le contact avec les étrangers, est présentée explicitement comme une contrainte, en principe incompatible avec la vie de famille et la pratique de la religion. On peut supposer que ce type d'argumentaire recouvre seulement un discours de surface en utilisant une donnée facilement exploitable. Toutefois, la surenchère observée chez les personnes interrogées, en matière de pratique religieuse notamment, rejoint une évolution plus générale des codes sociaux en Égypte, l'affirmation publique d'allégeance à la religion comme principe normatif : certains parleront de « réislamisation » ou de « retraditionalisation ». Or ces expressions sont difficilement opératoires dans le cas des individus employés dans le secteur touristique. Bien au contraire, ces derniers concilient une activité et ses contraintes en adoptant des pratiques extérieures potentiellement condamnables par la morale, tout en faisant leurs les attributs du « bon musulman » ou de ce qu'ils considèrent comme tel.

Touriste et agent local : une approche des interactions mises en œuvre dans le champ du tourisme

39 Entre les deux formes de gestion des contraintes liées au tourisme que nous avons choisi d'évoquer, s'établit une série de positions que chacun peut aisément identifier par la simple observation des pratiques. Les cas individuels sont multiples et font sens dans un ensemble de dynamiques et de positions concurrentielles qui caractérisent l'espace égyptien. On peut souligner que la relation entre morale et contraintes professionnelles s'établit à l'échelle de l'individu et de son environnement proche, tout en engageant un cadre plus large et particulièrement passionnel, héritage des systèmes de représentations duales Nord-Sud, Orient-Occident, etc. En Égypte, tout particulièrement, le tourisme est un objet de polémique récurrent et épineux, d'autant que les formes d'opposition à la présence étrangère sur le territoire se sont traduites ces derniers temps par des actes de violence, entraînant la mort d'une dizaine de touristes étrangers entre 1992 et 1994. Le tourisme acquiert une pleine fonction instrumentale et idéologique dès lors qu'il est introduit dans un espace où règne une compétition aiguë entre des groupes d'individus pour la définition d'un projet de société. Nous proposons ici l'hypothèse selon laquelle le tourisme constituerait un terrain privilégié de visibilité de cette compétition, tant au niveau des pratiques sociales et économiques que de la formulation des enjeux politiques et économiques que le tourisme suscite. Le discours de Adil Husayn traduit une double instrumentalisation de la question du tourisme : les islamistes déplacent sur ce terrain leur confrontation avec l'État et les intellectuels théorisent sur ce même terrain leur différend avec le pouvoir[35]. Quelle est la portée, dans la réalité quotidienne des individus, des confrontations qui s'établissent entre pouvoir d'État, forces politiques d'opposition et groupes d'intellectuels, et quel est le sens accordé à ces discours par les individus précisément impliqués dans le secteur touristique ?

40 Les deux cas individuels ici présentés n'ont de valeur représentative que par la combinaison de caractéristiques qui s'inscrivent dans une évolution structurelle de l'espace social égyptien[36]. Néanmoins, présentées comme telles, elles laisseraient entendre une rupture *de facto* entre deux mondes, celui des touristes et celui des agents du marché touristique. Les premiers évolueraient dans des bulles étanches, les seconds s'accommoderaient de la présence des premiers par intérêt professionnel et sur le mode du bricolage individuel plus ou moins satisfaisant. Ce serait retomber dans une analyse dichotomique qui occulterait l'élément de la définition du tourisme que nous avons choisi de privilégier, à savoir l'interaction, définie comme les « relations syntaxiques qui unissent les actions de diverses personnes mutuellement mises en présence »[37]. Comment s'établit la « syntaxe » qui unit touriste et agent local, et sur quel type de valeur la transaction peut-elle être envisagée et peut-elle s'opérer ?

41 Le tourisme met en scène un ensemble d'acteurs sociaux divers, dont les relations fonctionnent *nécessairement par* transaction de référents mis en commun. Reprenons, en matière d'illustration, la situation de l'employé d'hôtel : d'un point de vue strictement gestionnaire, la qualité des services offerts dans un hôtel international dépend de la formation dispensée aux employés. La formation en école touristique, outre la diffusion d'un savoir technique et spécialisé, a implicitement pour vocation de fournir un ensemble de clefs d'entendement des comportements et des attentes des futures clientèles occidentales[38]. La formation au tourisme et l'accès au marché du travail dans

ce secteur comportent nécessairement une dimension homogénéisante, dans un souci strictement économique d'efficience et d'adaptation à la demande internationale. Le marché touristique est irrémédiablement porteur et créateur de *gages symboliques*[39] nécessaires à l'échange et à la diffusion d'un modèle de fonctionnement, celui d'un hôtel de luxe par exemple. En revanche, il incombe à chaque individu de déterminer la manière avec laquelle il met en cohérence, de son point de vue, les contradictions posées de fait entre la nature de ces gages symboliques et les répertoires identitaires locaux.

42 La production de discours autour du tourisme – défense ou contestation radicale de ce dernier-, semble finalement n'avoir que peu de rapports, dans la pratique, avec les choix des individus concernés au premier chef par les activités touristiques. Gérer à la fois la morale, la religion, l'identité, l'environnement social et culturel et les contraintes liées aux activités du tourisme relève essentiellement de l'individu et de sa capacité à se mouvoir à travers des registres multiples en des lieux multiples. Nous retrouvons là une définition classique de la trajectoire telle qu'elle est donnée chez Bourdieu en termes de « placements et déplacements dans l'espace social, c'est-à-dire, plus précisément, dans les différents états successifs de la structure de la distribution des différentes espèces de capital qui sont en jeu dans le champ considéré »[40]. C'est dans cet esprit que l'observation des pratiques sociales des individus impliqués dans le tourisme nous permettent de dégager les premiers éléments d'une typologie des stratégies d'accès au marché touristique.

En guise de conclusion

43 Les *gages symboliques* que nous avons évoqués à propos de la formation des employés du secteur hôtelier se retrouvent aussi dans la description que nous avons faite des nouveaux espaces du tourisme, certes dans un contexte différent. Il s'agissait de rendre compte des modes d'interaction entre touristes étrangers et acteurs sociaux locaux et des modes de coexistence parfois inattendus de groupes d'individus divers au sein d'un même espace. Les gages symboliques mis en œuvre dans les nouvelles régions touristiques entre diverses clientèles portent non plus seulement sur un contenu standard de valeurs, diffusé et admis afin de répondre aux exigences de gestion d'un établissement touristique, mais sur un ensemble de représentations et de référents mis en commun et identifiables par des pratiques similaires de loisirs et de consommation. Ces référents s'établissent en premier lieu à travers une conception « moderne » du temps des loisirs, conception sur laquelle se fondent les pratiques touristiques. Le terme « moderne » souligne l'historicité du phénomène touristique : la concession d'un espace-temps de loisirs est un processus inscrit dans les dynamiques qui jalonnent les différentes phases d'industrialisation et de complexification des sociétés européennes. Or, l'observation des pratiques de loisirs communes à une population locale et à une clientèle occidentale en évacue du même coup la spécificité culturelle et historique : ce type de pratiques cesse d'être attribué aux seules sociétés européennes. En quelque sorte, les loisirs, et *a fortiori* le tourisme international, sont des produits de la modernité, celle-ci étant entendue comme un ensemble *dynamique* et *extensif* dont les principales caractéristiques sont la séparation des temps de vie – travail/loisirs –, la spécialisation des espaces selon ces deux temps et les mécanismes de *dé-localisation*

entendus comme « l'extraction des relations sociales des contextes locaux d'interaction, puis leur restructuration dans des champs spatio-temporels indéfinis »[41].

44 Les nouveaux espaces du tourisme en Égypte relèveraient du champ spatiotemporel indéfini, dans lequel pourrait se déployer le discours d'agents du marché touristique – ainsi des employés du secteur hôtelier –, véritables « non-lieux » dans lesquels deviendrait possible la conciliation de registres de valeurs et d'actions a *priori* incompatibles. L'analyse exigerait d'étendre l'application des termes aux phénomènes des loisirs et du tourisme, notamment en procédant à l'inventaire des modes de redéfinition – ou re-localisation – des relations sociales entre demande étrangère et clientèle locale. La description des nouveaux espaces du tourisme, ainsi que la présentation d'un cas individuel dans ce qu'il suggère des tendances d'émergence et de convergence d'un marché local des loisirs, suggèrent des pistes de recherche qui demanderaient à être creusées. Là se situerait peut-être une des clefs de compréhension des coexistences « incongrues » – femmes voilées et femmes en bikini –, et de l'incohérence apparente des discours et des trajectoires individuelles. C'est accorder par ailleurs à tout individu une qualité d'ubiquité et de créativité, c'est-à-dire une capacité d'« agir dans plusieurs mondes »[42] à la fois et sur différents registres, selon ses intérêts propres, les enjeux de conjonctures et les transformations sociétales. Ainsi, les espaces du tourisme en Égypte offrent un terrain tout désigné pour une analyse du changement social qui tenterait de dépasser les habituelles dichotomies et qui permettrait de rendre compte de la pluralité de pratiques sociales, de représentations et de discours dans l'espace social égyptien.

NOTES

1. DYAB A. T., *Al-siyâha fi Misr khilâl al-qarn al-tâsi' 'ashar* (Le tourisme en Égypte au XIX[e] siècle), Le Caire, Centre d'histoire et de documentation sur l'Égypte contemporaine, 1994.

2. Le premier terme fait référence à l'exposition qui s'est tenue au Louvre au début de l'année 1994, sous l'intitulé « Égyptomania ». Le second renvoie à BEHDAD A., « Orientalist tourism », *Peuples Méditerranéens* 50, 1[er] trim. 1990.

3. Le tourisme en Grèce pourrait être comparable, bien que l'histoire de l'Égypte ancienne semble avoir davantage d'impact sur les esprits des collégiens.

4. Voir, par exemple, le plaidoyer de Pierre Loti contre les pratiques des touristes au début du siècle : *La mort de Philae,* Calmann-Lévy, Paris, 1908.

5. Sur la mise en place progressive des pratiques liées à ce nouveau mode de voyager, voir VOLKOFF O., *Comment on visitait la vallée du Nil : les guides de l'Égypte,* Institut français d'archéologie orientale, Le Caire, 1967. Le premier guide destiné au voyageur en Égypte date de 1830 alors que le terme de « touriste », d'origine anglaise, n'existe pas encore en français : il ne trouvera ses lettres de noblesse qu'en 1841, sous la plume de Stendhal et de ses *Mémoires d'un touriste.*

6. Par comparaison, en 1990, le Maroc compte 1 touriste pour 7 habitants, et la Tunisie 1 pour 3.

7. En fait, trois sources différentes peuvent être identifiées : le ministère du Tourisme a déclaré dans la presse que les recettes du tourisme s'élevaient à 3 milliards $ en 1992. Les publications statistiques du ministère enregistraient, la même année, un montant de 2,7 milliards $ (Egypt,

Tourism in Figures). Quant à la Banque centrale, elle fait état, pour l'année fiscale 1992-93, du chiffre de 1,7 milliard $ *(Rapport de la Banque centrale).* Quoi qu'il en soit, les différentes sources s'accordent pour enregistrer une baisse des revenus du tourisme (entre 30 et 40 % en 1993 par rapport à 1992), pour des raisons liées à la situation politique égyptienne.

8. Durant le mois de mai 1995, une mission du Conseil supérieur des Antiquités était chargée de répertorier l'ensemble des sites archéologiques en Égypte. Dans le même temps, le ministère du Tourisme procédait à l'inventaire des sources d'eau chaude en vue du développement du tourisme de santé et le ministère de l'Environnement renforçait les mesures de protection des sites naturels (loi de 1993 sur l'environnement). On peut voir là une division du travail bien comprise, mais les conflits de compétences entre services dans certains quartiers de la vieille ville du Caire, après le tremblement de terre de 1992, relèvent plutôt de la compétition entre les différents ministères, notamment en ce qui concerne l'accès aux fonds d'aide internationale.

9. Par exemple, les démarches quantitativistes appliquées au phénomène touristique en Égypte, comme l'application du multiplicateur keynésien, tentent d'évaluer les modes de diffusion en grappe des revenus du tourisme dans l'économie nationale ; voir notamment PY P., *Le tourisme, un phénomène économique,* La Documentation française, Paris, 1991.

10. 100 332 emplois directs enregistrés en 1993, répartis dans les branches de l'hôtellerie, des établissements publics, des agences de voyage et des transports, auxquels il faut ajouter les emplois dans le transport aérien et les 3 500 guides touristiques recensés *(Étude sur les emplois dans le secteur touristique* conduite par le ministère du Tourisme et la Capmas, 6 vol., octobre 1993). L'étude comptabilise les emplois directs et ne tient pas compte de la diffusion en grappe des activités touristiques, et donc des emplois induits par le tourisme. Selon les multiples sources journalistiques, le nombre d'individus concernés par le tourisme en Égypte varie entre un et dix millions.

11. Ce mandat a duré de 1984 à 1993. Remplacé par Mamdûh al-Baltagi en novembre 1993, Fu'âd Sultan était présenté comme un champion de la libéralisation apprécié des hommes d'affaires étrangers et des institutions économiques internationales. Son remplacement fait suite à une affaire de financement d'un projet touristique important sur les bords de la mer Rouge, affaire qui avait été débattue à l'Assemblée du Peuple.

12. Une croisière sur le Nil est aujourd'hui relativement accessible aux ménages à revenu moyen. Crise oblige, les tour-opérateurs français proposaient, en décembre 1994, des « packages » pour la somme de 3 500 F, transport et visites compris, pour une semaine. Une journée en demi-pension sur bateau cinq étoiles est facturée par l'agence locale à moins de 40 $ au tour opérateur étranger.

13. HARRISON D., « Learning from the Old South by the New South ? The Case of Tourism », *Third World Quaterly,* décembre 1994. En ce sens, le secteur touristique peut constituer l'entrée en matière d'une analyse des modalités de mise en œuvre d'une politique de libéralisation. Toutefois, les études sur la question sont quasiment inexistantes en ce qui concerne la période récente. Voir cependant NASHATM., *Tourism and Economic Development in Egypt,* PhD soutenu à l'université de Strathclyde, 1977.

14. Je fais ici référence au slogan d'une agence israélienne, « Vous avez lu le livre, vous aimerez le pays », illustré d'une pierre gravée qui évoque les Tables de la loi.

15. *Al-Ahrâm,* 26 septembre 1992.

16. Certes, on peut présumer que ces derniers, lorsqu'ils se rendent en Égypte, le font rarement pour y faire du tourisme. Toutefois, lors de séminaires sur la coopération régionale, on a pu entendre certains politiques et hommes d'affaires avancer opportunément des chiffres de touristes palestiniens comme preuve des échanges entre les Territoires autonomes et l'Égypte (Séminaire sur les « Relations économiques entre l'Égypte et la Palestine », Le Caire, 20-21 mars 1995 ; communication de Fu'âd Sultan, ancien ministre du Tourisme).

17. La comparaison entre les demandes locale et internationale peut justement constituer une étape d'analyse dynamique du phénomène touristique et de son impact en termes de transformations sociales.

18. Nous prendrons pour objet les situations de mise présence du touriste occidental et de l'agent local, communément présentées de manière schématique ou dichotomique. Nous délaissons provisoirement le tourisme arabe, qui compose une part importante des mouvements touristiques en Égypte – sans doute plus de la moitié des flux depuis le début des années quatre-vingt-dix – et suscite par ailleurs des interrogations qui nous éloigneraient en partie du projet initial.

19. Louxor passe de 10 000 à 15 000 habitants entre 1897 et 1917 ; Karnak-nouveau est créé. Entre 1976 et 1986, Louxor-ville passe de 93 798 à 125 404 habitants, soit une augmentation de 33,6 % et un taux de croissance annuel moyen de 2,95 %.

20. Il faut noter l'organisation particulièrement centralisée au Caire de la production de biens touristiques. Ainsi, les souks du Caire, de Louxor, mais aussi de Sharm al-Sheikh et d'Hurghada (le commerce avec le Soudan confère une relative spécificité au souk d'Assouan) ne diffèrent guère les uns des autres, proposant une gamme de produits finalement très limitée et que l'on retrouve dans toute l'Égypte.

21. Force est de constater que ces solutions d'urgence ne sont plus guère évoquées depuis la reprise des circuits dans la vallée du Nil et la remise en circulation des bateaux de croisière : les touristes occidentaux sont en effet revenus depuis le mois de juillet 1995. Notons cependant que, si les attentats contre les touristes ont pratiquement cessé, les affrontements entre la police et les islamistes se poursuivent à un rythme quasi quotidien.

22. LEVI M., « Le tourisme et la villégiature en Égypte, leur importance numérique et économique », *L'Égypte contemporaine,* janvier 1912, p. 257-281.

23. SANMARTIN O. et SEGUIN J., « Sous les mines, la plage. L'espace littoral de la mer Rouge : reconversion et spécialisation d'une interface », *Égypte-Monde arabe 22,* 2e trimestre 1995.

24. En février 1993, la Banque mondiale attribuait au gouvernement égyptien la seconde tranche d'un prêt de 350 millions $ en vue de faciliter l'investissement dans ces régions, de développer les infrastructures touristiques et de protéger l'environnement.

25. Cette formule se situe entre la location et l'investissement financier : par exemple, le client achète un appartement ou un chalet pour la somme de 300 000 livres égyptiennes (£e) pour une période de 10 ans et jouit de son bien durant un mois de l'année. La société hôtelière qui gère le complexe en dispose le restant de l'année et verse chaque mois au client une sorte de droit d'usage, en l'occurrence une somme de 3 000 £e. Au bout de 10 ans, le client a non seulement retrouvé son capital initial mais en a aussi tiré quelques bénéfices, d'autant que l'entretien incombe à la société hôtelière.

26. La définition classique et géographique de cette notion en termes de mise à distance et d'enclavement se retrouve dans la littérature courante concernant la typologie des espaces touristiques : voir par exemple LOZATO-GIOTARD J.-P., *Géographie du tourisme,* Masson, Paris, 1994.

27. Entretien conduit en septembre 1994.

28. Voile que je qualifierai de « coquet », assorti aux couleurs de la robe, du chemisier ou du pantalon ; c'est la forme la plus répandue, par opposition au voile islamique uni et ample qui couvre tout le buste.

29. Le port du voile ne suffit guère à faire valoir des convictions religieuses personnelles. En revanche - et nous entrons là dans des considérations plus subjectives qui tiennent à la nature de la relation entretenue avec l'interviewée -, son discours d'ensemble témoigne pour le moins d'un *choix de* construire en partie une *image de soi* conforme aux principes de vie édictés par la religion. Et à mon sens, parce que cette démarche procède d'un choix personnel, elle n'exclut pas des pratiques et des termes que d'aucuns qualifieraient de « modernes ».

30. LANFANT M.-F, « Le tourisme dans le processus d'internationalisation », *Revue internationale des sciences sociales* vol. XXXII, n° 1, Unesco, 1980.

31. En fait, un seul attentat a été perpétré dans ces régions, le 27 septembre 1994, dans le souk touristique d'Hurghada, entraînant la mort d'un touriste allemand et de deux Égyptiens.

32. *Al-Cha'b (*journal affilié au parti du Travail, de tendance islamiste), 02/10/92.

33. A propos de 'Adil Husayn, voir BURGAT F., « Communisme, nationalisme, islamisme : itinéraire d'un intellectuel égyptien », *Égypte/Monde arabe* 5, mars 1991.

34. Ce qui est aussi la position des acteurs de « l'islam officiel », notamment celle des dignitaires de l'institution sunnite d'al-Azhar.

35. Sur ce point, voir ROUSSILLON A., « Changer la société par le *jihâd :* "sédition confessionnelle" et attentats contre le tourisme. Rhétoriques de la violence qualifiée d'islamique en Égypte », *in* Ricardo Bocco et Muhammad Reza Djalîli (éd.), *Moyen-Orient fin de siècle. Migrations, démocratisations, médiations : enjeux locaux et internationaux,* PUF, Paris, 1994.

36. Les situations présentées ici résultent d'un travail d'enquête et d'observation étalé sur les deux dernières années. Elles ont été retenues en raison de la combinaison de caractéristiques dont elles témoignent, présentées comme telles par les enquêtés et qui se retrouvent de manière plus ou moins explicite chez nombre d'agents du marché touristique. Ces enquêtes constituent le terrain préparatoire d'une recherche en cours concernant l'identification des acteurs du tourisme.

37. GOFFMAN E., *Les rites d'interaction,* Minuit, Paris, 1974.

38. Les manuels d'enseignement des écoles hôtelières sont le plus souvent des traductions ou des synthèses d'ouvrages anglo-saxons et français. L'organisation et la gestion d'un hôtel empruntent généralement aux modèles français.

39. Terme emprunté au sociologue anglais A. GIDDENS *(Les conséquences de la modernité,* L'Harmattan, Paris, 1994, édition anglaise 1990) : L'auteur désigne par gages symboliques « des instruments d'échange pouvant circuler à tout moment, quelles que soient les caractéristiques spécifiques des individus ou des groupes qui les manient ».

40. BOURDIEU P., *Raisons pratiques, sur la théorie de l'action,* Seuil, Paris, 1994 ; voir en particulier le chapitre intitulé « L'illusion biographique ».

41. GIDDENS A., *op. cit.,* p. 30.

42. DODIER N., « Agir dans plusieurs mondes », *Critique,* juin-juillet 1991.

INDEX

Mots-clés : identité locale, tourisme, patrimoine

AUTEUR

SANDRINE GAMBLIN

IEP-Cedej