L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais

Inmaculada Diaz Soria

▶ **To cite this version:**

Inmaculada Diaz Soria. L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais. Géographie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2018. Français. NNT : 2018TOU20066 . tel-02446112v2

HAL Id: tel-02446112
https://theses.hal.science/tel-02446112v2

Submitted on 20 Jan 2020

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 Fédérale
Toulouse Midi-Pyrénées

THÈSE

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par :

Université Toulouse - Jean Jaurès

Présentée et soutenue par :
Inmaculada Díaz Soria

le 19 octobre 2018

Titre :

L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais

---

École doctorale et discipline ou spécialité :
ED TESC : Géographie et aménagement

Unité de recherche :
CERTOP-Centre d'études et de recherche Travail Organisation Pouvoir-UMR 5044

Directeur/trice(s) de Thèse :

Vincent Vlès
Professeur des Universités, Université de Toulouse-Jean Jaurès

Jury :
Asunción BLANCO-ROMERO, Professeur, Université Autonome de Barcelone, Examinateur
Sylvie CLARIMONT, Professeur, Université de Pau et des Pays de l'Adour, Rapporteur
Michèle LALANNE, Professeur, Université de Toulouse-INU Champollion, Examinateur
Mathis STOCK, Professeur, Université de Lausanne-Institut de géographie et durabilité, Rapporteur
Luc VACHER, Maître de conférences, Université de La Rochelle, Examinateur
Vincent VLÈS, Professeur, Université de Toulouse-Jean Jaurès

Image 1. Groupe visitant le quartier Gòtic.
Source : auteure, 2015.

Remerciements

À Vincent Vlès pour m'avoir acceptée et accompagnée, même dans les moments les plus difficiles.

Aux rapporteurs, Mathis Stock et Sylvie Clarimont, pour le temps consacré à ce travail et pour l'avoir amélioré substantiellement.

Aux membres du jury pour leur disponibilité et pour avoir contribué à ce travail avec leurs observations et propositions.

Aux membres de mon comité de suivi de thèse, Saskia Cousin et Asun Blanco-Romero, pour leur disponibilité et leurs conseils.

À l'équipe du CERTOP et de l'école doctorale TESC pour le soutien, l'accueil, la disponibilité et l'opportunité de vivre cette aventure.

Un grand merci à Étienne qui a pris le temps et a eu la patience de lire la deuxième version de ce texte et de le simplifier. Les lecteurs te seront reconnaissants !

Aux amis et à la famille qui ont activement contribué à l'amélioration du texte en français grâce à leurs relectures : Guillaume, Christine, Elo et Typhaine, merci pour vos yeux magiques et votre temps !

À Diana pour tout le soutien moral, logistique, scientifique, amical, pour faire le chemin plus doux. À Séb pour m'avoir hébergé des innombrables fois.

À Marine, Marie, Socrate, Mathieu, Carina, Mihaela, Mayka, Steve, Olfa… à tous les doctorants et post-doctorants ayant partagé une partie de ce chemin avec moi.

À Sébastien Rayssac pour sa confiance.

À Jelmer pour me pousser à chercher plus loin.

A Gemma, Josep Maria i tot l'equip TUDISTAR per la confiança i per fer-me sentir com a casa. A Joan Carles i Francesc pel treball en comú.

À tous les organisateurs et participants pour avoir participé à cette enquête, partagé leurs expériences et avoir fait possible la réalisation de ce travail.

Aux acteurs de Pau et des promenades de Jane, même si ces deux terrains ont finalement dû être écartés : à l'équipe de Ville d'art et d'histoire à Pau pour l'accueil sympathique et pour la mise à disposition de leurs questionnaires et aux organisateurs et participants contactés dans le cadre des Promenades de Jane pour leur temps et disponibilité.

À Destination Patrimoine pour m’avoir accompagnée dans ce chemin.

A todos aquellos que me han soportado estos años. A Deborah por su hospitalidad y amabilidad en mi retiro forzado de escritura. A Rita por haberme puesto en contacto con Deborah.

A mis padres y a mi hermano por haberme permitido llegar hasta aquí. À ma famille ch’ti pour le support.

À Peio et Fiona pour ne pas avoir détruit mon matériel avant la fin du parcours. À Rut et tous les autres baby-sitters pour les avoir contrôlés et m’avoir permis d’aboutir dans ce travail de recherche.

À Manue pour me supporter, m’encourager, m’accompagner, me consoler, m’inspirer… Il n’y a pas assez de verbes pour décrire ta participation à cette aventure. Sans toi, elle ne serait certainement pas arrivée à sa fin (izmir).

Avertissement

L’enquête de terrain de ce travail de recherche a été réalisée à Barcelone (Espagne) entre décembre 2013 et décembre 2016. Par conséquent, les expériences ici analysées se situent en amont des différents événements marquants de la vie catalane en 2017 : l’attentat du 17 août à la Rambla et la crise institutionnelle à la suite de la déclaration d’indépendance de la Catalogne vis-à-vis de l’Espagne en novembre.

Petite aide au lecteur…

Quelques expressions utiles…

Public local : ensemble d'individus résidant dans la ville et la région métropolitaine où la visite guidée a lieu. Cette expression est utilisée pour parler de tous les individus qui peuvent potentiellement devenir des visiteurs dans leur propre ville. Elle est parfois remplacée par **visiteur de proximité** ou **visiteur d'ici**, notamment lorsqu'il s'agit de parler d'un individu précis.

Résident : Habitant permanent de la ville.

Touriste classique : touriste selon la définition officielle de tourisme, celui qui apparaît dans les statistiques, celui dont il n'y a pas de doute sur sa condition de touriste. Lors de l'analyse, cette expression est parfois remplacée par **visiteur d'ailleurs** (en raison de la comparaison avec le visiteur d'ici).

Visite guidée de proximité : ou **visite de proximité**, cette expression fait référence aux visites guidées destinées essentiellement à un public local, même s'il peut y avoir des visiteurs d'ailleurs parmi les membres du groupe.

Visiteur non-résident : Habitant temporaire de la ville.

*Signes typographiques des **transcriptions** des entretiens réalisés :*

« » Guillemets utilisés pour ouvrir et fermer des citations à l'intérieur des citations.

[ ] Élément rajouté par la chercheuse pour favoriser la compréhension du lecteur (p.e. pour compléter une phrase sans sujet ou sans verbe).

[…] Contenu supprimé dans le but d'abréger.

Autres informations :

- Les citations en espagnol, en catalan et en anglais extraites des différentes publications consultées ont été traduites au français par l'auteure. La phrase dans sa langue d'origine est citée dans la note en bas de page correspondante.
- Les extraits des transcriptions des entretiens aux visiteurs en espagnol ou catalan sont accessibles dans l'Annexe XI.

Sommaire

Remerciements **3**

Avertissement **5**

Petite aide au lecteur… **7**

Sommaire **9**

Introduction générale **11**

Chapitre 1. Le contexte contemporain du tourisme, entre mobilités multiples, distances et proximités nouvelles **33**

Chapitre 2. L'expérience touristique à travers la visite guidée **57**

Chapitre 3. Phénoménologie et expérience de l'espace **85**

Chapitre 4. Méthodologie **103**

Chapitre 5. Visiter **159**

Chapitre 6. Faire visiter Barcelone **277**

Chapitre 7. Ancrage des visites guidées de proximité de Barcelone dans l'espace et le temps de la ville **311**

Chapitre 8. Visiter sa propre ville, une expérience touristique ? Réflexions finales **339**

Table des matières **371**

Table des figures **381**

Tableaux **384**

Images **386**

Cartes **387**

Bibliographie générale **389**

Annexes **403**

Resumen **561**

Resum **563**

Introduction générale

« Peut-on éprouver le frisson de la découverte dans une ville que maints et maints touristes ont sillonné avant soi ?

Peut-on espérer avoir le plaisir d'une errance solitaire dans un endroit à la carte de toutes les agences de voyages de la planète ?

Peut-on tomber amoureux d'un lieu déjà connu et apprécié de tous ? »

(Daniel Fiévet, « Le temps d'un bivouac » France Inter, émission du 1er août 2017)

Ces trois questions introduisaient en 2017 une émission radio consacrée aux propositions permettant la découverte des éléments insolites et secrets de Venise, une ville qui reçoit chaque année des millions de touristes et qui constitue le paradigme d'une destination profondément impactée par le tourisme de masse. Dans cette émission, d'un côté, un des invités venait présenter son livre *Venise insolite et secrète* (Éd. Jonglez). La collection *Insolite et secrète* propose un accès à des aspects inconnus de nombreuses villes d'un point de vue alternatif par rapport aux circuits officiellement promus : elle invite le lecteur (résident et touriste) à se mettre dans la peau d'un explorateur, à fuir la foule lors de sa visite et sortir hors des sentiers battus. De l'autre côté, une autre invitée, une photographe, présentait une exposition qu'elle avait dédié à Venise donnant lieu à une nouvelle manière d'approcher cette ville à travers son regard. Le regard de cette photographe montrait une Venise solitaire, dans la brume, méconnaissable en dehors de la saison touristique et des heures de pointe, le visage désert d'une ville massifiée.

À travers ces deux outils, le livre *Venise insolite et secrète* et l'exposition photographique, le grand public accède à deux Venise, distinctes entre elles et de celle des circuits officiels, mais sans doute également de celle vécue par ses propres habitants. À Barcelone (Espagne), différentes propositions permettent de découvrir la ville autrement. Nous nous intéressons au regard que chaque individu pose sur un quartier en fonction du moment, de son expérience vécue lorsqu'il parcourt sa ville en compagnie d'un guide conférencier, lorsqu'il devient étranger sur un terrain logiquement familier,

qu'il se surprend à chaque pas, même si les traces qu'il laisse en visitant sa propre ville ne font que se superposer à celles du visiteur étranger, souvent identifié à un groupe en sandales, appareil photo autour du cou rougi par le soleil, et bien mal à propos coiffé de chapeaux mexicains... Redécouvrir Barcelone après les touristes ou l'aventure de devenir l'Autre chez soi, voici les éléments au cœur de ce travail.

1. Redécouverte du « proche » et expérience touristique : questions et hypothèses

Visiter la ville insolite et secrète, la regarder hors des circuits et des temporalités touristiques, ces expériences situent l'individu au cœur de sa propre découverte des lieux. Elles sont accessibles à tout visiteur potentiellement intéressé, résident et non-résident. Ce phénomène n'est pas exclusif de Venise ou de Barcelone. À Paris, l'une des villes occupant chaque année les premières places des statistiques mondiales relatives au nombre de touristes accueillis, des structures comme l'association *Promenades Urbaines* (Aguas et Gouyette 2011) décrivent leur activité et leur public potentiel de la manière suivante :

> « [Promenades Urbaines] invite des promeneurs perspicaces, d'habitants avertis, de touristes éclairés [à des promenades urbaines permettant] aux participants d'acquérir et de construire les clefs d'une lecture critique des espaces parcourus. Dans les lieux en mutation, elle facilite la compréhension des évolutions en cours » (« Les missions de l'association » 2016).

Les résidents cibles de ces initiatives sont ici décrits comme « avertis » et les touristes ciblés comme étant « éclairés », les deux s'intéressant à ces promenades comme un moyen pour approfondir leurs connaissances de la ville. Le touriste ici ciblé est donc loin du profil de l'*idiot du voyage* (Urbain 2002), d'un individu visitant une destination mise en scène pour lui, consommateur naïf d'une destination inauthentique. Pour autant, il n'est pas non plus un voyageur tel qu'il est décrit dans cette opposition entre un touriste *idiot* et un *voyageur* intelligent : ce dernier est censé découvrir un lieu pour la première fois ou du moins de manière indépendante, tel un explorateur d'autrefois ; et les visiteurs participant à ces initiatives visitent les lieux à partir d'ouvrages ou d'images ou de guides, même si la nature de ces propositions est insolite et secrète. Ils se laissent porter par des recommandations, regardant à travers les yeux ou les mots d'autres individus passés par ces lieux avant eux.

Suivant l'idée proposée par l'association Promenades Urbaines et par la collection *Insolite et secrète* selon laquelle cette offre de découverte intéresserait essentiellement des individus ayant un rapport aux lieux préalable à l'expérience de la visite, qu'ils connaîtraient déjà ces lieux grâce à des expériences touristiques ou non-touristiques vécues en amont et que les liens construits lors de ces expériences antérieures nourriraient l'envie d'approfondir les connaissances personnelles, **nous émettons l'hypothèse que l'expérience de cette visite relève de la redécouverte** plutôt que de la découverte[1] (voir Tableau 1, p. 16).

Différentes questions émergent en lien avec cette hypothèse : comment cette expérience de la redécouverte (si redécouverte il y a) s'articule-t-elle ? De quelles manières les visiteurs qualifient-ils les lieux visités lorsque ces lieux constituent également la scène d'une partie de leurs pratiques quotidiennes ? Quelles sont les similarités et les différences entre les sens attribués aux espaces familiers, de proximité, et ceux attribués aux destinations visitées en dehors de l'environnement habituel ?

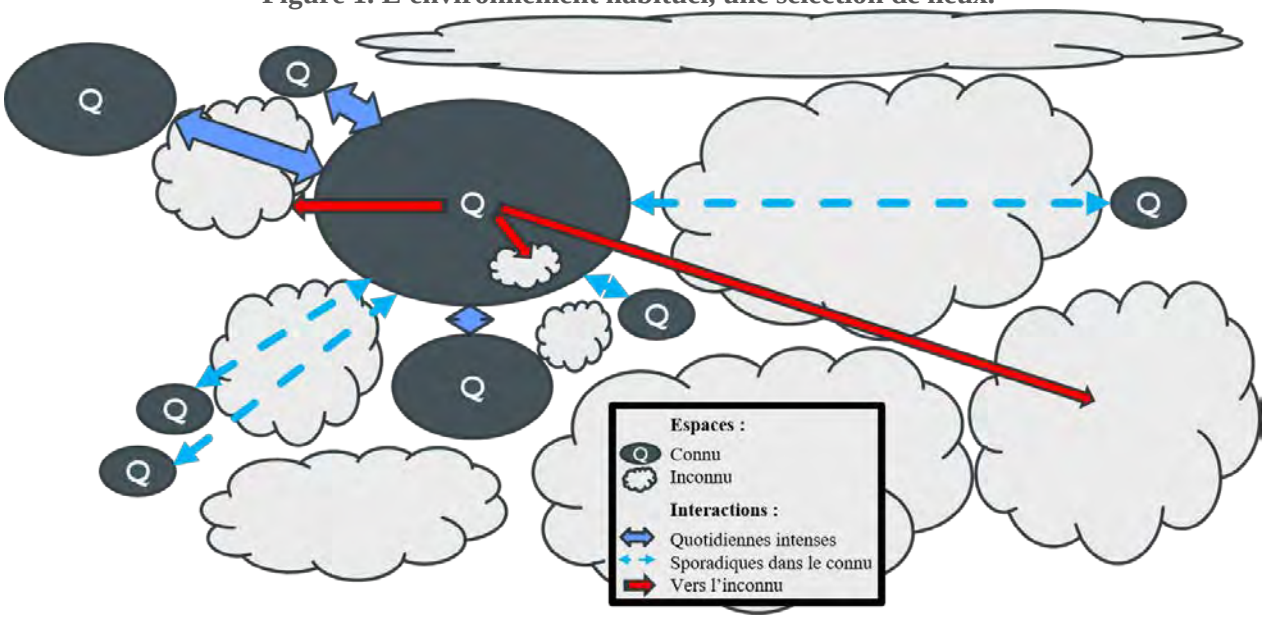
En effet, la notion de la redécouverte est inévitablement liée à ce qui est connu et à l'inconnu, au fait de répéter l'action de la découverte sur un même espace. En ce sens, le tourisme, une activité traditionnellement liée à la découverte et à la rencontre de l'Autre, est défini comme :

> « un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires » (Organisation Mondiale du Tourisme 2018).

Dans le contexte actuel d'une société très mobile, mondialisée et fortement connectée (Ascher 2000; Bourdeau 2013; S. Lash et Urry 1994), définir les limites de l'environnement habituel n'est pas simple et relève finalement de la compréhension de la subjectivité du visiteur, de ce qu'il considère comme faisant partie ou non de son environnement habituel. Suivant cette idée, différents auteurs proposent de représenter cet environnement comme une sélection de lieux (Govers, Van Hecke, et Cabus 2008) où les lieux du quotidien et les lieux familiers -visités plusieurs fois (Celhaiguibel 2013) ou liés à des expériences passées (Pearce 2012)- sont représentés (voir Figure 1).

[1] Nous nous referrons souvent dans ce travail à la (re)découverte avec le préfix *re* entre parenthèses au lieu de nous exprimer directement utilisant la notion de la redécouverte car, à ce stade, elle n'est qu'une hypothèse.

Figure 1. L'environnement habituel, une sélection de lieux.



Source : auteure, 2018.

Ainsi, dans le contexte actuel, il ne s'agit pas pour l'individu de parcourir de longues distances pour se surprendre (Vacher 2014), l'inconnu peut très bien se trouver à quelques pas de chez lui et intéresser la pratique touristique. En ce sens, l'individu contemporain voyagerait plutôt dans sa subjectivité en adoptant consciemment un point de vue différent de celui qu'il adopte lors de ses pratiques quotidiennes :

> « C'est ainsi qu'il devient possible de voyager à quelques pas de chez soi. […] La rupture et le mouvement priment sur l'espace objectif qui devient autre parce qu'il est abordé autrement. On aura beau prétendre, à tort, tout connaître du monde, y compris ses taches blanches, celles-ci émergeront au sein même des esprits qui poursuivront leurs rêves de découverte, d'émancipation et de renouvellement par le voyage » (Christin 2000, 14).

C'est dans ce sens que nous employons la notion de la redécouverte. Cette notion émerge alors différemment pour chaque individu en fonction de son système de repères, de ses représentations et de ses expériences passées. « Être visiteur c'est […] souvent être considéré comme extérieur et de passage dans les lieux » (Bossé 2010, 17). Nous nous intéressons aux processus permettant la redécouverte : d'un côté, la transformation du résident en visiteur (d'une condition permanente à un état passager au sein d'un même espace) ; de l'autre, le processus de création et de valorisation des éléments permettant à l'espace quotidien de devenir une destination de proximité.

Nous faisons l'hypothèse que **la redécouverte est possible par un enchainement de processus de déterritorialisation et de reterritorialisation** (voir Tableau 1, p. 16), le premier permettant

l'adoption du regard du touriste (Urry et Larsen 2011), celui favorisant l'identification des éléments inconnus et curieux de la destination, le deuxième contribuant à la création de nouveaux liens de familiarité avec des espaces réputés connus mais parcourus dans le cadre d'une visite culturelle. Cette expérience viendra donc nourrir les représentations de l'individu et sera mobilisée à l'occasion de ses expériences futures (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016; Bossé 2010; Schütz 1993). De ce point de vue, l'individu construirait et déconstruirait constamment ses rapports à l'inconnu, d'un côté, légitimant la mise en destination de l'espace quotidien et, de l'autre, provoquant sa propre transformation en visiteur au sein de cet espace.

De nombreux travaux se sont penchés ces dernières années sur ces questions concernant la redécouverte et les liens tissés entre les individus et les lieux grâce à la pratique touristique ou des loisirs.

Les thèses de Marion Viollet (2011) et Camille Jutant (2011) évoquent les jeux et les rallyes en tant que dispositifs alternatifs d'accès à la culture et au patrimoine, accessibles à tous, visiteurs d'ici et d'ailleurs.

Émilie Pamart (2011) fait référence aux Journées du Patrimoine comme mécanisme de territorialisation. En effet, par l'ouverture des sites patrimoniaux, monuments classés ou petit patrimoine, elle identifie des processus de création de sens et, par conséquent, de liens entre les visiteurs et la ville.

Anne Watremez (2009) se penche sur les processus de patrimonialisation à partir des rapports existant entre la ville et les habitants et notamment aux sens que ces derniers attribuent à leur environnement urbain. Les habitants sont définis dans son travail comme des pratiquants de la ville et, par conséquent, comme des personnes compétentes pour déterminer les éléments constitutifs du patrimoine local.

Dans son analyse du phénomène de la visite comme expérience spatiale singulière, Anne Bossé (2010) s'intéresse particulièrement aux notions de perception et d'expérience, à la coproduction de l'espace, ainsi qu'à la distinction entre habitant, visiteur et passant.

Dans sa thèse centrée sur l'expérience de l'espace des marcheurs dans les Pyrénées, Devanne (2005) défend une version hybride de l'habitant et le touriste, les décrivant comme des usagers d'un espace qu'ils sont tous les deux susceptibles de visiter.

Libéra Berthelot (2012) se penche également sur l'expérience de la marche dans des espaces montagnards. Elle s'intéresse notamment aux itinéraires alpins pour repenser les rapports entre tourisme et mobilité en interrogeant les dichotomies classiques de la recherche en tourisme, notamment celles opposant lieu de vie/lieu récréatif et quotidien/hors quotidien.

Dans un contexte plus général, Hécate Vergopoulos (2010) s'est intéressé aux guides de voyage imprimés comme dispositifs touristiques permettant la circulation des légendes. Il place les légendes au cœur d'une manière particulière d'habiter temporairement le monde. En se penchant notamment sur les notions de légendaire, curieux et insolite, il analyse les types de rapports entre les objets qualifiés de ces notions par les guides touristiques et l'individu lecteur/voyageur. Sa démarche analytique se structure autour des interactions touriste/destination construites à partir d'un discours étiqueté « alternatif » par les auteurs de ces guides, du fait des éléments insolites qu'ils contiennent.

Claudine Celhaiguibel (2013) se penche sur le phénomène de la revisite dans le but de comprendre les dynamiques mises en œuvre lors du retour à une destination connue.

Sur cette question, Elizabeth Condamines (2006) s'interroge sur les rapports individuels et collectifs à l'espace et au temps des vacanciers de proximité dans une destination du littoral breton. Les vacanciers ayant fait l'objet de sa recherche résident à proximité de la destination et entretiennent avec elle des liens intenses de familiarité qui ne s'expliquent pas seulement par cette proximité, mais surtout par le choix régulier d'un même lieu comme destination habituelle des vacances.

En définitive, ces exemples récents de la recherche en France confirment que la façon dont le visiteur (qu'il soit touriste, résident ou autre type d'usager de cet espace) approche l'espace attire l'attention des chercheurs. Cela justifie son inclusion dans les enjeux contemporains du tourisme et des loisirs (Coëffé, Stock, et Violier 2017). Cet enjeu se situe dans un contexte de transition touristique, caractérisé notamment par une mise en question des notions traditionnellement mobilisées (Dehoorne et al. 2003). Ainsi, dans cette transition, les dichotomies classiques telles que celles que nous avons déjà évoquées (quotidien/hors quotidien, touriste/habitant ou ici/ailleurs) ont été dépassées (Bourdeau et Berthelot 2009). Notre recherche s'inscrit complètement dans cette transition. Nous expliquerons ultérieurement comment nous utilisons la dichotomie ici/ailleurs.

Suivant les idées présentées, l'expérience de la redécouverte se déroulerait dans la subjectivité d'un individu et serait possible grâce à une pratique précise, grâce à un dispositif de médiation touristique (Vergopoulos 2013). C'est à travers ce dispositif que l'expérience peut avoir lieu. Nous avons fait le choix d'analyser la participation de différents individus à une activité en principe associée au tourisme, telle que les visites avec un guide conférencier autour de thématiques historiques ou légendaires (Widtfeldt Meged 2010; Zillinger, Jonasson, et Adolfsson 2012). L'analyse de l'expérience de la redécouverte de l'espace quotidien à travers les propositions de visites guidées et des processus qui y sont associés nous permettra de nous interroger sur le caractère touristique ou non-touristique de ces propositions.

Ainsi, en prenant comme référence les expériences vécues par un même individu ici (à travers ces visites à proximité de chez lui) et ailleurs (ses expériences de voyage traditionnellement qualifiées de touristiques), nous nous interrogeons sur **l'essence de l'expérience touristique et** sur **le rôle que la proximité et la distance jouent dans cette expérience**. Même si nous employons pour cela la dichotomie ici/ailleurs -que l'évolution actuelle de la notion de distance rend toute relative-, nous la mettons à l'épreuve pour un même individu. Cette perspective constitue l'originalité de notre proposition.

Nous cherchons effectivement à déterminer si la distance constitue une partie essentielle de l'expérience touristique. Cela nous mène à la question suivante : **l'expérience de la redécouverte de l'espace quotidien peut-elle être qualifiée de touristique ?** (voir Tableau 1, p. 16).

À travers l'analyse des similarités et des différences dans la manière dont un même visiteur expérimente la visite de destinations lointaines d'un côté et des espaces quotidiens devenus des espaces d'intérêt pour la visite de l'autre, nous cherchons finalement à comprendre l'expérience touristique dans le contexte mondialisé et postmoderne actuel. La notion de l'expérience touristique a effectivement été maintes fois conceptualisée, mais elle est mise à l'épreuve dans un contexte caractérisé par la dé-différentiation (S. Lash et Urry 1994) entre l'ordinaire et l'extraordinaire, l'infusion du tourisme (Lussault 2007), l'hybridation des lieux et des pratiques touristiques et non-touristiques (Corneloup 2017), un contexte où la mise en tourisme de l'ordinaire est considérée comme l'une des trajectoires du tourisme contemporain (Condevaux, Djament-Tran, et Gravari-Barbas 2016).

Suivant la tendance des chercheurs contemporains d'interroger les théories et les notions classiques du tourisme et de porter leur intérêt, par exemple, vers les aspects banals du phénomène (Kaaristo et Rhoden 2017), le rôle de la vie quotidienne dans la construction de l'imaginaire touristique (Chen et Chen 2017), la familiarité dans le cadre d'un voyage du point de vue des espaces de la destination (Clarke et Bowen 2015; Pearce 2012) ou encore vers la familiarité dans le voyage du fait de rendre visite à des individus familiers (Griffin 2017), l'objet de notre recherche s'inscrit également dans ce contexte où la perception de la familiarité et de l'altérité devient floue et des expériences ordinaires et extraordinaires s'entremêlent.

En effet, ce cadre est associé à la postmodernité, caractérisée par une mise en question des valeurs fondamentales et des grands récits, remplacés par une approche relativiste et individualiste des phénomènes. Cette approche favorise la possibilité d'une mise en tourisme des lieux ordinaires (Aguas et Gouyette 2011). L'après-touriste se caractérise par la pluralité de ses comportements (G. Hughes 1995), par une multiplicité d'attentes et de désirs (Condevaux, Djament-Tran, et Gravari-Barbas 2016; Gombault 2011). Il n'est pas uniquement attiré par la beauté et l'exceptionnalité des sites et des hauts-lieux du tourisme et de la culture, mais également intéressé par le quotidien des populations locales, indépendamment de leur originalité et qualité esthétique.

Ce cadre nous permet effectivement d'analyser l'intérêt des visiteurs vers leur espace ordinaire, celui des représentations en lien avec leur quotidien. Néanmoins, si les lieux que nous allons analyser sont ordinaires pour ces visiteurs, ils sont également très touristiques, ils attirent un nombre important de touristes. Par conséquent, il s'agit de **cerner l'expérience vécue de la visite pour un public local dans des lieux ayant un intérêt touristique global** (voir Tableau 1, p. 16). Les lieux proposés dans le cadre de ces visites apparaissent dans les guides touristiques de la ville de Barcelone, notre terrain d'étude, et sont fréquentés par de nombreux visiteurs étrangers, mais font aujourd'hui l'objet d'une offre particulière de visites proposant une connaissance plus approfondie de ces lieux, ce qui ouvre ces propositions au public local.

Le développement de cette offre destinée essentiellement au public local fait émerger plusieurs questions : comment ces activités se développent-elles ? Quels sont les éléments en commun avec l'offre touristique classique ? Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi la scène de la vie quotidienne ? En définitive, comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ?

Tableau 1. Objectifs, questions de recherche et hypothèses**.**

Objectifs	1) **Comprendre l'expérience touristique** à travers ce qu'un même individu expérimente lors de ses expériences touristiques ailleurs et lors des visites de redécouverte dans sa propre ville. 2) Cerner l'expérience vécue de la visite pour un **public local dans des lieux ayant un intérêt touristique global**. 3) Décrire le processus de **mise en visiteur du résident** et de **mise en destination de la région de résidence** en comparaison avec les processus à l'œuvre dans une expérience touristique classique.
Questions	➢ **L'expérience de la redécouverte de l'espace quotidien peut-elle être qualifiée de touristique ?** Comment les visiteurs qualifient-ils les lieux visités lorsque ces lieux constituent également la scène d'une partie de leur vie quotidienne ? Quelles sont les similarités et les différences entre les sens attribués aux espaces de proximité et ceux attribués aux destinations visitées en dehors de l'environnement habituel ? **La distance est-elle un élément constitutif de l'essence de l'expérience touristique ?** ➢ **Comment l'expérience de la redécouverte s'articule-t-elle ?** Quels sont les éléments communs entre l'offre de visites de proximité analysée et l'offre touristique classique ? Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi le lieu de résidence habituelle ? Comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ? ➢ Quels sont les **impacts de l'expérience de la redécouverte** au sein d'un espace de proximité par rapport aux **impacts d'une expérience touristique classique** ?
Hypothèses	a) L'expérience proposée dans le cadre de l'offre de visites de découverte d'une ville pour un public essentiellement local est une forme d'**expérience touristique**. b) Le visiteur résident met de la distance (psychologique) pour transformer son environnement habituel en destination (déterritorialisation). **Il peut alors adopter le regard du touriste**. Ensuite, il mobilise cette expérience pour requalifier son lieu de vie (reterritorialisation). c) La **destination** faisant l'objet de l'expérience de la redécouverte est **éphémère et en constante évolution**. d) L'expérience d'être **visiteur au sein de sa propre ville** rend l'individu **coproducteur de l'espace** à deux niveaux : en tant que **visiteur** et en tant que **résident**.

Source : auteur, 2018.

Pour pouvoir proposer l'expérience de la redécouverte, ces acteurs doivent a priori construire leur offre sur la base de la nouveauté et de l'inconnu. En ce sens, nous nous interrogeons sur la temporalité de la destination de proximité proposée et faisons l'hypothèse que **cette destination**

est éphémère et en constante évolution (voir Tableau 1), car, une fois l'expérience de la visite vécue, les éléments nouveaux et inconnus ne le sont plus et intègreraient donc les représentations de l'individu et sa sphère familière (voir Figure 1). D'après notre hypothèse, cela oblige les acteurs à chercher constamment l'altérité dans l'espace proche.

Finalement, même s'il a été indiqué que le voyage vers l'altérité dans le cadre de ces visites de lieux proches est essentiellement psychologique, il n'est pas moins physique, car, d'un côté, il parcourt des lieux tangibles et, de l'autre, le visiteur, avec le guide et le reste du groupe, occupe l'espace et le transforme par sa présence et par ses actions dans une logique de coproduction (Edensor 2001). Ainsi, nous pouvons nous demander **quels sont les impacts de ces expériences sur la destination** (voir Tableau 1, p. 16). Bailly (2013) dénonce un contexte où la libre circulation du flâneur est menacée. Il défend l'envie de visiter la ville comme une envie de la connaître, de se l'approprier et de renouer avec elle des rapports affectifs. Les visites guidées ne peuvent pas être associées à l'idée de l'errance, car elles proposent un parcours défini. L'appropriation et le renforcement des liens émotionnels avec la ville pourraient cependant représenter des effets positifs de l'expérience de la redécouverte à travers la visite guidée de proximité de proximité.

2. Barcelone, ville touristique à (re)découvrir

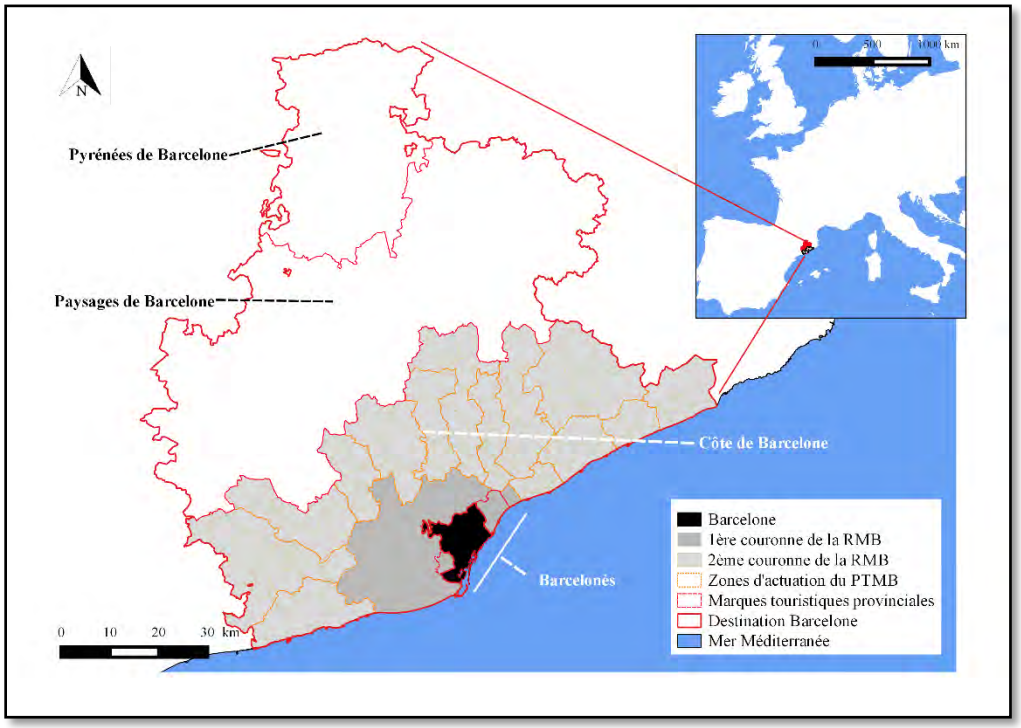
Cette thèse est née d'un constat identifié sur le terrain : la prolifération à Barcelone (Espagne) de propositions de visites guidées majoritairement destinées aux résidents de la ville et de sa région métropolitaine. Ce constat a été fait sur cette ville grâce à la proximité de la chercheuse avec ce territoire, étant elle-même originaire et résidente de cette région pendant une vingtaine d'années, ce qui l'obligera à réaliser un travail herméneutique préalable à l'enquête de terrain, tel qu'il sera détaillé dans le chapitre méthodologique.

Barcelone est une ville espagnole située au Nord-Est de la péninsule Ibérique (voir Carte 1). Elle est la capitale de la province du même nom et de la communauté autonome de la Catalogne, formée par quatre provinces[2]. Ses 101,35 km^2 accueillaient 1.620.809 habitants en 2017 (Institut d'Estadística de Catalunya 2018), soit environ trente pour cent de la population de la province et vingt pour cent de la population catalane.

[2] Barcelone, Gérone, Lleida et Tarragone.

Cette ville au bord de la Méditerranée est le centre d'une région métropolitaine (RMB) distribuée en deux couronnes[3], comme on peut l'observer sur la Carte 1. La première couronne, connue comme l'Aire Métropolitaine de Barcelone (AMB), occupe un espace de 636 km^2. En 2012, elle comptait 3.239.337 habitants (source Àrea Metropolitana de Barcelona 2017). Cela signifie, toujours d'après le site officiel de l'AMB, qu'elle représente deux pour cent de la surface de la Catalogne et qu'elle concentre un peu plus de quarante pour cent de sa population. Ainsi, l'AMB fait partie des dix régions métropolitaines les plus grandes et les plus peuplées d'Europe (Esteban 2003; Sogues 2010).

Carte 1. La région métropolitaine de Barcelone et sa situation en Europe



Source : auteure utilisant les bases cartographiques téléchargées sur les sites de l'ICC (2014) et d'Eurostat (2014)[4].

La deuxième couronne correspond notamment à l'ensemble des quatorze zones du Plan Territorial Métropolitain d'Aménagement de Barcelone (PTMB) (Comissió d'ordenació territorial metropolitana de Barcelona 2010) en dehors de l'AMB (voir Carte 1). Ce plan découpe le territoire

[3] Le terme « couronne » a été directement traduit du catalan et de l'espagnol « corona ». D'après les deux langues officielles de cette région, la RMB se compose de deux couronnes autour de Barcelone.

[4] Les informations publiées par le Département d'Aménagement du Territoire du gouvernement catalan (Comissió d'ordenació territorial metropolitana de Barcelona 2010) et par l'administration provinciale de Barcelone (Diputació de Barcelona 2012) ont permis la réalisation de cette carte.

de la RMB en différentes zones afin d'optimiser la mise en œuvre des actions d'aménagement prévues dans le cadre de ce plan.

La Carte 1 illustre un deuxième découpage territorial, celui destiné à la promotion touristique à partir de la **Destination Barcelone** et ses trois appellations (Côte de Barcelone, Paysages de Barcelone et Pyrénées de Barcelone[5]). Cette distribution territoriale est essentiellement basée sur des atouts identifiés comme attractifs pour le tourisme (les plages, la montagne, les paysages ruraux). Ces trois noms ont été conçus avec l'objectif de faire bénéficier les territoires autour de la ville de Barcelone de la notoriété internationale de celle-ci.

En effet, le nom Destination Barcelone s'inscrit dans une stratégie marketing sous le titre de « *Barcelona és molt més* » ([Barcelone, c'est beaucoup plus !]), visant à attirer les touristes qui visitent Barcelone vers l'ensemble de la province (Diputació de Barcelona 2012). D'après les statistiques officielles, en 2013, sept millions et demi de touristes (Turisme de Barcelona et Diputació de Barcelona 2014) ont visité Barcelone et, en 2015, ils ont été plus de huit millions (voir Tableau 2). Plus de six millions et demi d'entre eux sont des touristes internationaux (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona 2016a).

Tableau 2. Classement des principales villes touristiques européennes[6].

		2005	2015	% var. 2015/2005
Touristes	1 Londres */**/***	24.592.570	29.600.000	20,4
	1 Paris	15.399.820	15.239.185	-1,0
	3 Berlin **	6.464.522	12.369.293	91,3
	4 Rome **	6.789.750	11.257.492	65,8
	5 Madrid	5.912.310	8.932.651	51,1
	6 **Barcelone**	**5.656.848**	**8.303.649**	**46,8**

Source : Barcelona Turisme, Diputació de Barcelona et Ajuntament de Barcelona (2016a).

Barcelone n'a pas toujours été une destination touristique importante. Même si le premier guide dédié aux « étrangers » avec des informations pratiques concernant la ville a été publié en 1776

[5] Traduction en français des termes en catalan : « Costa de Barcelona », « Paisatges de Barcelona » et « Pirineus de Barcelona ».

[6] *Région métropolitaine. **Hôtels et autres types d'hébergements payants. ***Visites aux amis et à la famille (« visiting friends and relatives » [VFR]) comprises. Note : Les données pour Londres et Rome sont des estimations.

(Palou Rubio 2016), le développement touristique de Barcelone a réellement démarré après l'organisation des Jeux Olympiques en 1992. Pour cet événement, Barcelone a été profondément réaménagée : elle regarde vers la mer, des quartiers entiers ont été renouvelés (Sokoloff 1999), de nouvelles infrastructures ont été créées et des architectes prestigieux ont contribué à ces aménagements avec des œuvres emblématiques. En même temps, l'œuvre de Gaudi a été mise en valeur ainsi que la Barcelone moderniste (Jiménez et Prats 2006).

Il y a également eu une restructuration sur le plan des acteurs institutionnels touristiques, avec notamment la création de Turisme de Barcelona en 1993, juste après les JO. Il s'agit d'un partenariat public-privé formé par la Chambre de Commerce, de l'Industrie et de la Navigation, la Fondation *Barcelona Promoción* et la Mairie de Barcelone. Cet organisme est le responsable de la promotion touristique de la ville et gère les offices de tourisme et le bus touristique. Son principal objectif est de donner une cohérence à la promotion et à l'offre touristique de la ville (« Professionals Turisme de Barcelona » 2017). Il organise également des visites guidées thématiques avec un guide conférencier, les *Barcelona Walking Tours*, très similaires aux visites faisant l'objet des expériences analysées dans cette recherche, mais essentiellement destinées à un public touristique.

D'autres acteurs institutionnels touristiques sont la Diputació de Barcelone (DIBA), à l'échelle de la province, et l'Agence Catalane de Tourisme (ACT) à l'échelle de la communauté autonome catalane. Ces structures ne s'occupent pas de la ville, mais constituent un référent pour les visiteurs barcelonais intéressés par les espaces au-delà de Barcelone.

D'un côté, la DIBA, l'organisme gouvernemental à l'échelle provinciale, a les compétences en tourisme à l'échelle supra-locale. Son rôle est de fournir une assistance technique (avec du conseil et du support), économique (par le biais d'aides, fonds et crédits) ou matérielle (mise à disposition directe de personnel de la DIBA). Les objectifs de cette structure sont, premièrement, d'optimiser la qualité des services proposés aux visiteurs à l'échelle locale et, deuxièmement, de garantir la bonne distribution territoriale de ces services. Leur site web est un portail d'informations touristiques pour les visiteurs et un outil pour les professionnels (« Turisme i Agenda a prop de Barcelona » s. d.). Le public de proximité (pour eux, les résidents de la Catalogne) est particulièrement visé (Diputació de Barcelona 2012).

D’un autre côté, l’ACT est l’organisme du partenariat public-privé responsable de la promotion touristique à l’échelle de la Catalogne. Turisme de Barcelona est l’un de ses membres, avec le gouvernement catalan (la Generalitat), le Conseil Général des Chambres de Commerce de la Catalogne et les services touristiques des quatre provinces catalanes. L’ACT, dans son format actuel, existe depuis 2010. Son siège est situé au Palau Robert, un bâtiment emblématique du Passeig de Gracia, à proximité de la Pedrera de Gaudí. Cette situation centrale octroie à l’ACT le rôle de « vitrine du tourisme catalan pour les Catalans »[7]. Il s’agit donc d’une source d’informations de proximité pour les Barcelonais lorsqu’ils cherchent à redécouvrir leur région.

Depuis 1993, le développement touristique de Barcelone s’est accéléré et la ville est entrée en concurrence avec les grandes métropoles à l’échelle mondiale, ce qui a entrainé des conséquences sur la gestion durable de la ville :

> « Se voulant “globale”, la ville est entrée dans un système concurrentiel et s’est engouffrée dans un partenariat avec le secteur privé où celui-ci impose ses propres règles de rentabilité liées au système financier international » (Vlès 2011, 20).

Les stratégies de promotion proposent une « réduction narrative » (*ibid.*) de l’histoire et du patrimoine barcelonais, limitant la zone touristique à quelques endroits (Borja 2010) « de regards obligés » (Bailly 2013, 192). Dans ce contexte, la concentration des flux touristiques dans ces zones précises et l’antagonisme qui caractérise les rapports entre différents usages et différents usagers de l’espace public de Barcelone (Vlès 2010b) ont fait émerger des tensions entre touristes et population locale.

En 2015, le parti politique *En comú podem* (Podemos), issu du mouvement citoyen des *Indignés*, remporte les élections locales avec, à sa tête, Ada Colau, ancienne activiste anti-expulsions : des propriétaires étaient chassés de leurs logements sur requête entre autres d’établissements bancaires, en raison de prêts non remboursés. Ce phénomène a été accentué du fait de la crise économique de 2008. Les priorités annoncées par cette équipe municipale sont les politiques sociales et la lutte contre la corruption. Dans ce cadre-là, en lien avec l’intense développement touristique de la ville ces dernières années (voir Tableau 2) et l’émergence concomitante d’une réaction anti-touristique

[7] Affirmation recueillie lors de l’entretien à Abel (27/11/2013), promoteur de visites pour un public essentiellement local à Barcelone.

d’une partie de la population locale, la gestion durable du tourisme est considérée comme une question prioritaire.

La question touristique à Barcelone sera discutée dans le chapitre dédié à l’ancrage des visites guidées de proximité dans l’espace et le temps de la ville. Nous nous pencherons alors sur les propositions et actions envisagées et mises en œuvre notamment dans le cadre des plans stratégiques pour ce secteur.

Le choix de Barcelone comme terrain de cette recherche s’explique par le constat du développement d’une offre de visites culturelles visant essentiellement un public local et de proximité dans un contexte, d’un côté, de massification touristique et, de l’autre, de rejet du tourisme par une partie croissante de la population locale. Ces contradictions fournissent un cadre intéressant pour l’analyse de l’expérience vécue par les visiteurs barcelonais dans la redécouverte de Barcelone.

3. Structure et chapitres

La curiosité et l’intérêt pour la redécouverte d’espaces en principe associés au quotidien s’inscrivent dans le cadre conceptuel de la postmodernité, dans un contexte marqué par le processus de mondialisation et de compression de l’espace et du temps (Harvey 1990) lié au développement des moyens de transport et des nouvelles technologies de l’information et de la communication (NTIC). Dans notre **premier chapitre**, nous constatons que les lieux ordinaires deviennent intéressants pour le tourisme dans un contexte après-touristique. Ce cadre permet également une évolution dans la conceptualisation du tourisme : d’une forme exceptionnelle d’évasion, de dépaysement et de rencontre de l’Autre et de l’exotique, à une pratique habituelle.

Dans un monde déjà parcouru et bien connecté (Baudrillard et Guillaume 1994; Verlomme 2008), l’expérience touristique est à portée de main (ou de clic) (Ascher 2000; Michel 2012). Par conséquent, lorsque la distance n’est plus garante du dépaysement, les espaces de proximité deviennent des destinations potentielles. Le dépaysement viendrait alors, d’un côté, de la marginalité de l’expérience par rapport au quotidien et, de l’autre, de la prédisposition de l’individu à rester accessible à l’inconnu (Vacher 2014). Cette affirmation est valable d’un point de vue situant le tourisme comme une pratique favorisant l’accès à l’inconnu, à la découverte et à la rencontre de l’Autre (Ceriani et al. 2005), ce qui n’est pas toujours le cas, notamment lorsque le touriste visite

toujours la même destination (Celhaiguibel 2013) et se limite à *changer d'évier* (Juan 1999; Coëffé, Stock, et Violier 2017). En étudiant, pour un même individu, son vécu de ses expériences touristiques dans une destination lointaine et lors de la visite guidée de sa propre ville, nous nous demandons quel est le degré de familiarité et d'altérité dans les deux types de visites et quels sont les éléments constitutifs du dépaysement, notamment lorsqu'il s'agit de découvrir autrement un espace déjà vécu au quotidien.

Devant la difficulté d'accéder aux visiteurs (Graburn 2002), nous avons fait le choix de nous centrer sur l'expérience (touristique ?) des participants à un type d'expérience en particulier : la visite guidée (Chapitre 2). Néanmoins, la (re)découverte de la ville peut avoir lieu grâce à d'autres dispositifs, à l'instar des safaris urbains ou de la visite d'un musée éphémère (Gambiasi et Vialle 2011).

Le visiteur peut également être autonome : les offices de tourisme proposent depuis longtemps des plans touristiques pour que les visiteurs découvrent la ville par eux-mêmes, suivant le parcours et les informations écrites sur le plan. Du classique plan de la ville proposant différents itinéraires jusqu'à l'utilisation de nouvelles technologies (Lambert, Julia, et Deramond 2015), de nombreuses possibilités s'ouvrent à ceux qui cherchent une approche thématique et divertissante de la ville. Les balades nocturnes proposées à Marseille à l'occasion de *Marseille 2013-Capitale Européenne de la Culture* illustrent le rôle des nouvelles technologies dans ce type d'activités de découverte de la ville (*ibid.*). À l'aide d'un dispositif de réalité virtuelle, les visiteurs de Marseille étaient en capacité de suivre différents parcours proposés dans la ville. À la différence des visites guidées classiques, la proposition marseillaise donnait une certaine liberté de choix au visiteur concernant l'itinéraire. Tel un plan touristique fourni par l'office de tourisme, la balade nocturne de Marseille permettait au visiteur de choisir sa route et le dispositif s'adaptait à ses choix, dans la limite d'un espace précis, comme le soulignent Lambert, Julia et Deramond (*ibid.*).

Le même principe concerne les guides écrits (Vergopoulos et Flon 2012). Aujourd'hui, des guides destinés aux visiteurs au sens large, à savoir aussi aux résidents (Vergopoulos 2013) qu'aux touristes ayant une connaissance préalable de la destination, sont publiés et promeuvent la découverte de la ville en autonomie (Ramírez Muro et Sierra Carbonell 2008; Vergopoulos 2011). Ces ouvrages proposent des circuits jalonnés de points d'intérêt et donnent les informations en

rapport à ces « curiosités ». Le visiteur choisit de s'arrêter ou non aux repères proposés et choisit également l'ordre de sa visite, comme dans le cas de Marseille.

Dans ce même registre, les rallyes thématiques (Beaucham-Aligny, Houvenaghel, et Wilhelm 2011) et les chasses au trésor (aussi connues avec l'anglicisme *geocatching*) (Boudelaire et Cova 2008) invitent les participants à parcourir les rues, guidés par des pistes leur permettant de découvrir la ville avec de nouveaux yeux. D'un côté, pour un public éminemment touristique « à la recherche de produits alternatifs et participatifs », les rallyes constituent « un réel outil de découverte » (Beaucham-Aligny, Houvenaghel, et Wilhelm 2011, 24). De l'autre, ils sont « conçus comme des moyens de réappropriation du territoire par les habitants » (2011, 24). Suivant cette idée, ces propositions jouent, comme le soulignent Boudelaire et Cova (2008), un rôle d'animation sociale du territoire et valorisent des « éléments du petit patrimoine, anecdotes, légendes, patrimoine immatériel, naturel ou encore des savoir-faire locaux, de professionnels ou [d']amateurs » (2008, 9).

Toutes les propositions ici évoquées contribuent non seulement à l'épanouissement de l'individu, mais aussi à la construction de l'image du territoire. Dans un contexte mondialisé, l'image du territoire est une ressource économique et symbolique (Lenoir-Anselme 2008). Le choix du patrimoine représenté, la perspective choisie et les espaces proposés montrent la stratégie territoriale choisie pour ces espaces (Beaucham-Aligny, Houvenaghel, et Wilhelm 2011). Réveiller l'intérêt des visiteurs locaux s'inscrit dans une stratégie selon laquelle ces visiteurs deviendront des ambassadeurs de la destination (Gold 2010).

La pratique de la visite guidée, notamment lorsqu'elle est menée par un guide conférencier, est souvent associée à l'industrie touristique. En effet, le format de ces visites permet la concentration en un seul parcours d'une série de sites et d'informations présentés d'une manière cohérente, ce qui permet d'accéder rapidement aux principaux points d'intérêt d'une destination (Hallin et Dobers 2012; Overend 2012; Widtfeldt Meged 2010). Ce dispositif de médiation touristique, cet outil de (re)découverte de la destination, est souvent mis en question, car de nombreux chercheurs considèrent que le visiteur en visite guidée ne voit que ce que le guide lui montre, qu'il n'a aucune volonté propre et qu'il ne visite donc que ce que les responsables de la destination souhaitent lui montrer (Boorstin 1961; Christin 2008). En ce sens, Schmidt décrit cette pratique comme une expérience insulaire (1979).

À l'opposé, des études plus récentes introduisent la visite guidée comme une expérience coproduite par le touriste, le guide et tout ce qui les entoure (Jonasson et Scherle 2012; Larsen et Widtfeldt Meged 2013). De ce point de vue, la figure du guide est clef, car il décide du parcours, du discours et de différents aspects de la mise en scène de la visite. Ses fonctions traditionnelles d'éclaireur, de clef d'accès à des espaces interdits ou éloignés du regard quotidien, ainsi que de médiateur et de responsable du groupe par rapport à l'environnement (Cohen 1985) sont toujours d'actualité, même si elles ont évolué pour s'adapter au contexte contemporain du tourisme urbain. Expérience touristique et visite guidée sont au centre de notre **deuxième chapitre**.

Suivant les hypothèses présentées précédemment, nous proposons que l'état mental d'ouverture du visiteur face aux éléments d'intérêt situés dans son espace quotidien soit le résultat d'un processus complexe de déterritorialisation qui demande un effort de construction de l'étrangeté. Utilisant les termes proposés par Tuan (1990) concernant le regard du visiteur et de l'autochtone, il s'agit dans ce processus d'abandonner temporairement le regard (complexe) du résident pour adopter le regard (simple) du touriste. De ce point de vue, le voyage serait possible indépendamment de la distance parcourue pour accéder à la destination, car il serait lié au positionnement psychologique de l'individu face à un espace (Urry et Larsen 2011). Ce phénomène s'opère à différents niveaux, mais l'échelle du corps et de l'esprit constitue un niveau essentiel de sa compréhension. Pour cela, nous avons choisi une méthode tirée de l'analyse phénoménologique interprétative pour cerner les expériences des visiteurs, dont la phénoménologie inspire le cadre conceptuel.

Le **troisième chapitre** permettra de comprendre dans quelle mesure la phénoménologie, en tant que cadre sur lequel se base une partie de la méthode utilisée, peut contribuer à la compréhension des dynamiques déclenchées par la pratique de la visite guidée au sein de la région de résidence de l'individu. À titre introductif, la phénoménologie peut être définie comme « l'approche philosophique de l'étude de l'expérience »[8] (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009, 11). Les auteurs ici cités décrivent dans leur ouvrage les différentes nuances entre pratiquants de la phénoménologie, mais ont identifié une tendance générale qui consiste à chercher à comprendre les mécanismes de l'expérience d'être humain et notamment « en termes d'éléments qui nous importent, qui constituent notre monde vécu »[9] (*ibid.*, 11). En d'autres termes, la phénoménologie propose une lecture du monde à travers la conscience de chacun. Suivant cette idée, il n'y aurait

[8] « Phenomenology is a philosophical approach to the study of experience ».
[9] « […] in terms of the things which matter to us, and which constitute our lived world ».

pas un seul monde commun à tous, mais une multitude de mondes, chacun appartenant à une conscience :

> « La géographie ne désigne pas une conception indifférente ou détachée ; elle concerne ce qui m'importe ou m'intéresse au plus haut degré : mon inquiétude, mon souci, mon bien, mes projets, mes attaches. […] La "géographie" demeure, d'ordinaire, discrète, plus vécue qu'exprimée. […] Un même pays est autre pour le nomade, autre pour le sédentaire » (Dardel 1990, 46).

En géographie, le courant phénoménologique est mobilisé afin d'appréhender cette diversité de géographies vécues, de pratiques et de valeurs, par « une lecture symbolique des emplacements et des mouvements des corps au sein d'un espace potentiellement partagé » (Hoyaux 2016, 11). La phénoménologie interroge l'expérience du monde par la conscience (A. Duhamel 2014). Autrement dit, elle permet de comprendre le monde à partir de chaque individu en tant qu'actant, d'un côté comme producteur des lieux par ses pratiques, par ses représentations, ses émotions, ses savoirs, ses imaginaires, sa manière de lire et d'appréhender les phénomènes spatiaux, ses envies (Dehoorne et al. 2003) ; de l'autre, l'individu est actant, car il est protagoniste de son monde, et les caractéristiques de ce monde conditionnent la capacité d'action de cet individu sur les lieux et son interprétation des actions des autres.

De ce point de vue, la perspective phénoménologique est pour nous une porte d'entrée à l'expérience de la (re)découverte, car elle nous permet d'accéder aux éléments constitutifs de cette expérience pour chaque individu qui expérimente. En effet, pour la phénoménologie, l'être construit sans cesse le monde qu'il habite à travers les relations qu'il entretient avec les autres objets et habitants qu'il rencontre (ou dont il ressent l'absence), à travers l'intentionnalité ou la non-intentionnalité (Henry 1995; Meyor 2007). C'est-à-dire, le monde n'est pas ici considéré comme un espace objectif qui déterminerait l'existence de tous les éléments qui en font partie dans une relation unidirectionnelle, mais il est en perpétuelle construction par l'individu qui, pour cette construction, se base sur deux types d'éléments. D'un côté, le monde dans lequel il s'est incarné (là où il se trouve parce qu'il y est né, sa famille y réside, par ses caractéristiques socioéconomiques, en raison de la période historique qu'il vit...) lui fournit des informations. De l'autre, l'individu apporte au monde des significations spatiales, sociales et temporelles (Hoyaux 2002) qui résultent de ses rapports aux autres. Il est effectivement un sujet localisé, inséré *là* (Salanskis 1997), mais il construit son monde et se construit à l'intérieur de ce monde, et ce par les interrelations avec le reste des éléments, présents et absents (Hoyaux 2016).

La phénoménologie propose donc d'accéder aux dynamiques engagées entre le sujet et son monde à partir d'une expérience, d'un événement, d'une situation permettant de focaliser l'observation. Pour nous, cette expérience est celle de la visite ici ou ailleurs (de la visite guidée de proximité ou du voyage vers une destination touristique classique).

Notre **quatrième chapitre** se penche sur les outils mis en place pour analyser l'offre de visites guidées destinées essentiellement à un public local à Barcelone : des entretiens avec les professionnels du secteur, des documents en lien avec cette offre et de l'observation participante. Ensuite, le choix de l'analyse phénoménologique interprétative (IPA) sera discuté. Cette méthode permet d'accéder en profondeur à l'expérience vécue d'un individu en concret et comparer les cas de différents individus ayant vécu des expériences similaires (Antoine et Smith 2016). Nous l'avons mobilisée afin de cerner le vécu des visiteurs participant aux visites guidées à Barcelone ainsi que leurs expériences touristiques ailleurs.

L'IPA se base sur un petit échantillon, car l'objectif de cette méthode est de gagner en profondeur plutôt que d'analyser superficiellement une large population. Elle ne vise pas à proposer des modèles universels, mais à valoriser l'existence de certains aspects de l'expérience qui échappent aux démarches quantitatives. Au lieu de nous pencher sur des individus modèles et de réaliser de moyennes pouvant effectivement montrer des tendances, il s'agit en définitive d'analyser des individus réels insérés et en relation avec leur monde, avec leurs propres corps, repères, imaginaires et intentionnalités. Les résultats ne seront sûrement pas représentatifs d'une majorité de cas, mais permettront de mettre en évidence l'existence d'éléments pouvant passer inaperçus autrement.

Adoptant une perspective idiographique, le **cinquième chapitre** parcourt, un par un, les différents témoignages des participants aux visites guidées de proximité. L'objectif est d'identifier ce qui constitue l'expérience de la visite ici et du voyage ailleurs pour chacun d'entre eux. En nous centrant sur la manière dont un même individu expérimente (imagine, vit, se souvient de) la visite ici et le voyage ailleurs, nous visons à extraire l'essence de l'expérience de devenir visiteur. Différents thèmes communs à différents visiteurs ont émergé, mais seront développés dans le dernier chapitre.

Le **sixième chapitre** présente l'offre des visites guidées destinées essentiellement à un public local à Barcelone. Les témoignages des professionnels interviewés permettront de dessiner le panorama de cette offre, notamment concernant l'histoire de ces propositions et la construction des parcours

et des discours. Les liens entre le développement de ces propositions et la crise économique de 2008 seront mis en lumière ainsi que la variété de profils des entrepreneurs et leurs rapports à la ville de Barcelone.

Le **septième chapitre** contextualise cette offre au sein de la ville en tant que scénario de l'expérience. Ainsi, la (re)découverte à travers ces propositions est ancrée dans un espace-temps précis, similaire et différent de celui d'autres types de visites guidées, telles que les *Walking Tours* proposés par l'office de tourisme ou les promenades de Jane à Barcelone. Ce cadre spatio-temporel est particulièrement intéressant dans une Barcelone massifiée où des mouvements de rejet du modèle touristique actuel émergent et différents plans sont proposées pour décongestionner la ville et gérer le développement touristique. Ces groupes de visiteurs contribuent-ils à la massification ou constituent-ils un pont entre touristes et résidents ?

La compréhension de l'expérience vécue lors du voyage et de la redécouverte est particulièrement intéressante dans un contexte où la proximité devient un attrait et de nouvelles activités se créent pour attirer un public local vers, d'un côté, des pratiques traditionnellement associées au tourisme (telle que la visite guidée) et, de l'autre, des lieux largement investis par les touristes (lieux ordinaires pour le public local avec un intérêt global). Le **chapitre 8** développera les super-thèmes issus du chapitre 5 (déplacement et distance, destination et lieux visités, le visiteur, les interactions avec l'Autre et le retour), mettant en perspective ces questions avec les résultats obtenus des chapitres 6 et 7. Onze composantes seront identifiées comme étant communes à l'expérience de la visite guidée de proximité et à l'expérience du voyage ailleurs. L'**expérience touristique** sera finalement définie comme le moyen à travers lequel l'individu se déplace dans sa subjectivité et devient visiteur et comme ce que le visiteur éprouve lorsqu'il se rend corporellement et émotionnellement disponible pour ce changement.

Les dernières pages du chapitre 8 feront office de conclusions générales afin de repositionner les différents résultats, d'accentuer les limites de l'approche adoptée et d'ouvrir des perspectives dans l'étude des rapports des individus à l'espace (hors) quotidien.

Chapitre 1. Le contexte contemporain du tourisme, entre mobilités multiples, distances et proximités nouvelles

« Le métro freine dans un grand crissement métallique. […] La station est construite comme un puits dans les entrailles de la ville : nous sommes à plus de vingt mètres de profondeur sous le niveau de la Seine. Tel Jules Verne dans son Voyage au centre de la Terre, j'ai la sensation de remonter le temps jusqu'aux origines. Et pas besoin de la cheminée d'un volcan pour pénétrer ces entrailles souterraines, pas besoin du Nautilus pour passer sous les eaux… Moi, j'ai le métro ! ».

L. Deutsch (2009), Métronome: l'histoire de France au rythme du métro parisien, p. 13.

1. Introduction

Si la pratique du voyage est présente dès l'antiquité, les origines du tourisme sont associées aux voyages des jeunes aristocrates au XVIIIe siècle, le Grand Tour (Équipe MIT 2005; Jiménez et Prats 2006; Vacher 2014). Le Grand Tour symbolisait le passage à la vie adulte, une sorte de rituel

d'arrivée à la maturité (Muñoz 2015) pendant lequel les jeunes aristocrates européens parcouraient différents pays avant de s'occuper des affaires familiales. D'après Muñoz, le Grand Tour « concentrait les trois éléments du tourisme : le déplacement ludique, l'hospitalité et le retour »[10] (2015, 87). Certains auteurs situent les origines du terme « tourisme » à la moitié du XIXe siècle, avec la création de l'agence de voyages Thomas Cook. D'autres considèrent qu'il s'agit d'un phénomène beaucoup plus récent, de la moitié du XXe siècle, qu'il s'est développé avec la généralisation des voyages pour le plaisir (Dumazedier 1963; Muñoz 2015).

Avant le Grand Tour, on parle d'odyssées, de nomadismes, de pèlerinages, de grands navigateurs, d'explorateurs, de *vrais* voyageurs, etc. Ces voyageurs ont pour la plupart des motivations précises (l'expansion commerciale, la quête spirituelle, l'occupation de nouveaux territoires ou l'étude scientifique de géomorphologies et de populations lointaines). Ils ne se déplacent pas pour le plaisir, cela vient (ou pas) avec le voyage. Pour preuve, l'expérience du pèlerin du Moyen Âge était très loin du plaisir. Jean-Didier Urbain (2002) affirme que le pèlerin était très conditionné par un environnement hostile, il ne choisissait ni sa route ni la durée de son voyage. En définitive, il n'avait pas d'alternative.

Si les premiers voyages pour le plaisir étaient réservés aux élites de la société, cette pratique s'est démocratisée de manière concomitante au développement des moyens de transport. Les progrès permettant d'aller plus loin à un prix plus bas ont donc favorisé le développement du tourisme :

> « En cent cinquante ans, la pratique touristique est devenue un élément constitutif de la vie sociale occidentale, puis mondiale, une pratique culturelle, au sens anthropologique du terme (Cuche 2016). Alors que les migrations et les exils sont partout combattus, la mobilité de loisir n'a jamais autant été valorisée » (Cousin et Réau 2016, 3)

Le tourisme aujourd'hui est perçu comme une activité habituelle pour une bonne partie des habitants de la planète, soit parce qu'il est personnellement pratiqué, soit parce qu'il est présent dans tous les coins du globe et donc à proximité des populations. Les études touristiques contemporaines ne le considèrent plus comme un secteur isolé, mais en tant que partie intégrante de la société (Vlès, Clarimont, et Hatt 2011), provocant l'effet d'une infusion (Lussault 2007), se mélangeant et se confondant dans l'ensemble des éléments de la société. Afin de comprendre le cheminement ayant permis qu'une activité exceptionnelle devienne en quelque sorte quotidienne,

[10] « Tenía los tres elementos del turismo: desplazamiento lúdico, hospitalidad y retorno ».

un genre commun (*ibid.*), nous allons nous pencher dans un premier temps sur l'évolution des moyens de déplacement ainsi que sur les implications de cette évolution sur la manière dont les visiteurs investissent les lieux par la création ou par le renforcement de rapports d'altérité/familiarité. Dans un deuxième temps, nous situerons ce phénomène dans le contexte du tourisme contemporain et, plus précisément, dans le contexte postmoderne. Cela contribuera à appréhender les mécanismes favorisant la mise en tourisme des lieux du quotidien et la compréhension de ce qui constitue une expérience touristique dans ce cadre. Les sens de cette mise en tourisme dans un futur proche et notamment dans un hypothétique scénario *après-pétrole* feront également l'objet des prochaines pages, car elle laisse une opportunité de voyager dans un contexte sans (ou avec peu de) pétrole disponible pour les loisirs.

2. Le développement des moyens de transport, une histoire de proximité et distance

Si le tourisme se développe depuis le XIXe siècle par l'accroissement des voyages de plaisir, nous pouvons constater le lien entre ce phénomène et celui des moyens de transport. En effet, la Révolution Industrielle permet la construction du bateau à vapeur et, dès 1821, une liaison régulière à vapeur existe entre Douvres et Calais et permet de traverser la Manche très rapidement (Gay 2006, 12). En 1867, un premier voyage intercontinental entre les États-Unis et l'Europe en bateau à moteur a lieu et à la fin du XIXe siècle les voyages transpacifiques sont bien développés, mais avec des escales pour le ravitaillement des navires (Gay 2006).

2.1. Le train

En ce qui concerne le chemin de fer, la deuxième Révolution Industrielle permet son développement pour le loisir (Blancheton et Marchi 2011a, 2011b). En France, deux types de trains en lien avec le loisir se développent à partir de 1870 : « les chemins de fer d'accès aux grands sites et panoramiques » pour accéder à la montagne et « les petits trains ludiques » (2011a, 96) permettant l'accès aux stations littorales et thermales.

D'après ces auteurs, le tourisme ferroviaire se développe à ce moment-là parce que trois conditions ont été remplies. D'abord, la population s'est approprié ce moyen de transport, existant depuis les années 1830. Ensuite, il y aurait également eu dans ce processus « une certaine banalisation de la vitesse » et une « fascination pour les paysages montagnards et littoraux » (2011a, 97) dans un

contexte romantique qui serait également à l'origine de la demande du tourisme ferroviaire. De grands axes ferroviaires sont construits et les moyens pour que les touristes arrivent « jusqu'à la destination finale (station thermale, climatique, balnéaire, et, un peu plus tard, de sports d'hiver) » (2011a, 97) et circulent dans le lieu de séjour se développent. Enfin, de nouveaux matériaux donnent la possibilité « d'aller le plus loin possible avec le minimum de fatigue » (2011a, 97). Le tourisme ferroviaire est en plein essor entre 1890 et 1914 et entre en déclin à la moitié du XXe siècle avec le développement de l'automobile.

Le développement du transport ferroviaire, et du transport maritime, raccourcit les distances et favorise l'accès au voyage. Les déplacements ne sont plus aussi lents, pénibles, ni dangereux (Gay 2006). Cela favorise effectivement la mise en tourisme de différents espaces, mais ce processus de création d'une destination dépend de différents éléments : « une contrée ne devient touristique que si elle est accessible matériellement, légalement et mentalement » (2006, 12). Cette idée de l'accessibilité nous intéresse particulièrement lorsque nous nous interrogeons sur la manière dont les lieux familiers deviennent d'intérêt touristique et des lieux où l'on pratique le tourisme deviennent familiers. En effet, concernant la deuxième partie de l'interrogation, ce phénomène a sans doute été conditionné par la facilité d'accès à des territoires lointains du point de vue de l'accès physique, de la mise en place d'accords permettant l'entrée de visiteurs dans les destinations (passeports, visas, etc.) et de la prédisposition des individus à se déplacer et à rentrer en contact avec des populations et des modes de vie très distants. En ce qui concerne la première partie de notre interrogation, celle qui porte sur l'intérêt pour les lieux du quotidien et qui fait l'objet principal de cette recherche, le rapprochement physique, légal et mental avec des espaces lointains a pu faire émerger ou, du moins, renforcer un sentiment de familiarité entre des individus et des lieux lointains. Cela aurait permis la rupture du lien entre altérité et distance, la **dé-différenciation** (Lash et Urry 1994) entre l'**ici** et l'**ailleurs**, entre le **quotidien** et l'**extraordinaire**, et favorisé la perception de l'existence de l'inconnu et de l'altérité dans des espaces de proximité.

Revenons vers l'évolution des moyens de transport et leur rôle dans les phénomènes évoqués. Même avant l'existence du train ou du bateau à vapeur, les voyageurs servaient d'outil de rapprochement avec des cultures lointaines. L'importation de produits comme les épices, la pomme de terre ou la soie dans les cours européennes pendant la Renaissance témoigne de ce phénomène. Les échanges, non seulement matériels, mais aussi culturels, idéologiques et linguistiques ont toujours favorisé la perception d'une compression de l'espace, le sentiment que le monde était

moins inconnu, plus accessible, plus familier. La démocratisation du transport ferroviaire et maritime ouvre l'accès à des réalités géographiquement lointaines à un plus grand nombre d'individus, accélérant le phénomène de compression de l'espace, mais aussi du temps par la possibilité matérielle de parcourir de longues distances en une courte période de temps (Harvey 1990). Cette facilité contribue donc à raccourcir les distances si l'on considère que « la distance crée la proximité dans les pratiques de tourisme » (Vacher 2014, 142). Autrement dit, si les visiteurs souhaitent aller vers des destinations lointaines, s'ils cherchent la distance, ils créent une proximité avec cette destination en s'y déplaçant et en la visitant. Distance et proximité sont alors les deux faces visibles du même phénomène de mobilité et notamment de la mobilité touristique. Le temps nécessaire pour parcourir l'espace entre l'origine et la destination s'est raccourci, voire effacé (Condevaux, Djament-Tran, et Gravari-Barbas 2016), et le monde est désormais perçu comme étant de plus en plus petit et accessible. Cela favorise davantage le développement de rapports de familiarité entre le touriste et la destination.

La pratique touristique était initialement réservée aux élites. Quatre faits sont à l'origine de sa démocratisation : le développement des possibilités de déplacement, une élévation générale du niveau de vie, la délimitation du temps légal de travail et l'instauration des congés payés (Belattaf et Mouloud 2012; Hatt 2011). En France, les congés payés sont mis en place en 1936, en même temps qu'un sous-secrétariat d'État aux Loisirs a été créé (Cousin 2003). Le lien entre les deux évènements est évident, car la réduction de la journée de travail et l'instauration des congés payés instaurent un temps libre et, par conséquent, un temps disponible pour les loisirs (Vacher 2014), favorisant les mobilités récréatives (Hatt 2011; Lavadinho 2011). Les critiques faites au tourisme aujourd'hui portent parfois sur ce droit (Michel 2012), devenu pour certains auteurs quasiment un devoir (Christin 2008, 23). En effet, elles ont permis l'accès au voyage à un plus grand nombre de personnes, ce qui est à l'origine de la massification touristique, celle-ci étant la cause principalement signalée des effets négatifs du tourisme. La démocratisation du tourisme et des loisirs a augmenté et renforcé les interactions à l'échelle mondiale, en élargissant le monde connu et en rétrécissant les distances.

2.2. La voiture

Dans ce phénomène, la voiture a joué un rôle essentiel. À partir de la moitié du XXe siècle, l'usage de la voiture se généralise. Depuis sa création au XIXe siècle et jusqu'alors, l'automobile était

considéré comme un « objet d'ostentation et d'élégance » (Gay 2006, 13). Sa présence anime les lieux touristiques, ce qui explique la naissance de l'expression *voiture de tourisme*. Des courses de vitesse sont organisées en France, comme Paris-Trouville en 1897, ou à l'étranger, le premier Rallye de Monaco ayant lieu en 1911. Avant la popularisation de la voiture, les autocars permettaient déjà de s'écarter des chemins de fer.

Tout au long du XXe siècle, la motorisation individuelle se généralise, modifiant profondément la relation des individus à l'espace. C'est ainsi parce que la voiture permet, non seulement l'accès à des endroits où le train n'arrive pas, mais elle donne aussi une certaine autonomie et indépendance. Cela raccourcit le temps nécessaire pour arriver à destination. En conséquence, les résidences secondaires se multiplient, même si elles ont toujours existé (Barbier 1965). À titre d'exemple, les princes Nasrides, dès la fin du XIIIe siècle, se reposaient dans leur palais d'été, le Généralife, construit à proximité de leur résidence principale, l'Alhambra à Grenade (Espagne). L'existence de résidences secondaires n'est, par conséquent, pas un fait nouveau (Duchêne-Lacroix 2013). Cependant, la démocratisation de ce phénomène se développe notamment depuis les années 1960, favorisée par l'amélioration du pouvoir d'achat permettant l'acquisition d'une deuxième maison ainsi que de la voiture permettant d'y accéder (Barbier 1965).

L'achat d'une résidence secondaire (mais aussi de mobile home dans un camping) engage l'individu à y aller fréquemment, ce qui implique que ces destinations doivent être situées dans un périmètre géographique accessible. Nous sommes volontairement imprécise avec les termes utilisés, car, d'un côté, la proximité est une notion très relative et, de l'autre, les possibilités d'accessibilité fréquente dépendent des moyens économiques des individus. Pour la plupart, la proximité géographique de la résidence secondaire par rapport à la résidence principale peut se voir comme une distance pouvant être parcourue en « quelques heures de voiture » (Barbier 1965, 90). Néanmoins, les classes très aisées utilisent d'autres moyens de transport (le jet privé) pour accéder à leurs résidences secondaires en peu de temps, indépendamment de la longueur de la distance (Arrom Munar, Picornell Cladera, et Ramis Cirer 2008).

Le rapport des individus avec leur résidence secondaire a été défini en termes de multiterritorialité (Assis 2012), de dédoublement résidentiel (Bachimon, Dérioz, et Vlès 2015) ou de multi-ancrage, l'ancrage étant considéré comme une notion moins rigide que l'enracinement et pouvant s'expliquer par le mode d'habiter poly-topique de l'individu contemporain (Blondy, Vacher, et

Vye 2016, 11; Stock 2007). Autrement dit, dans un contexte d'intenses mobilités grâce aux moyens de transport, un individu peut avoir plusieurs résidences qu'il occupe à différents moments de la semaine ou de l'année. Il peut tisser des liens affectifs avec différents lieux et notamment avec des lieux qu'il associe aux loisirs et ces liens peuvent même être transmis aux générations futures (Blondy, Vacher, et Vye 2016). Le phénomène de la résidence secondaire répond à un besoin de dépaysement et d'une certaine distanciation avec la vie quotidienne, bien que les pratiques quotidiennes fassent intrinsèquement partie de l'expérience de la résidence secondaire. Autrement dit, il s'agit finalement d'habiter sa maison dans un endroit différent perçu comme étant situé en dehors de la routine. La fréquence et la similarité des séjours constituent a priori des mécanismes de construction de la familiarité envers un lieu avec lequel les individus développent un rapport de topophilie (*ibid.* ; Tuan 1990).

La place de l'automobile dans la société a évolué (Crola 2011) au fil du temps. La voiture, d'abord outil au service de la mobilité, est devenue un objet investi d'une série de valeurs (sociale, affective, etc.). Trois usages touristiques principaux de la voiture ont été identifiés (*ibid.*) : les déplacements pour se rendre à la destination, les trajets effectués à l'intérieur de la destination et les déplacements dans la journée, lorsqu'il n'y a pas de séjour. L'usage ludique de l'automobile est également revendiqué (Girod 2011). Ainsi, l'automobiliste ne fait pas que passer, mais il découvre les zones qu'il traverse. De ce point de vue, le déplacement en voiture n'est pas conçu comme le passage d'un lieu à un autre, mais comme partie intégrante de l'expérience du voyage. Ce phénomène s'opère par une sorte de flânerie motorisée (*ibid.*). Cette logique est partagée par d'autres véhicules motorisés, comme les motos ou les camping-cars, très valorisés aujourd'hui. Les voyages en moto permettraient aux individus d'être en contact direct avec la population locale de la destination, les paysages, les sensations, etc. (Alonzo 2011). Les camping-caristes quant à eux sont des touristes autonomes sur le plan du logement et de la mobilité (Lévêque 2011). Ils s'inscrivent complètement dans l'usage ludique du véhicule que l'on a évoqué. Ces tendances liées à une quête de liberté lors de la pratique touristique correspondent aux caractéristiques associées au tourisme postmoderne, que l'on expliquera ultérieurement.

Le passage de la mobilité individuelle en voiture vers des formes de mobilité plus respectueuses de l'environnement n'est pas simple, car, comme le souligne Crola (2011), il demande la mise en place d'offres spécifiques de mobilité pour le touriste. En l'occurrence, l'exemple des motards et des camping-caristes démontre l'estime portée par le touriste contemporain à l'indépendance et à

l'autonomie dans le cadre du voyage. Par conséquent, investir les moyens de transport en commun de ces valeurs peut s'avérer difficile. Néanmoins, dans le contexte d'une prise de conscience des enjeux environnementaux et de façon concomitante à ces pratiques touristiques motorisées, de nouvelles pratiques de partage se développent. Si l'auto-stop existe depuis les origines de la voiture, le covoiturage a organisé cette pratique grâce à la généralisation de l'accès à internet (Origet du Cluzeau 2011). Le covoiturage a pour objectif de sécuriser la pratique de l'auto-stop par le biais des avis laissés par les covoitureurs. Il comporte une certaine organisation, même si elle est très minimaliste. En 1995, les premiers trajets en covoiturage se sont développés pour les courts trajets en rapport avec le travail. Depuis, il englobe aussi les déplacements liés au tourisme et aux loisirs (*ibid.*).

2.3. L'avion

Enfin, le rôle joué par le transport aérien dans le rapprochement des territoires n'est pas négligeable. L'histoire du transport aérien est liée au secteur touristique depuis la création des premières lignes aériennes régulières nationales. Il est ainsi signalé par Gay (2006), qui illustre ces premières expériences aériennes avec le développement, depuis 1919, des liaisons entre Manchester et les plages de Blackpool ou Southport, au Royaume-Uni. La convention de Chicago du 7 décembre 1944, mise en œuvre à partir du 4 avril 1947, établit un cadre juridique pour les connexions aériennes à l'échelle mondiale. En 1945, l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI) et l'International Air Transport Association (IATA) voient le jour avec, comme objectif, la mise en place d'une coopération et d'une concertation permanentes entre les États, pour l'OACI, l'IATA faisant de même au niveau des compagnies aériennes (*ibid.*).

À ses débuts, l'avion était essentiellement utilisé par les élites pour leurs déplacements professionnels. C'est surtout à partir des années 1950 qu'il se démocratise. Le développement des vols charters centrés sur la saison touristique autorise une flexibilité du prix des billets et favorise ce processus. Ainsi, le voyage (et le tourisme) devient accessible à de nouveaux clients, comme, par exemple, des « […] jeunes […] en quête d'aventure, [qui] restent plus longtemps sur place et se déplacent un peu partout » (Gay 2006, 18). Dès lors, la mise en tourisme du monde se fait en grande partie grâce au transport aérien (Christin 2008).

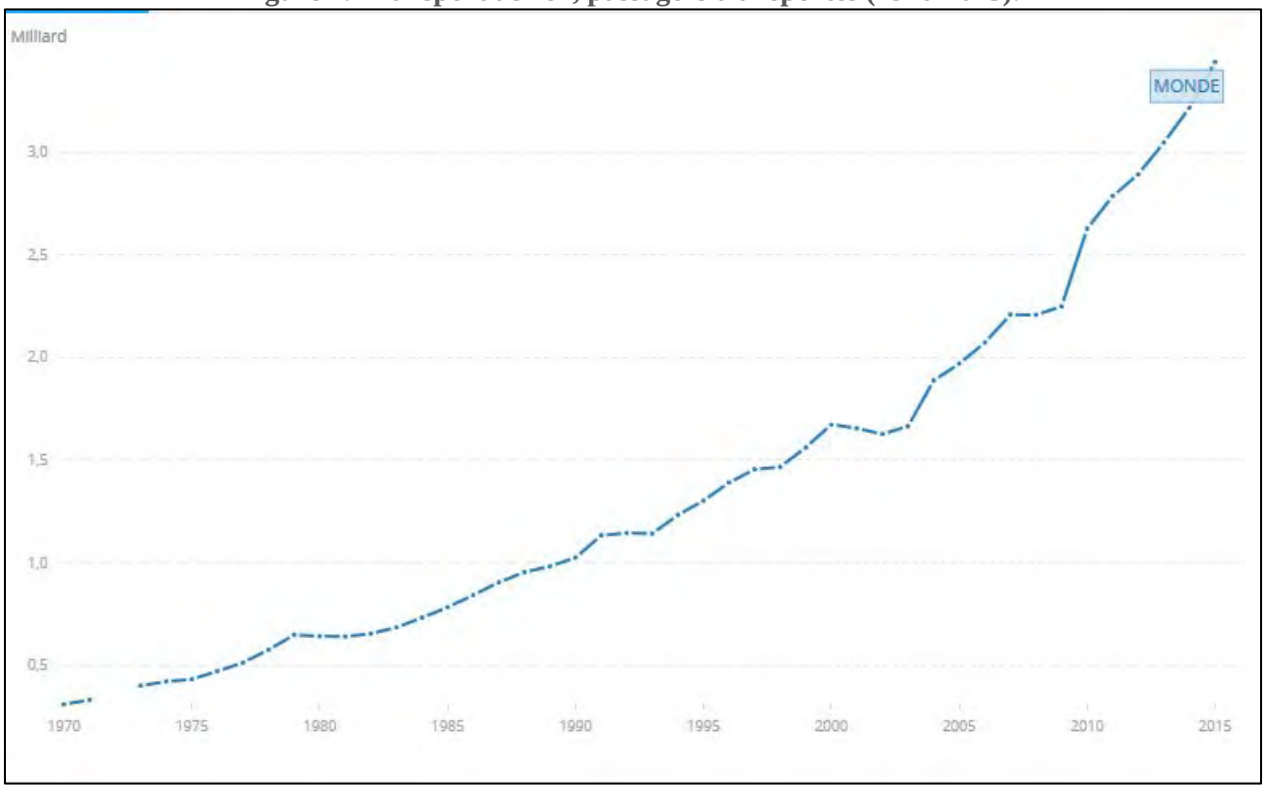
La crise du pétrole des années 1970 entraine la mise à la retraite des avions les plus consommateurs de carburant. Cependant, cette crise est concomitante du développement des gros porteurs,

permettant le transport de plus de trois-cents passagers, tout en diminuant les coûts (Gay 2006). Ce fait est à l'origine du transport aérien de masse. Le nombre de passagers se multiplie et des destinations plus lointaines avec des durées de voyage plus courtes deviennent possibles grâce aux progrès techniques des appareils :

> « […] les tendances montrent que, depuis quelque temps, les départs se font plus fréquents, pour des durées plus courtes et des destinations plus lointaines […]. Et parmi les moyens utilisés, le recours à l'avion va croissant » (Christin 2008, 25).

C'est ainsi que, de deux millions et demi de passagers transportés en 1937 par voie aérienne, on passe à cinquante-sept millions huit cent mille en 1954 (Gay 2006), trois cent dix millions en 1970 et jusqu'à trois milliards quatre cent quarante et un mille en 2015 (voir Figure 2).

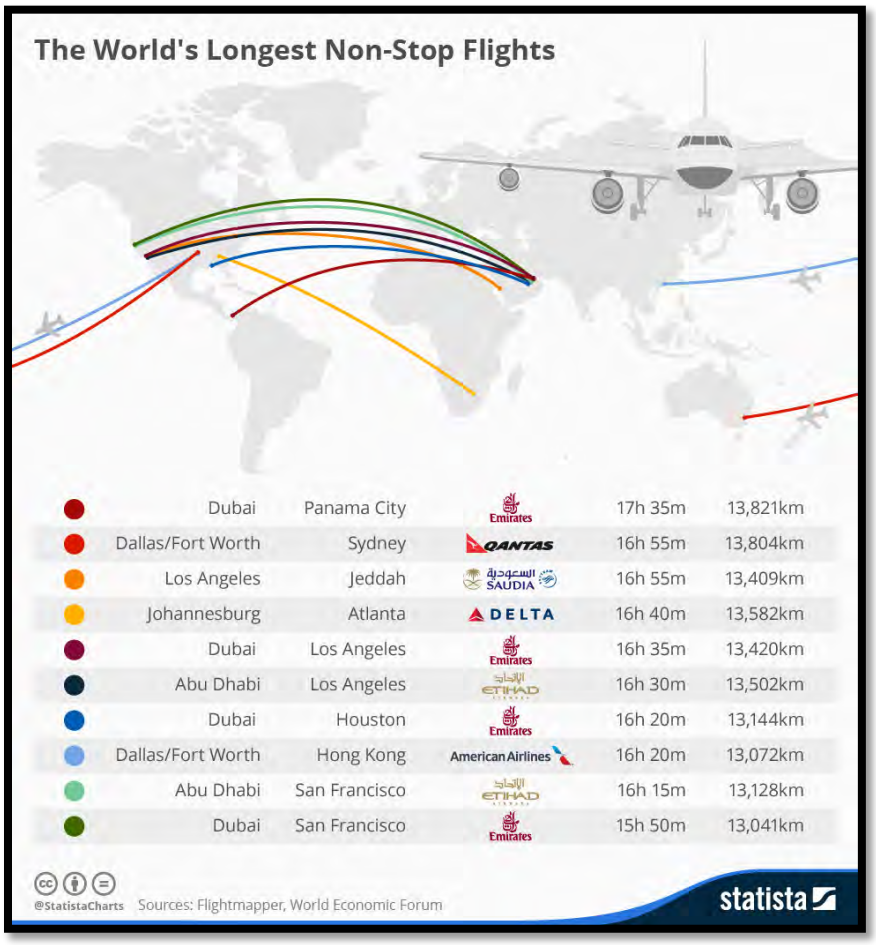
Figure 2. Transport aérien, passagers transportés (1970-2015).



Source : La Banque Mondiale (2016).

Ces avancées technologiques ont eu lieu tout au long du XXe siècle. Les escales ont été progressivement supprimées. En effet, les vols de longue distance nécessitaient autrefois plusieurs étapes, ce qui avait permis le développement d'infrastructures touristiques dans ces territoires de passage (*ibid.*). Aujourd'hui, pour aller à l'autre bout du monde, une seule voire aucune escale est nécessaire (voir Figure 3).

Figure 3. Les vols directs les plus longs au monde.



Source : BFM Business (2016).

Des appareils militaires ont été développés, puis adaptés pour l'aviation civile et commerciale. Cette évolution d'usage, du militaire au civil, ne concerne pas seulement les appareils. En Europe, beaucoup d'aéroports secondaires avaient été créés pour des besoins militaires. Ils sont devenus, à partir des 1970, des aéroports régionaux, comme l'aéroport de Bergamo (près de Milan, en Italie) (Barbot 2006). À partir des années 1990, ils accueillent essentiellement des compagnies *low cost* (à bas prix) (Barrett 2004). Le modèle des compagnies à bas prix se développe dans les années 1970 aux États-Unis, avec la compagnie *Southwest,* et se généralise en Europe dans les 1990 (Dobruszkes 2005; Malighetti, Paleari, et Redondi 2009). En 1986, le marché du transport aérien au Royaume-Uni vit une dérégulation, qui s'étend en Europe de l'Ouest dans les années 1990. Le modèle des compagnies nationales avec des horaires fixes et des privilèges dans les infrastructures aéroportuaires évolue vers un marché ouvert (Barrett 2004). Ceci permet l'apparition de nouvelles compagnies à bas prix en Europe, comme Ryanair (reconvertie en compagnie à bas prix en 1992) et EasyJet (créée en 1995). Le succès de ce modèle réside dans les prix très compétitifs, qui sont

possibles grâce à un assemblage de produits, une haute productivité du personnel et une réduction des coûts dans les aéroports (Barrett 2004, 89).

Ces facteurs permettent le développement d'une offre de vols *point to point* (directs) avec des prix variables. Ces aéroports secondaires ont effectivement le désavantage d'être situés à une distance plus grande des villes que les aéroports principaux. Mais les clients des compagnies à bas prix cherchent avant tout à faire des économies et ne se soucient pas de ce détail. De fait, beaucoup de clients ressentent une amélioration générale du service aérien par rapport aux compagnies traditionnelles en termes de ponctualité, de non perte de bagages et d'absence de surréservation (Barrett 2004). Les compagnies à bas prix ont ainsi contribué à une généralisation de l'utilisation de l'avion pour des raisons récréatives. Elles ont permis l'accès des classes moyennes et modestes à ce moyen de transport et créé une distorsion entre les prix et les distances. En définitive, l'avion est devenu un moyen de transport commun et le voyage vers des destinations lointaines une pratique plus accessible.

Les deux phénomènes décrits, d'un côté les progrès techniques permettant de proposer des vols plus longs sans escale et, de l'autre, la mise en place d'une offre de vols à bas prix, ont favorisé une augmentation exponentielle de l'utilisation de l'avion. Il permet aussi bien d'aller plus loin, plus vite (Bourdeau 2013) que de réaliser de courts séjours à moyenne et longue distance. Sur ce dernier point, en Europe, la pratique des *city breaks*[11] s'est popularisée. Il s'agit de séjours de deux ou trois jours dans une ville, souvent pour un week-end. Cette pratique s'est développée justement avec les vols à bas prix. Certains auteurs expliquent cette pratique par une réduction du temps de travail (Juguet 2009). Autrement dit, l'amélioration des conditions de travail et la meilleure organisation du temps libre alliée à la possibilité de faire de longs déplacements en peu de temps (et à faibles coûts) favorisent ce modèle de voyage et contribuent davantage à la transformation du voyage d'une pratique exceptionnelle à un passe-temps ordinaire.

De manière générale, dans les sociétés industrialisées (aujourd'hui post-industrielles), il y a eu une augmentation de la durée du temps libre (Bonneau 1983). Au sein même de la journée de travail, le midi ou le soir peuvent être considérés comme du temps libre. Ensuite, les week-ends, les longs week-ends, etc. permettent de décompresser en attendant les grandes vacances (ATOUT-France 2015). C'est ainsi que les temps de travail et de repos s'alternent à des fréquences variables selon

[11] Anglicisme pour nommer la pratique du court séjour en ville.

la situation de chaque individu. La notion de **temps libre** évoque l'idée d'être libre des contraintes de la vie professionnelle. Il servirait à équilibrer l'existence de l'individu par rapport au temps qu'il dédie au travail, ce dernier étant conditionné par des règles :

> « La notion de recréation désigne l'ensemble de pratiques, de normes, d'institutions et de représentations qui se caractérise par un "relâchement des contraintes" (Elias et Dunning 1994) et des pratiques "déroutinisantes", bref une libération contrôlée du self-control quotidien. Elle est en rupture avec la sphère du quotidien, marquée par un fort auto-contrôle des émotions et un caractère récursif des pratiques » (« Recréation » 2011).

Même s'il n'est pas structuré de la même façon que le temps de travail, le temps libre a également un rythme marqué par les pratiques qui s'y déroulent, souvent afin d'éviter justement une **perte de temps** (Honoré 2005). Baudrillard affirme que « quand on "a" le temps, c'est qu'il n'est déjà plus libre » (Baudrillard 2007, 240). Remplir le temps libre est presque une obsession des sociétés contemporaines notamment en Occident (Honoré 2005) et, alors, le tourisme, comme l'affirme Bonneau, « n'est en définitive qu'un aspect de la manière d'utiliser son temps libre » (1983, 479). Il y a d'autres pratiques récréatives qui occupent une bonne partie du temps et du budget des individus, qu'elles aient lieu chez soi ou à l'extérieur de la maison.

En ce sens, dans le contexte actuel de fragmentation d'un temps libre qu'il faut remplir, l'avion est très sollicité, car il permet de parcourir de longues distances en peu de temps. Le facile accès à des destinations lointaines permet parfois de partir le temps d'un weekend et d'en revenir. Ces phénomènes comportent naturellement des impacts environnementaux. Selon Atout France, « l'avion […] est utilisé pour 22 % des voyages [en Île de France et il] est responsable de 75 % des émissions liées au transport des touristes et des Franciliens » (2015, 18). Le déplacement étant un élément central du tourisme, il est évident qu'il entraîne des impacts du fait des émissions de gaz à effet de serre (Christin 2008; Dubois et Ceron 2001), émissions majorées par la généralisation de l'usage récréatif de l'avion. Suivant ces idées, la possibilité de voyager dans un contexte de proximité peut être interprétée de deux points de vue : du voyage vers une destination de proximité temporelle ou du voyage dans un contexte de proximité spatiale.

Du point de vue de la proximité temporelle, si le bateau, le train ou la voiture ont effectivement favorisé une compression de l'espace et du temps, rapprochant les territoires, les effets de l'avion sont encore plus impressionnants. Verlomme affirme qu'auparavant le voyage se comptait en jours : « à présent on arrive sans plus voyager » (2008, 11). Il situe ce phénomène dans les années

1960, avec le développement des vols *charters*. « D'un coup, les distances sont enfin abolies » (2008, 15).

Du point de vue spatial, voyager dans un périmètre de proximité est considéré comme une forme de tourisme responsable favorisant un court -voire presque une absence de- déplacement afin de réellement limiter les impacts environnementaux du tourisme. Les impacts négatifs en termes de pollution les plus importants attribués au tourisme sont en effet liés au déplacement à cause de l'utilisation des moyens de transport motorisés. La possibilité de voyager à proximité de chez soi est ainsi défendue comme une option respectueuse de l'environnement. Ce qui est décrit comme un **tourisme de proximité** constituerait une réponse durable au problème déjà évoqué de la fragmentation du temps libre (Fullana et Ayuso 2002; Gössling et al. 2002), qui favorise un tourisme intensif. Ce tourisme intensif prévoit un déplacement court en durée pour mieux saisir le temps dans la destination. Les courts séjours en ville décrits précédemment illustrent bien cette idée.

2.4. Pétrole-apocalypse et tourisme de proximité

Dans un contexte de transition écologique où la limitation des impacts liés à une utilisation abusive de l'avion s'avère nécessaire, ce tourisme de proximité s'inscrit dans une stratégie visant à la réduction de l'empreinte environnementale du tourisme. Cette stratégie intègre concrètement des préconisations concernant la consommation de produits locaux et l'encouragement, d'un côté, pour les destinations, de promouvoir les marchés de proximité et, de l'autre, pour les visiteurs, de les choisir (ATOUT-France 2015). Quand un long déplacement est nécessaire, les stratégies associées à la transition écologique préconisent l'utilisation de moyens de transport générant peu d'émissions de gaz à effet de serre, comme le train, et la prolongation de la durée des séjours (Verlomme 2008).

Dans ce contexte, de nouveaux enjeux émergent pour les formes récréatives de proximité, notamment en lien avec un éventuel scénario de l'**après-pétrole** (Callot 2013; Dubois et al. 2011), où la pénurie d'énergies fossiles provoquerait une hausse exorbitante du prix des carburants (Houssin 2005), ce qui rendrait le voyage, tel qu'on le connaît aujourd'hui en termes d'accessibilité et de prix, impossible. Ce phénomène n'est qu'un des aspects de la vulnérabilité de cette pratique qui, par sa transversalité, doit affronter de nombreux facteurs d'incertitude. Face à la perspective d'une impossibilité de voyager loin dans des conditions identiques à celles que nous connaissons actuellement, il existe des discours encourageant le voyage aujourd'hui, avant qu'il ne soit trop

tard : « Voyagez tant que vous pouvez maintenant, car le coût des voyages en avion va devenir exorbitant ! » (Bourdeau 2013, 22).

Callot (2013) analyse deux situations qui pourraient advenir dans ce contexte de l'après-pétrole, pour lesquelles il y aurait des scénarios alternatifs (voir Tableau 3), qui nous permettront de saisir les enjeux associés au développement des formes récréatives de proximité.

Tableau 3. Présentation des propositions touristiques dans un cadre après-pétrole.

	P1 – Substituts trouvés et disponibles pour les voyages			**P2 – Substituts trouvés mais non disponibles (voyages)**	
	p1a Prix inaccessible	p1b – p1c Prix accessible		p2a Immobilité	p2b Mobilité douce
Qualification	Tourisme de la distinction nostalgique	massification vertueuse p1b	massification non-vertueuse p1c	*Staycation* & tourisme virtuel	*Slow tourism* & tourisme de proximité

Source : Callot (2013, 137).

La première situation se base sur l'hypothèse d'une absence de pétrole, mais de l'existence d'autres énergies pouvant le remplacer et qui pourraient être disponibles pour le tourisme. La deuxième situation est celle d'une absence de pétrole avec des énergies qui pourraient le remplacer, mais qui ne seraient pas disponibles pour voyager.

Dans l'hypothèse où des énergies alternatives seraient assez développées pour prendre en charge le volume des besoins touristiques, Callot envisage deux possibilités, selon que le tarif reste accessible ou non. Si le tarif est inaccessible, l'usage des moyens de transport les plus consommateurs, comme l'avion ou la voiture, serait à nouveau réservé aux élites. Le tourisme, dans un scénario où il continuerait sur les mêmes bases (fortes mobilités, longs déplacements et courts séjours), deviendrait extrêmement cher et ne serait plus prioritaire, car les coûts liés à la production de l'énergie nécessaire pour l'activité deviendraient des coûts prohibitifs. Pour décrire cette situation, Callot utilise la notion de « tourisme de la distinction nostalgique ». Autrement dit, le tourisme serait une affaire de luxe pour lequel le commun des mortels ne pourrait qu'être nostalgique d'un passé où le voyage était accessible *à tous*.

Si le tarif est accessible, alors Callot décrit deux possibilités : la « massification vertueuse » et la « massification non-vertueuse ». La première correspondrait à un tourisme accessible à tous (du moins aux mêmes qu'aujourd'hui) dans lequel les visiteurs mettraient en place des stratégies respectueuses de l'environnement, car ils auraient appris des erreurs du passé et agiraient en conséquence :

> « des gestes pour l'environnement, moins de rejets, une eau économisée, des déplacements optimisés -covoiturages, développement des modes de transport alternatifs, […] en bref une optimisation de "l'énergie nécessaire aux loisirs" » (2013, 135).

Ils utiliseraient moins l'avion et voyageraient moins loin, ce qui valoriserait les loisirs et le tourisme de proximité.

La deuxième possibilité concernerait les visiteurs qui garderaient les mêmes habitudes et les mêmes pratiques, même dans un contexte où le pétrole n'existerait plus et où d'autres formes énergétiques le remplaceraient. Callot indique que ces individus resteraient toujours dépendants des progrès et des alternatives énergétiques pour pouvoir consolider leurs attitudes face au voyage.

Dans l'hypothèse où des énergies substitutives du pétrole existeraient, mais ne seraient pas encore disponibles pour les voyages, deux propositions sont envisagées. D'un côté, la configuration de l'immobilité se rapprocherait le plus de la fin du tourisme par un « renoncement au voyage (physique) » (2013, 136). Dans ce scénario, le voyage aurait lieu dans l'espace virtuel, comme De Maistre voyageait déjà autour de sa chambre en 1794 (2004) ou comme nous voyageons à travers les pages d'un livre sans avoir besoin de nous déplacer physiquement. Aujourd'hui, il existe la possibilité de visiter virtuellement des musées parmi les plus importants, comme le Louvre, ou bien de parcourir les rues de n'importe quelle ville du monde où Google aurait eu accès. Le développement d'une offre de tourisme virtuel dans un contexte d'impossibilité de pratiquer un tourisme physique fait le constat que l'on ne fait pas ici face à la fin du tourisme, mais plutôt à une transformation des pratiques touristiques. Nous pouvons, par conséquent, interpréter cela comme la preuve que le tourisme fait irrémédiablement partie des pratiques et des représentations des individus et que l'on n'envisage plus une vie sans voyager.

De l'autre côté, les propositions basées sur une mobilité douce ou réduite constitueraient une réponse face à l'inégalité de l'accès au voyage. En effet, si demain les moyens de transport tels que l'avion ou la voiture ne sont accessibles qu'aux élites, le reste des individus, pour pouvoir continuer

à voyager pour le plaisir, sera dans l'obligation de trouver des formes alternatives de voyage. C'est dans ce cadre-là que l'on trouve l'offre de proximité, investie de valeurs de respect de l'environnement. L'utilisation de transports lents peut également constituer une alternative pour les longs voyages :

> « Quitte à partir loin nous devrions voir un nombre croissant de propositions de voyages en bateau, à bord de trains lents […], valorisant à part égale l'expérience vécue aux escales et celle vécue pendant le trajet » (Callot 2013, 136).

Dans ce scénario, la distance redeviendrait une épreuve :

> « [La distance] donnerait à l'aventure un rôle à nouveau intéressant. Vive la pétrole-apocalypse que certains nous promettent et que nous n'avons pas su anticiper, à force de suffisance et de vision courte ! Elle au moins nous poussera à agir » (Christin 2008, 103).

Le besoin d'adapter l'activité touristique aux défis environnementaux contemporains et futurs a contribué à un développement de l'intérêt touristique vers les destinations de proximité. Ce tourisme de proximité est souvent associé au mouvement *slow* (Babou et Callot 2007), qui place la lenteur au cœur de toutes les pratiques. Ce mouvement ne concerne pas seulement des questions environnementales, mais aussi sociales, économiques, identitaires, etc. (Honoré 2005). Ainsi, le tourisme et les loisirs de proximité se voient attribuer des valeurs perçues comme positives dans un contexte mondialisé : la faible distance, la fidélité, la mobilisation d'acteurs, la mise des habitants au centre du projet et l'utilisation d'outils collaboratifs plus congruents pour transmettre les émotions (Condamines 2006; Gold 2010).

Le tourisme et les loisirs de proximité sont souvent associés à la valorisation du patrimoine et de l'identité locale. Ce phénomène se comprend comme une réaction au contexte mondialisé que nous avons évoqué (Arrieta Urtizberea, Hernández León, et Andreu Tomàs 2016). Le tourisme à une échelle locale « peut [donc] être étudié comme produit d'une société globale ou analysant la culture locale réinventée de par sa confrontation au tourisme qu'elle subit/génère » (Amirou et Bachimon 2000, 13). Suivant cette idée, la volonté d'investir les lieux de proximité par des pratiques récréatives est parfois conçue comme une réaction anti-touristique.

Le tourisme de proximité est valorisé en tant que forme de tourisme responsable, mais quel est l'intérêt de cette pratique pour le visiteur ? Comment les destinations de proximité deviennent-elles attirantes pour la visite ? Comment l'expérience du dépaysement peut-elle être vécue dans un cadre

intensément associé au quotidien ? Comment le visiteur peut-il devenir touriste chez lui ? Les prochaines pages se pencheront sur la notion du dépaysement et sur la manière dont elle s'articule dans un contexte de proximité.

3. Tourisme, dépaysement et la question de l'environnement habituel

Le tourisme est défini comme la pratique récréative la plus géographique, « puisqu'il entraîne des déplacements à travers l'espace, qui peuvent être mesurés, cartographiés et qu'il modifie cet espace » (Bonneau 1983, 479). Aujourd'hui, les longs trajets sont en augmentation. Toutefois, si le tourisme en tant que phénomène social, culturel et économique (Organisation Mondiale du Tourisme 2018) continue à transformer intensément les destinations, nous avons constaté que ces transformations de l'espace et l'expérience du dépaysement s'opèrent surtout dans le cadre des perceptions et des représentations du visiteur, indépendamment de la distance parcourue. En quoi l'expérience du dépaysement consiste-t-elle ?

Le **dépaysement** peut être défini comme « la quête d'instants ou de situations hors du temps et de l'espace quotidiens mis en séries et composant le voyage » (Vergopoulos et Flon 2012, 6). Urbain décrit « l'expérience du dépaysement et de la révélation » (2002, 146) comme résultant des difficultés du visiteur à décoder l'environnement visité. En parlant de la mer comme dernière frontière, Verlomme se questionne : « être hors du temps et des frontières, n'est-ce pas le vrai dépaysement ? » (2008, 16). Le dépaysement aurait donc lieu hors du temps et de l'espace quotidien, là où nos codes de perception habituels ne sont plus valables, où l'on se sent, d'une manière ou d'une autre, désorienté. Suivant cette idée, le tourisme est en principe une expérience dépaysante, car il implique une sortie de l'**environnement habituel** de l'individu. Comment définit-on alors les limites de l'environnement habituel et à partir d'où l'expérience du dépaysement peut-elle avoir lieu ?

La définition officielle d'environnement habituel de l'OMT dit qu'il s'agit de « la zone géographique (pas forcément contigüe) à l'intérieur de laquelle une personne mène ses activités quotidiennes habituelles » (Organisation Mondiale du Tourisme 2018). Différents auteurs mettent en évidence des divergences dans les limites attribuées à cette zone. La disparité des valeurs retenues par chaque organisme national lors des études statistiques illustre cette complexité

(Govers, Van Hecke, et Cabus 2008). En effet, chaque institut statistique utilise un seuil de distance différent pour délimiter cet environnement habituel selon ses propres critères sociaux, politiques et économiques. Il n'y a pas de consensus sur le seuil le plus approprié (*ibid.*; S. L. J. Smith 1999). Cette décision n'est pas anodine, car elle conditionne les mesures d'impact du tourisme. Autrement dit, chaque pays mesure les impacts du tourisme en utilisant des critères différents, que l'on réunit ensuite pour réaliser des classements mondiaux.

Dans ces conditions, avec l'objectif de clarifier l'expression « sortir de l'environnement habituel », certains auteurs identifient trois dimensions de cet environnement (Rogers 2002; Govers, Van Hecke, et Cabus 2008) : la distance, la fréquence de la visite et la définition des lieux qualifiés comme scène de la vie quotidienne de l'individu. Deux perspectives sont alors proposées afin d'établir le périmètre de cet environnement habituel. La première, la perspective endogène, concerne le visiteur lui-même, c'est l'individu qui détermine les lieux faisant partie ou non de son environnement habituel. Cette perspective serait particulièrement mobilisée dans des États de petite taille, comme la Belgique ou les Pays-Bas, par exemple, où il est très facile de faire du tourisme domestique (Jeuring 2015) ou du tourisme international à moins de 80 km, même si le fait de traverser des frontières est traditionnellement associé à une rupture avec l'environnement habituel (Szytniewski, Spierings, et Van der Velde 2017) et constitue un signe de dépaysement. La seconde, la perspective exogène, concerne des éléments de l'environnement du visiteur : son lieu de résidence, son lieu de travail ou d'études et d'autres zones fréquemment visitées en précisant le sens du terme « fréquent ». Cette méthode implique la définition d'un seuil de distance pour établir si le visiteur peut être catégorisé comme touriste ou visiteur local (Govers, Van Hecke, et Cabus 2008).

Dans un contexte mondialisé, qualifié par certains de **post-touristique** (Bourdeau et Berthelot 2009; Feifer 1985; Ritzer et Liska 2002; Urry et Larsen 2011), les distinctions entre le travail et le loisir, entre les pratiques quotidiennes et les pratiques touristiques ne sont pas clairement définies (Vacher 2014). Cela complexifie la définition de la notion d'environnement habituel et la compréhension du dépaysement et de l'expérience touristique. La définition de l'OMT introduit l'idée d'un environnement habituel discontinu. Cette discontinuité conduirait à une lecture de cet espace comme une sélection de lieux (Govers, Van Hecke, et Cabus 2008). Dubois et Ceron (2001) récupèrent le concept de la « société d'archipels » développé par Viard (1999), selon lequel cette sélection de lieux, contigus ou pas, suivrait une logique personnalisée et mouvante propre à chaque

individu. La structure de l'environnement habituel dépendrait ainsi des espaces d'action de chacun (voir Figure 1, p. 11), ces espaces étant situés à différentes échelles (Govers, Van Hecke, et Cabus 2008).

À ce sujet, Dubois et Ceron (2001) se demandent, en premier lieu, si les espaces associés au quotidien et au déplacement pourraient se reconstituer ailleurs, devenant plus éphémères, « les individus se regroupant à un moment donné et un lieu donné pour un usage de l'espace donné ? » (2001, 856). Ensuite, ils s'interrogent sur une éventuelle relocalisation de cet environnement habituel vers des territoires choisis par l'individu (P. Duhamel 2003), selon l'hypothèse que celui-ci aurait aujourd'hui davantage de liberté pour choisir où il souhaite s'attacher et créer des racines. Ainsi, il créerait des liens de familiarité par l'addition de territoires qui lui sont donnés, mais aussi qu'il a choisi d'intégrer à son périmètre d'environnement habituel (Guedon 2005). D'un côté, cela est représentatif d'un contexte où l'individu est amené à investir de lieux multiples, et où ses rapports aux lieux et aux liens ont été modifiés (Sencébé et al. 2002). De l'autre, cette idée de territoires choisis explique le phénomène des migrations d'agrément, basée sur le choix du « lieu de vie en fonction de critères récréatifs et non plus professionnels » ce qui confère « de nouvelles fonctions et identités aux lieux touristiques traditionnels » (Bourdeau 2013, 27). Ce phénomène a lieu dans un contexte d'hybridation des espaces de vie et des espaces récréatifs (Martin, Bourdeau, et Daller 2012).

Enfin, Dubois et Ceron (2001, 856) s'interrogent sur les effets de toutes ces évolutions sur la demande de déplacement. En effet, si l'individu réside là où ses pratiques récréatives ont lieu et travaille depuis la maison grâce aux NTIC, ses besoins de déplacement seront beaucoup plus limités que s'il devait impérativement se déplacer pour travailler ou pour accéder à ses loisirs.

Notre recherche s'inscrit complètement dans l'idée que la structure de l'environnement habituel et, donc, les sens attribués au dépaysement et à la pratique du tourisme et des loisirs dépendent des espaces d'action et de représentation de chaque individu-visiteur. Cela complexifie énormément la définition d'une démarche analytique unique pour tous les visiteurs, car chacun s'inscrit dans un contexte particulier constitué d'expériences, images, valeurs et logiques d'action qui lui sont propres. L'expérience touristique contribue, comme toute autre forme d'expérience, à l'accumulation de connaissances et de compétences qui sont ensuite mobilisées dans le cadre de pratiques ultérieures et d'autres aspects de la vie (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016). Autrement

dit, une fois vécues, ces expériences intègrent la **connaissance disponible** de l'individu (Schütz 2008).

Dans une société où les liens sociaux ne sont plus essentiellement basés sur la proximité physique, différents phénomènes peuvent avoir lieu à différentes échelles spatiales, même au sein d'un même environnement (Ascher 2000) : « Même chez soi, les espaces personnels hors du contrôle et du regard des proches ne sont plus l'apanage des adolescents » (Condamines 2006, 9). Même au sein de leur propre foyer, les capacités techniques et personnelles peuvent renvoyer les individus à de multiples localisations. Ces moyens représentent en même temps une mise en proximité avec le monde extérieur (physique, virtuelle ou imaginée) et une mise à l'écart de ce qui est logiquement proche (les autres membres et éléments du même foyer/ville/région, etc.). Ainsi, des situations d'aliénation et/ou d'hostilité sont apparues de manière concomitante à la favorisation de la compréhension et à la sociabilité (Govers, Van Hecke, et Cabus 2008).

Ce contexte explique la discontinuité de l'environnement habituel. Il s'agit d'un espace de nœuds dispersés dans l'espace, mais connectés par les NTIC et les moyens de transport (Ascher 2000; Govers, Van Hecke, et Cabus 2008). Tel est le cas des nœuds correspondant à des espaces physiques et virtuels. En revanche, comment les nœuds des espaces imaginés se connectent-ils ? Comment peut-on analyser ces connexions ?

Chevalier (1975) développe la notion d'**espace vécu** et affirme qu'il s'agit, d'abord, d'un lieu d'usage devenant ensuite un point de rencontre entre différents espaces propres à l'individu : social, domestique, économique, ludique, revendicatif, affectif, etc. Ces différentes réalités individuelles « peuvent se juxtaposer ou se superposer sans pour autant coïncider jamais » (*ibid.*, 63). Pour Chevalier, c'est l'ensemble des espaces de l'individu qu'il faut cerner, car seulement cet ensemble peut fournir une vision globale de son approche dans les rapports à l'espace. Ce positionnement individuel est ainsi conditionné tant par les espaces imaginés que par les espaces physiques. Si nous acceptons cette théorie, tous les nœuds font partie de l'individu et l'individu est le point commun de tous les nœuds, celui qui les connecterait.

Il s'agit d'une idée intéressante lorsque l'on souhaite accéder à ce qui constitue l'environnement habituel d'un individu afin de définir ce qui reste en dehors de cet environnement (susceptible de devenir l'objet d'une visite et d'être découvert). En revanche, il est impossible d'accéder à la

totalité des espaces de l'individu, l'espace vécu analysé sera donc seulement partiel, plus ou moins étendu en fonction de deux facteurs :

- L'espace vécu dépend de la conscience de l'individu de ce qu'il perçoit et de ce qui fait partie de son monde : « On ne perçoit, ne parle, que des choses et des êtres que nous introduisons en notre monde » (Hoyaux 2009b, 1).
- La disponibilité et la prédisposition de l'individu vis-à-vis des autres, et notamment du chercheur, jouent un rôle essentiel dans l'étendue accessible de son espace vécu.

Nous reviendrons sur ces idées ultérieurement, en lien avec le cadre conceptuel de la phénoménologie et avec les limites des démarches analytiques mises à l'œuvre.

La définition officielle du tourisme de l'OMT que l'on a citée précédemment établit comme condition indispensable de la pratique touristique la sortie de son propre environnement habituel. Néanmoins, comme nous l'avons vu, cet indicateur est très relatif. D'un point de vue statistique, il est calculé différemment en fonction des critères de chaque pays. Du point de vue de la perception, l'environnement habituel est une notion personnelle à chaque individu et évolue selon ses expériences :

> « [Ce choix relève] de l'appropriation et de l'exclusion (différentiation spatiale), de l'identification et de la distinction (distinction sociale), de la mémorisation et de l'oubli (discrétisation temporelle), [créant les limites qui structurent finalement les catégories de notre existence] entre ce qui m'appartient (avoir) et [le monde] auquel j'appartiens (être) et entre ce qui ne m'appartient pas et [le monde] auquel je n'appartiens pas » (Hoyaux 2009b, 1).

Suivant cette même idée, pour d'autres auteurs, comme Petiteau, « un lieu n'existe que lorsqu'il est abordé ou quitté » (2006, 9). Cependant, dans le contexte que l'on décrit, il s'avère nécessaire de reformuler cette définition de la façon suivante : un lieu n'existe que lorsque l'on a conscience de son existence. Cette conscience peut être le résultat d'une expérience physique, virtuelle, imaginée ou rêvée (Tuan 2011). Elle est pourtant la base du processus de création de la familiarité -notion en principe opposée au dépaysement si on le définit comme une perte de repères ou une expérience de l'altérité.

Par conséquent, la conscience de l'existence d'un lieu contribue à la construction de l'ici et de l'ailleurs, du connu (l'environnement habituel) et de l'inconnu (l'exotique) et de ce qui est susceptible d'éveiller la curiosité. Nous adoptons l'idée d'un environnement habituel composé de

nœuds éparpillés (voir Figure 1, p. 11), constitué de lieux réels et de lieux imaginaires dans une logique de territoires individuels pluricentrés où le processus d'ancrage peut être le résultat d'un choix. Chaque individu serait donc inséré dans une configuration d'appartenance associant des liens et des lieux et devrait saisir le sens de ses rapports à cette configuration (Sencébé et al. 2002).

Pearce (2012) développe l'idée de la sélection des lieux dans son travail sur le tourisme vers des lieux familiers[12]. Il considère que les individus « ont un riche ensemble de "maisons" ou de lieux familiers auxquels ils pourraient choisir de retourner »[13] (2012, 1025). Le tourisme des résidences secondaires que l'on a évoqué illustre l'idée de Pearce, mais il élargit cette idée à tous les lieux significatifs pour l'individu. Ce sont les lieux où il a vécu des expériences significatives, physiquement ou dans son imaginaire, et avec lesquels il partage une relation basée sur la familiarité. Ainsi, Pearce fait la différence entre occuper un lieu dans le monde et être connecté à ce lieu par le biais de liens émotionnels ou par une affinité avec certains types de paysages. Les liens de familiarité constituent, dans ce cas, une motivation touristique. Il définit alors la **maison** comme un espace vécu, comme les actions, activités et relations construites sur l'idée d'un espace d'accueil. L'espace vécu, comme l'espace d'accueil, ne serait pas forcément localisé dans un site géographique, mais plutôt dans les relations entre l'individu et les autres (Pearce 2012; Schrag 1997).

Pour d'autres auteurs, l'espace vécu serait l'espace perçu, ressenti et chargé de valeurs (Frémont 1974) dans lequel l'individu construit ses représentations (Chevalier 1975). D'après Tuan, l'espace, quand il est investi de sens, devient lieu (Tuan 2011). Il s'agit de l'espace « tel qu'il est perçu et pratiqué par les êtres qui y vivent » (Vacher 2014, 173).

Ainsi, l'expérience du dépaysement est intrinsèquement liée à ce qui fait partie ou non de l'environnement individuel de chacun. Cette expérience implique une perte de repères, ce qui est en principe contradictoire avec la visite d'espaces près de chez soi. C'est le cadre postmoderne qui rend possible le dépaysement à proximité de chez soi, car il envisage une distorsion de l'environnement habituel en lien avec la globalisation, l'hyperconsommation, l'économie

[12] *Visiting Home and Familiar Places* (VHFP).
[13] « Some of these individuals have repeated the shifting patterns of their past and have a rich assembly of ''homes'' or familiar places to which they might choose to return ».

expérientielle et les progrès technologiques (M. Smith, MacLeod, et Hart Robenson 2010). Le contexte postmoderne en tourisme se traduit par la notion de l'**après-tourisme**.

La diversité des pratiques en matière de tourisme et de loisirs à proximité ou loin de chez soi montre que le tourisme joue un rôle prépondérant dans les sociétés contemporaines. Il fait partie des mondes de l'individu, que ce soit à travers ses propres expériences touristiques ou par le contact régulier avec les visiteurs d'ailleurs. Dans ce contexte, les visiteurs peuvent être permanents et les habitants peuvent être temporaires dans une **société touristifiée** (Christin 2011; Vacher 2014). Cette banalisation du fait touristique conduit certains auteurs à nommer cette période **la fin du tourisme** (Gale 2009). Ce terme peut paraître paradoxal, car il évoque le crépuscule du tourisme (son épilogue si l'on se réfère à la notion d'après-tourisme), et ce précisément au moment où ce phénomène se généralise (Vacher 2014).

L'ouverture du tourisme est également remise en question : « le tourisme comme projet d'un monde qui "est à tout le monde" ne semble plus autant aller de soi » (Bourdeau 2013, 30). En cause, les inégalités qu'il crée directement ou indirectement. Lors de la généralisation du phénomène, différents types de tourisme se sont spécialisées et enfermées dans des enclaves dédiées. Ainsi, des **modalités fermées** (*gated tourism*) se sont développées, « de l'élitisme […] à la démocratisation, avec comme point commun la raréfaction des espaces publics ou partagés » (Bourdeau 2013, 30). Ce constat rejoint l'idée postmoderne d'une individualisation de la société (Harvey 1990).

L'expérience touristique postmoderne tourne autour de la notion de vécu, d'une authenticité ressentie par les émotions. La sensation d'avoir vécu une expérience unique serait l'une des principales motivations du touriste contemporain et, même si l'expérience touristique est à portée de main du plus grand nombre, elle est considérée comme privée et unique pour chacun. C'est ainsi que les modalités fermées se sont développées et que les espaces, même lorsqu'ils sont publics et partagés, sont perçus comme réservés, car ils sont intimement liés à l'expérience.

4. Conclusions

Le développement des transports et des NTIC a servi à atteindre des destinations plus lointaines en moins de temps. Cela a favorisé une accélération du processus de compression de l'espace et du temps par le rapprochement des espaces et par l'instantanéité des échanges. Ces deux dynamiques favorisent la création de liens de familiarité avec des destinations très lointaines, ce qui nous permet

d’affirmer qu’éloignement et rapprochement vont de pair et que ceci constitue de fait un enjeu important de la mobilité. Lorsque des territoires lointains ont du sens pour nous, lorsqu’ils sont perçus comme familiers, l’altérité n’est plus en lien inébranlable avec la distance.

Des interstices d’inconnu peuvent parfaitement être identifiés autour de nous, pouvant donc être exploités comme des points d’intérêt dans le cadre d’une destination de proximité. Ce phénomène trouve une légitimité d’autant plus importante lorsque le visiteur est concerné par des questions environnementales et qu’il cherche à perpétuer son habitude de voyager minimisant ses impacts sur les lieux visités ou lorsqu’il n’a plus le choix, car le voyage est devenu inaccessible.

Le contexte de la transition écologique et les enjeux environnementaux légitiment l’intérêt pour l’espace quotidien en tant qu’espace à (re)découvrir. Comment la transformation du regard envers ces espaces se produit-elle ?

La pratique du tourisme et des loisirs de proximité transforme les espaces quotidiens en destination, « l’"indifférence" devient "différence" et donc l’objet du regard touristique » (Stock et Lucas 2012, 26). Développer ce type de propositions dans une perspective traditionnelle de découverte de l’inconnu, de l’exotique et de rencontre de l’Autre (Norberg-Hodge 2006; Pearce et Kang 2009) n’est pas simple. Notre thèse propose que la visite des lieux de proximité serait basée sur un regard voulu, qu’elle ne peut pas avoir lieu accidentellement, l’individu ne peut redécouvrir un espace qu’il connait que s’il est prêt à vivre cette expérience et adopte un point de vue naïf lors de la visite. Dans cette démarche, la pratique généralisée du tourisme a fortement contribué à créer une situation où la proximité et la distance, la familiarité et l’étrangeté s’entremêlent et conditionnent les envies de découverte des individus.

Chapitre 2. L’expérience touristique à travers la visite guidée

« Vénérable étranger, […] marche toujours en silence, et je te montrerai le chemin : surtout ne regarde ni n’interroge personne. Les Phéaciens ne sont point favorables aux voyageurs, et ils accueillent sans bienveillance ceux qui viennent des pays lointains […].

Minerve ayant ainsi parlé précède le héros qui suit ses pas. Les Phéaciens […] ne l’aperçurent point lorsqu’au milieu d’eux il traversa la ville : Minerve par amour pour Ulysse, l’avait enveloppé d’un nuage céleste.

Le héros, en s’avançant, admire le port rempli de navires égaux, la place publique où s’assemblent les chefs du peuple, les longues et hautes murailles garnies de gigantesques pieux : spectacle admirable à voir ».

Homère (VIIe siècle av. J-C.),
L’Odyssée, Livre VII.

1. Introduction

La mise en tourisme de l’espace quotidien a été présentée comme une trajectoire possible du tourisme et des loisirs contemporains (Bourdeau 2013), comme une forme de renouvellement des valeurs, associées aux pratiques touristiques postmodernes, dont la redécouverte du « proche » et la quête de formes touristiques alternatives font partie (Condevaux, Djament-Tran, et Gravari-

Barbas 2016). Suivant le fil de ce contexte postmoderne, nous allons nous pencher sur l'évolution des approches utilisées pour l'étude de l'expérience touristique.

Dans ce contexte, caractérisé par l'individualisme, le relativisme, la dé-différentiation entre l'ici et l'ailleurs, entre le quotidien et l'extraordinaire et par l'hybridation des pratiques et des lieux touristiques et non-touristiques, nous pouvons penser que la mise en valeur de l'espace quotidien comme lieu de visite, d'étonnement et de découverte s'opère principalement par une requalification subjective de ces lieux : comment les rues que l'individu parcourt dans ses trajets du quotidien deviennent pour lui un lieu d'intérêt historique et culturel investi d'émotions nouvelles grâce à l'expérience de la visite ?

Nous nous intéressons alors à la visite guidée comme une signature géographique (Lazzarotti 2015), une manière d'être dans les lieux, matérialisant cette expérience. Deux idées feront notamment l'objet de la deuxième partie de ce chapitre : la visite guidée comme une pratique coproduite et le rôle du guide dans cette coproduction.

2. Postmodernisme et expérience touristique

La notion d'**expérience touristique** comme « ce que les touristes éprouvent physiquement et intellectuellement pendant leurs séjours ou leurs déplacements » (Decroly 2015b, 1) est associée à une conception relativiste caractéristique de la société postmoderne, la preuve d'un dépassement des grands récits et des notions objectives typiquement modernes. Elle nous intéresse, car nous souhaitons établir si (en quoi) l'expérience de la visite de l'espace quotidien peut être considérée comme touristique. Pour cela, nous introduirons ici la notion d'expérience touristique, notamment dans le cadre conceptuel de la postmodernité qui place, tel qu'il a été évoqué dans le premier chapitre, le tourisme de proximité dans une trajectoire possible du tourisme contemporain et futur.

La question de l'expérience vécue des touristes apparaît dans la recherche depuis les années 1960. D'un côté, Boorstin décrit cette expérience comme un pseudo-événement (1961) et le touriste comme une figure superficielle, en quête de banalité, d'événements mis en place pour lui, mais vides d'authenticité (Uriely 2005; Urry et Larsen 2011). De l'autre côté, pour MacCannell (1973), l'objectif principal de l'expérience touristique porte finalement sur une quête d'authenticité. Il assimile le touriste au pèlerin de l'ère moderne et défend la légitimité de l'authenticité mise en scène (*staged authenticity*) comme une solution d'accès aux pratiques authentiques sans envahir la

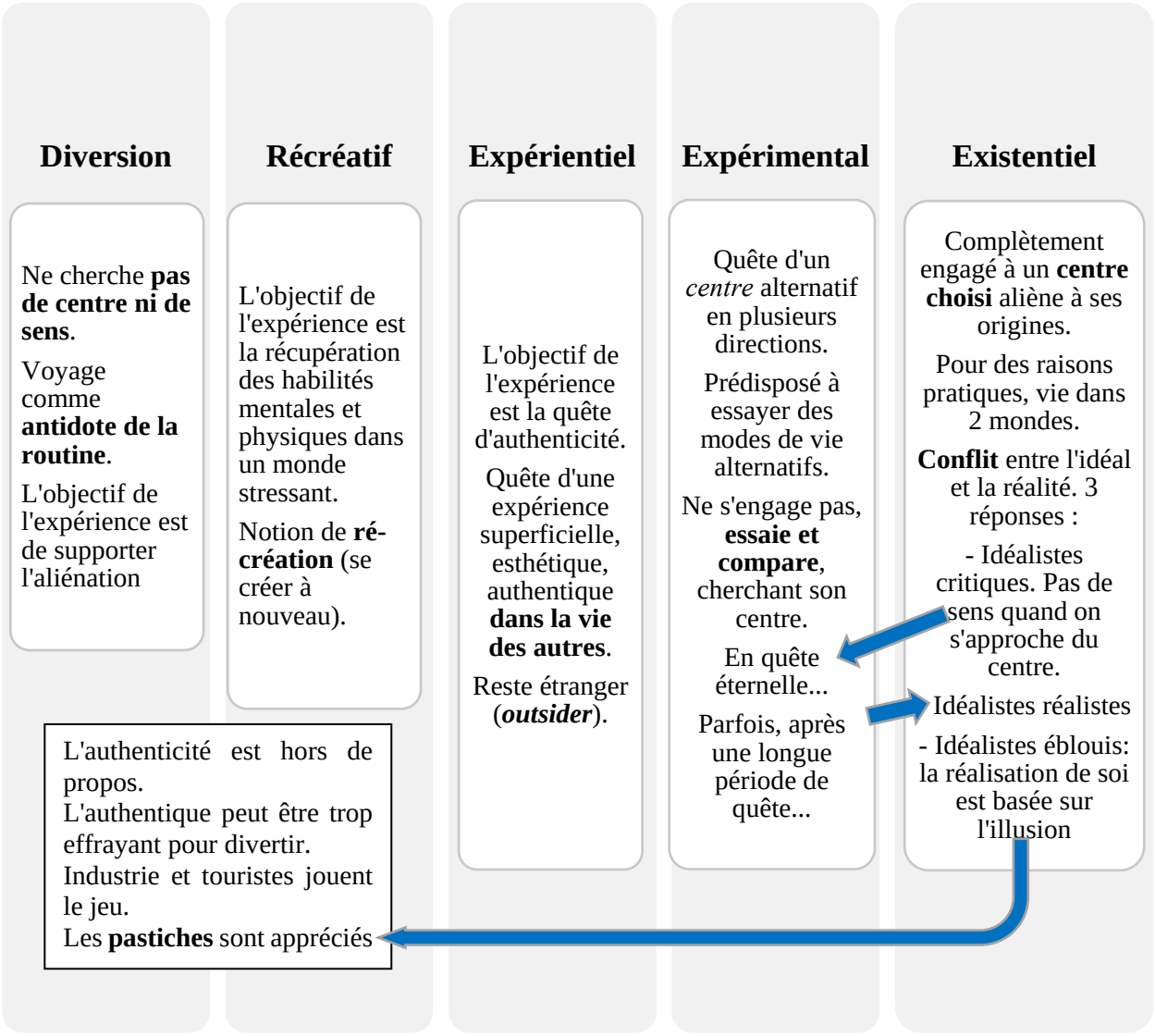
vie privée des individus observés. Autrement dit, dans un cadre encore moderne, ces auteurs présentent l'expérience touristique comme un phénomène unique et inévitablement inauthentique. Pour Boorstin, le touriste serait un personnage naïf qui croirait à son authenticité alors que MacCannell propose l'idée que le touriste est pleinement conscient de cet écart entre l'authenticité des pratiques des populations locales de la destination et celle des mises en scène auxquelles il a accès et auxquelles il s'intéresse dans le cadre de sa quête d'authenticité.

Dans un cadre postmoderne, l'expérience touristique n'est pas présentée comme unique, commune à tous les visiteurs. Elle prend plutôt des formes multiples (Uriely 2005). Ainsi, à partir des années 1970, des auteurs mettent en place des typologies de touristes, institutionnalisés ou non (Cohen 1972) et une phénoménologie des modes d'expérience touristique selon le degré de quête d'un centre qui représenterait l'authenticité, un idéal de vie pour l'individu (Cohen 1979).

Suivant les idées de Shils (1975), qui affirme que chaque société possède un centre, un nœud charismatique où se trouvent les valeurs morales suprêmes et dernières de la société, et de Buttimer (1980), qui se demande à quel point le lieu parvient à fournir un centre pour les intérêts de la vie de chacun (quelle partie de chez soi [*home*] est ici et quelle partie se situe ailleurs), Cohen (1972) se demande quel est le centre pour les individus « aliénés ». Ceux qui ne s'identifient pas avec leur culture d'origine ont, d'après lui, plusieurs possibilités : ne chercher aucun sens, chercher l'authenticité dans d'autres sociétés, chercher plusieurs centres ou bien trouver le leur au sein d'une autre société, d'une autre culture (voir Figure 4). Nous nous intéressons à cette proposition de Cohen, car elle prévoit différents scénarios assez détaillés, mais elle est basée sur l'idée que l'individu cherche ce centre ailleurs que là où il est. Néanmoins, dans un contexte postmoderne de dé-différenciation (Lash et Urry 1994) entre l'ici et l'ailleurs, entre l'ordinaire et l'extraordinaire, entre le sacré et le profane (Graburn 1989), où les progrès en matière de transports et des NTIC ont favorisé une rupture spatiale et temporelle entre l'origine et la destination, le voyage n'est plus dépendant de la distance géographique et cette quête du centre à travers la pratique du voyage pourrait avoir lieu au sein même de l'espace quotidien du voyageur.

Présenter les cinq modes d'expérience touristique proposés par Cohen (1979) nous permet donc de comprendre l'évolution de cette notion d'un contexte moderne où le voyage se réalisait forcément ailleurs vers un contexte postmoderne où la distance définissant l'ailleurs est relative.

Figure 4. Phénoménologie des modes d'expérience touristique.



Source : auteure, basé sur l'article de Cohen (1979), 2018.

La proposition de Cohen a été précédemment présentée comme une proposition postmoderne, car elle ouvre la notion de l'expérience touristique à une certaine relativité en lien avec la particularité de chaque individu (Kadri et Bondarenko 2015; Hom Cary 2004; Uriely 2005; Urry et Larsen 2011) : « Différents modes d'expérience touristique sont liés à différents types de rapports possibles entre une personne et une variété de "centres" » (Cohen 1979, 180), contrairement aux auteurs cités précédemment (Boorstin 1961; MacCannell 1973) qui proposaient l'idée plutôt moderne du touriste comme une figure homogène (LE touriste). Néanmoins, la proposition de Cohen est antérieure à l'accélération du processus de compression de l'espace et du temps de ces

trois dernières décennies et ne contemple donc pas les impacts de ce processus sur les pratiques et représentations associées au voyage contemporain.

La Figure 4 présente cette proposition du plus bas degré de recherche du centre (le mode de **diversion** où l'individu n'a aucun intérêt à chercher du sens, il souhaite simplement s'épanouir) à la recherche la plus intense (le mode **existentiel** où l'individu adhère à un centre choisi situé au cœur d'une autre société ou culture). Les niveaux intermédiaires (le **récréatif**, l'**expérientiel** et l'**expérimental**) montrent différents degrés dans cette quête. Le mode récréatif représente tout simplement la recherche du bien-être dans une société trop intense et rapide. De la même manière que le touriste en mode diversion, le touriste en mode récréatif ne se soucie pas de l'authenticité, qui peut en fait ne pas être du tout amusante ni reposante, et accepte volontairement les pastiches et simulacres (Harvey 1990) mis en place par l'industrie pour construire une expérience satisfaisante à ses yeux (Boorstin 1961; Christin 2000, 2008; Uriely 2005). Le touriste du mode expérientiel cherche l'authenticité dans d'autres cultures et sociétés, mais ne se l'approprie pas et reste toujours étranger face à ces modes de vie étrangers qu'il apprécie.

Enfin, le touriste du mode expérimental cherche dans tous les sens un centre répondant à ses besoins et qu'il ne trouve pas chez lui. Il compare et essaie différents modes de vie. Quand il trouve celui qui lui convient, il adopte le mode existentiel. Le touriste en mode existentiel, quand il s'engage dans son nouveau centre, découvre un écart entre son idéal et la réalité de la nouvelle société. Quand cela arrive, Cohen constate qu'il y a trois réponses possibles : il accepte les distorsions et reste engagé à son centre choisi, mais conscient de la réalité (l'**idéaliste réaliste**), il reste dans son centre choisi, mais dans l'illusion que tout est exactement comme il l'avait imaginé intégrant des formules d'inauthenticité (comme les pastiches) afin de construire une image du centre choisi lui convenant (l'**idéaliste ébloui**), ou bien il décide que le centre n'existe que quand il est loin et inconnu et redevient un touriste expérimental à la recherche d'un nouveau centre (l'**idéaliste critique**).

Dans la réalité, une même personne peut s'identifier à différents types de touristes dans le même voyage ou au long de sa biographie de voyageur (Cohen 1979). Les typologies servent notamment à favoriser l'analyse. On pourrait ajouter que, même dans le cadre de l'analyse, les typologies généralistes ne suffisent pas (Hom Cary 2004). Pour cela, Cohen (1979) a prévu deux catégories à croiser avec les résultats obtenus de la typologie précédente (Figure 4) : les **humanistes** et les

dualistes ou **pluralistes**. Les humanistes observent les autres cultures à travers le prisme de la leur et peuvent être, d'après Cohen, catégorisés en touristes culturels ou touristes existentiels selon leur degré d'adhérence aux centres situés ailleurs. Les dualistes ou pluralistes adhèrent à deux ou plusieurs centres, chacun d'eux étant aussi authentique que les autres, même s'ils contiennent des modes de vie différents.

Concernant les limites de la catégorisation de l'expérience touristique au sein des dispositifs analytiques, Wickens (2002) constate la multiplicité des typologies touristiques proposée par la littérature et ajoute l'existence de micro-types spécifiques à chaque étude (Uriely 2005). Uriely, Yonay et Simchai (2002), dans le cadre de leur étude sur les expériences touristiques des routards, mettent en cause la tendance à assumer que les touristes voyageant dans des conditions similaires partagent les mêmes expériences (Uriely 2005). Ces éléments rajoutent de la complexité à la compréhension du vécu des visiteurs. Devant ces éléments et ayant l'objectif d'accéder au plus près du vécu des visiteurs barcelonais lors de leurs expériences visitant Barcelone et lorsqu'ils visitent ailleurs, nous avons choisi pour cette étude une perspective phénoménologique. Nous avons choisi l'option favorisant que les visiteurs établissent eux-mêmes les catégories de leurs propres expériences.

Outre les singularités individuelles, il faudrait différencier les pratiques et les sens propres à l'individu et ceux propres à la classe de loisir (Hom Cary 2004). D'après Urry et Larsen, il existe des « lunettes culturelles permettant aux touristes de voir les formes physiques et les espaces matériaux devant eux comme intéressants, bons et beaux »[14] (2011, 2). En effet, l'expérience est personnelle, mais elle est construite à partir d'un contexte singulier, composé d'expériences personnelles et de souvenirs et encadré par des normes, des modes et des images (Urry et Larsen 2011). L'appartenance à la classe de loisir, la prédisposition à percevoir de la beauté ou de l'intérêt dans des espaces perçus comme ordinaires et banals aux yeux de la population locale, en tant qu'élément propre au corps médial[15] (Berque 2000), constitue une composante de ce contexte. La diversité de composantes du contexte conditionnant l'expérience touristique complexifie davantage sa compréhension : « la figure du touriste ne sera jamais facilement saisie, car il ou elle alterne sans

[14] « Such "frames" are critical resources, techniques, cultural lenses that potentially enable tourists to see the physical forms and material spaces before their eyes as "interesting, good or beautiful" ».
[15] Voir Chapitre 3, p. 88.

cesse entre le sujet individuel (le touriste) et la subjectivité collective (la classe de loisir) »[16] (Hom Cary 2004, 62).

Bourdeau (2013) propose une quadruple grille de lecture du tourisme contemporain. Sa proposition va au-delà du postmodernisme, celui-ci n'étant qu'une forme de tourisme parmi d'autres : tourisme moderne, hyper-tourisme, post-tourisme/après-tourisme et trans-tourisme. Suivant cette idée, le **tourisme moderne** fait toujours partie du voyage contemporain et concerne le tourisme que l'on pourrait considérer comme classique, où « les notions d'accès à un lieu situé ailleurs, de découverte et de visite sont centrales, nécessaires et suffisantes à la définition de l'expérience touristique » (Bourdeau 2013, 31). Ce touriste moderne serait désireux de vivre des expériences au-delà des limites de son milieu culturel d'origine (Cohen 1979) et, par conséquent, son intentionnalité relèverait de la quête de l'altérité et de la nouveauté.

Pearce et Kang (2009) soulèvent la question de la nouveauté en tant que composante essentielle du comportement du touriste alors que la répétition en tourisme, le tourisme vers les lieux familiers (Pearce 2012) et l'engagement vis-à-vis de destinations récurrentes (Condamines 2006) faisaient déjà partie de la pratique du tourisme moderne. Le développement des résidences secondaires que nous avons expliqué précédemment illustre cette idée. Les liens entre familiarité et tourisme ont toujours existé, même dans le cadre du tourisme moderne comme des facteurs, d'un côté, minimisant les risques associés au voyage et de l'autre, impactant l'image de la destination (Pearce et Kang 2009). Suivant cette idée, nous pouvons nous interroger si, lors de la visite guidée de découverte de sa propre ville, le visiteur cherche à détecter de nouveaux éléments dans son environnement, à découvrir des aspects surprenants et inconnus ou bien s'il vise à se familiariser avec cet environnement afin qu'il soit plus rassurant pour lui.

Suivant la grille de Bourdeau, ces éléments associés à la répétition et à la revisite (Celhaiguibel 2013) seraient plus proches de l'après-tourisme ou du trans-tourisme. Ces questions sont également pertinentes dans le cadre des visites au sein de l'espace quotidien, car la quête simultanée de l'inconnu et de la familiarité constitue l'un des axes centraux identifiés dans les expériences analysées (voir Chapitre 5).

[16] « […] the figure of the tourist will never be easily grasped, for he or she ceaselessly toggles between individual subject (tourist) and collective subjectivity (leisure class). ».

Suivant cette même grille (Bourdeau 2013), la deuxième catégorie correspond à l'**hyper-tourisme**, souvent associé aux progrès technologiques (Berthelot 2012) et notamment à l'idée d'aller « plus loin, plus haut, [et d'être] plus fort, [de payer] plus cher » (Bourdeau 2013, 32). Le tourisme spatial illustre bien cette catégorie.

Le **post-tourisme** ou **après-tourisme**, dont on a déjà introduit certaines caractéristiques, serait de fait un produit de la postmodernité (Feifer 1985) et l'expérience constituerait une catégorie conceptuelle essentielle de celle-ci notamment parce qu'elle place le sujet au centre des phénomènes (Kadri et Bondarenko 2015). L'après-tourisme est décrit comme le cadre conceptuel dans lequel les codes dominants du tourisme seraient inversés :

> « […] proximité, quotidien, autonomie culturelle, frugalité, autoproduction récréative, réduction des dépenses, lenteur des déplacements, engagement dans le temps se voient ainsi attribuer […] un sens et des valeurs positives » (Bourdeau et Berthelot 2009).

Ce cadre favoriserait l'émergence de nouvelles pratiques récréatives, comme le *staycation* ou le *nearcation*. Ces deux anglicismes sont utilisés pour évoquer la pratique des **vacances chez soi** et des **séjours à proximité de chez soi**. Ils nous intéressent parce qu'ils représentent la confirmation qu'un intérêt ludique envers les lieux de proximité se structure depuis quelques années. Les vacances chez soi impliquent la programmation d'un « ensemble d'activités chaque jour avec retour à son domicile pour la nuit » (ATOUT-France 2015, 12). La notion des vacances implique une durée (Condamines 2006). Ainsi, les vacances chez soi seraient le résultat d'une suite de visites d'une journée répétées pendant une période donnée. Les séjours à proximité de chez soi correspondraient aux pratiques réalisées par les **vacanciers de proximité**, tels que les habitués de Trez-Hir (sur le littoral breton) originaires de Brest (distance 20 km), analysés par Condamines (2006).

La popularisation de ces deux pratiques est associée par certains auteurs à la crise économique (Michel 2012) de 2008. Ainsi, elles auraient une dimension sociale, car elles permettraient l'accès aux vacances et à l'expérience touristique à des populations touchées par cette crise ou disposant de moyens modestes. L'intérêt des vacances de proximité dans ce contexte réside dans le fait qu'elles sont considérées comme a priori financièrement moins coûteuses, mais seraient néanmoins perçues comme des expériences touristiques de qualité. Elles seraient moins coûteuses, car elles ne nécessitent pas de logement (dans le cas des vacances chez soi) ou parce qu'elles utilisent des

moyens de transport doux ou parcourant de courtes distances. Ce choix du mode de transport et la lenteur du parcours augmentent l'intensité de l'expérience.

L'après-tourisme a également été défini comme un tourisme au second degré, où « l'artifice, l'inauthenticité, le pastiche, la provocation et même le cynisme » (Bourdeau 2013, 32) seraient non seulement permis, mais recherchés et mis en valeur. L'après-touriste est ainsi conçu comme un consommateur qui accepte ouvertement l'inauthenticité, avec même un peu d'ironie (M. Smith, MacLeod, et Hart Robenson 2010). L'après-tourisme n'est pas centré sur la géographie, le paysage ou le patrimoine, mais sur « la sensation et l'expérience offerte par des évènements, spectacles, fêtes ou par des expérimentations récréatives débridées et hybridées » (Bourdeau 2013, 32). Autrement dit, cela se joue dans la perception du visiteur, le voyage « n'est plus dans la distance parcourue ; des milliers de kilomètres ne sont plus une garantie d'exotisme. On retrouve ses voisins de palier à Bali » (Verlomme 2008, 13), ce qui confirme la rupture entre dépaysement et distance évoquée précédemment et ce qui permet a priori l'expérience du voyage même dans un espace associé à la quotidienneté.

L'exotique en tourisme provoque du désir (Norberg-Hodge 2006), car il est souvent assimilé à l'authentique et à l'inconnu. Ainsi, l'adéquation des sites pour l'accueil des visiteurs, la mise en place d'un système de signalisation au service du touriste dans beaucoup de destinations consolidées, par exemple, limite la perception de l'inconnu et le dépaysement (Vlès 2011) par le biais de « signes signalés » (Bailly 2013, 180), de « balises et pancartes pour devenir repérables » (Christin 2008, 36). Ces aménagements renforcent la familiarité avec les lieux de la visite, même dans des contextes très lointains et a priori inconnus.

Toutefois, même si certains auteurs considèrent que le tourisme a réussi à uniformiser une bonne partie de la planète, qu'il n'y a plus d'Autre ni d'ailleurs (Michel 2012), l'Autre et l'ailleurs existent toujours, car de nouvelles formes d'altérité se développent de manière concomitante au processus de rapprochement des distances et au renforcement des liens de familiarité avec des lieux lointains. Certaines formes d'altérité sont construites à partir de la reproduction d'éléments exotiques (Baudrillard et Guillaume 1994) par le biais de pastiches (Harvey 1990). Les mises en scène dans le cadre d'événements éphémères illustrent cette idée. Les festivals de musique dédiés à un pays ou région, comme Rio Loco à Toulouse, ou les grands événements culturels, comme Lille3000, importent les rythmes, la gastronomie et d'autres aspects des cultures invitées et permettent à la

population et aux visiteurs des villes organisatrices d'entrer en contact avec certaines composantes de ces cultures. Ainsi, ces éléments voyagent, sortent de leurs lieux d'origine et se rendent accessibles au public. Dans ce cas, l'individu ne voyage pas vers l'exotique, mais l'exotique se déplace vers l'individu.

Les Expositions Universelles des XIXe et XXe siècles avaient déjà la volonté de ramener des réalités lointaines stéréotypées chez les voyageurs potentiels. Dans une société mondialisée, des cultures lointaines géographiquement se sont rapprochées et certains aspects homogénéisés. La fréquence du contact entre des sociétés géographiquement éloignées, notamment par le biais du tourisme, a des impacts sur la manière dont les cultures réceptrices et celles d'origine des visiteurs évoluent (Christin 2008).

Dans le cadre de l'après-tourisme, la quête de la nouveauté et de l'inconnu dans les pratiques touristiques contemporaines a évolué. Celhaiguibel définit le voyage de la façon suivante : « pratique […] guidée par le besoin de recréer ou de maintenir de la familiarité ailleurs. La familiarité n'est plus seulement un attribut du voyage […], mais en devient un moteur » (2013, 132). La destination serait un lieu familier, non seulement parce que ce lieu a précédemment été fréquenté et est donc devenu familier, mais aussi et surtout parce que cette familiarité est la principale raison qui la transforme en destination potentielle, tels que les lieux associés aux souvenirs d'enfance. Si Celhaiguibel s'intéresse à la quête de la familiarité ailleurs, nous nous intéressons à la quête de l'étrangeté ici. Elle mobilise la notion de revisite, nous mobilisons celle de la redécouverte.

Si la quête de l'étrangeté dans le tourisme moderne nécessite une mise à distance du lieu de départ (Cohen 1979), l'après-tourisme permet de conceptualiser aussi bien les aspects banals des séjours touristiques que le dépaysement et l'exotique dans des espaces quotidiens :

> « s'il n'est plus risqué d'aller se faire coiffer à peu près partout en vacances, il n'est guère plus impossible dans n'importe quelle ville, même petite, de se dépayser dans un restaurant étranger » (Dubois et Ceron 2001, 855).

Si l'on connaît déjà les curiosités situées partout dans le monde, même les plus éloignées, car on y accède facilement en avion ou en un clic de souris, on pourrait s'interroger sur l'existence même de l'exotique : peut-on considérer ce qui était jusqu'à présent normal et ordinaire comme une nouvelle forme d'exotisme ? Si l'individu s'intéresse aux espaces de normalité comme il

s'intéresse aux espaces exotiques, comment définit-on l'environnement habituel dans ce contexte ? Comment les lieux se constituent-ils en tant que destinations lorsque l'exotique n'existe plus ?

Le contexte de la postmodernité permet d'inscrire ces nouveaux rapports dans un cadre où de multiples processus ont lieu (la mondialisation, les progrès techniques, etc.). Cela favorise la compréhension de la possibilité pour un espace ordinaire ou quotidien de devenir lieu d'intérêt touristique (Condevaux, Djament-Tran, et Gravari-Barbas 2016). Il s'agit d'une évolution dans la perception du visiteur, de ce qui fait partie de son quotidien, de ce qui éveille ses envies de découverte.

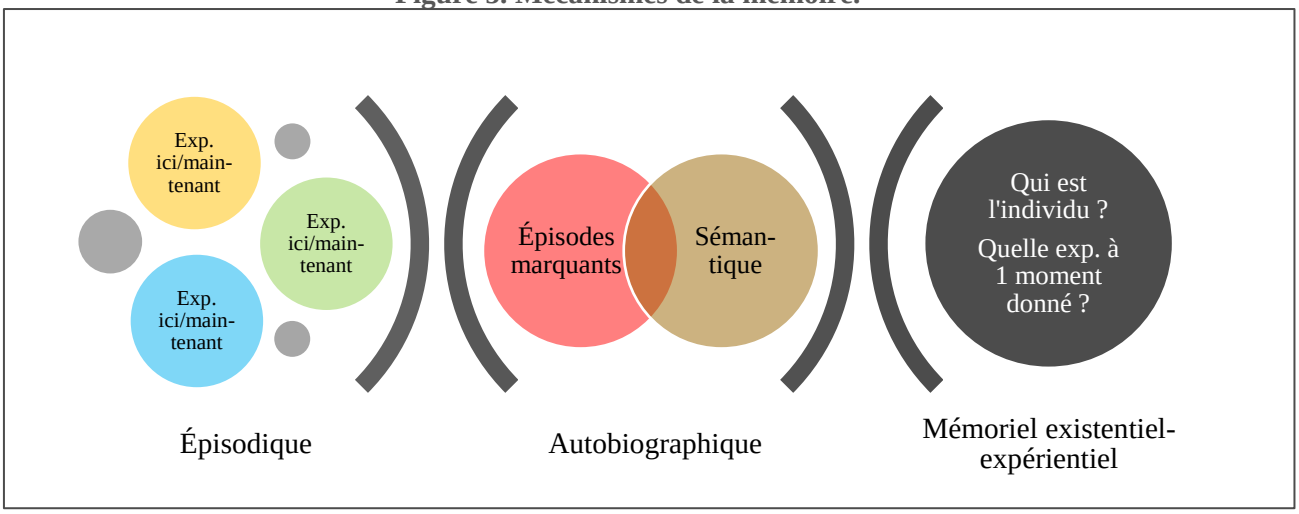
Enfin, suivant la grille de lecture du tourisme contemporain proposée par Bourdeau (2013), le **trans-tourisme** (Corneloup 2011, 2017) serait une catégorie au-delà du tourisme. Pour Bourdeau, il s'agit d'un tourisme au troisième degré. Il dépasse les limites et les catégories traditionnelles. Il relève d'une « hybridation de l'univers récréatif avec la vie quotidienne […] » (Bourdeau 2013, 32; Berthelot 2012). D'autres auteurs (Vergopoulos 2013) évoquent également une hybridation des catégories traditionnelles et la fin des dichotomies classiques : ici/ailleurs, touristique/non touristique, artificiel/naturel, aménagé/sauvage, quotidien/hors-quotidien. Le tourisme de l'ordinaire et les pratiques touristiques de proximité s'inscriraient dans cette dernière catégorie. La proposition de Bourdeau n'est toutefois qu'une possibilité pour comprendre le tourisme aujourd'hui. Les catégories ici proposées peuvent cohabiter et même être regroupées.

L'étude de l'expérience touristique comme une observation de ce que les touristes éprouvent en lien avec leur séjour (Decroly 2015a) a donc été approchée comme une expérience homogène, puis déclinée en typologies multiples en fonction de différentes motivations et intérêts et, finalement, comme une forme d'expérimentation d'autres lieux de vie. Elle a été analysée en tant que catégorie conceptuelle de la postmodernité situant l'individu au centre des phénomènes. Cette analyse de la subjectivité derrière l'expérience est souvent réalisée avec une perspective chronologique, en décrivant ce que l'individu vit avant, pendant et après son voyage. Récemment, certains auteurs (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016; Guibert 2016) proposent une perspective plus intimement liée au vécu individuel autour de la question suivante : en quoi l'expérience touristique dépend d'un vécu touristique antérieur et impacte les expériences ultérieures ?

Nous avons évoqué précédemment le processus par lequel l'individu construit son stock de connaissances disponibles avec ses expériences et nourrit des représentations qu'il mobilise lors de

ses expériences futures (Bossé 2010; Schütz 1993). Bachimon, Decroly et Knafou (2016) se penchent sur ce qu'ils appellent la construction cumulative de la mémoire (voir Figure 5). Ce cumul d'expériences est possible parce que les événements les plus importants pour l'individu ne restent pas dans la mémoire épisodique (dédiée aux événements personnellement vécus et au contexte spatio-temporel de ces événements), mais vont intégrer la mémoire autobiographique qui « permet de voyager dans le temps, aussi bien en revivant des expériences passées qu'en se projetant dans le futur » (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016, 8).

Figure 5. Mécanismes de la mémoire.



Source : auteure sur l'article de Bachimon, Decroly et Knafou (2016), 2018.

D'après ces auteurs, la mémoire autobiographique est contextualisée par ce que l'individu est et par ce qu'il expérimente à un moment donné. C'est-à-dire, elle ne contient pas seulement des informations identitaires (nom, prénom, origine, noms des personnes de l'entourage, tout ce qui constitue la mémoire sémantique) et des informations sur des expériences marquantes vécues précédemment, mais elle s'active dans un contexte particulier. Ainsi, ces auteurs affirment qu'aussi bien l'existentiel que l'expérientiel sont mobilisés dans la construction de la mémoire lors de chaque nouvelle expérience et que, plutôt qu'une construction, il s'agit d'une reconstruction mémorielle continue. Ce processus de reconstruction s'opère, d'une part, par une réattribution de sens à chaque fois qu'une expérience est mobilisée, fossilisant les interprétations données à cette expérience marquante afin de la rendre invariable. D'autre part, des expériences en principe oubliées peuvent être réactivées lorsque quelqu'un d'autre s'y intéresse. En ce sens, la reconstruction de la mémoire serait déclenchée par la curiosité de l'Autre.

Suivant cette idée, ces auteurs s'interrogent, comme nous, sur la singularité du vécu touristique par rapport à d'autres expériences de la vie, sur la construction de ce vécu et sur l'influence des connaissances et des compétences cumulées sur les expériences (touristiques et non-touristiques) vécues ultérieurement. Récupérant les idées d'autres auteurs (Brown 2009; Lew 2010), Bachimon, Decroly et Knafou (2016) constatent la dimension transformatrice de l'expérience touristique. À titre d'exemple, ils évoquent les expériences touristiques de l'enfance comme un élément important dans la prise de décision liée aux vacances de l'âge adulte. Le retour aux lieux de vacances de l'enfance, pratique très commune, comporte un risque de décalage lorsque l'individu constate que ce lieu qu'il a idéalisé au fil des années a continué à vivre et à évoluer. Ce décalage, déjà présent dans la phénoménologie des modes d'expérience touristique de Cohen (1979) (voir Figure 4, p. 56), peut être une source de déception ou bien une opportunité pour renouveler les rapports individuels avec cet espace. Dans tous les cas, l'expérience de ce voyage transforme l'individu et la composition de son monde.

Par conséquent, la trajectoire de vie de l'individu (Guibert 2016) constitue aujourd'hui un paramètre à tenir en considération dans la compréhension de l'expérience touristique, tout comme le cadre socioculturel auquel il appartient est pris en compte depuis quelques années (Urry et Larsen 2011). Notre recherche se penche sur des cas individuels et analyse leurs trajectoires de vie, mais dans une approche phénoménologique selon laquelle l'individu choisit parmi ses souvenirs ceux qu'il souhaite partager, car il considère qu'ils sont directement rattachés à l'expérience de la visite. Nous n'avons pas eu accès à la totalité des trajectoires de vie des individus analysés, car ils n'ont pas répondu à des questions précises et déterminées par la chercheuse. Ils ont fait des choix sur les événements et émotions importants à leurs yeux et ces choix constituent donc des variables supplémentaires de notre démarche analytique (voir Chapitre 3).

L'expérience de l'espace à laquelle nous nous intéressons et qui déclenche l'expérience de la redécouverte et éventuellement l'expérience touristique **ici** est celle de la **visite guidée**. Comme l'expérience touristique, l'approche de l'étude de cette pratique a évolué depuis les premières études les années 1970, passant d'une pratique favorisant une expérience homogène d'isolement au cœur de la destination à un dispositif de médiation touristique dont l'expérience dépend de chaque individu, car il s'agit d'une expérience coproduite et incarnée. Les pages suivantes introduiront cette évolution et les notions liées à la visite guidée.

3. L’expérience de l’espace à travers la visite guidée

Planifier un voyage n’est pas simple, notamment quand il s’agit d’un court séjour dans une destination riche en possibilités. Beaucoup de questions pratiques émergent : que faut-il visiter ? que voudrions-nous visiter ? Comment organiser cela dans un temps limité ? De nombreux visiteurs décident de participer à des visites guidées, car elles concentrent les points d’intérêt principaux d’une destination dans une courte période de temps. Ils sont ainsi « guidés rapidement et confortablement à travers les principaux attraits de la destination »[17] (Widtfeldt Meged 2010, 9). En ce sens, la visite guidée constitue une pratique ancrée dans l’imaginaire des pratiques touristiques en tant que moyen d’accès simple à un territoire inconnu (Hallin et Dobers 2012; Overend 2012).

Pour notre étude, cette pratique suppose la porte d’entrée à l’expérience de la (re)découverte, le dispositif de médiation (touristique ?) à travers lequel le résident devient visiteur, nous permettant d’analyser les convergences entre l’expérience d’un individu visitant sa propre ville par le biais d’une visite guidée et son expérience lorsqu’il visite des contrées lointaines. Les pages suivantes introduisent différentes approches dans l’étude de la visite guidée.

3.1. Pratiquer la visite guidée : suivre ou participer ?

La pratique de la visite guidée ne manque pas de controverse en ce qui concerne les rapports qu’elle contribue à créer entre le visiteur et l’espace visité :

> « Louis Bertrand, en 1910, témoigne en ces termes du développement touristique en Orient : "D'un bout à l'autre, vous êtes, pour ainsi dire, tenu en lisière. Quand ce ne sont pas les conducteurs des agences, ce sont vos guides et vos drogmans qui dirigent vos démarches et vos actions, qui vous étourdissent de leurs bavardages et de leurs boniments, qui jugent en dernier ressort de ce que vous devez voir ou ne pas voir" » (Urbain 2002, 260).

Ainsi, la liberté d’accès à l’espace des visiteurs en visite guidée a souvent été mise en question (Christin 2008; Cohen 1985; Schmidt 1979) : ils sont « tenus en lisière », leurs démarches et actions sont « dirigées » et on leur dit « ce qu’ils doivent voir ou ne pas voir ». Si l’on accepte ces prémices, la vision du monde de ces visiteurs à travers la pratique de la visite guidée est conditionnée par ces limites. Alors, quelle est la cosmographie du visiteur, notamment lorsqu’il découvre par le biais

[17] « The guided tour accommodates these conditions, since the tourist is quickly and comfortably guided through the highlights of a destination ».

d'une visite guidée ? Que voit-il et à quoi a-t-il accès ? Comment sa condition de visiteur lui permet-elle de construire son rapport au monde ?

Christin affirme que « la "liberté" touristique doit demeurer une illusion » (2008, 25). Pour lui, la publicité touristique montre une authenticité qui n'existe pas, car les flux des touristes sont dirigés et les lieux artificialisés. De leur côté, Hallin et Dobers (2012) considèrent que les visites guidées construisent des **non-lieux**. Ces non-lieux sont périphériques aux lieux encadrés par la visite et le touriste n'y a pas accès. Suivant cette idée, toute expérience crée des non-lieux. L'expérience étant située dans un cadre spatio-temporel concret, tous les lieux autour de ce cadre, étrangers à l'événement, pourraient être considérés comme des non-lieux. Il faut toutefois préciser qu'en principe la notion de non-lieu n'est pas associée aux lieux ignorés dans l'expérience, elle va beaucoup plus loin et décrit les lieux homogénéisés dans un contexte de surmodernité (Augé 1992), tels que les aéroports, les gares, les hôtels des chaînes internationales, etc., apparemment détachés du contexte géographique et culturel dans lequel chacun d'entre eux se situe et pouvant se multiplier dans n'importe quel espace.

La visite guidée met donc en lumière certains lieux et en cache d'autres. Il s'agit d'une pratique à dimensions multiples (Schmidt 1979). D'un point de vue géographique, elle concentre les principaux points d'intérêt, facilitant ainsi le choix des lieux à visiter dans une période limitée de temps. De cette façon, le parcours géographique du visiteur est dirigé par le guide au fil d'un itinéraire prédéfini. Le temps de visite se voit réduit, car différents lieux sont présélectionnés et intégrés dans une seule activité.

D'un point de vue philosophique, comme l'affirme MacCannell, cette pratique est « une tentative de vaincre la discontinuité de la modernité, tout en intégrant ses fragments dans des expériences unifiées »[18] (1976, 13). Dans un contexte postmoderne où les métarécits sont mis en cause et où plusieurs réalités coexisteraient (Harvey 1990), ces activités donneraient une unité à un lieu à travers le récit, l'itinéraire et l'expérience de la visite guidée. Les lieux visités ont une cohérence thématique, favorisant leur contextualisation au sein d'une histoire et d'un territoire.

La visite guidée a une dimension sociale (Schmidt 1979), en dehors et à l'intérieur du groupe. D'un côté, le guide représente un tampon entre les visiteurs et l'environnement social. De l'autre côté,

[18] « Sightseeing is a kind of collective striving for a transcendence of modern totality, a way of attempting to overcome the discontinuity of modernity, of incorporating its fragments into unified experiences ».

la pratique de la visite guidée permet d'atteindre un consensus entre tous les membres du groupe touristique sur ce qu'ils veulent visiter. Il est également plus facile de se sentir en sécurité en faisant partie d'un groupe, surtout quand la visite se déroule dans un endroit parfaitement inconnu ou dans un environnement culturel très distant de celui propre au visiteur. Le fait de voyager en groupe permet de partager des expériences et de se confronter collectivement à ce qui n'est pas familier.

Cette dimension sociale est intrinsèquement liée à la figure du guide. D'après Cohen (1985), le guide moderne a essentiellement deux rôles : le chef (héritier du *pathfinder* ou découvreur de chemins) et le médiateur (héritier du mentor). Le rôle de chef permet au groupe l'accès à des endroits privés (Schmidt 1979), fermés ou réservés à certains publics. Dans le cas des groupes visitant une destination dans un contexte culturel très éloigné de celui des visiteurs, le guide agit comme un tampon entre le groupe et l'environnement (*ibid.*), formant une première bulle invisible (Leroux 2008) de protection entre eux. Nachouane illustre cette idée dans sa thèse lorsqu'il explique comment, pour certains visiteurs interviewés, la visite de la médina de Marrakech ne peut se faire qu'avec un guide qui pourra les emmener « dans les endroits les plus beaux et surprenants » de ce qu'ils considèrent comme « un vrai labyrinthe » (2015, 178). Le guide dans son rôle de chef montre le chemin, ouvre les portes et contrôle que le groupe et les sites sont en sécurité.

Le guide dans son rôle de médiateur attire l'attention du visiteur vers ce qui est intéressant. Il est représentant du groupe pour le site et du site pour le groupe et organisateur de l'activité. D'une part, il joue le rôle de médiateur interculturel et intercorporel (Jonasson et Scherle 2012), car il est physiquement placé entre le groupe et l'Autre. Afin de garantir la sécurité du groupe et du site visité, il « intègre le groupe et l'isole en même temps » [19] (Cohen 1985, 13), ce qui renforce l'idée que le groupe touristique est isolé comme dans une île (Schmidt 1979) ou dans une bulle invisible (Leroux 2008). D'autre part, il est responsable de la logistique de la visite et de la qualité de l'information. Il doit savoir favoriser le plaisir et la création de souvenirs positifs (Larsen et Widtfeldt Meged 2013, 91). En définitive, d'un point de vue aussi bien géographique que social, le guide sert d'interface entre le visiteur et ce qui est visité et il est également responsable de l'histoire racontée (Cohen 1985).

La dernière dimension de la pratique de la visite guidée proposée par Schmidt (1979) est la dimension institutionnelle. Ces visites sont importantes pour l'environnement local et l'industrie

[19] « […] the guide both integrates his party into the visited setting as well as insulates it from that setting ».

touristique, mais elles impliquent une « sélectivité spatiale » (*ibid.*), un choix d'aménagement concernant les lieux à valoriser et les lieux à ne pas mettre en valeur, ce qui peut être lu comme « une forme de contrôle social » (*ibid.*). Cette dernière idée est mise en cause lorsque la pratique de la visite guidée amène le visiteur au-delà de la visite, lorsqu'elle place l'individu dans un contexte spatio-temporel précis où les éléments présents (et absents) de la situation (Hoyaux 2016) ne peuvent pas être complètement prévus en amont et maitrisés. Suivant cette idée, sans l'opportunité offerte par la visite guidée, l'individu participant n'aurait peut-être jamais la possibilité d'être confronté à certains évènements précis qui peuvent être assez marquants non seulement pour l'expérience de la visite, mais également pour les expériences ultérieures (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016).

Même si la pratique de la visite guidée apparaît dans les études touristiques depuis les années 1970 (Cohen 1985; Holloway 1981; Schmidt 1979), les notions utilisées ont évolué (Zillinger, Jonasson, et Adolfsson 2012). De la même manière que la forme d'appréhender la notion d'expérience touristique a évolué d'une expérience homogène à une expérience relative en fonction de chaque individu, les approches utilisées pour étudier la visite guidée qui s'intéressaient à la qualité du guide et à la satisfaction des visiteurs par rapport au guide (K. Hughes 1991) ont glissé vers d'autres items comme les « perceptions, les valeurs, les rôles, la culture, la connaissance et l'éducation, les narratives, les innovations, les souvenirs, la marche et la performance »[20] (Zillinger, Jonasson, et Adolfsson 2012, 4). Actuellement, l'approche de la performance en tourisme défend l'idée que le touriste ne se contenterait pas de suivre le guide, mais serait lui-même responsable de la visite dans une logique de coproduction de l'expérience (Edensor 2001; Haldrup et Baerenholdt 2011; Haldrup et Larsen 2009). Les auteurs travaillant sur cette approche dénoncent une stigmatisation des visites guidées autant dans la vie quotidienne que dans la sphère académique (Larsen et Widtfeldt Meged 2013).

L'idée que les visites guidées ne laissent pas de place pour la créativité, qu'elles sont superficielles et que le regard des participants est fortement encadré et dirigé vers des sites (Boorstin 1961) est particulièrement mise en cause (Larsen et Widtfeldt Meged 2013). Les touristes participant aux visites guidées sont souvent sous-estimés et rabaissés face à de *vrais* voyageurs qui voyagent de façon indépendante. Utilisant les mots d'Urbain, « dans ce phénomène complexe ne peut se loger,

[20] « The themes that often occur are perceptions, values, roles, culture, knowledge and education, narratives, innovations, memories, walking and performance ».

s'immiscer, foule ou individu, qu'un personnage complexé : ici rigolard ou honteux d'aller en groupe, là soucieux et fier d'être solitaire » (2002, 256). De cette manière, Urbain critique le paradoxe du *vrai* et du *faux* touriste, où le *vrai* chercherait à se débrouiller et à découvrir la *vraie* destination par lui-même et non à travers le récit d'un guide qui créerait une *fausse* destination pour lui et conditionnerait son regard : « cette réalité vous arrive déformée comme un texte qu'on lit dans une traduction » (*ibid.*, 260). Les groupes organisés sont souvent accusés de suivre simplement les itinéraires officiels et de ne pas affronter le risque d'explorer hors des sentiers battus (Christin 2008). Ils sont associés à un manque de liberté, alors qu'un individu « seul » peut être moins libre qu'un individu « avec » (Goffman 1996). Pour Urbain, ce débat n'a plus de sens et il faut laisser la place au relatif : « à chacun sa vitesse, à chacun son voyage » (2002, 178).

Valentin et al. (2011) montrent que l'expérience de la visite guidée est efficace en termes d'apprentissage spatial. Ces auteurs ont fait l'expérience de comparer trois méthodes différentes pour prendre connaissance avec un site : la visite virtuelle (depuis un poste informatique), la visite par carte (sur place avec un plan classique) et la visite guidée. Les individus observés réalisèrent deux parcours de complexité différente. Pour la visite guidée, les sujets furent accompagnés sur l'un des deux parcours depuis le point de départ jusqu'au point d'arrivée. Les résultats ont montré que la visite guidée « reste le moyen de prise d'information optimal (100 % de réussite en parcours complexe) » (*ibid.*, 17). Cette expérience montre que la visite guidée est une méthode effective d'appréhension spatiale. D'après cet exemple, parcourir un site accompagné par un guide favorise la création de repères qui restent dans l'imaginaire comme des outils que les individus pourront mobiliser ultérieurement. Cela ne met pas en cause l'idée que les visiteurs ne voient rien d'autre que ce qui leur est montré. Cela prouve que ce qui leur est montré est assimilé et utilisé par la suite en tant que repère spatial.

La pratique de la visite guidée inscrit les visiteurs dans l'espace public. Talbot définit la notion de **pratique** comme « des actes situés d'un sujet » (2009, 6). Pour comprendre ce que les touristes en visite guidée voient et mettent en œuvre pour construire leurs rapports aux lieux, il est important de situer leur expérience dans l'espace-temps. Talbot décrit le temps « à la fois dans une continuité historique (le temps comme histoire) et dans une dynamique (le temps comme mouvement) » (*ibid.*, 7). Cette différentiation est d'autant plus pertinente lorsque l'on se penche sur la visite guidée, qu'il faut également considérer le temps du récit. En effet, outre le temps comme histoire et le temps comme mouvement, les participants sont transportés vers différentes périodes à travers le récit du

guide. Ainsi, une visite guidée est un voyage dans le temps, ce qui constitue une troisième dimension temporelle de cette pratique.

Ces interactions nourrissent le processus de territorialisation par lequel l'individu attribue un sens à l'espace, celui-ci devient lieu et vient meubler son monde vécu. Toutes ces informations s'inscrivent dans la capacité de l'individu d'interagir avec les lieux. Ces interactions sont également conditionnées par ce qui est disponible pour le regard du visiteur. En ce sens, la temporalité spécifique de la visite a des conséquences importantes : les conditions des lieux ne sont pas les mêmes en haute ou en basse saison touristiques et l'ambiance dans la destination varie énormément en semaine ou en weekend, en hiver ou en été. Le regard du visiteur est conditionné par les aménagements réalisés pour lui lorsqu'il est accueilli comme un apport économique important du territoire et constitue l'une « des raisons principales de ses aménagements ou embellissements » (Bossé 2010, 9). Les lieux se transforment pour les visiteurs, ce qui conditionne ce qui va être montré et, donc, ce qui va être vu.

La manière dont l'individu appréhende un espace est différente selon le mode de mobilité choisi. Si certaines études sur la visite guidée s'intéressent aux visites guidées en bus (Widtfeldt Meged 2010), ce qui permet d'élargir le périmètre géographique de la visite, nous nous limitons aux visites à pied. Nous pouvons d'ores et déjà affirmer que l'accès à l'espace n'est pas le même dans les deux cas. Un visiteur à pied bénéficie d'un certain degré de liberté, il peut parcourir de petites ruelles, s'arrêter s'il le souhaite ou directement quitter le groupe de son plein gré. Il est guidé, mais il dispose paradoxalement d'une certaine autonomie.

Lorsque les visiteurs se déplacent à pied, l'ambiance est très importante, car ils sont immergés dans la ville : « La marche nous permet moins de saisir une expérience "dans" la ville ou même "de" la ville mais plus fondamentalement "avec" la ville » (Thibaud 2010). L'espace public est ici non seulement la scène de la visite, mais un lieu de transformation de soi (Vlès, Berdoulay, et Clarimont 2005), un lieu permettant le processus d'individuation (Germain 2002). En tant que producteur des lieux, l'individu transforme l'espace public par le biais de cette expérience. Le parcours est un outil de lecture et d'appréhension de l'espace public :

> « le parcours n'est pas seulement un rituel de mobilité, c'est la mise en superposition de plusieurs énonciations qui se réfèrent à l'histoire. S'il y a parcours, c'est que quelqu'un peut mettre en référence différents récits » (Petiteau et Pasquier 2001, 64).

Cette affirmation nous renvoie vers la nature de la visite guidée : l'association du parcours (spatial et temporel) et du récit (thématique). À travers le parcours, l'individu se projette sur l'espace public en le transformant et en se transformant. La marche implique physiquement l'individu dans la pratique de la visite (Lefebvre et Lefebvre 1991). De ce point de vue, le participant des visites guidées est loin de l'être passif décrit par les premiers auteurs cités (Cohen 1985; Schmidt 1979). Il s'engage physiquement dans la visite guidée par la marche. Il coproduit l'expérience simplement par sa participation.

Widtfeldt Meged (2010) affirme que les visiteurs en visite guidée ne sont pas du tout passifs pendant celles-ci si l'on tient compte de leur participation active lorsqu'ils posent des questions et interagissent afin de tirer le maximum de cette pratique. Différentes stratégies et tactiques partagées de coproduction de visites guidées sont mises en place par tous les acteurs impliqués dans les visites et notamment par les participants : dès l'adoption de différents rôles et responsabilités jusqu'au développement de rapports de pouvoir et à l'agencement de logiques de négociation. Cela implique que le guide ne soit pas le seul détenteur du pouvoir de création et de mise en œuvre de la visite. Les participants, les corps en situation autour du groupe, les interactions et l'ambiance autour de la visite, entre autres, jouent un rôle dans la réalisation de l'expérience.

Les participants, par leur niveau d'attention, leur participation plus ou moins active, etc., conditionnent non seulement le récit du guide, mais aussi la durée de la visite (Larsen et Widtfeldt Meged 2013) et nos résultats le confirmeront. Ils ne sont pas des « consommateurs passifs, ils s'investissent physiquement, mentalement et émotionnellement »[21] (Hallin et Dobers 2012, 10) dans l'expérience de la visite guidée. Ils ont des connaissances et le pouvoir de sélectionner eux-mêmes les lieux qu'ils veulent visiter (Zillinger, Jonasson, et Adolfsson 2012). En ce sens, comme le soulignent Larsen et Widtfeldt Meged (2013), les visites guidées sont ouvertes et indéterminées. Nous partageons cette approche et mettons en lumière des éléments de coproduction de l'expérience des visites guidées dans le cas des visiteurs barcelonais.

Si la visite guidée est coproduite par les acteurs impliqués dans cette activité, elle contribue aussi à la construction des sites visités (Overend 2012). Les visites guidées sont parfois analysées comme productrices de lieux hybrides (Haldrup et Larsen 2009; Zillinger, Jonasson, et Adolfsson 2012). À partir du moment où il y a une mise en scène pour le tourisme (Fricau 2008), la pratique

[21] « Rather than being a passive consumer the tourist is involved physically, mentally and emotionally ».

touristique crée les lieux où cette pratique a lieu (Overend 2012). Il s'intéresse notamment au « potentiel de la visite guidée de jouer un rôle actif dans la construction en continu des sites visités » (*ibid.*, 45), car il envisage la visite guidée comme une pratique spatiale puissante. Il récupère les idées de Massey (2005) et définit l'espace comme un mouvement constant de connexions entre les individus et avec leurs environnements. L'espace serait toujours en construction. Pour Massey (2005), ces connexions ne sont pas stables et créent des inégalités et des conflits même si ces conflits évoluent, car l'espace est en continuelle reconfiguration. Une idée nous intéresse tout particulièrement dans les réflexions d'Overend et Massey : les visites guidées comme carrefour des relations spatiales d'un site, ou en d'autres termes, la conjonction du présent, passé et futur sur un même site favorisant une meilleure compréhension de l'ensemble. Visant à mettre l'accent à la fois sur la confluence d'histoires présentes sur un même lieu et sur la diversité des lieux selon les périodes vers lesquelles la visite guidée transporte les participants, nous analyserons plutôt les visites guidées comme le carrefour des relations spatio-temporelles des lieux visités.

En outre, le cadre spatio-temporel de la visite guidée génère des facilités ou des contraintes (Gellereau 2005b) conditionnant la performance du guide et l'expérience des participants. D'après Gellereau, la visite se construit en permanence « par le rapport au langage, au public, aux objets et aux lieux » (2005b, 111). Ces variables forment le cadre spatio-temporel de la visite. Comme elles changent en continu, la visite guidée est aussi en construction permanente dans la « relation qu'elle met en place par rapport à ce qui est visité » (2005b, 111). Par ailleurs, la visite guidée, telle une pièce de théâtre, ne peut pas se refaire exactement de la même façon ni être appréciée de la même manière (Colbert et Cuadrado 2003), même avec le même parcours, le même guide, les mêmes participants et le même récit. De ce fait, nous pouvons affirmer qu'il s'agit d'un événement unique.

Précédemment, nous avions évoqué les différentes dimensions temporelles possibles (le temps comme histoire, comme dynamique et comme contexte du récit). L'évènement est situé dans le temps dans ses multiples dimensions, de la même manière qu'il est situé dans l'espace à différentes échelles. Nous avons établi que le touriste en visite guidée n'a a priori qu'un accès limité à l'espace. Nous avons également montré des exemples de la manière dont ces visites contribuent à construire des repères spatiaux. Nous avons suggéré que les visites guidées jouent un rôle dans les rapports entre l'individu et l'espace en tant que pratiques situées dans un espace-temps concret et que ce cadre spatio-temporel détermine ce que le visiteur peut observer et les éléments avec lesquels il

peut interagir. Les lignes suivantes se centrent sur différentes notions autour de cette pratique et de ses acteurs.

3.2. Le guide et autres notions associées à la visite guidée

La mise en œuvre des pratiques touristiques est souvent possible grâce à l'existence de personnes-ressources. Qu'ils soient des agents de voyages, des organisateurs d'activités, des amis qui accueillent ou qui se sont préalablement rendus dans la destination, ces individus constituent la porte d'entrée d'une destination. Dans le cas des visites guidées, le guide est la principale personne-ressource, une source première d'information sur la destination (Widtfeldt Meged 2010), l'acteur touristique le plus proche des visiteurs, celui qui les aide à donner un sens à leurs expériences (Pereira et Mykletun 2012).

Il existe différentes typologies de guides. Gellereau (2005b) fait une classification en trois types : le témoin, l'expert et l'animateur. Le **témoin** est quelqu'un qui fait partie de l'histoire du site qu'il explique, tel un marquis qui montre lui-même son château, un mineur guidant les visiteurs dans la mine où il a travaillé (2005a) ou même l'enfant d'un mineur expliquant l'histoire de son père, comme c'était le cas de Lewarde (le Centre historique minier du Nord-Pas de Calais) il y a quelques années. D'après Gellereau (2005b), ce type de guide est très apprécié par le public parce qu'il rend l'expérience plus authentique.

> « [Les témoignages] argument[ent] en faveur de la dimension sensible de la visite guidée, où l'immersion dans un monde se construit aussi dans les relations avec un guide identifié comme représentant du monde à voir » (2005b, 78).

Ainsi, la visite guidée serait une forme d'immersion dans une dimension de la destination qui n'existe que dans les vestiges restants du passé et dans les histoires et légendes transmises par les guides, témoins ou non, de cette réalité éteinte. Dans le cas des guides témoins, ces histoires font partie de leur patrimoine familial (direct ou transmis dans le cas des enfants de mineurs ou de l'exemple du marquis), ce qui les légitime face au public.

Les guides **experts**, d'après Gellereau, sont ceux qui « ont un statut d'expert dans un domaine de connaissance (spécialiste ou généraliste) ou de passeur/expert en pédagogie » (2005b, 78). L'expert, à la différence du témoin, « partage non une expérience, mais des savoirs » (2005b, 78). Par exemple, lors d'une visite à l'île et à la prison d'Alcatraz (San Francisco) en 2014, j'ai pu témoigner personnellement de ces différentes options après avoir débarqué du ferry. Un *ranger*

accueillait les visiteurs et proposait différentes possibilités d'accompagnement pendant la montée vers la prison. Une première possibilité était d'aller voir un ancien prisonnier qui venait de sortir un livre sur son expérience dans la prison et l'expliquait aux visiteurs. Une autre possibilité était de suivre le *ranger* Tom vers la prison pendant qu'il parlait de l'histoire de l'île, des prisonniers les plus illustres et des tentatives d'évasion les plus étonnantes. Ayant choisi cette deuxième possibilité, le récit du *ranger* m'a permis de minimiser le ressenti de l'effort physique de monter l'abrupte pente qui mène jusqu'à la prison. Dans cet exemple, l'ancien prisonnier serait un guide témoin alors que le *ranger* Tom serait un guide expert. Le premier constitue un témoignage direct de l'histoire de ce site. Le deuxième fournit des connaissances qui sont perçues comme légitimes de par son métier de *ranger*[22].

Pour les guides experts, encore plus que pour les autres, la pédagogie est importante. La dimension relative à la transmission de l'information est souvent mise en avant par les guides qui comparent cette partie de leur travail au métier d'enseignant (Holloway 1981; Larsen et Widtfeldt Meged 2013). Comme l'affirment Larsen et Widtfeldt Meged, à la différence des enseignants, les guides font partie du domaine touristique où « les choses doivent être extraordinaires » (2013, 91) et l'information doit être distrayante. Ces auteurs rappellent que le guide, à la différence encore de l'enseignant, ne peut pas obliger les touristes à l'écouter : « Les touristes ont le droit de ne pas être attentifs, de poser des questions, d'interrompre et même de mettre au défi l'autorité du guide » (2013, 91). Par conséquent, même si le guide est a priori le responsable de la visite guidée, il doit supporter d'être interrompu, répondre aux questions et rester poli avec les membres du groupe. Si nous retrouvons les guides témoins plutôt dans des visites de sites historiques ou dans des thématiques du passé, dans les visites sur la ville future, ce sont souvent des experts qui expliquent de nouvelles infrastructures ou de nouveaux aménagements urbains (Karrbom Gustavsson et Hallin 2013).

Le statut de guide animateur, celui-ci joue le rôle de récepteur du groupe, de représentant de l'institution pour laquelle il fait la visite. Il propose des manières d'appréhender les connaissances. Ce n'est pas un expert et, d'après Gellereau, « faire de la pédagogie ce n'est pas faire de l'animation ou transmettre un plaisir esthétique » (2005b, 80). Pourtant, toujours d'après cet auteur, il s'agit d'une forme de pédagogie qui passe par le jeu, la manipulation, le toucher, etc. favorisant la

[22] Pour voir d'autres expériences de la même visite, lire le billet de blog de Cristina Cosce (2014).

compréhension du contenu de la visite par d'autres moyens que le récit. Si l'on considère l'animation comme une compétence du guide consistant à rendre ses interventions captivantes, il s'agit alors d'une compétence nécessaire pour exercer ce métier.

Le guide, quelle que soit sa catégorie, est parfois considéré comme un *showman* qui « doit être capable de lire son public et d'utiliser son charme, de l'humour et être capable d'user des histoires divertissantes » (Larsen et Widtfeldt Meged 2013, 91). Certains guides se perdent dans leur passion, expliquent trop dans le détail et leur public finit par s'ennuyer. D'autres sont ennuyants « par incompétence » (Gellereau 2005b, 104), ce qui est perçu par certains guides analysés par cet auteur comme le pire qui puisse arriver. Jonasson et Scherle (2012, 61) résument les compétences essentielles d'un guide : la capacité d'interpréter, de faire de la médiation et de traduire, de communiquer de façon verbale et non verbale, de créer de l'intensité, de surfer entre l'échelle locale et l'échelle globale, la bonne volonté, l'ouverture d'esprit, la mobilité pour voyager et une attitude critique envers l'État visité. Le caractère distrayant du discours serait ici compris dans la création de l'intensité. Le guide est comparé au conteur et ses histoires sont de plus en plus basées sur l'actualité et moins purement historiques (Bryon 2012).

Récit et **discours** sont deux notions utilisées souvent pour traiter le même sujet. Certains auteurs notent des nuances entre les deux (Gellereau 2005b). D'après Benveniste (1966), le récit concerne le contenu du discours. Lorsque ce récit est diffusé oralement, il s'agit d'un discours. Par conséquent, ce que le guide raconte est à la fois discours et récit. Suivant cette explication, nous allons nous pencher sur le récit du guide, car nous pouvons imaginer que ce qui est dit et montré dans une visite détermine l'expérience de la visite.

Le guide, dans une première phase de construction du récit (la sélection de l'information), rassemble des idées sur les objets, les lieux et les gens (Fabry, Picon-Lefebvre, et Pradel 2015) et les organise afin de présenter un ensemble cohérent (Lefebvre et Lefebvre 1991). En fonction du contexte, le récit répond à des objectifs différents : « éducation, transmission d'héritage ou promotion » (Gellereau 2005b, 40). Le fait que l'espace à visiter soit aménagé pour la visite (p.ex. un musée) ou non (p.ex. un quartier) a une influence sur le récit et sur l'expérience de la visite. Si le site est aménagé, le guide est censé s'appuyer sur cet aménagement et n'a pas la liberté de modifier le parcours ni l'essentiel du contenu de son récit. Si le site ne l'est pas, il n'est pas plus libre « car il doit alors créer un espace de visite temporaire » (*ibid.*, 54). Il construit une mise en

scène sur l'espace de l'itinéraire et doit la respecter dans son ensemble afin de garder une cohérence avec le récit et conserver le sens du message destiné au visiteur.

Le récit peut ne pas être fidèle à la réalité d'un site (Overend 2012) et contenir des informations fantastiques, mythologiques, issues de légendes, etc. L'importance réside dans sa « capacité à traverser et organiser les lieux » (Certeau 2010; cité dans Overend 2012, 50). Jonasson et Scherle (2012) soulignent que le guide doit être capable de démonter les discours officiels et fournir des points de vue alternatifs lors d'échange avec le groupe. Ces échanges d'information avec le groupe font également partie de la construction du récit, car une visite guidée n'est pas toujours un monologue, elle peut prendre la forme d'un dialogue, les touristes deviennent coproducteurs des visites guidées. Ils contribuent à la construction du récit en participant au discours.

La mise en scène ne serait pas complète sans la scène, les lieux, sur lesquels le récit s'actualise et s'organise pour les visiteurs. Gellereau (2005b) introduit la notion de **narration** comme des « stratégies discursives » ayant pour origine les lieux de la visite, mais actualisées dans le cadre d'une « politique culturelle de construction de l'image d'un territoire, de la valorisation d'une époque ou d'un artiste » (2005b, 115). Un site peut donner lieu à de nombreuses narrations en fonction des thématiques mises en valeur dans la visite et du contexte culturel et/ou identitaire.

Après la sélection de l'information par le guide pour construire son récit et les conditions du discours et de la mise en scène, l'interprétation du guide délimite l'expérience de la visite guidée. L'interprétation a été définie comme la mise en œuvre des trois tâches suivantes : expliquer, traduire et créer (Gellereau 2005b). Gellereau évoque l'interprétation comme explication « au sens de trier, démêler, dévoiler, révéler » (*ibid.*, 91). Le guide traduit, permet la communication entre les touristes et ce qu'ils visitent, car il maîtrise leurs différents langages. Dans son rôle de traducteur, le guide montre une certaine neutralité, car il se doit de faire passer le message sans le déformer. En revanche, il interprète dans le sens d'inventer ou de créer quand il transmet sa propre subjectivité en même temps que son récit. Cette position paradoxale du guide, entre neutralité et créativité, est révélatrice de la complexité de sa tâche, entre le fait de rester fidèle au site et la volonté de séduire son public. La transmission d'informations comporte toujours une partie de subjectivité du messager. Par conséquent, le message du guide est toujours plus ou moins subjectif et c'est cela qui différencie son récit de celui des autres guides. Cette subjectivité est acceptée tant qu'elle convainc les participants (*ibid.*; Jacobi et Meunier 1999), car, comme il a été expliqué

auparavant, les visites guidées doivent non seulement être informatives, mais elles doivent surtout permettre de passer un bon moment.

Le guide construit son récit par rapport à un cadre spatial et temporel. Les éléments du site visité (objets, lieux et gens) sont nécessaires pour la construction du récit, car ils entourent et parfois illustrent ce qui est raconté. Ces éléments peuvent éventuellement entrer en conflit avec les visiteurs participant à la visite, car leur fonction principale, à la différence des éléments visités dans un musée, n'est pas d'être observés :

> « [Le] récit se construit par système de référence à des objets, à des lieux où des gens [qui] vivent et se déplacent, travaillent [et qui peuvent être] éventuellement hostiles aux touristes et le guide va devoir encadrer et sécuriser le groupe » (Gellereau 2005b, 55).

Ces éléments ont des fonctions liées à la vie quotidienne et les visiteurs peuvent devenir un obstacle à ces fonctions. Cette problématique conditionne également le récit du guide, l'obligeant à s'adapter. Il est obligé de « cadrer son discours en fonction de celui des autres » (2005b, 53). Ces aspects de gestion de l'espace, en plus des questions de temps et des aspects techniques, contribuent à favoriser ou à rendre plus difficile la tâche du guide, ce qui aura des conséquences sur « sa capacité d'attention au groupe [et pourra affecter] les relations du groupe avec le guide » (2005b, 53).

En définitive, le guide joue sans doute un rôle déterminant dans l'expérience de la visite guidée. Il choisit le parcours, les points d'arrêt, prépare un récit et fait son discours. Les participants ne sont pas des sujets passifs qui se limitent à suivre. Ils participent activement par leur présence, leurs questions, leurs émotions, leur rythme, leur intérêt, leur intentionnalité, etc. Cela rejoint l'image de l'après-touriste comme quelqu'un souhaitant devenir acteur de son expérience touristique, qui fuit les activités standardisées et privilégie des propositions lui permettant de s'investir émotionnellement. Le visiteur en visite guidée, en concordance avec les principes de l'après-tourisme, ne souhaite pas voir des lieux, il cherche l'expérience vécue, à tisser des liens avec les lieux visités, à les appréhender physiquement par la marche et affectivement à travers le récit et l'immersion dans l'ambiance. Dans ce contexte, la visite guidée est donc conçue comme une expérience vécue, une « signature géographique » (Lazzarotti 2015), une manière d'être-au-monde.

4. Conclusions

Les études concernant l'expérience touristique ont évolué de manière concomitante aux études sur la modernité et la postmodernité. Au départ, l'expérience touristique était analysée comme un phénomène unique. Avec le temps, elle a été appréhendée comme une pluralité d'expériences. Ce changement de paradigme est important pour notre étude. Un individu vit des expériences très diverses. Dans cette diversité, notre objectif est d'identifier les points en commun et les divergences entre son expérience lorsqu'il visite ici (sa propre ville) et ailleurs (une destination touristique lointaine).

Afin de pouvoir accéder à ces expériences, dans le cas des visites à proximité de chez soi, nous avons dû nous centrer sur un dispositif permettant l'expérience de la visite. Nous avons choisi la visite guidée, car elle est souvent associée à la pratique touristique classique et elle est en développement dans des villes de toute la planète et notamment à Barcelone, notre terrain.

Comme pour l'expérience touristique, l'approche adoptée pour les études sur la visite guidée a également évoluée d'une expérience d'isolement par rapport à l'environnement vers une expérience d'immersion, cohérente avec les principes de l'après-tourisme décrits précédemment. Dans ce contexte, le visiteur est loin d'être un sujet passif qui se laisse porter et dont le regard est dirigé. Il s'agit d'un individu physiquement engagé dans la pratique de la visite guidée et coproducteur de la visite à différents niveaux. Du seul fait d'y participer, il transforme les lieux. Lorsqu'il intervient avec ses connaissances, il co-construit le récit. En définitive, le rôle du visiteur n'est pas anodin. Le fait que chaque visiteur fasse une expérience personnelle et unique en est la preuve.

Chapitre 3. Phénoménologie et expérience de l'espace

« La phénoménologie ouvre un horizon de connaissance […] porteur, d'emblée et à son ouverture même, de tout le potentiel de l'expérience humaine »

C. Meyor (2007), Le sens et la valeur de l'approche phénoménologique, p. 103.

1. Introduction

L'**expérience** est à la fois le moyen de connaissance et la connaissance elle-même obtenue par celui-ci (Bossé 2010). D'après la définition officielle, elle relève du « fait d'acquérir, d'étendre ou d'enrichir une connaissance, un savoir, un savoir-faire, par l'usage et la pratique ; épreuve que l'on fait personnellement d'une chose » (source Académie Française 2016). Ainsi, il s'agit de réaliser personnellement une action, la vivre et l'analyser pour enrichir ses connaissances (Bossé 2010; Tuan 2011). Ce processus d'enrichissement s'opère par une accumulation de connaissances et de compétences qui sont ensuite à la disposition de l'individu lors de ses expériences futures.

Ce mécanisme est valable dans le cadre de l'**expérience touristique**. Le visiteur, par ses expériences touristiques et non-touristiques passées, est capable de donner du sens aux objets, lieux et évènements auxquels il doit faire face lors de ses expériences présentes (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016). C'est ainsi que l'expérience est également définie comme l'« ensemble de connaissances pratiques tirées de l'usage ; compétence particulière qui s'ajoute au savoir théorique et résulte de l'exercice habituel d'une technique, d'un art, d'un métier » (source Académie Française 2016). Autrement dit, la répétition d'une situation ou d'une pratique permet d'acquérir de l'expérience, celle-ci étant dans ce cas définie comme la compétence obtenue lors de

l'expérimentation. Cette compétence peut même être tellement intégrée par l'individu que l'action devienne automatique pour lui et qu'il ne soit plus conscient de sa réalisation (Bossé 2010).

Elle peut devenir un automatisme, qui peut être lu différemment en fonction du courant théorique mobilisé (Seamon 2015). Par exemple, la théorie de la cognition spatiale défend que cette action ne soit pas aussi involontaire qu'elle en a l'air, qu'elle soit plutôt le résultat de multiples évaluations et prises de décision conscientes sur la base de la carte mentale de l'individu, alors que le béhaviorisme explique ces actions par le constat de la part de l'individu que cette manière de réaliser l'action est la plus adaptée à l'environnement. Ainsi, ce schéma serait répété avec succès et serait renforcé, devenant finalement habituel et involontaire. Le chercheur en phénoménologie, d'après Seamon (*ibid.*), se demande plutôt quel est le sens donné à cette action et place le corps comme un acteur sensible de l'expérience vécue.

En effet, la **phénoménologie** s'intéresse à l'expérience humaine vécue et permet, à notre sens, l'accès à l'expérience de transformation du regard du visiteur. Ainsi, la perspective phénoménologique nous permettra d'identifier les sens attribués par différents individus à l'expérience du voyage et de la découverte pour appréhender les éléments constitutifs de cette expérience. Autrement dit, au-delà du contexte géographique où l'expérience de la visite a lieu (ici ou ailleurs, une dichotomie profondément ancrée dans les recherches concernant l'expérience touristique), ce travail propose la description de cette expérience dans ce qu'elle a d'essentielle, d'évaluer si l'ici et l'ailleurs, la proximité et la distance, sont déterminants dans l'expérience. Dans un cas, la visite *ici* ne serait pas comparable à l'expérience de la visite *ailleurs*. Dans l'autre, au contraire, la visite de sa propre ville serait vécue comme une expérience touristique identique à celle des voyages *ailleurs*.

Nous n'avons pas l'ambition de construire des modèles universellement partagés, mais de comprendre l'expérience de la mise en visiteur comme un processus individuel (Morissonneau et Sirois 1985) et de mettre en évidence ses caractéristiques essentielles à travers une méthode tirée de l'analyse phénoménologique interprétative (voir Chapitre 4). Ce troisième chapitre introduit les notions associées à la méthode phénoménologique, notamment en géographie, pour favoriser la lecture des chapitres ultérieurs.

L'expérience, et notamment la notion d'expérience touristique, représente pour nous une porte d'entrée à l'étude de la redécouverte de l'espace quotidien. C'est le processus par lequel

l'expérience de la visite guidée favorise l'interaction entre l'individu et son environnement et lui permet d'attribuer du sens à cet environnement qui fait l'objet de cette recherche. En saisissant la manière dont cette expérience est vécue nous pouvons tenter de déchiffrer ce qui relève du connu et de l'inconnu. Cela contribuerait à la compréhension des processus d'élaboration et de développement d'une offre touristique et plus précisément pour une destination de proximité.

Ce chapitre précisera d'abord les notions théoriques utilisées qui permettront de répondre à cette question, à savoir le courant phénoménologique avec ses principales caractéristiques. Ensuite, il introduira la structure de l'expérience et les notions associées à celle-ci.

2. L'approche phénoménologique : faire apparaître l'essence du monde vécu

À cheval entre le XIXe et le XXe siècles, le philosophe Edmund Husserl, reprenant le terme déjà existant de **phénoménologie**, développe un courant théorique influençant profondément la pensée du XXe siècle jusqu'à nos jours. Cette influence concerne non seulement la philosophie, mais également d'autres domaines, tels que la psychologie, l'architecture ou la géographie. Husserl propose une critique radicale de la science en mettant en question les idées sur lesquelles cette science se base, jusqu'à mettre en doute l'existence même du monde (Husserl 1953). Il propose d'enlever le terrain universel sur lequel les sciences bâtissent leurs idées et n'accepter que ce qui relève de l'expérience, car elle constitue une évidence sur laquelle, d'après lui, nous pouvons construire nos jugements avec une certitude absolue.

Afin d'accéder au caractère essentiel de cette expérience, Husserl propose une méthode en deux mouvements (Meyor 2007). Premièrement, à travers la **réduction phénoménologique** ou **eidétique**, il s'agit d'identifier ce qu'il appelle l'**attitude naturelle**, toutes ces choses ou expériences dont l'individu n'a pas conscience et qui forment le **monde de la vie** (*lebenswelt*, *lifeworld*). À titre d'exemple, Seamon (1979) illustre cette attitude naturelle avec le cas de quelqu'un qui réalise le trajet domicile-travail et qui, en arrivant au travail, ne se souvient pas d'avoir fait le trajet, tellement il l'a intégré à force de le répéter. Nos gestes quotidiens, tel que tirer la chasse d'eau ou dire bonjour peuvent également faire partie de l'attitude naturelle, car, une fois qu'ils sont acquis, nous les réalisons sans en avoir conscience.

L'attitude naturelle peut ainsi être comparée au quotidien et le monde de la vie au monde familier. Elle ne serait donc qu'une forme dans laquelle le monde de la vie se présente à nous (Waldenfels 2009). En tourisme, souvent associé à la sortie du monde familier, la recherche autour du banal est rare. Kaaristo et Rhoden (2017) réalisent un bel exercice en se penchant sur les gestes et les mouvements des corps lors de l'expérience du voyage dans un espace très réduit, celui d'une péniche parcourant les canaux anglais. Ils ne mobilisent pas directement l'approche phénoménologique, mais leur objet d'étude et le fait d'attirer l'attention sur des gestes aussi quotidiens que l'utilisation des w.c. ou la préparation du thé contribuent à valoriser cette dimension banale et constituent un parfait exemple de différentes composantes du monde de la vie.

Husserl propose de mettre entre parenthèse ce monde de la vie par le travail de l'**epoché**. L'epoché met en pause la croyance en l'objet expérimenté, en arrêtant de considérer les objets et les actions derrière cette expérience comme allant de soi et en prenant conscience de leur existence. En se désengageant du monde de la vie et en réexaminant sa nature, l'epoché dirige en réalité l'attention vers le monde de la vie et les objets et les actions qui en sont ses composantes. En définitive, alors que « la science » vise plutôt à l'intuition (Husserl 1953) et utilise des théories et des notions scientifiquement acceptées, la phénoménologie propose de décrire et d'explorer le monde de la vie utilisant ses propres termes, tel qu'il est vécu par une conscience. Au lieu de s'intéresser aux objets pour les définir objectivement, elle décrit ces objets à travers ce qu'ils représentent pour le sujet.

L'expérience vécue du monde s'opère par le biais de l'**intentionnalité**. Définie par Husserl comme « le but final » (1953, 8), elle concerne la relation entre l'objet et la conscience le percevant (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009), elle constitue le lien qui attache le sujet au monde. Par l'intentionnalité, le sujet attribue du sens à ce monde qui prend ainsi forme et devient réel (Meyor 2007). Cette notion est critiquée, notamment par Henry (1995), qui considère que l'intentionnalité comme moyen et comme processus permettant de mettre en lumière l'objet (l'étant) contraint cet objet et ce processus et qu'elle est incapable de dévoiler l'essence réelle des phénomènes : « livrée à elle-même, vision inconsciente, elle [l'intentionnalité] ne verrait rien et ne nous ouvrirait à rien » (*ibid.*, 396). D'après Henry, le seul moyen d'accéder à la nature réelle de l'expérience est l'affectivité qui, pour lui, relève de la **non-intentionnalité** :

> « Car si je rêve, tout ce que je vois dans ce rêve est faux mais si, toujours dans ce rêve, j'éprouve une frayeur, celle-ci, bien qu'il s'agisse d'un rêve, existe absolument telle que je l'éprouve.

> […] Dans le monde aucun contenu réel, aucun « étant » réel n'est possible. L'apparaître du monde est par exemple incapable de différencier les choses dont parle le poète de celles qui m'entourent réellement dans la pièce où je lis. La séparation husserlienne des intentionnalités ne le peut pas davantage. Car on ne perçoit au sens de la perception que sous la condition d'une sensation, c'est-à-dire de la vie » (Henry 1995, 395).

Le deuxième mouvement de la méthode de Husserl consiste à remonter jusqu'au **sujet transcendantal**. Le sujet transcendantal fonde et soutient toute activité subjective intentionnelle (Meyor 2007). Il concerne la partie élémentaire du sujet, son essence. L'expérience est transcendantale lorsqu'elle dépasse l'individu et lorsqu'elle est commune à tous les sujets. En ce sens, la phénoménologie s'interroge sur le degré de perfection de l'expérience (Husserl 1953). C'est-à-dire, à quel degré les choses me sont-elles réellement données elles-mêmes ?

Le **perfectionnement** correspond au développement continu et régulier d'expériences concordantes confirmant et remplissant la réalité d'une expérience. Le partage d'une même expérience par différents sujets ne signifie néanmoins pas qu'elle soit apodictique (universellement vraie). Ce partage peut n'être qu'un rêve cohérent (*ibid.*) ou ne concerner qu'une partie de l'**essence**, de ce qui relève des actions permettant au sujet de constituer consciemment son monde, tel que la manière dont il le perçoit ou le juge. La quête du sujet transcendantal telle qu'elle est exprimée par Husserl est une mission très complexe, car il s'agit de définir ce que toutes les subjectivités partagent alors que chaque sujet est situé dans un cadre spatial et temporel concret. Chaque habitant du monde constitue « un point zéro [à partir duquel le monde se déploie,] à partir duquel l'habitant mesure et prend la mesure de son monde et des autres habitants qui l'habitent » (Hoyaux 2016, 3). Suivant ces idées, Meyor confronte les notions de **subjectivité** et **subjectivisme** et exprime la quête du sujet transcendantal de la manière suivante :

> « Il ne s'agit pas de rendre compte de l'individualité d'une personne, mais des diverses structures permettant à toute subjectivité d'être en lien avec ce avec quoi elle est en lien. […] Il reviendra au phénoménologue de rendre compte de la nature de ces liens spécifiques et de mettre en évidence la structure essentielle de chacune de ces modalités. Car chacune d'elles manifeste sa […] propre façon d'être nouée à l'objet : le sujet ne perçoit pas de la même façon qu'il pense, il ne pense pas comme il imagine et il n'imagine pas comme il perçoit.
>
> Il s'agit donc de dépasser le sujet individuel ou personnalisé pour saisir le sujet en ce qu'il manifeste "d'objectif", ce dernier sujet étant synonyme du pôle humain structurellement noué à la chose par l'intentionnalité et à partir de quoi tout se joue » (2007, 110).

Husserl posa les bases de cette méthode, mais depuis elle a été développée, transformée, complétée, déformée, etc. par d'autres penseurs. De son côté, Heidegger établit comme premier principe de l'existence même du sujet la nécessité qu'il soit là (**Dasein**), situé dans le monde, qu'il habite quelque part (Ingold 2011). C'est ainsi que la notion d'**être-au-monde** relève d'une question existentielle : être-au-monde est une condition inéluctable de l'être. Ainsi, les activités pratiques et les relations à travers lesquelles le monde nous apparaît sont ancrées dans un cadre spatial et temporel précis. La phénoménologie heideggérienne s'intéresse à l'être dans sa relation à son monde ainsi qu'à l'être dans sa relation à lui-même, et ce à travers l'intentionnalité (la conscience d'être conscient). Le sujet est localisé, inséré là, dans un lieu, dans une communauté humaine et un temps (Hoyaux 2002). Il est jeté-dans-le-monde, à l'intérieur d'un cadre préexistant de personnes et d'objets, langues et cultures, un cadre auquel il est inéluctablement attaché (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009) et dans lequel il incarne un corps et une conscience.

Suivant cette idée, l'être-là n'explique pas le monde, mais son monde, qui représente ce qu'il est et ce qu'il a. L'être-au-monde construit chaque jour son habitat, sa demeure (Hoyaux 2002), se bâtit en bâtissant le monde, transforme ce monde par son action d'habiter (Lazzarotti 2015). Par conséquent, **habiter** est une expérience géographique singulière et collective, une dimension spécifique et primordiale de l'être humain. Tel qu'il avait déjà été proposé par Husserl, être ne veut pas dire subir ou adopter une position passive. Hoyaux (2002) insiste sur le rôle de l'individu comme acteur (point central de son monde [2016], dont il s'entoure) de sa réalité géographique (construction territoriale dans le monde, qui l'entoure). Autrement dit, il est acteur du monde en tant qu'habitant (être qui fait sens) (2002). Être et habiter le monde, par des mécanismes tels que l'engagement, la sociabilité, l'affectivité, etc. (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009) transforment effectivement le monde pour le sujet et pour ce qui l'entoure. Ces transformations s'opèrent à travers l'intentionnalité ou la non-intentionnalité (Henry 1995).

3. Notions liées à l'expérience géographique de l'être humain dans le monde

Les idées d'Heidegger ont eu une grande influence, notamment en géographie. L'intérêt principal du courant phénoménologique est la compréhension de l'expérience humaine dans le contexte du monde : quel est le sens de l'immersion inéluctable de l'être humain dans un monde géographique ? Quelle est la nature essentielle de la manière dont l'être humain habite la Terre ? (Seamon 2015). Autrement dit, la géographie phénoménologique se penche sur les comportements et les attitudes des êtres et des groupes humains à l'égard du milieu qu'ils habitent en fonction des représentations, perceptions et modalités d'action et de décision de chacun (Chante 2016).

Quel est le sens du lieu, de l'espace et du milieu dans cette approche ? Berque (2010) réfléchit autour de ces trois notions et définit le **milieu** comme ce qui est en même temps au centre et autour, comme ce qui est nécessaire à la concrétisation de l'être (être-**là**), ce sans quoi il n'y aurait pas d'existence. L'espace géographique est souvent défini comme un « ensemble de lieux et de lignes […] mettant en relation [ces lieux]. Il est une condition nécessaire à l'existence et à l'expérience des lieux » (Ciattoni et Veyret 2013, 18). Ces mêmes auteurs le définissent également comme « l'ensemble de lieux et de relations qui s'établissent entre ces lieux » (2013, 20). Ces interactions spatiales sont les responsables des caractéristiques locales (Overend 2012), car ces « mouvements créent selon les lieux de l'accumulation ou des prélèvements, des appartenances à des champs de forces différents, des lignes de partage, de barrières, de la différenciation spatiale » (Ciattoni et Veyret 2013, 20).

Pour certains auteurs au-delà de l'approche phénoménologique, l'**espace** se transforme en lieu lorsqu'il est investi de sens (Talbot 2009; Tuan 2011) tandis que pour d'autres il s'agit d'une entité culturellement construite : formée, acceptée et rejetée, qui n'est jamais vide de sens (Soja 1996). Pour Berque (2010), l'espace est homogène, isotrope, infini. Il relève de l'abstraction, c'est l'espace de la géométrie euclidienne, newtonien, séparable des choses et préexistant aux corps. C'est la feuille blanche sur laquelle reposent les coordonnées cartésiennes.

L'espace est intrinsèquement lié au temps (Santos 2000). Un mouvement dans l'espace est également un mouvement dans le temps (Talbot 2009). Santos (2000) souligne l'importance de traiter l'espace et le temps de manière systématique dans le cadre d'un milieu géographique. Pour cela, le temps doit être concret, empirique, et il considère que l'**évènement** permet cette

concrétisation. Ainsi, l'expérience de la visite que nous analyserons constitue un évènement, ce qui nous permet de la situer non seulement dans l'espace et le temps, mais surtout comme un évènement dans l'expérience vécue de l'individu, suivant l'approche phénoménologique.

Le **lieu** est défini par Berque (2010) comme là où il y a quelque chose. Le lieu est limité et fixe tandis que l'objet qu'il situe est mobile. En géographie, les définitions de lieu et d'espace sont souvent énoncées ensemble et mises en relation avec la dichotomie mouvement-fixation : « l'espace permet le mouvement, le lieu est une pause » (Tuan 2011, 12). Cette pause est également conceptualisée sous le terme de l'**ancrage** (Retaillé 2012). Le lieu, par rapport à l'espace, est une entité spécifique qui détermine la position du croisement de diverses variables (Allen et Leriche 2005). Ce croisement est unique dans sa localisation et ses composantes, ce qui rend le lieu également unique.

La notion de **territoire** est proche de celle du lieu, car le territoire s'inscrit dans un « jeu de représentations sociales et culturelles qui lui confèrent une part majeure de son sens » (Ciattoni et Veyret 2013, 104). Cette notion ne se limite donc pas à décrire une étendue spatiale. Un territoire est objectivement organisé et culturellement inventé (Tizon 1996). Il est aménagé et fait l'objet de représentations. Il est souvent associé au sentiment d'appartenance et à l'identité. Le sentiment d'appropriation d'un territoire peut se développer dans deux sens (m'appartient ou j'appartiens) avec des implications très différentes (Brunet, Ferras, et Théry 1992). Dans cet esprit, la **territorialité** « cumule les différents rapports territoriaux de chaque individu » (Ciattoni et Veyret 2013, 104), notamment des rapports émotionnels tandis que la **territorialisation** décrit aussi les rapports entre l'individu et l'espace géographique, mais l'accent ici est placé sur la question des représentations individuelles et collectives de l'espace et leurs impacts sur ces rapports. Pour Ciattoni et Veyret, « derrière les matérialités de l'espace géographique se devine la force de ces espaces cognitifs dont la construction s'alimente autant de construits d'ordre psychologique ou culturel que de pratiques concrètes » (2013, 27). De ce point de vue, les représentations impactent les pratiques et les pratiques développent les représentations. La territorialisation s'inscrit dans ces deux processus.

Finalement, outre les notions de milieu, lieu, espace-temps et territoire comme scènes de l'expérience géographique à travers laquelle l'être humain habite le monde et outre les notions décrivant les processus d'attribution de sens telles que la territorialité ou la territorialisation, Berque

(2010) propose le concept d'**écoumène** pour définir la relation humaine à l'étendue terrestre. Suivant les idées de cet auteur, cette relation débute au sein de l'individu lui-même où la **médiance** détermine une division de l'individu entre son corps animal physiologique individuel (*topos*) et son corps médial (Dasein), diffusé dans le milieu (*chôra*) (2000) et commun à d'autres êtres humains. Autrement dit, d'après Berque, l'individu est composé d'un corps physique limité et situé et d'un corps abstrait composé de sens et de significations pouvant être partagés avec d'autres individus. Cette dualité s'opère par la médiance.

Le partage des perceptions entre différents individus pris dans une même **situation** peut être fictif dans la mesure où les habitants vivent dans des mondes parallèles constitués à chaque instant en fonction du contexte et de leurs consciences dans un jeu de **cospatialité** et de **coexistence** (Merleau-Ponty 1945; Hoyaux 2016). Le contexte est ici compris comme une projection située où l'habitant est toujours déjà ailleurs que là où il est physiquement, ce qui provoque un choc de situations entre la réalité qu'il a anticipée et les stratégies de détournement de ses coexistants (Hoyaux 2016).

La phénoménologie et plus précisément la géographie phénoménologique se sont intéressées à la place du corps dans les rapports entre l'individu et le cadre spatio-temporel où il se situe (cadre auquel il confère des sens émotionnels, identitaires, où il réalise ses pratiques quotidiennes et extraordinaires, qu'il investit de représentations, etc.). La phénoménologie de Merleau-Ponty conçoit le corps comme le moyen de communication de chaque être humain avec le monde, la nature incarnée de notre rapport au monde (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009), une structure structurée et qui structure (Angelino 2008) ayant une intentionnalité propre, ce qui explique tous ces gestes et mouvements appris et inconsciemment reproduits (Seamon 2015) que l'on a précédemment évoqués en tant que composantes du monde de la vie. Dans le cadre de l'analyse interprétative phénoménologique, la théorie du corps-sujet de Merleau-Ponty est notamment mobilisée lorsqu'il s'agit d'analyser l'expérience de chaque individu comme une expérience incarnée dans sa position dans le monde, une position ne pouvant pas être partagée (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009).

4. Approches autour de la construction de l'expérience

La phénoménologie met en relief la subjectivité de « l'expérience pure du monde vécu » (Sanguin 1981, 562). L'approche phénoménologique considère la subjectivité comme une vérité face à un monde objectif (Sanguin 1981), comme une composante de « l'expérience vécue d'un comportement humain existant historiquement transformant le monde d'une manière originale » (Lanteri-Laura 1968). L'expérience est donc subjective et vécue par une conscience en interaction avec le monde qui l'entoure par le biais de l'intentionnalité. Toutefois, que peut-on dire précisément de la structure de cette expérience ?

D'après Schütz, le contexte global de l'expérience englobe :

> « [tous] les actes d'attention que je (en tant qu'un être libre) peux diriger, dans tout moment donné de ma vie consciente, vers les expériences vécues qui se sont constituées en synthèses réalisées pas à pas » (1993, 107).

L'approche de Schütz est celle d'un constructivisme phénoménologique (Hoyaux 2006), selon laquelle l'ensemble d'expériences vécues par notre conscience contextualise l'expérience vécue ici et maintenant (Bossé 2010; Schütz 1993; Vergopoulos et Flon 2012). Autrement dit, même si l'expérience se passe dans un cadre spatial et temporel précis, elle est conditionnée par ce qui précède et ce qui suit l'action. Suivant cette idée, l'imaginaire et le souvenir ne sont pas des parties détachées du phénomène de l'expérience, mais des portions essentielles de celle-ci. Ces étapes initiant et composant l'expérience sont importantes notamment lorsque l'on tente de décrypter l'expérience d'autrui, car nul peut y accéder directement. Le chercheur doit alors se conformer au récit d'un témoignage réalisé a posteriori. En d'autres termes, on ne peut qu'enquêter *à proximité* de l'expérience (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009). Même en observant les individus pendant leur expérience comme nous l'avons fait dans le cas de la visite à Barcelone à travers une démarche d'observation participante à découvert (voir Chapitre 5), on n'a accès qu'à leurs actions observables, leurs pensées et perceptions restent inaccessibles tant qu'elles ne sont pas expressément exprimées.

Même ce qui est partagé ne représente souvent qu'une expérience partielle. L'étude menée par Jackson, White et Schmierer (1996) sur l'analyse de l'expérience touristique au sujet de la meilleure et la pire expérience vécue (et qui est restée dans la mémoire) d'étudiants universitaires

australiens nous montre les difficultés dans la description de l'expérience. En tant qu'élément subjectif, une même expérience peut être perçue et décrite différemment selon l'individu qui l'a vécue (*ibid.*). Le travail sur les expériences mémorables de Tung et Ritchie (2011) confirme les contraintes existantes au moment de la description de l'expérience touristique. Le temps disponible pour réfléchir à l'expérience ainsi que d'autres éléments comme, par exemple, les capacités de communication, la suggestion induite par les autres personnes, etc. peuvent modifier non seulement la représentation de l'expérience touristique passée, mais également les expériences touristiques futures des personnes ayant écouté ce récit et, par conséquent, l'image de la destination (*ibid.*).

Suivant l'approche proposée par Schütz (1993, 1998), différentes notions permettent de définir l'expérience et ses étapes. Ainsi, l'action en cours (telle qu'elle est vécue dans son déroulement) correspond à l'**actio** (**action**) et l'acte déjà constitué et fini comme l'**actum** (**acte**). L'acte présuppose une action, mais il est anonyme alors que l'action est liée à une conscience individuelle et elle est limitée temporellement dans la durée (1993). Selon la terminologie de Schütz, l'**action projetée** correspondrait à ce que nous appellerons l'**expérience imaginée**, ce que l'individu attend de l'expérience et vit dans son imaginaire. L'**action** proprement dite serait l'**expérience vécue** au moment où la pratique a lieu. L'**acte** (**actum**) serait le résultat, notre **expérience perçue**, à laquelle on pourrait encore rajouter l'**expérience rappelée** (après le temps). Les actions projetées se joignent aux actions pour contextualiser l'intentionnalité du sujet, ce qui définit finalement l'expérience perçue et celle dont l'individu se rappelle (1993, 1998) et qu'il choisit de partager.

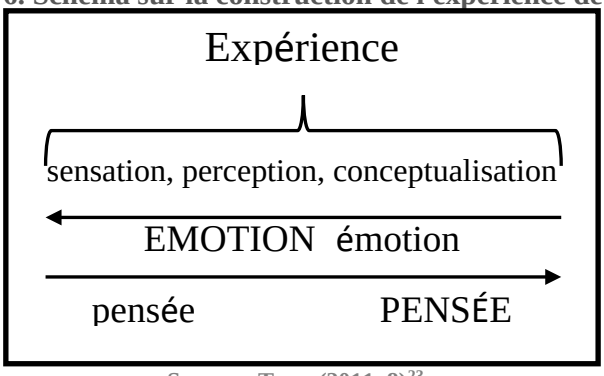
L'expérience a une continuité entre le passé, le présent et le futur : « Toutes les expériences, présentes et futures, sont liées, car elles sont toutes à moi » (Schütz 1993, 71). Le sujet est alors, en phénoménologie, le dénominateur commun des expériences et peut même les transformer a posteriori en leur attribuant des sens différents (Lanteri-Laura 1968). La succession d'expériences construit la connaissance de l'individu et nourrit ses représentations, conditionnant les expériences futures.

Au-delà de la phénoménologie, la géographie humaniste s'est également penchée sur la question de l'expérience et du monde vécu (Brachet 2008; Chevalier 1975; Frémont 1974). Pour Tuan, la notion d'expérience sert à expliquer « toutes les formes par lesquelles l'individu connaît et construit une réalité » (2011, 8). Suivant cette idée, l'expérience de redécouvrir l'espace quotidien par le biais d'une activité ancrée dans l'imaginaire des pratiques touristiques fournirait à l'individu un

accès à une réalité inconnue pour lui jusque-là. Autrement dit, nous partons de l'idée que cette pratique ouvrirait les portes à un univers parallèle, localisé dans la scène des pratiques quotidiennes, le déguisant avec des histoires et des éléments surprenants. Comment cette expérience s'articule-t-elle ? Quel est le processus de construction de cette expérience ?

Suivant le schéma de l'expérience proposé par Tuan (voir Figure 6), l'expérience se crée d'abord par les **sensations** (à travers la vue, l'ouïe, l'odorat, le goût et le toucher) mais aussi par la **symbolisation** ou **représentation**. Les sensations révèlent ce que l'on capte à travers les sens et sont souvent qualifiées de pensées, car nous sommes immédiatement capables de les décrire par le biais d'adjectifs. De fait, pour Tuan, les pensées et les émotions participent à toutes les expériences humaines, et ces expériences sont basées sur les sensations, les perceptions et les conceptualisations.

Figure 6. Schéma sur la construction de l'expérience de Tuan.



Source : Tuan (2011, 8)[23].

En ce qui concerne les **perceptions**, elles correspondent à « l'acte par lequel le sujet se forme la représentation d'un objet appréhendé par les sens », mais également à « l'action de saisir, d'appréhender des faits par l'esprit » (Académie Française 2016). La première définition fait référence au moment où l'individu construit ses représentations à partir des sensations. Ainsi, les sensations et les perceptions font partie du même acte d'appréhension de la réalité. La différence entre les deux notions se trouve dans le fait que, tandis que l'individu capte directement l'information externe à travers les sensations, il ne peut interpréter cette information que lorsqu'elle devient compréhensible pour lui. Ainsi, les représentations lui permettent de l'interpréter (Levitte 2010). Par exemple, quand nous observons une photographie de paysage, notre vue capte l'image et notre toucher le papier. Il se peut qu'éventuellement on sente la poussière s'il s'agit d'une vieille

[23] Schéma traduit par l'auteure.

photo et qu'on entende le craquement du papier si on s'amuse à la plier. Toutefois, ces informations sensorielles ne seront compréhensibles pour nous que lorsque nous leur attribuerons un sens. Au moment où l'image perçue à travers les sensations coïncide avec la représentation mentale préexistante chez l'individu d'un paysage, alors, l'objet est réellement appréhendé comme étant une photographie de paysage.

L'**expérience sensible** décrirait la « capacité de sentir ou ressentir, d'avoir des sensations et le fait d'éprouver quelque chose à partir des sens, […] d'avoir des émotions » (Leichnig 2015, 120). Suivant cette idée, sensations et émotions seraient imbriquées lors de l'expérience sensible et l'information perçue par les organes de sens nourrirait l'apprentissage émotionnel de l'individu (Clarimont, Vlès, et Leichnig 2013). Husserl (1953) affirme que la certitude de l'expérience sensible ne peut pas être mise en cause, car elle représente le monde tel qu'il est donné à l'individu expérimentant. Cette affirmation laisse entrevoir une connotation passive concernant l'expérience alors que nous l'avons décrit comme une action :

> « le mot suggère ce que la personne a connu ou souffert. […] Les êtres humains sont mûrs ou immatures selon l'apprentissage qu'ils ont tiré des événements. L'expérience implique alors la capacité d'apprendre de ce que l'on a connu » (Tuan 2011, 9).

En cohérence avec les idées de Schütz (1993, 1998) le processus de la perception se fait sur des notions, des émotions et des croyances (Tung et Ritchie 2011) préexistantes qui fournissent un cadre contextuel à l'expérience (Urry et Larsen 2011). Ainsi, l'expérience vécue ici et maintenant contribue à la construction du monde vécu, composé de toutes les représentations qui seront mobilisées lors des expériences futures. L'ensemble de ce monde vécu, de la conscience de chaque individu et de l'intentionnalité liant l'individu au monde réunit les différentes interactions possibles pouvant faire l'objet de la perception (Dupré 2006).

Le travail de Pine et Gilmore (1998) sur l'économie expérientielle porte essentiellement sur les impressions émotionnelles, physiques, spirituelles et intellectuelles ressenties par les individus lors d'un évènement (Tung et Ritchie 2011, 2). Comme nous l'avons vu dans l'exemple de la photographie, les impressions vont au-delà des sensations, car elles intègrent des notions, des émotions et des croyances en plus des perceptions physiques. Ainsi, sensations et perceptions font partie d'un même acte abordé sous deux aspects : le rapport entre l'objet et l'individu approché d'un point de vue physique, d'autre part d'un point de vue conceptuel. Enfin, le rôle de la

perception est déterminant dans la construction spatiale de l'individu, car elle favorise la construction de la familiarité à partir de différents objets situés dans l'espace (Tuan 2011). En d'autres termes, la perception crée une logique dans un contexte d'objets variés et vides de sens à l'origine, à l'aide des éléments déjà présents dans l'individu, construisant ainsi son monde familier.

Suivant ces idées, perception et représentation constituent des notions « associées invariablement » (Levitte 2010, 105). Comme nous l'avons évoqué dans l'exemple de la photographie, la représentation construite à partir des sensations perçues sera mobilisée lorsque l'on cherchera une autre photographie ou un objet similaire. Pour reconnaître l'objet recherché, il faudra que celui-ci corresponde aux caractéristiques que l'on a attribuées à la représentation de la photographie, notre « représentation mentale enregistrée » (Levitte 2010, 106). Néanmoins, la représentation fonctionnerait comme une image mentale, pas comme une équivalence. Par exemple, nous identifions tout à fait les photographies numériques que l'on peut regarder sur l'ordinateur comme photographies, même si elles n'ont pas les mêmes caractéristiques physiques que la photographie originale. Cela arrive, car les représentations évoluent « au rythme où chacun en prendra conscience » (Levitte 2010, 106).

Le dernier élément de la structure de l'expérience présent dans le schéma de Tuan (voir Figure 4) est la **conceptualisation**. D'après l'Académie Française, la notion de la conceptualisation fait référence, entre autres, à « l'action de former le concept d'un objet et d'appréhender un objet par la pensée ; action de former dans son esprit, d'imaginer, d'inventer » (Académie Française 2016). Il s'agit, par conséquent, de la phase d'abstraction des idées ressenties et perçues. En d'autres termes, une fois que l'individu a observé la photographie et lui a attribué un sens par rapport aux éléments dont il disposait en amont, tels que les émotions, les notions et/ou les croyances, il définit cet objet. Pour cela, il lui attribue un appellatif, par exemple, « photographie » ou bien « photographie de Barcelone/des Pyrénées/de Charlie au Kilimandjaro » « prise de la fenêtre de ma chambre/du mirador X » ou « prise par Max/Joan/moi-même » … Cet appellatif permettra à l'individu de se rappeler de cet objet, de l'imaginer et de le mobiliser lors de prochaines expériences en tant que notion et/ou émotion déjà présente en lui au moment d'expérimenter une prochaine fois (Levitte 2010). Cette expérience fera désormais partie de ses « connaissances disponibles, [une sorte de] schéma de référence » (Schütz 2008, 12).

La structure de l'expérience et de ses composantes est inéluctablement liée à la subjectivité. Néanmoins, une tension existe entre ce qui relève de la subjectivité et ce qui relève du monde objectif. Il est inenvisageable pour certains auteurs de négliger les influences externes construisant la subjectivité et considérer celle-ci comme seul produit de la personnalité individuelle (Di Méo 1990; Uriely 2005). Di Méo (1990) est particulièrement critique sur ce point, sur ce qu'il appelle « psychologisme ». D'après lui, ce n'est pas la perception qui fait l'objet (et l'espace), mais l'objet qui fait les perceptions et nier cela signifie pour lui minimiser les valeurs et capacités de l'espace face à celles de l'individu, ce qu'il considère comme contraire aux postulats de la géographie.

Toutefois, défendre le rôle de la subjectivité en tant que vecteur favorisant l'expérience et la construction spatiale de l'individu n'implique pas forcément une négation des influences externes. Elles existent et conditionnent sans doute la construction de la subjectivité, mais n'impactent pas forcément l'expérience de façon directe, car les perceptions et la description de l'expérience sont conditionnées directement par la subjectivité (Tung et Ritchie 2011). Autrement dit, si nous considérons que l'expérience est subjective, nous ne pouvons pas considérer qu'elle ne l'est que partiellement, qu'une partie serait le résultat de la vision personnelle de l'individu et que l'autre répondrait aux contraintes mises en place par son cadre de vie et son contexte temporel et spatial. En fait, le contexte de l'individu est a priori assimilé par celui-ci en amont. Il fait partie de la **connaissance disponible** proposée par Schütz (2008). En d'autres termes, « les gens regardent le monde par le biais d'un filtre particulier d'idées, compétences, souhaits et attentes, encadré par la classe sociale, le genre, la nationalité, l'âge et l'éducation » (Urry et Larsen 2011, 2). Ces éléments constituent la base sur laquelle l'individu construit sa subjectivité. Cette idée est également valide pour l'expérience collective (Di Méo 1990).

Bossé (2010) explique ce même phénomène d'un point de vue opposé : « l'expérience sociale permet de passer du vécu des individus, contraints par des rôles autorisés, à la construction de l'action et de la subjectivité » (2010, 93). En d'autres termes, l'expérience construit la subjectivité. Si nos yeux sont en effet socio-culturellement encadrés (Urry et Larsen 2011, 2), notre point de vue sera construit ici et maintenant à partir de ce cadre socio-culturel à l'aide de nos expériences passées (Bossé 2010). Notre subjectivité présente conditionne nos expériences présentes. Une fois vécues, ces expériences contribueront à l'évolution de notre subjectivité, celle-ci conditionnant à son tour les expériences futures et ainsi successivement (Schütz 2008).

Autrement dit, l'expérience peut être étudiée du point de vue de l'expérience vécue subjective (l'individualisme subjectif selon Di Méo) ou du contexte qui construit la subjectivité qui gère l'expérience. Cette controverse répond simplement à différentes façons d'aborder la réalité. Nous pouvons regarder une photo du côté de l'image parce que c'est logique, sans avoir besoin d'aucune représentation spécifique (comme l'affirme Di Méo) ou parce que nous avons construit une représentation de ce qu'est une photo et nous avons éduqué nos sens à agir ainsi. Toutefois, dans les deux cas, la photo sera regardée du bon côté.

L'idée d'expérience que nous allons développer dans ce travail est la suivante : chaque individu détient un point de vue unique, construit à partir du cadre socioculturel auquel il appartient, de ses expériences passées et du contexte spatio-temporel dans lequel il se trouve au moment de l'expérience ; ce point de vue conditionne ses représentations, son intentionnalité et, par conséquent, le sens qu'il attribue à ses expériences imaginées et/ou vécues, conditionnant également ses expériences futures.

Enfin, une distinction doit être faite entre la notion de représentation de celle de représentation sociale, cette dernière étant une « forme de connaissance socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social » (Jodelet 1989, 36). Si l'expérience est un phénomène essentiellement subjectif, le contexte particulier de l'individu, conjointement à ses expériences, se trouve à la base de sa subjectivité (Bossé 2010; Schütz 2008). Dans ce contexte, nous pouvons intégrer les **représentations sociales**, car, si elles sont subjectives, elles sont communes à toute la collectivité et se trouvent forcément à la base de la construction de la subjectivité individuelle :

> « […] la représentation ne sera pas identique pour tous les individus et […] chaque citadin se constituera une image légèrement différente selon sa sensibilité, son intérêt, ses capacités d'observation plus ou moins développées, sa culture historique et la formation de son regard. Mais, "globalement", la représentation sera similaire puisque fondée sur le même objet perçu au quotidien dont on conserve la structure des objets représentés » (Levitte 2010, 107).

Lorsqu'on pense à une photographie, chacun pense sûrement à une image précise. Néanmoins, les personnes autour de nous ont sûrement une représentation similaire de ce qu'est une photographie, même si l'image choisie par leur imaginaire individuel, le contenu de la photo, est différente de la nôtre.

5. Conclusions

La phénoménologie a été présentée comme une approche permettant de mettre en évidence ce qui se cache derrière les sens apparents (Henry 1995), le monde de la vie. La perspective phénoménologique nous permettra d'accéder à l'expérience de la visite ici et ailleurs des participants analysés. Elle constitue l'un des axes théoriques de l'analyse phénoménologique interprétative, méthode dont nous nous sommes inspirée et qui fera l'objet d'une partie lors du prochain chapitre. Dans le cadre de cette approche, nous nous sommes arrêtée sur l'expérience comme un outil que l'individu obtient une fois qu'il l'a vécue, pouvant la réutiliser lors de ses expériences ultérieures (Bossé 2010; Schütz 1993).

La phénoménologie et la géographie humaniste ont été sollicitées dans la compréhension de la structure de l'expérience. Elle a ainsi été déconstruite en différentes étapes (action projetée, action, acte) (Schütz 1993) et composantes (sensations, perceptions, représentations, conceptualisation) (Tuan 1990) avec l'objectif de décrire son fonctionnement. Différents processus sont à l'œuvre lors de l'expérience vécue. Ils seront mis en évidence dans notre enquête portant sur le terrain barcelonais.

Chapitre 4. Méthodologie

« Personne ne donne rien en échange de rien, surtout la vérité[24] ».

M. Bulmer (1982), Social Research Ethics: An Examination of the Merits of Covert Participant Observation, p. 3.

1. Introduction

Le choix des méthodes utilisées dans la compréhension du phénomène des visites guidées de (re)découverte de la ville pour un public local a été conditionné par l'objectif de cette recherche. Cet objectif est double et pourrait se synthétiser autour des deux questions suivantes : quel est le rôle des activités proposant la redécouverte d'un espace dans les rapports entre les individus et les lieux ? Au-delà de la proximité/distance entre visiteur et lieux de la visite, cette expérience est-elle comparable à l'expérience d'être visiteur ailleurs, d'être touriste ?

1.1. Le choix de la visite guidée

Ces questions ne relèvent pas uniquement du visiteur. L'expérience de la (re)découverte n'aurait jamais lieu sans la mise en place d'une offre et sans l'initiative d'une série d'individus. Barcelone est une ville avec une large offre récréative dont bénéficient aussi bien les touristes que la population locale, même si une frange de celle-ci développe depuis quelques années un sentiment d'exclusion dû notamment à l'augmentation des prix et à la dégradation de la qualité et de la variété des commerces (Direcció de Turisme i Esdeveniments et Gerència d'Empresa i Turisme 2015).

Parmi toutes les possibilités, nous avons choisi de nous pencher sur la visite guidée, car il s'agit d'une pratique ancrée dans l'imaginaire touristique à laquelle de nombreux touristes ont recours chaque année lors de leurs voyages (Widtfeldt Meged 2010). Afin de cerner une expérience le plus proche possible de ce qui est classiquement proposé aux touristes, nous nous penchons notamment

[24] « No one gives anything away for nothing, especially the truth ».

sur les visites guidées pour des groupes ouverts (d'inscription individuelle). Les activités proposées aux groupes fermés (dont tous les membres appartiennent à une même institution, entreprise, grande famille ou groupe d'amis) n'ont pas été considérées, car les groupes sont alors homogènes, les membres sont en général tous d'ici ou tous d'ailleurs. Ces groupes ont été écartes, car les groupes hybrides (l'ensemble composé par des visiteurs locaux et étrangers) fournissent un cadre plus intéressant.

Cette dernière décennie, nous avons constaté le développement d'offres ciblant plus particulièrement un public local, comme l'autodécouverte avec guide papier ou la chasse au trésor. Les ouvrages proposant la découverte des lieux secrets ou insolites des villes se multiplient. Il aurait été difficile de réaliser une enquête auprès d'un public recourant à ce type de visite et notre enquête a été limité aux visiteurs locaux ayant recours à la visite avec guide « humain » pour découvrir leur ville. Cela nous a permis d'analyser ce phénomène de manière naturelle (non expérimentale).

Nous avons identifié un intérêt particulier dans le fait d'approcher le visiteur local pendant sa participation à une pratique qui est réalisée tous les jours par des visiteurs d'ailleurs dans la même ville. Cet aspect est d'autant plus captivant qu'il se développe dans un espace très investi par le tourisme et où des tensions avec la population locale font régulièrement la une des journaux, comme c'est le cas à Barcelone.

1.2. Le choix d'une méthodologie qualitative

L'intérêt que nous portons à la compréhension de ce phénomène tel qu'il est vécu justifie le choix d'une méthodologie qualitative. Une enquête est considérée comme qualitative soit parce qu'elle utilise des instruments et des méthodes permettant le recueil de données qualitatives et les analyse de manière qualitative, soit parce qu'elle analyse un phénomène lorsqu'il a lieu de manière *naturelle* (Paillé et Mucchielli 2016).

Des méthodes de recueil de données typiquement qualitatives peuvent être, par exemple, des entretiens permettant la collecte de témoignages, de l'observation participante, des notes de terrain ou des images. Les données récoltées via ces techniques sont assujetties à l'interprétation aussi bien du chercheur que de l'individu étudié. En effet, la démarche qualitative ne porte pas sur un objet que l'on peut mesurer et décrire précisément, mais sur des sujets avec une conscience et une vision du monde à prendre en considération. Utilisant les termes dichotomiques classiques séparant

les sciences de la nature des sciences humaines (bien que les sciences humaines mobilisent également des méthodes quantitatives [Bertrand et al. 2007]), il ne s'agit pas d'expliquer, mais de comprendre :

> « Alors que les phénomènes de la nature peuvent seulement être constatés, les faits dont s'occupent ces disciplines sont susceptibles d'être "compris" par une expérience vécue. Comprendre c'est retrouver de l'intérieur la signification que porte en lui-même le donné et non lui en attribuer une seulement de l'extérieur » (Loubet del Bayle 2000, 14).

Lorsque l'objectif de la recherche vise à comprendre le sens donné par un sujet aux phénomènes auxquels il est confronté, la démarche méthodologique à mettre en œuvre doit naturellement être qualitative.

En dehors des méthodes de recueil de données, cette idée s'applique aussi à l'analyse. À travers l'interprétation des données récoltées, le chercheur a accès aux sens et significations attribués aux phénomènes. Un enjeu pédagogique émerge de cette noble démarche de vouloir comprendre les phénomènes depuis l'intérieur, car elle implique un travail constant de justification et d'explicitation du positionnement du chercheur ainsi que de la pertinence de ses choix méthodologiques (Bertrand et al. 2007).

Lorsque Paillé et Mucchielli (2016) évoquent une approche *naturelle*, ils pointent du doigt le caractère artificiel des enquêtes expérimentales, puisque les situations analysées sont provoquées par le chercheur. L'approche naturelle concernerait donc l'observation des phénomènes dans leur déroulement *naturel*, non artificialisé.

Les outils et les sources dans le cadre de notre recherche forment une démarche combinatoire (Bertrand et al. 2007; Leichnig 2015) suivant l'idée que l'utilisation « de multiples sources de données fournit un degré de crédibilité, de confirmabilité et de confiance » (Davis 2016, 51). Alors que la méthode qualitative est dotée d'un important degré de relativisme, la triangulation renforce la validité des résultats, ce que nous avons privilégié.

1.2.1. Techniques d'enquête et méthodes analytiques

Sur ce principe, nous avons mis en œuvre une méthodologie combinant différentes techniques d'enquête à deux niveaux. À l'échelle de l'individu, nous avons eu recours à deux types d'outils : l'entretien semi-directif et l'observation participante. À l'échelle du secteur, nous avons également réalisé des entretiens semi-directifs avec des professionnels liés à notre problématique. Nous avons

aussi fait de l'observation participante, et analysé les catalogues de différentes entreprises de visites guidées en termes de spatialité, temporalité et thématique.

En plus de la triangulation des données issues de différents outils et de sources variées, différentes méthodes d'analyse ont été choisies : l'analyse thématique de contenu pour la retranscription des entretiens avec les professionnels et pour le journal d'observation ; l'analyse cartographique pour les catalogues, les observations et les références spatiales des visiteurs ; et une méthode inspirée de l'analyse phénoménologique interprétative pour accéder à l'expérience vécue par ces derniers.

Le choix d'utiliser une démarche qualitative est pertinent, car :

1) Notre objectif porte sur la compréhension de l'expérience vécue par des individus lors de la (re)découverte de leur ville par rapport à leurs expériences touristiques ailleurs.
2) Les méthodes de recueil sont essentiellement qualitatives (entretiens et observation participante).
3) Les méthodes d'analyse sont qualitatives (analyse thématique pour les professionnels du secteur et analyse phénoménologique interprétative pour le public).
4) L'approche adoptée est naturelle. Les visites observées et les données récoltées ne sont pas issues d'un test expérimental organisé par la chercheuse. Les sujets analysés ont opéré le choix de ce type de visite dans une offre réelle, préexistante à l'étude.

1.3. Les difficultés liées à l'interprétation et les apports de l'herméneutique

Avant de commencer la description en détail de notre méthodologie, nous allons dédier cette petite partie introductive à certaines considérations valables pour différentes étapes de cette étude. Tel qu'il a été indiqué, le recueil de données a été possible grâce à l'application de techniques d'investigation comme les entretiens semi-directifs (auprès de professionnels du secteur touristique et culturel à Barcelone), l'observation participante et l'analyse de documents.

En ce qui concerne le recueil de témoignages à travers les entretiens, des difficultés interprétatives au moment de leur traitement analytique doivent être prises en considération. Au moment même où un individu vit son expérience, il interprète cette expérience grâce à ses émotions et représentations. Au moment où il partage son expérience avec le chercheur, il la réinterprète. Ensuite, le chercheur interprète ce témoignage influencé par sa propre subjectivité (Darroch-Lozowski et Silvers 1982). Ainsi, ce que le chercheur analyse n'est plus l'expérience elle-même,

mais l'interprétation d'une réinterprétation de cette expérience. L'herméneutique permet de pallier les limitations liées à l'interprétation subjective d'une autre subjectivité (Rodríguez 1993).

Suivant les idées de Heidegger, un travail de définition du rôle du chercheur et de la manière dont les individus interrogés sont traités est nécessaire afin de contextualiser les conditions de l'interprétation (Darroch-Lozowski et Silvers 1982; Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009). Ce travail se compose de trois phases. La première porte sur la manière dont les sujets se présentent devant nous, car on ne peut étudier que le côté disponible de l'Autre. Ensuite, concernant la question de notre image de nous-mêmes, Darroch-Lozowski et Silvers (1982) proposent l'élaboration d'un récit de notre vision de l'expérience de l'Autre, nous situant précisément, nous et l'autre, dans cette vision. Enfin, nous devons déterminer comment nos réflexions sur ces deux images nous dépassent.

Certains auteurs proposent que ce travail soit fait de manière simultanée à l'analyse, car le chercheur peut alors plus facilement avoir conscience de ses préjugés devant l'objet : « […] tandis que l'existence des préstructures précède sûrement notre rencontre avec les choses nouvelles, la compréhension fonctionnera certainement dans l'autre sens, des choses vers les préstructures » (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009, 25). Les données issues des entretiens et de l'observation sont particulièrement concernées par ces limites interprétatives. Nous détaillerons les particularités de la façon dont ces objets et sujets se présentent devant nous au moment de la présentation de chaque outil. Ici, nous allons simplement énoncer les réflexions communes à toutes nos démarches.

En ce qui concerne l'image que j'ai de moi-même, femme, dans la trentaine, de nationalité espagnole et résidente en France depuis 2011, j'ai déjà vécu l'expérience de visiter pour le plaisir de découvrir les différentes villes et régions où j'ai résidé en Espagne, en France et aux États-Unis. Je l'ai également fait à Barcelone, ma ville de naissance et terrain de cette recherche. L'Autre (notamment les visiteurs) m'est perçu comme familier. Cette familiarité existe même si les individus sont différents d'une visite à l'autre. Dans le but de créer la distance nécessaire pour rester objective face à un terrain avec lequel je me sens très proche, l'analyse est rédigée essentiellement à la troisième personne, sauf pour le journal de terrain, qui décrit des situations vécues en tant qu'individu, observées comme chercheuse et ensuite élevées à une dimension symbolique (Juan 1999).

La répétition du même acte d'observation, de réalisation des entretiens et de lecture des données complique la mise à distance nécessaire afin de limiter les préjugés sur l'information collectée. Un effort est nécessaire pour rester accessible à toutes les idées émergentes, sans les juger, en les considérant tout simplement comme de nouvelles pistes d'analyse.

En définitive, les conditions environnementales, matérielles, émotionnelles, etc. dans lesquelles ces techniques sont appliquées (et qui seront introduites plus précisément ultérieurement) et la proximité de la chercheuse envers le terrain (ici précisée) sont des éléments à considérer dans la lecture des résultats obtenus. Le travail herméneutique permet la prise de conscience de ces biais, ce qui favorise une plus grande transparence sur la manière dont les sources ont été exploitées, les données interprétées et dont les résultats qui en sont issus ont été expliqués.

***

Ce troisième chapitre présente en détail nos choix méthodologiques et leurs limites, les techniques de recueil et les méthodes d'analyse utilisées. Dans un souci de clarté, chaque partie (écouter, identifier, observer, accéder et cartographier) renvoie vers les questions de recherche auxquelles elle souhaite répondre. En nous penchant sur des individus situés dans un univers de représentations, d'émotions et de pratiques qui leur est propre, en adoptant une approche idiographique dans l'analyse de leurs expériences vécues de découverte et de redécouverte, en contextualisant ces expériences par une observation de l'offre et de ses acteurs, nous souhaitons accéder aux éléments masqués par les statistiques. En les rendant visibles à partir du cas du visiteur à l'échelle locale, nous visons finalement à éclairer l'image controversée du touriste dans un contexte de mobilité et de tourisme généralisés, pour proposer des clefs de lecture adaptées à ce contexte.

2. Écouter les professionnels de la (re)découverte de Barcelone

L'offre et les acteurs impliqués dans la (re)découverte de Barcelone sont très divers. Au-delà du visiteur qui est au centre de l'expérience en tant que conscience qui interagit avec le monde, il y a un cadre permettant cette interaction. Une partie de ce cadre est posée par ceux qui organisent les activités, permettant directement la réalisation de l'expérience des visiteurs.

Ce chapitre porte sur le processus de recueil des témoignages des organisateurs, des guides et d'autres acteurs et professionnels liés à l'organisation et à la commercialisation des visites guidées identifiées comme objet de notre étude. Les différentes questions de recherche ont été présentées dans l'introduction générale (voir Tableau 1). L'objectif de cette partie de l'enquête concernant les professionnels est de répondre aux interrogations suivantes :

Comment l'expérience de la redécouverte s'articule-t-elle ?
Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi le lieu de vie ? Comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ?

Les prochaines pages présenteront, d'abord, les différents profils des interviewés pour ensuite se pencher sur le déroulement des entretiens et leur traitement analytique.

2.1. Les profils analysés

Douze professionnels ont été interrogés avec trois types de profils (voir Tableau 4) :

- Des individus travaillant simultanément comme organisateurs et guides
- Des organisateurs dirigeants
- Des intermédiaires

Parmi les douze individus interrogés, il y a cinq femmes et sept hommes, quatre ont entre 30 et 35 ans, quatre entre 35 et 50 ans et quatre plus de 50 ans. Dix professionnels se sont prêtés à un entretien semi-directif. Lors d'une conférence, nous avons rencontré deux entrepreneuses (Lucía et Mireia[25]), organisatrices et guides travaillant dans la même entreprise. Lucía est historienne de l'art et Mireia a fait des études cinématographiques. Leur public est essentiellement originaire de la Région Métropolitaine de Barcelone (RMB), mais elles ont aussi un public national et international. Elles précisent que ce public d'ailleurs connait Barcelone grâce à ses expériences passées.

Nous avons pu leur poser quelques questions dans le cadre de la conférence. Elles ont été recontactées ultérieurement, pour pouvoir étudier leurs visites, mais elles n'ont jamais donné suite à nos demandes. Nous n'avons que les réponses obtenues lors de cette conférence qui plus sont uniquement récupérées par écrit, le recours au dictaphone n'ayant pas été accepté. Nous avons

[25] Il s'agit de pseudonymes.

consulté les informations de leur site internet. Leur public étant composé de groupes fermés, les observations faites n'ont pas été intégrées à notre étude analytique. Il nous est apparu justifié de garder leur témoignage en complément d'information concernant la création de leur activité, leur vision du tourisme à Barcelone. Cela a été également le cas des informations obtenues de l'entretien avec Martí[26] qui a fourni des informations sur son activité. Les propositions de visite de proximité de Martí, Lucía et Mireia permettent une meilleure compréhension du phénomène.

Tableau 4. Organisateurs interrogés[27]

Code	*Rôle*	*Formation*	*Public*
Abel (80 min.)	Org-Guide	Communication audiovisuelle	60 % RMB[28] et Catalogne, 40 % étranger (EU, Canada, Australie…)
Bruno (56 min.)	Org-Guide	Sciences entrepreneuriales	RMB majoritairement, national les longs weekends
Carla (42 min.)	Org-Guide	Histoire	RMB, national et étranger
Daniel (85 min.)	Org-Guide	Cinéma	RMB et national
Ernest (27 min.)	Org-Guide	Histoire	RMB et touristes connaisseurs de Barcelone
Gerard (20 min.)	Manager	Communication audiovisuelle	Etranger principalement (Français) et 8 % RMB
Hector (27 min.)	Entrepreneur	Droit	60 % RMB et 40 % étranger
Irene (48 min.)	Entrepreneur	Journalisme, Soins infirmiers	RMB, national et étranger
Joana (23 min.)	Intermédiaire	--	90 % RMB et 10 % catalan

Source : auteure, 2018.

Cette partie de l'enquête comprend donc dix témoignages. Le Tableau 4 présente les caractéristiques des dix professionnels interviewés, de leur formation et du public majoritaire de leur activité (d'après leurs statistiques ou appréciations)[29]. Les prénoms ont été modifiés afin de garantir leur anonymat (ce qui a été demandé directement par l'un de ces professionnels).

Abel, Bruno, Carla, Ernest, Hector et Irene sont à la tête de très petites entreprises organisatrices de visites guidées. Daniel dirige (organise et guide) des visites proposées par une association

[26] Voir dans ce chapitre, le point 5.2.
[27] Tous les noms (« codes ») sont des pseudonymes.
[28] Région Métropolitaine de Barcelone.
[29] Ce public n'est pas le public ciblé, mais le public réel (d'après les statistiques internes, pour ceux qui en ont, ou les estimations à partir de discussions des guides avec les participants pendant les visites).

d'histoire locale. Gerard est le manager d'une petite entreprise responsable de la gestion d'un produit touristique. Joana est chargée de ventes de visites guidées de proximité d'une plateforme de commercialisation de produits culturels.

2.2. Préparer les entretiens

Les professionnels en lien avec le secteur des visites à Barcelone ont constitué notre premier moyen d'accès direct au terrain. Aucun échantillonnage n'a été prévu pour cette population, car notre objectif sur ce point était de comprendre le fonctionnement du secteur. Nous avons donc contacté tous les acteurs concernés (toutes les entreprises identifiées comme organisatrices de visites de ce type, les plateformes de vente de produits culturels, les agents en lien avec les institutions qui détiennent les compétences en tourisme et culture) et tous ceux ayant accepté notre invitation ont été interviewés.

Notre intérêt auprès des professionnels associés au phénomène des visites guidées à Barcelone concerne particulièrement les thématiques suivantes :

- La personnalité et le parcours des acteurs derrière ces propositions (organisateurs, guides et intermédiaires)
- La création et la gestion de ces activités
- Le public visé et le public réel
- La place des visites de proximité par rapport au secteur touristique à Barcelone

Un guide d'entretien a été préparé en conséquence (voir Tableau 5). La formulation des questions n'est pas explicitée dans le guide d'entretien ici présenté du fait de la nature ouverte et prospective de ces entretiens et du fait que certains se sont déroulés en espagnol et d'autres en catalan. Ils ont tous été traduits en français avec l'objectif de faciliter l'analyse et la rédaction des résultats, car, au départ, d'autres terrains étaient envisagés. Cela se répercute sur la précision des termes, car de petites différences ou nuances existent inévitablement entre les propos de l'acteur qui s'exprime dans sa langue et la traduction. Précisons que, même si la formulation a été adaptée au contexte de chaque entretien, le guide d'entretien a été respecté dans tous les cas.

Tableau 5. Guide d'entretien pour les organisateurs.

Thématique	Objectifs
L'acteur	Envies Parcours (formation, expérience professionnelle…)
La création de l'entreprise et la construction des activités	Objectifs de la mise en œuvre de l'activité Sources Itinéraire Récit Temporalité
Les rapports avec l'Administration / autres acteurs	Support de l'Administration Rapport avec des acteurs du secteur touristique
La promotion	Moyens de promotion des activités
Les réseaux	Appartenance à des réseaux existants
Les participants	Origine du public Différences avec les participants d'ailleurs Définition du public local Participation du public[30] Retour et remarques des participants après l'activité Questions fréquentes avant l'activité
Pratiques de loisir de l'acteur	Pratiques récréatives à Barcelone et en voyage
Voyage et proximité	Définition personnelle du voyage
Barcelone	Rôle de la ville dans l'activité

Source : auteure, 2018.

2.3. Préparer l'analyse du récit des professionnels

Les retranscriptions ont été réalisées au fil de l'enquête pour renforcer l'exactitude des propos et afin de construire les étapes suivantes en fonction des informations collectées. Pour le traitement analytique des retranscriptions, nous avons choisi une analyse thématique de contenu. Cette approche se base sur l'interprétation du contenu à partir de la lecture de documents et de leur codification, fragment par fragment, sous des catégories prédéfinies ou améliorées pendant la lecture (Fallery et Rodhain 2007; Miles et Huberman 2007; Wanlin 2007). Ces entretiens étaient de nature exploratoire, ils visaient à nous permettre d'accéder au phénomène des visites guidées proposées essentiellement à un public local à travers l'opinion de différents experts (Bardin 2007).

Cette démarche analytique nous oblige à nous poser des questions comme, par exemple, la place de l'interprétation dans cette analyse de haut en bas (*top-down*) où l'analyste choisit les catégories (Fallery et Rodhain 2007; Wolff, Burkhardt, et de la Garza 2005) et les thèmes. Cela nécessite d'un

[30] Question supplémentaire après l'analyse des premiers entretiens.

travail herméneutique de définition de la position de la chercheuse face à l'information à traiter, tel que cela a été expliqué dans l'introduction de ce chapitre.

En ce qui concerne les entretiens auprès des professionnels, le lieu et le moyen d'accès à la personne interviewée ont eu un grand impact sur la manière dont les sujets se sont présentés à nous et sur leur niveau de disponibilité. Cinq entretiens (Abel, Bruno, Carla et Irene) ont eu lieu dans des cafés. Cela a favorisé l'installation de l'entretien dans un laps de temps plus long, l'interviewé prenant son temps et restant concentré sur la conversation, contrairement à l'entretien fait avec Gerard, qui m'a reçue dans son bureau. Nous avons été interrompus plusieurs fois pour des raisons professionnelles (secrétaire, appels, etc.). De même, Joana m'a reçue au sein de l'entreprise où elle travaille, dans l'espace détente. Nous avons ici réalisé l'entretien dans un cadre plus tranquille et silencieux qu'un café et nous n'avons pas été interrompues. Elle se montrait toutefois impatiente de finir notre échange pour reprendre son travail, contrairement à ceux avec lesquels nous étions hors du cadre de l'entreprise. L'entretien réalisé avec Daniel a eu lieu dans le local de l'association, mais nous avions pris rendez-vous en fin de journée et il n'y avait personne d'autre dans le local. Dans ce cas, il a été complètement disponible et, de fait, il s'agit de l'entretien le plus long.

Ernest et Hector ont été interviewés par téléphone. Même s'ils étaient concentrés sur notre conversation, il est vrai que ces entretiens ont été plus courts que ceux réalisés face à face (25 minutes au téléphone au lieu de 45 minutes de moyenne en direct). Cela est probablement dû au fait que les gestes et le langage corporel étaient absents et, ne voyant pas nos interlocuteurs, j'ai très probablement accéléré leurs réponses. En effet, la voie téléphonique ne permet pas les silences, car, dès qu'il y a un silence, le chercheur comme l'interviewé pensent à un éventuel problème technique. En reprenant la parole pour combler ces blancs, il se peut qu'une réflexion ait été interrompue.

En définitive, l'environnement où l'entretien a lieu, le moyen par lequel il est réalisé et la proximité de la chercheuse avec le terrain (Barcelone) sont des éléments à tenir en considération dans la lecture de ces données. Le travail herméneutique permet la prise de conscience de ces biais, ce qui favorise une plus grande transparence sur les méthodes de recueil de témoignages, leur interprétation et leur traitement.

2.4. Le processus analytique : traitement des données sur NVivo et analyse de contenu

Phase 0 : Retranscription et importation sur NVivo

Après chaque retranscription, le document a été mis en forme sur Microsoft Word avant d'être importé sur NVivo[31] (Richards 2005). La mise en forme réalisée comprend l'attribution de styles différents aux questions et aux réponses afin de pouvoir mettre en œuvre un premier codage automatique.

Avant toute action, les documents de texte des retranscriptions ont été importés sur NVivo et classifiés en tant qu'entretiens avec des attributs comme la date ou le moyen utilisé (en direct ou par téléphone). Nous avons utilisé la même classification pour les entretiens des visiteurs. Ensuite, chaque individu interviewé a été codé comme un cas, classifié comme des organisateurs, détaillant son rôle (organisateur-guide, manager ou intermédiaire), l'âge et le genre, sa formation[32] et le public principal[33] de son activité.

Phase 1 : Codage automatique

Dans la mise en forme sur Microsoft Word précédant l'importation sur NVivo, un code prédéfini a été attribué à chaque question (voir Tableau 5). Ainsi, le logiciel peut identifier ces éléments de format pour coder automatiquement le texte. Le Tableau 6 résume les thématiques proposées ayant servi de base à cette première étape de codage automatique :

[31] Les retranscriptions ont été analysées initialement dans la langue originale (catalan ou espagnol) avec le logiciel d'analyse qualitative QDA Miner Lite de Provalis Research, dans sa version gratuite. Finalement, le logiciel NVivo de QSR International a été choisi pour réaliser l'analyse croisée de toutes les données recueillies. Ainsi, les premières retranscriptions analysées sur QDA Miner Lite ont été traduites en français et téléchargées sur NVivo 11.

[32] La profession étant connue, la formation de base de ces individus peut être utile pour comprendre leurs propos.

[33] Toutes les activités analysées sont susceptibles d'accueillir aussi bien des visiteurs résidents que des visiteurs d'ailleurs. Le pourcentage de chaque groupe (voir Tableau 4) définit, finalement, si une visite est plutôt destinée à un public local ou touristique.

Tableau 6. Thématiques des questions aux organisateurs.

N°	**Thématique**	**Description**
Q1.	L'acteur	Parcours professionnel et personnel, motivations, biographie
Q2.	Les origines de l'activité	Création de l'entreprise, objectifs initiaux, contexte
Q3.	La construction du parcours	Etapes de construction d'une visite guidée
Q4.	Les rapports avec l'Administration/autres acteurs	Liens, officialisation de l'activité, indépendance, le secteur public, le privé
Q5.	La promotion	Moyens de promotion
Q6.	Les réseaux	Liens, réseaux, appartenance à des groupes officiels, partenariats
Q7.	L'audience (l'origine)	Résidence, marché, différence basique avec le touriste traditionnel, imaginaire pré-visite
Q8.	L'audience (coproduction)	Expérience touristique ici et maintenant, action du participant, expérience du groupe
Q9.	L'audience (feedback)	Post-visite, impact sur des activités ultérieures (coproduction), rapports participant/organisateur (+/- intenses avec les visiteurs d'ici qu'avec les visiteurs d'ailleurs ?)
Q10.	Pratiques de loisir de l'acteur	Pratiques quotidiennes, biographie

Source : auteure, 2018.

Phase 2 : Vérification manuelle du codage automatique. Questionnements interprétatifs.

Les codes résultants ont été vérifiés manuellement et deux nouveaux codes ont été créés : « **Pratiques de loisir de l'acteur** » et « **Barcelone** ». Des corrections ont été faites, donc, manuellement, et ces codes ont été regroupés en quatre grandes catégories : l'**acteur-organisateur**, l'**activité**, la **destination** et le **public**. Certaines informations étaient partagées entre ces différentes catégories et elles ont été codées dans toutes les catégories concernées afin de limiter la perte d'information (Cossette 2008).

Les vérifications du processus de codage

Après chaque étape de codification, une vérification a été réalisée :

a) À la suite d'un codage automatique, la chercheuse relit les sources et intègre manuellement les codes que le processus automatique a pu oublier.

b) Quand le codage est fait d'abord manuellement, deux étapes de vérification sont réalisées :

   1) Les termes les plus intéressants pour la catégorie analysée sont recherchés dans la totalité des références codées pour garantir qu'aucune information importante n'a été délaissée.

2) Une relecture finale permet de pallier les derniers oublis.

Phase 3 : Les super-thèmes : analyse de fréquence

Le codage automatique de la phase 1 constitue une technique pour entamer l'analyse. En effet, face aux données brutes, le chercheur peut se sentir démuni et perdre de vue l'objectif de la recherche. Ces premiers codes résultants du processus automatique fournissent des informations concernant :

- La **personnalité** de chaque acteur
- La **création** et le **fonctionnement** des entreprises et des activités
- Le **public** atteint

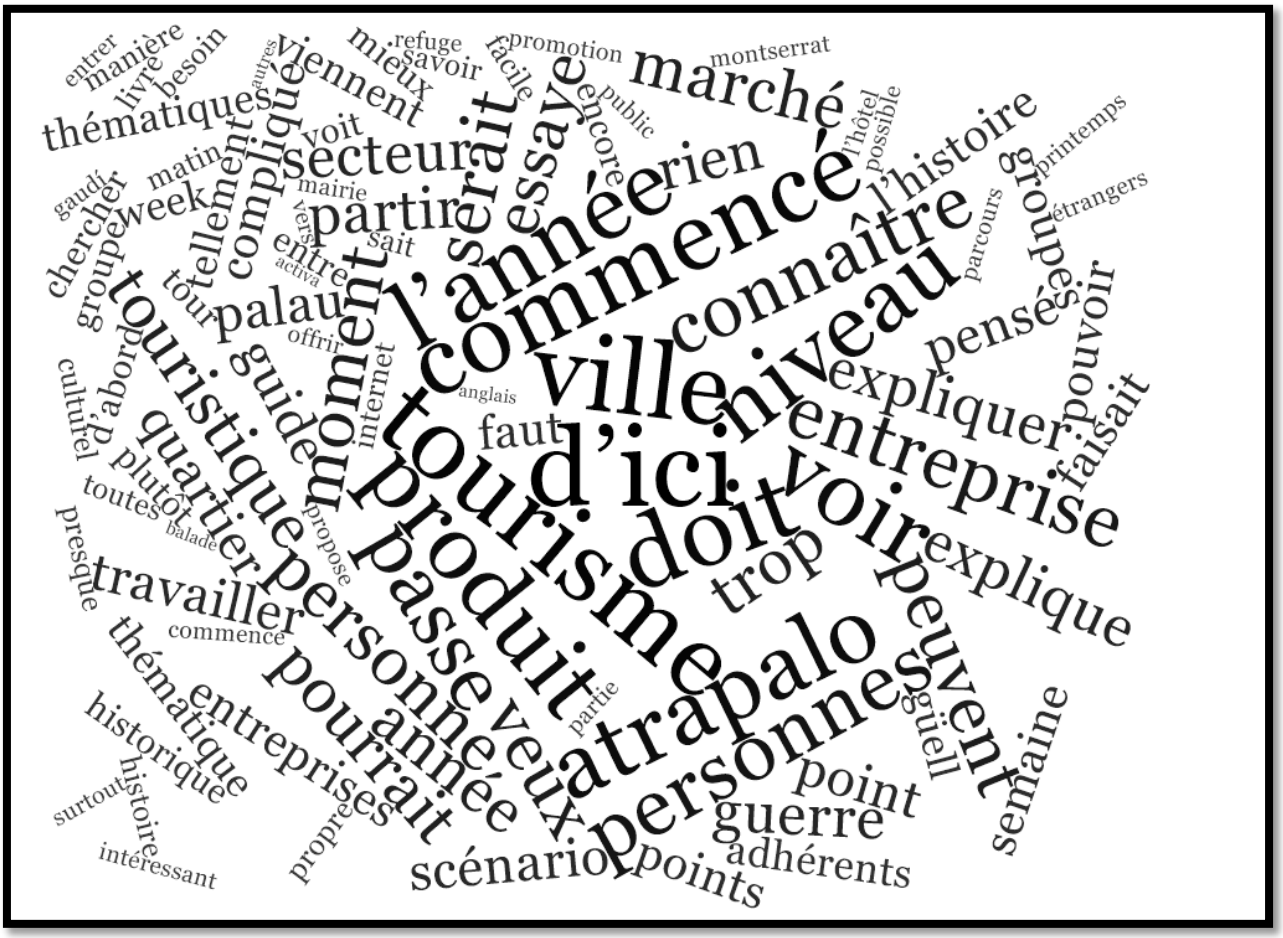
Ces thèmes identifiés, ainsi que « **la destination** » (thème rajouté ultérieurement) constituent les quatre grandes thématiques autour desquelles les organisateurs s'expriment. Ce sont des super-nœuds. Grâce à NVivo, nous avons réalisé une analyse des mots les plus fréquemment utilisés pour chacun de ces thèmes. Ce logiciel propose non seulement un résultat visuel de chaque recherche des mots fréquents, mais surtout ces termes sont contextualisés. Chaque mot de la liste des mots les plus fréquents devient un lien hypertexte permettant d'accéder aux références où ce mot a été utilisé. Cela minimise les erreurs d'interprétation.

Sur la définition précise de la recherche des mots les plus fréquents, après plusieurs tests, nous avons défini les critères suivants : les cent mots les plus fréquents ayant une longueur supérieure à quatre lettres (voir Figure 7). Les cent mots résultants apparaissent dans leur forme brute, ils ne sont pas lemmatisés (Fallery et Rodhain 2007), c'est-à-dire, réduits à la racine pour faciliter leur traitement. Notre objectif était essentiellement d'organiser les informations collectées dans ces entretiens et faire émerger des thématiques. Cette lemmatisation n'a pas été nécessaire à ce stade. Nous avons toutefois réalisé un traitement minimal des résultats, supprimant les conjonctions et d'autres unités grammaticales n'ayant pas de sens lorsqu'elles sont isolées (à l'instar de « qu'il »), mais pouvant créer une distorsion du résultat.

Cet exercice a été réalisé avec les quatre super-thèmes et permet de détecter rapidement les aspects les plus importants évoqués dans les entretiens. L'expression la plus fréquente utilisée par les organisateurs du terrain de Barcelone lorsqu'ils parlent de leur activité est « **d'ici** ». Ils s'expriment, donc, très fréquemment en termes de proximité. La lecture de ces résultats nous permet aussi bien

l'accès à ce qui est dit que l'accès au non-dit. Par exemple, lorsque ces individus évoquent ce qui est « **d'ici** », ils parlent indirectement de ce qui est « **d'ailleurs** », par exclusion.

Figure 7. Nuage de mots résultant de la recherche des cent mots les plus fréquemment utilisés par les professionnels de la (re)découverte de Barcelone concernant leurs activités.



Source : auteure, 2018[34].

Les mots « **tourisme** » ou « **ville** » sont très présents, ce qui est intéressant en relation avec notre objectif de comprendre les rapports entre ces activités de découverte et le secteur touristique. Il ne s'agit pas ici de développer les résultats extraits de cet exercice, mais d'expliquer le mécanisme. Ces exemples illustrent le processus analytique et ce qu'il inspire en termes interprétatifs.

Les entretiens réalisés auprès des professionnels du secteur en lien avec la visite guidée à Barcelone pour un public essentiellement local ont été initialement retranscrits, mis en forme et importés sur le logiciel NVivo. Suivant les principes de l'analyse thématique de contenu, les retranscriptions

[34] Cette analyse de fréquence est réalisée grâce au logiciel NVivo 11 Pro, avec les informations extraites de entretiens en profondeur auprès des professionnels interviewés.

ont été, dans un premier temps, codées automatiquement et cette codification a été vérifiée manuellement à plusieurs reprises. La réalisation d'une analyse de fréquence des termes utilisés pour chacune des quatre thématiques principales identifiées (l'acteur, l'activité, le public et la destination) nous a finalement permis de structurer les informations extraites de ces témoignages. Les résultats détaillés dans le chapitre 6 découlent directement du travail décrit dans ces pages.

3. Identifier l'offre de visites guidées pour un public local

Les entrepreneurs tels que ceux que nous avons interviewés déclenchent une dynamique qui se matérialise par la mise en place d'une offre d'activités culturelles proposée aux visiteurs essentillement locaux mais ouverte aux visiteurs étrangers. Il est donc intéressant pour nous de nous pencher sur le contenu de cette offre. De quels espaces cette offre propose-t-elle la découverte ? Quelles sont les thématiques proposées ? Cette offre est-elle comparable à celle proposée essentiellement au public touristique *classique* ? En quoi la découverte proposée consiste-t-elle ?

Les différentes questions de recherche ont été présentées dans l'introduction générale (voir Tableau 1). L'objectif de cette partie de l'enquête concernant l'offre de visites pour un public local est de répondre aux questions de recherche suivantes :

Comment l'expérience de la redécouverte s'articule-t-elle ?
Quels sont les éléments en commun entre l'offre de visites de proximité analysée et l'offre touristique classique ? Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi le lieu de vie ? Comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ?

Avec cet objectif, nous avons tout d'abord défini les critères qui permettent d'affirmer qu'une entreprise correspond à notre objet d'étude :

- Elle organise des visites guidées
- Ses visites sont ouvertes au grand public et peuvent être réservées par des clients individuels
- Leur public est majoritairement local

Une fois que ces critères ont été définis, nous avons recensé les entreprises concernées, nous les avons contactées et avons demandé à avoir accès à leurs catalogues et calendrier de visites. Les

calendriers ne nous ont pas été systématiquement fournis. Les données recueillies permettent la réalisation d'estimations concernant notamment la spatialité, la temporalité et les thématiques de ces propositions.

Après avoir précisé les techniques de recueil utilisées dans la création d'un inventaire de visites guidées proposées essentiellement à un public local entre 2014 et 2016, la base de données résultant de cet inventaire a été analysée de deux points de vue : thématique et spatio-temporel.

3.1. Le catalogue de l'offre des visites guidées pour le public local

En 2013 et 2014, nous avons réalisé un premier travail d'inventaire des entreprises remplissant les critères de notre enquête, évoqués dans les lignes précédentes. Parmi la dizaine d'entreprises identifiées, huit ont été retenues pour l'étude (voir point 4 de ce chapitre), mais nous n'avons eu accès qu'au catalogue détaillé de cinq d'entre elles. À partir des données accessibles, un suivi de ces catalogues a été mis en œuvre entre 2014 et 2016. Ce suivi s'est penché sur deux types de sources :

- Le **calendrier en ligne** disponible sur le site internet de trois entreprises (Androna Cultura, Cultruta et Literat Tours). Cet outil permet un recensement assez précis du nombre de visites proposées.
- Les **lettres d'information** envoyées mensuellement par trois entreprises (Cultruta, GoBcn et MatèriaBcn) présentant leurs prochaines activités. Nous avons reçu ces lettres par voie électronique depuis 2014. Au total, cent soixante-quinze lettres d'information ont été exploitées[35].

Avec les informations extraites de ces deux sources, nous avons créé une base de données des visites régulières et des visites occasionnelles[36]. Cette base de données, à partir des 2794 visites[37] recensées, répertorie :

- Les **thématiques** à partir du nom et de la description
- La **temporalité** (la tranche horaire, le jour de la semaine, le mois et l'année)

[35] Voir Annexe II.
[36] Voir Annexe III.
[37] Le nombre total de visites recensées est de 2932, mais nous ne nous sommes penchée que sur les 2794 ayant lieu dans le périmètre de la commune de Barcelone.

- La **spatialité** (le quartier où elles ont lieu)
- La **récurrence** (pour les visites occasionnelles)

Nous nous centrons ensuite sur le premier point (les thématiques). Les points suivants sont expliqués dans les parties 4 et 6 de ce chapitre.

3.2. Les thématiques des visites analysées

À partir de l'analyse des catalogues de chacune de ces entreprises, nous avons d'abord pu réaliser une catégorisation des thématiques proposées[38]. Nous avons inventorié les thématiques par organisateur pour, ensuite, les regrouper selon leurs similitudes.

Afin de vérifier nos catégories, nous les avons confrontées à l'offre présente sur le principal site de vente en ligne d'activités culturelles (Atrapalo). Nous avons pu constater que les catégories identifiées correspondaient à ce qui était commercialisé au moment de cette analyse, entre 2014 et 2016.

L'inventaire réalisé a été ensuite cartographié, ce qui nous a permis d'analyser le cadre spatio-temporel de ces propositions. Nous y reviendrons dans le point 6 de ce quatrième chapitre.

4. Observer l'offre de la (re)découverte de Barcelone

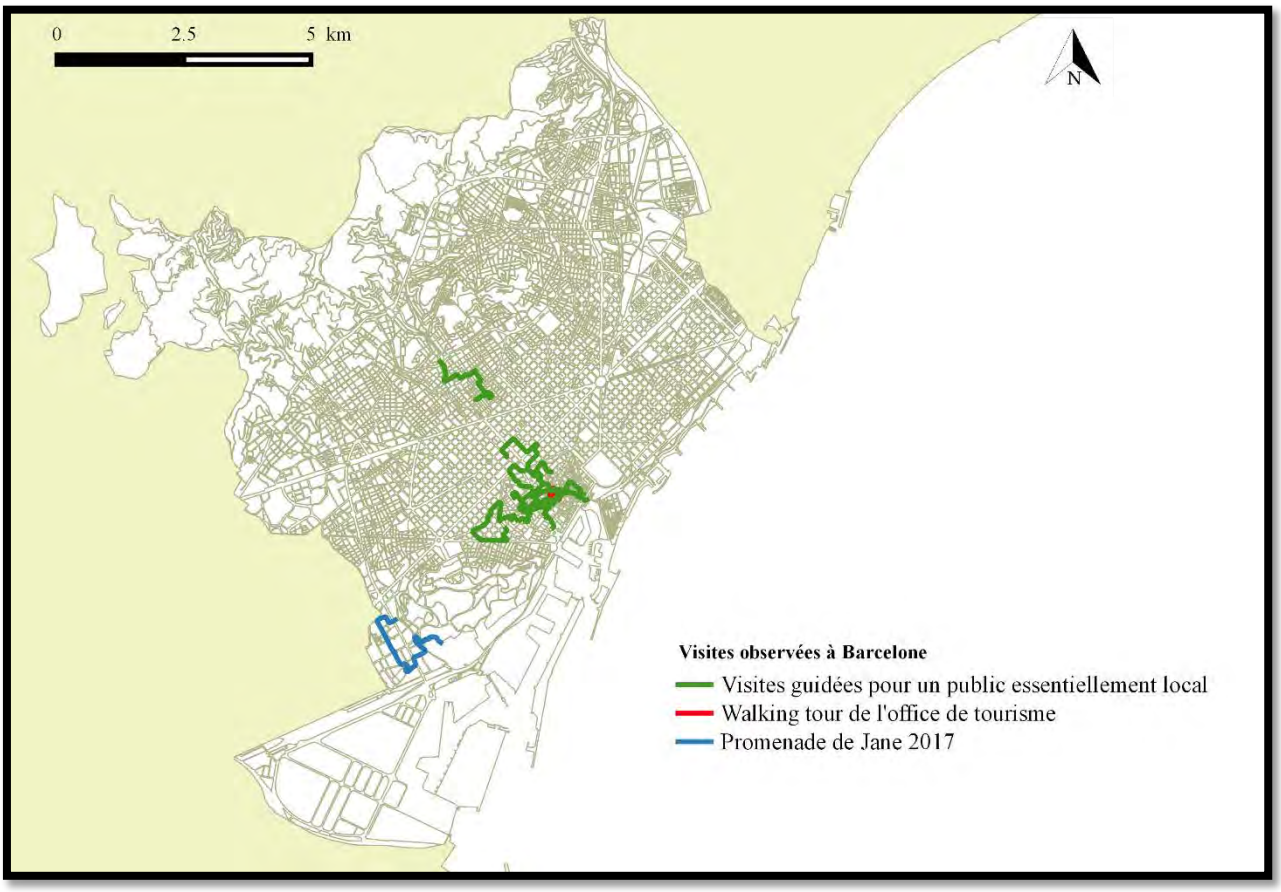
L'observation participante est un outil de tradition ethnologique/anthropologique que nous avons utilisé afin de collecter des informations pouvant compléter les témoignages sur l'expérience vécue des visites guidées à Barcelone. Cette technique se base sur :

> « l'interaction sociale entre le chercheur et les sujets dans l'environnement de ces derniers et, pendant [l'observation], des données sont récoltées de façon systématique et non-intrusive » (Taylor et Bogdan 1987).

Nous avons observé dix-neuf activités dans différents terrains (voir Tableau 32, p. 399), mais n'avons finalement retenu que les douze visites observées à Barcelone (voir Carte 2).

[38] Voir Annexe IV.

Carte 2. Itinéraires observés à Barcelone.



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Outre les visites de Barcelone, nous avons aussi participé à six activités de manière exploratoire : cinq visites guidées et un rallye. En ce qui concerne les visites guidées essentiellement destinées à un public local, nous avons eu accès aux propositions de huit entreprises organisatrices différentes :

- Androna Cultura
- Cultruta
- GoBcn
- Icono Serveis Culturals
- ItineraPlus
- Literat Tours
- MatèriaBcn
- Via Bcn

Toujours avec le parti pris d'analyser le phénomène dans des conditions naturelles, nous avons adopté une approche participante, d'immersion dans l'environnement des sujets étudiés (dans notre cas, le parcours de la visite guidée). Certains auteurs évoquent une participation observante (Soulé

2007) quand le chercheur fait partie du groupe, comme nous, consultant les documents que le guide propose comme tout autre participant, les partageant, participant aux discussions collectives, etc.

D'autres affirment que toute observation est participante : « L'observation est "naturellement" participante, par la présence même [du chercheur] dans l'espace de vie de l'autre » (Winkin 1997, 3). Au-delà des questions sémantiques et suivant la recommandation de Taylor et Bogdan (1987), lorsque le chercheur réalise les mêmes actions que les participants observés, ces actions sont identifiées par les participants. Dans ce processus, nous avons essayé de ne pas tomber dans le rapport excessif (*ibid.*), malgré la familiarité de la chercheuse avec l'activité et les sujets observés[39]. Cette condition d'immersion totale dans les actions de l'activité, bien qu'elle puisse limiter l'observation (elle demande de l'énergie qui serait autrement consacrée à l'observation), favorise la construction du lien avec les participants et avec le guide, qui finissent par oublier, en partie, la recherche et le fait d'être observés.

Les différentes questions de recherche ont été présentées dans l'introduction générale (voir Tableau 1). L'objectif de cette partie de l'enquête est de compléter les réponses concernant les questions de recherche suivantes :

Comment l'expérience de la redécouverte s'articule-t-elle ?
Quels sont les éléments en commun entre l'offre de visites de proximité analysée et l'offre touristique classique ? Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi le lieu de vie ? Comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ?

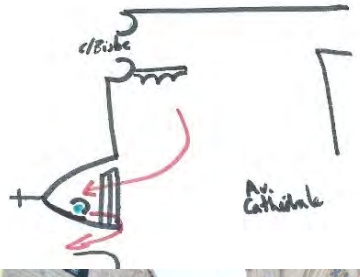
4.1. La grille d'observation

Une grille d'observation a été créée comme support sur le terrain (voir Figure 8). Avant la transcription de nos observations sur le journal de terrain, nous identifions chaque observation en remplissant un tableau comme celui de la partie supérieure de la Figure 8. Nous avons attribué premièrement un code à chaque visite. Ensuite, au moment de chaque arrêt lors de la visite, un croquis et une image illustrent le point où le groupe s'est arrêté. Le croquis (voir Figure 9) favorise la retranscription de la session d'observation. Il stimule les souvenirs en les situant, facilitant la rédaction du journal d'observation et localisant les éléments observés (les questions, la prise de photos et des notes, etc.).

[39] Voir l'introduction de ce chapitre 3 autour de l'herméneutique.

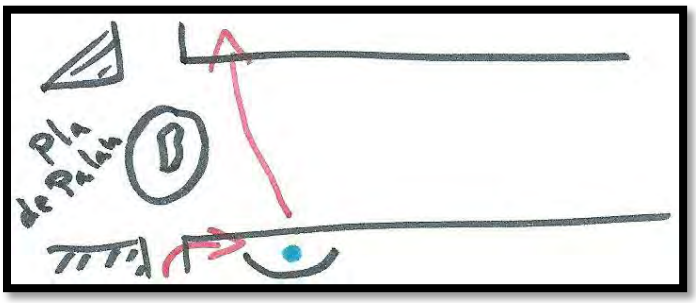
Figure 8. En haut : métadonnées de la visite. En bas : exemple de la grille d'observation pendant un arrêt du parcours *Secrets de Ciutat Vella*.

Code Visite : RBP02	
Nom	Secrets de Ciutat Vella
Date	22 février 2014
Heure	11 h
Point de rencontre	Pl. dels Àngels
Organisateur	2
Guide	M.
Hommes	9
Femmes	10
Groupes	Deux couples (20-30) Un couple (30-40) Trois couples (50-60) Une femme (60)
Autre	

Code arrêt : **16**	*Lieu :* **Pl. Cathédrale (2)**	*Questions ?* **OUI**	*Photos ?* **NON**	*Notes ?* **NON**
 		Transformations de la façade de la cathédrale	*(Objet des photos Appareil/Téléphone Combien ?)*	*(À quel moment ?)*

Source : auteure, 2018. La carte a été réalisée sur QGis, utilisant les bases cartographiques téléchargées de CartoBCN (Mairie de Barcelone 2017). La photographie et le croquis appartiennent à l'auteure et datent du 22 février 2014.

Figure 9. Croquis de l'arrêt « Pla de Palau » de l'itinéraire « La Barcelone des francs-maçons ».



Source : auteure, 2018 (réalisation manuelle et numérisée de RBP04, fait le 19/04/2014).

Le journal de terrain est le document résultant de l'observation qui fournira les données pour l'analyse. D'après Juan, il s'agit d'un « support d'enregistrement intime et empirique », un journal de terrain, mais également un « outil fondamental » (1999, 25) :

> « L'observation devient beaucoup plus "participante" dès le moment où l'anthropologue opère un retour sur ce qu'il a perçu et fait remonter à la surface les éléments enfouis qui témoignent de la dimension participative de son observation » (Winkin 1997, 4).

Revenons au croquis. Ce croquis favorise la compréhension des annotations enregistrées. Assistant pratique de la prise d'informations, il permet de situer le guide et le groupe par rapport aux points d'intérêt et au contenu du discours, ce qui peut modifier l'interprétation d'une situation. Par exemple, dans les deux visites observées sur *La Barcelone des francs-maçons*, nous nous sommes arrêtés devant la Casa de Xifré, édifiée en 1840 et décorée, d'après le guide, avec des symboles de la mythologie franc-maçonnique. Voici un passage du journal de terrain de l'une de ces visites :

> « Le guide fait un premier arrêt au Passeig Isabel II, proche du coin avec la place du Pla de Palau (voir croquis) [Figure 9] pour demander au groupe d'observer ce bâtiment, situé juste en face de nous, et de faire particulièrement attention aux éléments décorant la façade et le fronton. Tous les participants ont déduit que l'élément installé sur le fronton de ce bâtiment est une horloge. Le guide nous demande d'avancer un peu sur ce même trottoir jusqu'à arriver au milieu du bloc de maisons. Là, on découvre que ce qui ressemblait aux deux aiguilles de l'horloge est tout simplement un compas que la grande statue tient dans sa main. Comme le compas est situé devant un cercle, il donne l'impression d'être une horloge.
>
> (La position précise du groupe par rapport à l'élément d'intérêt détermine l'expérience du discours, car, si le groupe s'était arrêté plus tôt ou plus tard, l'effet n'aurait pas été aussi impressionnant) » (RBP04 – 19/04/2014).

Cet exemple illustre l'importance de la position du guide, des participants et des éléments autour, aussi bien de ceux faisant partie de la visite comme de l'environnement. Les annotations entre

parenthèses nous aident à interpréter l'information décrite dans les lignes ci-dessus. Elles montrent les observations et remarques de la chercheuse pendant l'observation, ce qui correspond à une première analyse sur le terrain.

Une ou plusieurs images illustrent également chaque point d'arrêt du parcours (voir Figure 8). Outre la représentation graphique de l'observation, nous avons prêté une attention particulière aux questions posées par les participants et aux échanges avec le guide et avec d'autres participants. La prise de photographies et de notes a également été prise en compte.

Cette expérience vécue est accessible par « l'observation attentive des situations et des actions des visiteurs » (Bossé 2010, 11), à travers les éléments témoignant de l'(in)attention des participants et de leur contribution à la visite en termes de coproduction plus ou moins active (un participant pose des questions, un autre répond au téléphone, etc.), par les moyens mis en œuvre pour capter cette expérience (photographier, prendre des notes, etc.) et par les interactions des personnes du groupe entre elles, avec le guide (Larsen et Widtfeldt Meged 2013), avec le chercheur ou avec d'autres acteurs présents dans cet espace à ce moment-là. Tous ces éléments s'inscrivent dans un contexte plus large, l'**ambiance** (Pradel, Simon, et Lefrançois 2015), qui conditionne fortement l'expérience vécue et qui constitue l'un de nos axes d'analyse.

L'observation participante est une technique prévue pour s'étendre sur la durée (Taylor et Bogdan 1987). Ainsi, le chercheur crée avec le temps un lien avec les sujets observés favorisant une attitude plus naturelle de la part de ces derniers dans leurs actions durant le temps de l'observation. Les caractéristiques de notre recherche ne permettent pas l'observation de longue durée, car les activités observées sont uniques, les individus et les espaces étant différents à chaque fois (Graburn 2002). Le fait que les individus observés soient a priori dans une situation de détente et focalisent leur attention sur l'activité de découverte a contribué, dans notre cas, à l'élaboration d'une attitude bienveillante et d'une mise à l'aise à l'égard de la chercheuse.

Il est recommandé par certains auteurs que les sessions d'observation n'aient pas une durée supérieure à une heure (Taylor et Bogdan 1987), car les niveaux d'attention et de concentration peuvent diminuer au-delà de ce délai. Cela est logique dans le cas d'études auprès d'organisations (Bogdan 1972) ou sur des thématiques dont les conditions ne changent pas énormément d'un jour à l'autre. Les activités qui font l'objet de nos observations durent entre une heure et demie et quatre heures et il est important de les réaliser dans leur totalité pour favoriser la relation construite entre

les participants et la chercheuse, garantissant ainsi que la majorité des participants acceptent d'échanger après la visite.

Le fait de participer activement aux visites s'est montré très positif pour recueillir de l'information en fin d'activité. Cela a permis aux participants d'entamer la conversation avec la chercheuse entre deux arrêts, lui poser des questions ou discuter tout simplement de ce dont ils avaient envie. Ils ont été plus disposés à remplir les questionnaires qui étaient prévus initialement[40]. Cette prédisposition à participer à la recherche a été favorisée par le fait que les guides, avant le début de l'activité, ont très rapidement présenté la chercheuse et sa recherche, en termes très généraux (« une thèse sur le tourisme à Barcelone »). D'après les résultats de l'observation, cela n'a pas nécessairement conditionné la spontanéité du groupe, car les participants semblaient oublier rapidement la présence de la chercheuse lorsqu'ils se focalisaient sur la visite.

La démarche de l'observation participante a permis à cette recherche le recueil de données écrites (le journal de terrain) et visuelles (photographies et croquis). À partir de ces données, deux traitements analytiques ont été mis à l'œuvre. Nous avons réalisé une analyse thématique du contenu du journal de terrain, contextualisé par les croquis et les photographies. Ensuite, nous avons réalisé une analyse cartographique autour de deux axes : l'ambiance autour de l'expérience de la visite et les lieux d'intérêt pour le public local. Ce deuxième axe nous a permis de proposer une carte d'attraits de proximité[41].

4.2. Traitement analytique du journal de terrain

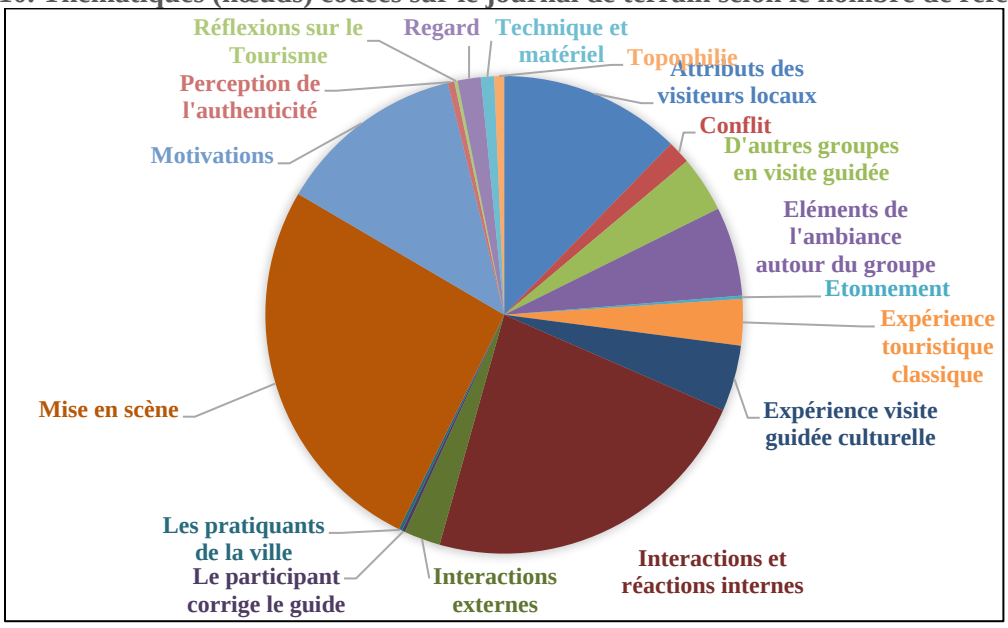
Premièrement, nous avons réalisé une analyse de contenu du journal de terrain toujours sur le même projet créé sur le logiciel NVivo. Cette analyse thématique de contenu a été réalisée suivant le même processus que celle des entretiens auprès des organisateurs (Bardin 2007; Fallery et Rodhain 2007; Miles et Huberman 2007; Wanlin 2007). La différence essentielle ici réside dans le fait que la source est la chercheuse elle-même (Berger et Paillé 2011). Il ne s'agit pas ici d'interpréter ce que l'Autre a perçu et expérimenté, mais d'interpréter ses propres perceptions. Il faut garder cela en considération lorsque nous regardons les données découlant de cette technique, car la chercheuse

[40] Ces questionnaires ont été finalement écartés de la recherche dû à la difficulté de les mobiliser dans une démarche comparative. Nous n'avons finalement utilisé que les références spatiales obtenues dans le cadre de ces questionnaires pour la création de la cartographie relative aux lieux d'intérêt des participants de ce type de visites guidées (voir dans ce chapitre, paragraphe 6.2.2.).
[41] Voir point 6 de ce quatrième chapitre, dédié à l'analyse cartographique.

a observé ce que sa propre subjectivité lui a permis d'observer, tel que nous l'avons expliqué lorsque nous avons décrit la nécessité d'un travail herméneutique préalable de positionnement du chercheur face aux données disponibles (Darroch-Lozowski et Silvers 1982; Rodríguez 1993) (voir Introduction générale).

En ce qui concerne l'observation participante, des éléments ont certainement été ignorés du fait que je ne les ai pas repérés : ma position physique dans le groupe me fait ignorer ce qui est hors de mon champ de vision. L'attention attirée par tel ou tel élément n'est plus disponible pour d'autres choses qui échappent donc au recueil d'information et ces données non détectées peuvent avoir influence directement ou indirectement sur le groupe.

Figure 10. Thématiques (nœuds) codées sur le journal de terrain selon le nombre de références.



Source : auteure, 2018.

Cela précisé, vingt-deux nœuds ont été créés au total. Parmi eux, « Notes », « Prise de photos », « Questions » et « Répétition » (voir Figure 8, p. 117) sont des sous-catégories d'« Attributs des visiteurs locaux ». Ils étaient définis avant la mise en œuvre de l'analyse de contenu. Le reste sont issus de l'étude des notes du journal rédigé pendant les observations (voir Figure 10).

Les références distribuées par thématiques viendront nourrir et contextualiser la réflexion autour des expériences des visiteurs (chapitre 5) et l'analyse du contexte spatial et temporel de cette offre dans la ville de Barcelone (voir le point 6 de ce chapitre).

4.3. Échanger avec les visiteurs pendant et après l'observation

Avant de conclure ce chapitre sur l'observation participante, il faudrait rajouter deux éléments. Cette étape de recueil de données se structure en deux temps : une première phase en 2013-2014 et une deuxième phase en 2015. Dans la première phase, à la fin de chaque observation, des questionnaires étaient distribués aux participants[42]. Cette démarche a favorisé les échanges après la visite. Dans la deuxième phase, en 2015, lorsque nous avons cherché à interviewer directement les participants à la fin de la visite, au-delà des participants interviewés en profondeur, nous avons également réalisé quinze entretiens informels. Nous les définissons d'informels en raison de la spontanéité de leur réalisation, du cadre dans lequel ils ont eu lieu (debout, plongés dans l'ambiance environnante, etc.).

Il s'agit de discussions superficielles (Andriotis 2009) nous permettant d'identifier des thèmes propres à chaque individu sur son expérience de la visite observée. Ces échanges ne nous permettent pas de contextualiser l'expérience de ces visiteurs dans un cadre plus large basé sur des éléments biographiques. Nous avons effectivement parfois eu des informations biographiques ponctuelles, telles ces deux visiteurs nous ayant indiqué qu'ils étaient architectes :

> Dans ce cas, ça a été un cadeau, mais nous avons fait d'autres visites, nous avons fait la visite architectonique de Diagonal Mar et nous avons fait aussi une visite de Vic spéciale, faite également par des architectes. Nous sommes tous les deux architectes (visiteur local, 60 ans).

Cela n'a pas toujours été le cas, nous n'avons eu accès à ce type d'information que de manière très ponctuelle. Les échanges réalisés en 2015 ont été enregistrés à l'aide d'un dictaphone, retranscrits ultérieurement dans leur langue originale (catalan ou espagnol) et téléchargés sur NVivo afin de les intégrer au projet global, mais n'ont été utilisés que comme complément d'information et comme source pour l'analyse cartographique (voir le point 6 de ce chapitre).

Comme les autres techniques, l'observation participante a permis le recueil de données spatiales en lien avec des événements particuliers. La plupart de lieux cités par les visiteurs dans les échanges ou notés par la chercheuse dans le journal sont des lieux par où on est passés. Certaines de ces références évoquent des situations vécues lors de la visite observée. D'autres, notamment issues

[42] Voir note en bas de page n°40 (page 120).

des échanges informels avec les visiteurs, sont liées à des expériences passées ou imaginaires. Le traitement cartographique de ces références sera expliqué dans le point 6 de ce chapitre.

5. Accéder à l'expérience de la (re)découverte ici et ailleurs à travers une méthode tirée de l'analyse phénoménologique interprétative

L'individu et sa subjectivité sont au cœur de cette recherche : comment l'individu vit-il les activités lui permettant de (re)découvrir son propre territoire ? Quels sont les impacts de ces activités sur la manière dont il interagit avec son espace quotidien ? Comment qualifie-t-il les lieux visités ? Quelles sont les similarités et les différences entre les sens qu'il attribue à ses expériences de visite ici et ailleurs ?

En adoptant une approche selon laquelle le monde auquel nous avons accès n'est accessible que par l'expérience d'un sujet en dialogue avec le monde, un monde qu'il construit activement en le regardant, le traversant, le visitant, l'habitant, par le biais de l'intentionnalité, nous cherchons à comprendre le processus de mise en visiteur de l'individu. De ce point de vue, les visiteurs eux-mêmes constituent des sources légitimes et inestimables d'information. L'analyse du vécu de différents sujets devrait nous permettre d'évaluer si/comment les visites analysées peuvent être qualifiées de touristiques. Sur un plan méthodologique, nous nous interrogeons sur le moyen d'accéder à l'expérience intime de ces visiteurs, à leurs perceptions et émotions concernant l'expérience de la visite afin de répondre aux deux questions suivantes : cette expérience permet-elle la sortie du quotidien ? (Comment) la sortie du quotidien est-elle possible au sein même de l'espace quotidien ?

Les pages suivantes se penchent sur la méthode de l'**analyse phénoménologique interprétative** (**IPA**). Les différents choix envisagés sont expliqués afin de déterminer pourquoi nous avons opté par l'IPA face à d'autres options de recueil de données et d'analyse qualitative. Ensuite, la dimension interprétative est discutée. La constitution de l'échantillon et le processus de recueil de données sont alors détaillés, ainsi que les différentes phases de l'analyse circulaire. Finalement, un dernier point revient sur les idées les plus importantes mettant l'accent sur les apports et les limites de cette méthode.

5.1. Pourquoi l'analyse phénoménologique interprétative ?

L'**IPA** n'était ni connue ni envisagée lorsqu'on entamait l'enquête de terrain. L'idée initiale concernant l'analyse des visiteurs était de réaliser un entretien en deux temps le jour même de la visite. Le jour de l'activité, nous demandions aux participants qui commençaient à arriver si c'était la première fois qu'ils participaient à une activité de ce type et quelles étaient leurs attentes. On leur demandait de dessiner sur un plan le parcours qu'ils s'attendaient à faire. Cette première partie était conçue pour initier le contact avec ces individus sans être trop intrusive et avoir une idée de leurs attentes réelles avant la réalisation de l'activité. On se présentait et on les invitait à la fin de la visite à prendre un verre pour discuter plus profondément de leurs impressions dans un entretien collectif. Cette démarche était cohérente avec le schéma de l'expérience proposé par Schütz (1993) autour des notions d'action imaginée, action et acte. Nous souhaitions alors nous pencher sur l'expérience avant, durant et après la visite et l'analyser comme un continu dont le fil conducteur est l'individu. Nous avons abandonné cette idée des entretiens avant et après à la suite de ce premier test.

Comme Graburn (2002), nous avons constaté les difficultés dans l'appréhension du visiteur au moment de l'expérience de la visite (pour Graburn, l'expérience touristique). Cet auteur met en relief des contraintes temporelles dû notamment à la durée limitée des événements et à la présence fluctuante des participants (les individus changent en continu). Il identifie des difficultés émotionnelles dû à la complexité de l'état d'esprit de ces individus vivant simultanément de la « concentration intense […], de la méditation, de la distraction, de la gravité ou d'autres états altérés de la conscience » (2002, 20). Cette confusion limite la disponibilité du visiteur à « prendre du temps pour être interviewé, remplir des questionnaires ou pour être observé ou photographié » (2002, 20). Même lorsqu'il arrive à se rendre disponible, Graburn met en doute la véracité des propos collectés :

> « Les touristes pendant des évènements rituels peuvent être incapables d'affirmer leurs vrais sentiments, ou leurs sentiments, [et] une réponse donnée à cette occasion pourrait être trompeuse ou polyvalente » (2002, 20).

Finalement, Graburn affirme que le chercheur ne peut pas espérer pouvoir interpréter de manière significative ces sujets pendant leur expérience touristique sans les contextualiser dans leurs vies. Ainsi, l'évènement de l'expérience touristique prend du sens lorsqu'il est contextualisé dans le cadre de la vie ordinaire au-delà du rituel. Pour minimiser les effets de ces difficultés, Graburn

propose deux solutions : soit centrer la recherche sur les usages intensifs de courte durée, soit intégrer ces usages dans le cadre de vie des participants dans le long terme. Nous avons fait le choix de centrer la recherche sur ce que les expériences de la visite ici et du voyage ailleurs représentent pour l'individu. Cela nécessitait une méthode favorisant une connaissance approfondie de la manière dont l'individu cerne ces expériences et leur attribue consciemment du sens (Hayton 2009).

Nous avons initialement fait le choix d'adopter une approche *naturelle* face au phénomène analysé à la place d'une approche expérimentale. Nous aurions pu organiser des visites dans des conditions similaires aux visites guidées touristiques et réaliser des entretiens itinérants (Petiteau et Pasquier 2001) avec des individus ayant répondu à un appel à participation. Cela aurait certainement augmenté le nombre de participants interviewés, mais les sujets analysés auraient été convoqués, ce qui aurait été contradictoire avec le caractère spontané de la démarche de (re)découverte.

La volonté d'accéder aux mécanismes subjectifs fait l'objet de nombreuses recherches, dont Cossette (2008), qui met en place une cartographie cognitive (Fallery et Rodhain 2007) afin de faire émerger les thématiques importantes pour les membres d'un département de gestion universitaire au Québec dans le cadre d'une réflexion stratégique. Il s'agit d'une technique laissant effectivement une grande liberté aux sujets pour qu'ils choisissent les thèmes qu'ils considèrent les plus pertinents et elle favorise la visualisation collective de données subjectives. Elle est nécessairement couplée à un entretien approfondi avec chaque sujet afin de mettre en perspective les thèmes proposés par chacun dans une logique réflexive.

Autre exemple, la méthode de la classification libre d'images proposée par Vlès, Hatt, Clarimont et Deletraz (2011) dans le cadre d'une étude sur les perceptions des touristes par rapport aux stations touristiques de Seignosse et Gourette. Leur démarche se déroulait en deux phases. Premièrement, les touristes interrogés devaient classer les images proposées par les chercheurs selon leurs propres critères d'analyse, avec la seule consigne de faire au moins cinq groupes de photographies différents. Deuxièmement, ils répétaient l'exercice avec des images représentant exclusivement la station analysée (Gourette ou Seignosse) et utilisant cette fois les mêmes catégories qu'ils avaient définies lors de la première étape.

Cette technique permet l'accès à la manière dont les visiteurs attribuent un sens aux lieux proposés par le chercheur. Ce processus est encadré par les limites imposées par le chercheur : les images à

classer sont proposées aux visiteurs et des conditions pour le classement sont posées (en cinq groupes lors du premier tour de l'exercice et l'utilisation des mêmes catégories lors du deuxième tour). Notre recherche vise surtout l'accès aux éléments que les sujets analysés souhaitent partager de leur expérience, aux thèmes de leur choix, ce qu'ils mettent en valeur.

À l'occasion du premier test de notre méthode, nous avons obtenu des réponses aux questions précédant la visite. Les participants qui avaient déjà répondu avant l'activité n'ont pas souhaité rester après pour la deuxième partie de l'entretien, car ils estimaient avoir déjà coopéré. La durée de cette première visite (trois heures) et l'horaire (finie après treize heures) ont nui à la participation après l'expérience, car les visiteurs étaient fatigués et avaient prévu des rendez-vous pour déjeuner.

Outre l'entretien en deux temps, dont une deuxième partie aurait été réalisée en groupe afin de collecter les impressions de tous les participants disposés à participer à la recherche. Nous avions envisagé d'analyser les photos que les visiteurs avaient prises pendant les visites. Il s'est finalement avéré que ce n'était pas une pratique courante dans le cadre des visites dans l'espace quotidien (voir chapitre 5). Cette option a donc été écartée. Après un premier test, nous avons réfléchi à la manière de rendre plus efficace l'accès au ressenti des visiteurs.

Devant l'impossibilité d'avoir une perception approfondie de ce que ce vécu représente pour l'individu au moment même où l'expérience a lieu (suite aux difficultés évoquées par Graburn, auxquelles nous avons également été confrontée), nous avons fait le choix d'accéder à ce phénomène a posteriori. Nous avons supprimé l'échange précédant la visite et avons distribué des questionnaires à la fin. Les données récoltées par le truchement de ces questionnaires n'ont finalement pas été utilisées[43] mais cet outil nous a permis d'entrer en contact avec une grande partie des participants par la suite. Nous n'avons reçu que peu de retours positifs de visiteurs souhaitant participer à un entretien semi-directif dans cette première étape de collecte de données.

Parallèlement, dans la réflexion autour de la méthode la plus adaptée pour appréhender l'expérience de la visite, Frémont nous encourage à nous diriger directement vers le champ de la psychologie :

> « […] pour mieux saisir les rapports psychologiques des hommes à l'espace, on ne peut se contenter d'une psychologie d'opérette réinventée par les géographes, mais il faut se pencher sur les travaux de psychologues, même lorsque leurs liens avec la géographie apparaissent très lointains » (1974, 236).

[43] Voir note en bas de page n°40, page 120.

Comme nous avions défini cette recherche comme une quête vers une meilleure compréhension de l'expérience de la visite guidée afin de déterminer les points communs avec l'expérience touristique classique et établir si ces propositions permettent une expérience touristique de l'espace quotidien. Nous nous sommes intéressée à la manière dont les psychologues se penchent sur l'expérience intime des individus, notamment dans le cadre des recherches qualitatives en psychologie.

L'IPA est une méthode qui permet « l'exploration détaillée de la manière dont les participants donnent du sens à leur monde personnel et social » (Jonathan A. Smith et Osborn 2015, 53). Elle se nourrit du système de références d'un individu en lien avec une expérience. Smith, Flowers et Larkin la comparent à d'autres méthodes qualitatives d'analyse dans le domaine de la psychologie (voir Tableau 7) et la préconisent lorsque « l'attention de l'étude est portée sur le sens personnel et sur la manière dont l'individu donne du sens à un contexte en particulier » (2009, 45). Il s'agit d'une démarche idiographique, car l'attention est focalisée sur un cas individuel. Cela permet d'analyser des cas réels, au lieu de créer des cas fictifs, créés à partir d'un assemblage de différents individus (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009). Elle permet de démontrer l'existence d'éléments constitutifs de l'expérience, plutôt que l'incidence de ces éléments sur une partie représentative de la population. Elle ne se préoccupe pas du degré de partage d'un élément au sein d'une même expérience, mais de la réelle existence de cet élément au sein d'une subjectivité, conditionnant la manière dont ce sujet en particulier habite le monde.

Malgré la difficulté pour refléter correctement l'expérience telle qu'elle est vécue par un individu en particulier, cette méthode permet de se pencher sur un groupe d'individus confrontés à un même type d'expérience. L'IPA donne lieu à un aller-retour entre l'individu et un cadre plus général. L'expérience individuelle peut alors être dépassée par l'identification de tendances globales, fortement connectées aux cas individuels. La différence entre l'IPA et d'autres méthodes, à l'instar de l'analyse thématique de contenu mobilisée pour les entretiens avec les organisateurs, réside dans le fait que, dans le cadre de cette dernière, les thèmes analysés sont essentiellement définis par l'analyste (Fallery et Rodhain 2007; Paillé et Mucchielli 2016) alors que, dans le cadre de l'IPA, ces thèmes émanent du sujet lui-même. C'est le sujet qui s'exprime à partir de sa propre lecture du monde (Dardel 1990) et du degré d'importance qu'il accorde à chaque élément identifié comme présent ou absent de ce monde (Hoyaux 2016).

Tableau 7. Différentes questions, différentes approches qualitatives en psychologie.

Question de recherche	*Éléments clefs*	*Approche optimale*
Quelles sont les principales caractéristiques définissant l'état de rage ?	Centre : la structure commune de la « rage » comme une expérience	Phénoménologie
Comment les individus qui se sont plaints de leur traitement médical donnent du sens à être en rage ?	**Centre : le sens personnel et le processus d'attribution de sens dans un contexte particulier, pour les gens qui partagent une expérience similaire**	**Analyse phénoménologique interprétative**
Quels types de structures d'histoire les individus utilisent-ils pour décrire des événements qui les ont énervés ?	Centre : la manière dont le rapport entre les narratives et l'attribution de sens s'articule (p.e. par le biais du genre)	Psychologie narrative
Quels facteurs influencent la manière dont les individus gèrent la rage ?	Centre : la volonté de développer un niveau d'explication quantifié (facteurs, impacts, influences, etc.)	Théorie ancrée
Comment les individus parlent sur leur rage dans des relations proches ?	Centre : l'interaction à propos/au-delà du contenu.	Psychologie discursive
Comment la rage est construite dans les rapports d'incidents dans une résidence pour des personnes âgées ?	Volonté d'utiliser une diversité de sources de données et se centrer sur comment les choses « doivent être comprises » selon les conventions d'un lieu particulier	Analyse de discours foucaldien

Source : Smith, Flowers et Larkin (2009, 45). Traduit par l'auteure (2018).

À la lumière des possibilités fournies par l'IPA, nous l'avons utilisée dès les premiers entretiens auprès des visiteurs, réalisés quelques mois après leur participation à la visite guidée à Barcelone. À ce moment-là, nous avons également décidé de proposer aux individus interviewés d'aller au-delà de leur expérience de la visite guidée que nous avions réalisée ensemble et de nous pencher sur la totalité de leur vie de voyageur. Ainsi, leurs expériences touristiques et d'autres expériences de visites à Barcelone ou dans d'autres espaces de proximité ont été évoquées dans le but de contextualiser la visite de l'espace quotidien dans la biographie de l'individu en tant que visiteur aussi bien ici qu'ailleurs. Les congruences ou dissemblances entre les différentes expériences devraient nous permettre d'affirmer ou d'infirmer le rôle de la dichotomie proximité/distance dans l'essence de l'expérience (touristique ?) de la visite.

En raison du faible retour obtenu en contactant les participants en dehors du cadre de la visite (le faible nombre de réponses aux emails envoyés aux contacts obtenus par le biais des questionnaires

en 2013 et 2014), nous avons changé de stratégie en 2015. Cette deuxième étape de collecte de données directement sur le terrain s'est organisée différemment : nous n'avons pas proposé des questionnaires à la totalité de participants après les visites observées, mais nous avons plutôt cherché à en interviewer certains directement après la visite guidée. Ainsi, nous avons eu l'occasion de recueillir d'autres témoignages. Finalement, deux appels à participation en ligne ont été lancés en 2015 et en 2016, ce qui nous a rapproché des derniers participants qui avaient été interviewés quelques semaines après avoir réalisé une visite guidée. Les participants seront présentés en détail ultérieurement.

L'IPA offre la possibilité d'accéder de manière approfondie au vécu des visiteurs. Elle s'est développée dans le domaine de la psychologie et les travaux en géographie sont rares, même si on peut en identifier quelques-uns. Le travail de Convery, Soan, Dutson et Shaw (2010) sur la manière dont différents acteurs appréhendent les nouveaux modes de gouvernance mis en place dans le cadre des actions en milieu rural financées par le programme LEADER au Royaume-Uni constitue un exemple de l'application de l'IPA aux questions d'aménagement du territoire. Un autre exemple est celui de l'étude réalisée par Mann et Abraham (2006) sur le rôle de l'affectivité et des circonstances personnelles dans les choix liés à l'utilisation de la voiture. De son côté, Gamblin (2006) décrit le phénomène de l'entreprenariat touristique en Égypte à partir des expériences de trois entrepreneurs ayant une approche très similaire à celle de l'IPA. D'autres (dans le champ de la psychologie) s'intéressent aux questions migratoires et utilisent inéluctablement de notions géographiques (Gilkinson 2009; O'Brien et Tribe 2014) car ils interrogent les rapports des individus aux lieux dans un contexte marqué par le déplacement.

Si effectivement certains auteurs ont réussi à se rapprocher au maximum de leur objet d'étude en analysant leur propre expérience sensible (Berger et Paillé 2011), lorsque nous cherchons à nous rapprocher au maximum de l'expérience vécue par quelqu'un d'autre, l'IPA constitue une méthode pertinente. Elle permet de regarder à travers les yeux des participants (Antoine et Smith 2016). Il s'agit d'une méthode ouverte, qui permet son adaptation en fonction du domaine et de la question de recherche. Nous ne pouvons pas affirmer que l'IPA, en tant que la méthode que nous avons mise en place pour l'analyse des visiteurs, est appliquée telle qu'elle a été créée par le psychologue anglais Jonathan A. Smith dans les années 1990. Nous mobilisons plutôt une méthode inspirée de l'IPA. Les pages suivantes approfondissent la manière dont nous l'avons adaptée à nos questions de recherche.

5.2. L'échantillon et le choix de l'entretien dans le cadre de l'IPA

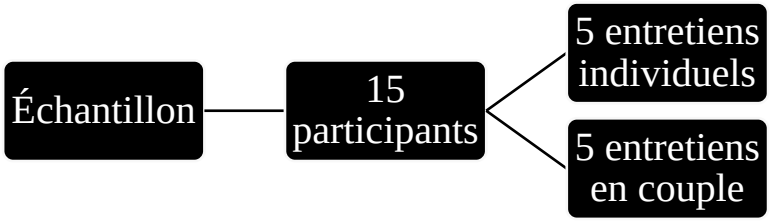
L'analyse phénoménologique interprétative est une méthode d'« analyse détaillée et approfondie pour comprendre comment un phénomène particulier est compris par des personnes particulières, dans un contexte donné » (Antoine et Smith 2016, 5). Étant donné que l'objectif d'une étude mobilisant l'IPA n'est pas la formulation d'un modèle universel -même si la comparaison de différents cas partageant un même type d'expérience pourrait faire émerger des théories (Pietkiewicz et Smith 2012)-, il n'y a pas de règles précises sur comment déterminer la taille de l'échantillon si ce n'est qu'il est conseillé qu'il ne soit pas trop large.

Les participants représentent une perspective, une manière d'être-au-monde, plutôt qu'une population, notion souvent déshumanisée. Contrairement aux études visant à la formulation de théories universelles où l'échantillon est censé être divers afin d'être le plus représentatif possible (intégrant un pourcentage déterminé de femmes, d'hommes, de personnes d'âges et de milieux socioéconomiques différents, etc.), l'échantillon dans le cadre de l'IPA doit plutôt être homogène. Les textes relatifs à la constitution de cet échantillon, dont ceux de Smith, Flowers et Larkin (2009), préconisent une révision de la taille de l'échantillon après chaque nouveau cas et conseillent de poser la limite là où les expériences recensées commencent à être trop hétérogènes. En ce sens, Smith (2011) fait une compilation des travaux utilisant cette méthode. Pour les études qu'ils ont analysées, les effectifs varient généralement entre 1 et 14 personnes. Antoine et Smith avertissent que des problèmes peuvent émerger lorsqu'un échantillon devient trop grand :

> « Les analyses ne relevant pas d'une addition des thèmes identifiés, le chercheur doit pouvoir maîtriser l'ensemble du corpus pour en dégager une vision globale, ce qui est d'autant plus difficile quand l'effectif croît. Par ailleurs, plus l'échantillon est important, moins son homogénéité est assurée et les analyses risquent de rendre compte de ce qui fait la diversité de l'échantillon en plus de la diversité des expériences vécues » (2016, 7).

Dans le cadre de cette recherche, notre échantillon est composé de quinze personnes (voir Figure 11) : quatorze résidents de la région de Barcelone et un touriste d'ailleurs. Le profil recherché était celui d'une personne adulte ayant réalisé, au moins, une visite guidée à Barcelone. Devant les difficultés pour interviewer plusieurs fois une même personne (ce qui aurait réduit le nombre de participants), nous nous sommes finalement penchée sur ces quinze participants, ce qui est resté compatible avec la maîtrise des données, tel qu'il est évoqué par Antoine et Smith dans la citation précédente.

Figure 11. Détail de l'échantillon de visiteurs analysés.



Source : auteure, 2018.

Même si le recueil de données peut être réalisé par le biais de différentes techniques, l'entretien semi-structuré est l'une des plus fréquemment mobilisées pour l'IPA. Le choix de l'entretien en profondeur pour capter la parole des habitants est très répandu et n'est pas anodin. Petiteau et Pasquier (2001), dans leur ouvrage sur la méthode des itinéraires, affirment que le récit d'un individu sur sa propre expérience est tout à fait légitime :

> « On suppose que la parole de quelqu'un, si elle interroge ses propres références, est une analyse en tant que telle dont la valeur et la cohérence ont autant de pouvoir et d'intérêt que celles de n'importe quel spécialiste » (2001, 64).

Chaque individu est capable de fournir une histoire valable (Davis 2016), chacun est légitime pour interpréter sa propre expérience. Une relation de confiance s'installe entre le chercheur et l'individu analysé lorsque la parole de ce dernier et l'analyse qu'il réalise de sa propre subjectivité sont acceptées par le chercheur comme la position d'un expert.

Les quinze participants de notre échantillon sont brièvement présentés ici à travers un tableau récapitulatif (voir Tableau 8). Leurs noms ont été remplacés par des pseudonymes. L'ordre de présentation est alphabétique, à l'exception de Miguel, qui est présenté en dernier par son statut particulier (il ne réside pas à Barcelone). La présentation détaillée de chacun, ainsi que le contexte des entretiens, introduiront les résultats pour chaque individu interviewé (voir Chapitre 5).

Les entretiens ont été réalisés en face à face (Pers.), par vidéoconférence (Skype) ou, très exceptionnellement, par la voie téléphonique (Tél.). Les manuels consacrés à l'IPA émettent des réserves concernant les entretiens qui ne se tiennent pas en personne, car ils s'interrogent sur la capacité du chercheur à stimuler la réflexivité chez le participant dans ces situations (Antoine et Smith 2016). Je n'ai pas remarqué de différences notables entre les entretiens en face à face et les vidéoconférences. En réalité, ce dernier outil a été un moyen de communication important avec des personnes éloignées de mon lieu de résidence. En dehors des questions pratiques, le fait de pouvoir se voir mutuellement a facilité l'interaction et rendu possible le respect des moments de silence,

ainsi que l'identification des aspects liés à la communication non verbale (Pietkiewicz et Smith 2012).

Tableau 8. Les visiteurs interviewés.

	H/F	Âge	Résidence	Moyen	Visite	Profession
Beni (72')	F	63	Bigues i Riells	Pers.	La Barcelone des francs-maçons	Antiquaire
Carlos (53 min.)	H	48	Badalona	Pers.	Commerces centenaires	Commercial
Carolina (45 min.)	F	55	Cerdanyola del V.	Skype	Histoire de la Rambla	Chercheuse
Cecilia (69 min.)	F	34	Vilafranca del P.	Skype	La Tour des Rêves	Enseignante
Gloria (53 min.)	F	40	BCN (El Carmel)	Pers.	Commerces centenaires	A. de bureau
Jose (69')	H	34	Vilafranca del P.	Skype	La Tour des Rêves	Télécom.
Laura (57 min.)	F	30	BCN (S. Familia)	Skype	BCN des francs-maçons vérité et mythes	Technicien de laboratoire
Mamadou (62 min.)	H	35	BCN (Gracia)	Skype	Histoires du métro	A. d'entretien
Marc (72 min.)	H	67	Bigues i Riells	Pers.	La Barcelone des francs-maçons	Retraité
Martí (59 min.)	H	35	BCN (Born)	Tél.	Barcelone, nocturne et criminelle	Photographe
Meritxell (62 min.)	F	34	BCN (Gracia)	Skype	Histoires du métro	Info. touristique
Pau (57 min.)	H	32	BCN (S. Familia)	Skype	BCN des francs-maçons vérité et mythes	Informaticien
Pedro (63 min.)	H	67	Granollers	Pers.	Secrets du Born	Retraité
Valérie (61 min.)	F	32	BCN (Vilapicina)	Pers.	Agents nazis de Barcelone	Community M.
Miguel (39 min.)	H	44	Séville	Skype	Gracia, bourgeoise et révolutionnaire	Chercheur

Source : auteure, 2018.

La voie téléphonique n'est pas la voie optimale pour réaliser un entretien de ce type. Nous avons précédemment expliqué les limites de ce moyen d'entretien (voir point 2.3 de ce chapitre). Dans le cadre de l'IPA, quatre individus ont été interviewés par la voie téléphonique : deux ont intégré l'analyse (Carolina et Martí) et deux autres ont dû être écartés à cause de l'impossibilité de retranscrire les enregistrements. Pour cette raison-là, la vidéoconférence a été privilégiée pour les entretiens à distance. Concernant les deux entretiens conservés, une attention particulière a été nécessaire pour respecter les moments de silence et laisser réfléchir le répondant. Nous avons

décidé de les conserver, car les retranscriptions sont riches en contenu et nous permettent d'évaluer les possibilités de notre méthode dans les différents modes d'entretien.

En principe, les textes relatifs à l'IPA conseillent les entretiens individuels, semi-structurés et en profondeur, mais ils reconnaissent que d'autres techniques de collecte de données sont possibles, à l'instar des journaux intimes, des lettres ou des groupes de discussion (Pietkiewicz et Smith 2012). Antoine et Smith (2016) citent différents exemples pour et contre les entretiens collectifs. D'après ces auteurs, certains chercheurs considèrent que, même si les résultats ne sont pas exactement les mêmes que ceux résultant d'un entretien individuel, « la dynamique de groupe participe à la richesse des données » (Flowers, Duncan, et Knussen 2003; cités dans Antoine et Smith 2016, 6). Ils rappellent que, pour d'autres chercheurs, dans une dynamique de groupe, il existe des pressions et des effets de conformité et dominance entre les membres (Smith 2004).

Dans notre étude, nous avons détecté ces effets dans les entretiens en couple. Dans l'entretien réalisé à Beni et Marc, par exemple, Beni a souvent demandé à Marc de l'aider à répondre :

> Beni (63 ans) : Papa, voyons... Un moment à oublier ? La sortie du Maroc. Un moment mémorable, papa, des voyages, lequel ?
>
> Marc (67 ans) : Je ne sais pas... le Dalaï-Lama ?
>
> Beni (63 ans) : Tiens, je te jure que j'avais pensé la même chose, mais j'ai pensé « attend qu'il descende et le dise ».
>
> Marc (67 ans) : On est allés à...
>
> Beni (63 ans) : Dharamsala.

Dans cet exemple, Beni n'ose pas répondre elle-même à une question qui est pourtant très personnelle : le choix d'un moment mémorable lors d'un voyage. En effet, elle fait très vite son choix du mauvais souvenir, sans donner trop de détails (elle en parlera plus tard). Cependant, en ce qui concerne le moment mémorable, elle attend la réponse de son mari pour, ensuite, dire qu'en fait elle avait pensé exactement la même chose. Dans un entretien individuel, elle aurait dû répondre sans l'influence de Marc. Ici, nous ne pouvons pas savoir avec certitude si elle aurait effectivement fait ce choix. Ce n'est pas si grave, car, tout au long de l'entretien, elle évoque des moments mémorables dont elle a un souvenir très positif, sans que la question lui ait été posée directement.

Initialement, il n'était pas prévu de réaliser des entretiens en couple. Pour le premier entretien que nous avons réalisé ainsi (Marc et Beni), nous avions proposé de les interviewer séparément, mais

ils ont préféré le faire ensemble. Sans décliner directement, ils ne nous ont pas laissé d'autre choix à ce moment-là. Nous nous sommes adaptée aux conditions du terrain et, finalement, cela s'est révélé être un exercice très enrichissant. Ils ont tous les deux pris la parole de manière plus ou moins équilibrée (147/168 références codées pour le couple Beni/Marc) même si, parfois, elle lui demandait confirmation de ses propres souvenirs. Après cette première expérience, dans la même situation, nous avons accepté de réaliser des entretiens des couples ensemble.

Il faut préciser que les auteurs et chercheurs que nous avons cités sont très prudents concernant les entretiens collectifs. Leurs travaux sont réalisés dans le domaine de la santé, où les expériences sont inévitablement individuelles (la maladie, l'accompagnement, etc.). Nous travaillons sur des expériences touristiques et, lorsqu'un couple explique ses souvenirs dans un entretien, il parle souvent des expériences touristiques partagées. Ainsi, les deux participants racontent le même voyage à deux voix, chacun y rajoute ses détails, ceux qu'il a distingué en tant qu'individu, même dans une expérience partagée. Marc et Beni sont mariés depuis longtemps, mais les quatre autres couples interviewés sont ensemble depuis moins de dix ans. Cela explique que Beni et Marc parlent plutôt d'expériences partagées, alors que les individus des quatre couples restants citent plus souvent des expériences touristiques vécues en-dehors du couple.

Dans tous les entretiens en couple, nous avons pu constater l'influence de l'un sur l'autre. Cela nous a permis de collecter des verbatims qui reflètent le regard d'un proche sur l'individu analysé (avec lequel il peut être en accord ou en désaccord) et la réaction de cet individu aux remarques le concernant :

> Marc (67 ans) : Fès, c'est la ville que je préfère au Maroc. Fès, précisément.
>
> Beni (63 ans) : Bon, parce qu'il aime beaucoup les bazars, les souks, tout ce qui bouge, beaucoup de choses, beaucoup de couleurs, beaucoup de monde... Il adore marchander...
>
> Marc (67 ans) : Non, mais… le Maroc, voyons, Marrakech, tout ça, c'est très ennuyeux parce que c'est, c'est, c'est... On ne te laisse pas tranquille, je veux dire...
>
> ***
>
> Mamadou (35 ans) : Le reste… concernant le voyage, aussi… je n'aime pas trop attendre.
>
> Meritxell (34 ans) : Ouf, oui, c'est vrai… (elle acquiesce)

> Mamadou (35 ans) : Je n'aime pas attendre […] ça m'énerve beaucoup. Je ne peux pas. Je ne peux pas attendre. Si, même ici, parfois, elle, si elle prend du temps pour se préparer... je ne peux pas attendre. Je n'ai pas beaucoup de patience.

Smith et Osborn (2015) attribuent au guide d'entretien une fonction essentiellement liée à la préparation à l'entretien grâce à laquelle le chercheur sera mieux préparé au recueil d'informations que le répondant voudra fournir et sera plus disponible pour l'écouter et le relancer dans une démarche réflexive. En cohérence avec cette idée, nous avons préparé un guide d'entretien à partir de la question très générale « **Comment l'individu devient-il touriste ?** ». Le guide s'est ensuite structuré autour des trois thèmes suivants[44] :

A. La pratique de la visite guidée dans un espace familier : attentes, intentionnalité, éléments mémorables, rapports aux lieux visités.

B. Les pratiques lors des séjours touristiques classiques : attentes, intentionnalité, éléments mémorables (et oubliables), voyage idéal.

C. Questions en lien avec la construction du monde familier : lieux préférés, lieux détestés, lieux rêvés, liens d'appartenance.

Suivant la logique de l'IPA (Smith et Osborn 2015), l'ordre et la formulation des questions ouvertes à l'intérieur de chaque thématique ont été adaptés au contexte de chaque entretien.

5.3. L'analyse interprétative phénoménologique, un processus circulaire

L'IPA est une méthode itérative, basée sur des allers-retours des données. Même si l'échantillon est réduit, cela n'implique pas que le travail à réaliser soit moindre. Au contraire, cette méthode demande du temps pour bien saisir le sens des propos analysés (Antoine et Smith 2016).

Phase 1 : Lecture active de chaque cas

Le fonctionnement précis de l'IPA est relativement simple à expliquer, même si son application est plus complexe. Il s'agit précisément de prendre un premier entretien, le lire et relire pour se familiariser avec le texte et, ensuite, le lire attentivement paragraphe après paragraphe. Smith, Flowers et Larkin (2009) préconisent la réalisation de trois types d'annotations pendant cette phase de lecture active :

[44] Pour la guide complète, voir Annexe VI.

- Descriptives : concernant le contenu, elles explicitent ce qui est dit.
- Linguistiques : des observations sur la manière dont les choses sont dites.
- Conceptuelles : premières réflexions du chercheur/chercheuse sur les données, identification des thématiques émergentes.

Ces annotations servent à détecter des thèmes émergents dans ce qui est dit et ce qui n'est pas dit. Elles concernent la manière dont les propos sont tenus et rendent compte des éléments contextuels identifiés afin de faciliter l'interprétation. Tous les auteurs conseillent la mise à l'écart des connaissances théoriques propres au chercheur afin de diminuer les possibilités d'influencer l'interprétation des textes. Pour cela, ils conseillent l'utilisation des mêmes mots que ceux utilisés par les participants ou « un vocabulaire le plus naturel possible » (Antoine et Smith 2016, 7). Il faut rappeler que le principe de cette méthode est de regarder le monde à travers les yeux des participants. Leurs propos se basent sur un bagage théorique, culturel et grammatical qui leur est propre, différent de celui de la chercheuse.

Un débat intense concernant l'utilisation de logiciels d'aide à l'analyse qualitative existe au sein de la communauté d'analystes de l'IPA. Une partie de cette communauté considère que cette première analyse doit être réalisée à la main, sur les marges du texte imprimé en version papier, afin de rester au plus près des propos originaux des participants. D'autres analystes considèrent que ces logiciels peuvent contribuer à une meilleure organisation et visualisation de données et que l'utilisation de ces programmes est cohérente avec la nature évolutive de l'IPA, une méthode qui est transformée en continu et facilement adaptée aux besoins de chaque recherche[45]. Nous nous positionnons plutôt du côté de ces derniers, car, pour nous, l'utilisation du logiciel d'analyse qualitative NVivo[46] a favorisé l'étude des données. Le fait de pouvoir organiser la totalité des données recueillies au sein d'un même projet permet l'identification de liens par triangulation de données (on peut identifier des connexions entre les données issues de l'IPA et celles recueillies lors de l'observation participante, par exemple). Ce logiciel propose :

> « une assistance dans la gestion de ce codage (liens entre les verbatim et les catégories en construction, annotations à volonté en ajoutant des propriétés aux

[45] Ce débat est notamment présent dans le forum de discussion de l'IPA : www.ipa.bbk.ac.uk/discussion-group.
[46] AtlasTi ou Dedoose constituent d'autres exemples de logiciels du même type.

> segments textuels : des mots, des idées, des paragraphes, des documents, des images, des propositions…) » (Fallery et Rodhain 2007, 9).

Cette notion d'assistance est critiquée dans le débat que nous avons présenté. Le rôle de ces logiciels dépend de l'utilisation qui en est faite par l'analyste. Dans le cadre de cette recherche, nous avons analysé manuellement les entretiens sur l'interface de NVivo. Plus précisément, nous avons utilisé la fonction « annotations » pour écrire les informations **descriptives** concernant chaque paragraphe de la retranscription et nous avons créé un « mémo » pour les informations **linguistiques** (en italique) et **conceptuelles** (soulignées)[47].

Les entretiens, les annotations descriptives et les annotations linguistiques ont été analysés dans la langue d'origine du participant (en catalan ou espagnol). Nous avons traduit au français les propos directement cités dans le récit phénoménologique. Les annotations conceptuelles réalisées au cours de la lecture ont été directement rédigées en français, car elles reflètent les réflexions de la chercheuse et non celles du participant. Ces annotations viendront nourrir directement le récit.

Phase 2 : Codification manuelle des thèmes émergents

L'étape suivante consiste à coder le texte, répartir des fragments du texte en **catégories** ou **thèmes** (« nœuds »). Après avoir lu et commenté la retranscription de chaque entretien, le matériel s'est élargi, car il y a désormais quatre types d'informations différentes : le texte original et les trois types d'annotations (descriptives, linguistiques et conceptuelles) (Jonathan A. Smith, Flowers, et Larkin 2009). Toutes ces sources sont codées à travers la création de nœuds ou thèmes dans cette étape. Ces nœuds sont directement écrits en français.

Phase 3 : Analyse par regroupement cas par cas

Après avoir codé tous les thèmes concernant le premier entretien, une troisième étape consiste à identifier les ressemblances et les divergences entre les différents codes. Pour cela, nous avons utilisé l'outil « carte conceptuelle » de NVivo (voir Figure 28). Cet outil nous a permis d'étaler tous les thèmes sur une *feuille* virtuelle et les distribuer manuellement par proximité thématique. NVivo propose un outil d'analyse « cluster » automatique basé sur la ressemblance dans les mots utilisés à l'intérieur de chaque thème. Néanmoins, la réalisation manuelle de cette étape a été privilégiée afin de prendre en considération les annotations, qui ne sont pas prises en compte par le logiciel. Les résultats automatiques proposés par le logiciel n'étaient pas tout à fait satisfaisants,

[47] Voir Annexe VII pour plus de détail sur le processus relatif au premier cycle de l'IPA.

car il regroupait certains thèmes à notre avis pas trop connectés par le logiciel qui ne tient pas compte des nuances liées aux expressions linguistiques et aux éléments contextuels. Cet exemple montre à nouveau que nous avons adapté à nos besoins l'utilisation de NVivo dans le cadre de notre méthode inspirée de l'IPA.

Cette **carte conceptuelle** (« concept map ») devient une représentation graphique de la pensée de l'individu interviewé. Pour ramener ces catégories proposées par l'individu à un niveau conceptuel supérieur, l'étape suivante consiste à coder les regroupements de thèmes par **super-thèmes**. La forme du graphique dépend des thèmes émergeant de l'expérience de chaque participant. Nous avons fait le choix de ne pas fermer les super-catégories sur le graphique, avec des polygones, par exemple, pour bien appréhender les thèmes situés entre deux super-thèmes. Cela permet d'observer ces hybridations comme la preuve qu'il n'est pas évident d'enfermer certaines composantes de la pensée humaine dans une seule catégorie.

Quand le premier entretien est analysé de cette manière, nous nous penchons sur l'entretien suivant et ainsi de suite. Lorsqu'une nouvelle thématique ou interrogation émerge, il faut revenir aux entretiens précédents pour vérifier que nous n'avons pas oublié une question importante. C'est ainsi que les experts de l'IPA parlent de cycle analytique, car il s'agit de revenir en continu vers les données précédemment analysées. À la fin de l'analyse de chaque cas, une synthèse est réalisée sous la forme d'une carte conceptuelle illustrant les thèmes et super-thèmes pour chaque cas (voir Figure 28).

Visualisation des lieux des expériences : les cartogrammes

À la synthèse des thèmes identifiés et des annotations propres à chaque cas, nous avons ajouté un nouvel outil de visualisation spatiale du monde de ces participants : des cartogrammes. Le cartogramme est une représentation cartographique où la taille des entités géographiques est proportionnelle aux valeurs d'un champ numérique. Pour nous, ce champ comprend le nombre de références à chaque lieu au cours de l'entretien (le nombre de fois qu'un lieu a été cité dans un entretien). Cet outil nous permet de mieux visualiser l'univers géographique évoqué par le participant, les espaces mémorables pour lui et l'importance qu'il ou elle accorde à ces lieux.

Pour la réalisation de ces cartogrammes, nous avons utilisé le logiciel QGis dans sa version 2.10.1. En effet, les entités spatiales (les « lieux ») citées appartiennent à des échelles différentes : villes,

régions, pays, continents ou même des régions naturelles comme la Patagonie (citée par Meritxell) ou l'Amazonie (citée par Cecilia).

Pour garantir une meilleure visibilité, les entités de plus petite taille représentées sont au niveau des NUTS 3[48] pour l'Espagne, NUTS 1 pour les références en Europe et les États pour les États-Unis. Par exemple, en Espagne, lorsque Carlos a cité Sanlúcar de Barrameda (voir Figure 17), l'entité cartographiée n'est pas la commune de Sanlúcar de Barrameda, qui serait trop petite sur une carte représentant l'espace entre le sud de la Péninsule Ibérique et le sud-ouest de l'Allemagne, mais la région de Cadix, où cette commune se situe. En revanche, les étiquettes des cartogrammes indiquent les lieux tels qu'ils ont été cités. Dans l'exemple de Carlos, la région de Cadix n'a pas été citée, seulement Sanlúcar. Par conséquent, l'étiquette indique Sanlúcar.

En général, les participants ayant fait référence aux lieux à l'extérieur de l'Europe ont utilisé à un moment ou un autre le nom d'un État. Quand un État a été cité directement, mais que le participant a cité plus précisément des lieux à l'intérieur de cet État, toutes ces références ont été groupées et cartographiées utilisant l'État comme entité géographique. Par exemple, lorsque Marc cite l'Inde (État), Dharamsala et Gulmarg (villes), nous avons comptabilisé le total des références à ces trois lieux et l'avons cartographié en utilisant comme entité l'Inde. De la même manière, en Espagne, quand Jose cite la Galice (communauté autonome), Lugo et Ourense (villes), nous avons groupé toutes ces références sous l'entité de la Galice.

Trois cartogrammes thématiques ont été réalisés pour chaque cas. Le premier[49] illustre le contexte des références, si le participant a cité ce lieu lorsqu'il parlait de son « **quotidien** » ou de ses voyages (« **touristique** »). Si la référence porte explicitement sur les visites des espaces familiers, elle a été cartographiée comme « **visite de proximité** ».

[48] NUTS est l'acronyme de la Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques utilisée au sein de l'Union Européenne. Il s'agit d'un « système hiérarchique de découpage du territoire économique de l'UE qui sert de référence pour la collecte, le développement et l'harmonisation des statistiques régionales ; pour les analyses socio-économiques des régions ; […] pour la définition des politiques régionales de l'UE » (Eurostat 2015) :

- NUTS 1 : grandes régions socioéconomiques
- NUTS 2 : régions de base pour l'application des politiques régionales
- NUTS 3 : petites régions pour des diagnostiques particuliers

Pour l'Espagne, en vue du grand nombre de références, nous avons opté par représenter le niveau NUTS 3 (les provinces). Pour les autres villes européennes, nous avons privilégié le NUTS 1 (Hessen pour les références à Francfort de Carlos, voir cartogramme 1, ou la Région Parisienne pour les références à Paris de nombreux participants). De cette manière, elles sont plus visibles dans une carte où des États de tous les continents peuvent être représentés.

[49] Voir les cartogrammes correspondant à chaque visiteur dans l'Annexe X.

Le deuxième cartogramme thématique montre si la référence à ce lieu a été faite en termes de **topophilie** ou de **topophobie** (Tuan 1990), dans le cadre d'un rapport affectif positif ou négatif au lieu. Quand un participant utilise des expressions comme *j'aime bien*, *je n'aime pas*, etc., cela nous permet de catégoriser les lieux selon que la référence soit « **positive** », « **négative** » ou « **positive et négative** ».

Le troisième cartogramme thématique représente la dimension temporelle de la référence, c'est-à-dire, si elle appartient au **passé**, au **présent** ou au **futur**. Parfois, le même lieu est associé à différents moments et a été cartographié dans des catégories hybrides (p. e. « **Passé et Présent** »). Ces trois cartogrammes thématiques nous permettent de mieux contextualiser les références faites aux lieux ainsi que de saisir les rapports de chaque individu à ces lieux.

Phase 4 : Analyse par regroupement général des thèmes émergents

La dernière étape de l'IPA poursuit le travail d'analyse individuelle des cas et consiste à regrouper les informations collectées auprès de l'ensemble des cas. Il s'agit de réaliser la même démarche que celle réalisée pour chaque cas particulier, cette fois à l'échelle du groupe d'étude.

Le résultat final est un document ordonné où nous pouvons observer clairement les « regroupements, convergences et divergences au sein des données et de la densité des phénomènes vécus » (Antoine et Smith 2016, 8). Nous avons réalisé une carte conceptuelle sur NVivo, de la même manière que celles réalisées pour chaque visiteur[50]. L'utilisation du logiciel et son système de liens hypertexte permet de garantir l'accessibilité des propos originaux, car ils sont entièrement accessibles durant tout le processus analytique. Néanmoins, cette carte conceptuelle, si utile pour l'analyse sur l'écran, n'est pas très lisible lorsqu'elle est imprimée. Nous avons donc fait le choix de présenter ces résultats sous forme de tableau (voir Tableau 35, Annexe IX).

5.4. Apports et limites de l'IPA

Si l'objectif de cette thèse est d'améliorer la compréhension du processus de mise en visiteur, et ce notamment lors de l'expérience de la (re)découverte des espaces du quotidien, l'IPA permet un accès direct par le biais des témoignages de ceux qui expérimentent ce phénomène. L'IPA permet d'analyser, non seulement le contenu des témoignages, mais également la manière dont les individus interviewés agencent leurs souvenirs, perceptions et représentations.

[50] Voir les cartes conceptuelles de chaque visiteur dans l'Annexe VIII.

L'IPA privilégie l'analyse en détail d'un nombre réduit de cas par rapport à une étude plus superficielle d'un grand nombre d'individus. La taille réduite de l'échantillon permet cette profondeur, mais ne permet pas les généralisations. Elle nous rapproche d'un individu en particulier pour nous montrer comment il donne du sens à ses expériences en nous éloignant d'autres individus avec d'autres formes d'habiter le monde. Elle nous montre un monde et nous en cache d'autres.

Une autre limite de cette méthode est liée justement à l'un de ses atouts, à la liberté laissée au participant de choisir les thématiques dont il veut parler, car, de cette manière, les participants choisissent inévitablement de s'étaler plus sur certains thèmes que sur d'autres. Dans le cadre de notre recherche, l'expérience de la visite guidée à Barcelone n'a parfois pas été abordée aussi longtemps que nous l'aurions espéré. Lors de ces moments, nous les avons relancés, avec plus ou moins de succès, en leur proposant des questions en lien avec ce dont ils parlaient par rapport à cette expérience barcelonaise. Nous avons constaté que, lorsque les différentes personnes interviewées ont eu la liberté de parler des thèmes dont ils avaient envie en lien avec leurs expériences de visites à Barcelone et avec leurs voyages, ils ont souvent pris plaisir à parler de leurs voyages et n'ont pas mis la même énergie pour évoquer leurs expériences dans les espaces du quotidien. Nous reviendrons sur ce constat dans les résultats. Il s'agit ici simplement de l'évoquer du point de vue méthodologique, de faire référence à l'écart identifié entre les attentes de la chercheuse en relation avec les techniques et méthodes mobilisées et la réalité des résultats.

Nous avons largement évoqué le débat concernant l'utilisation ou non de nouvelles technologies pour le traitement des retranscriptions dans le cadre de l'IPA. Notre utilisation du logiciel d'aide à l'analyse qualitative NVivo s'explique par un besoin d'organiser toutes les données dans un même projet et pour garder un accès permanent aux références originales concernant chaque thème identifié. Nous avons organisé les métadonnées correspondant aux caractéristiques de chaque entretien et nous pouvons croiser les résultats de l'analyse de ces entretiens avec le reste de données collectées et analysées autrement si cela nous parait pertinent. Si les trois types d'annotations et le rassemblement des thèmes dans les cartes conceptuelles (*cluster*) ont été réalisés manuellement, les liens hypertexte existants entre les différents outils de NVivo favorisent les allers-retours entre les différentes étapes analytiques et les documents originaux. Cela contribue à respecter l'un des principes de l'IPA en restant au plus près des témoignages et de la manière dont ils ont été exprimés.

Nous n’avons eu accès dans notre enquête qu’à l’espace vécu décrit par quelques individus à un moment et un lieu déterminé :

> […] l'enquête ne nous permet de le saisir qu'en instantané, n'oublions jamais qu'il est susceptible de se modifier ou d'être modifié. Il faut s'efforcer d'évaluer ces transformations, mais aussi de discerner les processus et les résultats qu'elles impliquent (Chevalier 1975, 64).

À notre avis, cela ne nuit pas à la légitimité de l’étude, car il n’a jamais été question de décrire un présent figé qui serait, de toute manière, insaisissable, mais de comprendre un phénomène dans le contexte spatio-temporel où il a eu lieu afin d’en saisir le fonctionnement. Cela nous permettrait d’imaginer le fonctionnement de dispositifs similaires dans des contextes similaires.

6. Cartographier la (re)découverte de la ville de Barcelone

Après avoir écouté les professionnels du secteur de l’offre de visites de Barcelone destinée à un public essentiellement local, identifié cette offre, observé différentes visites et accédé aux expériences vécues de différents visiteurs lorsqu’ils visitent ici et ailleurs, nous avons collecté une série de données spatio-temporelles que nous avons exploitée par le biais d’un système libre d’information géographique (QGis 2.10.1.).

Cette partie de l’analyse des données collectées concerne de nombreuses questions de recherche (voir Tableau 1, p. 16). À travers la cartographie, nous avons pu saisir la place de ces propositions dans l’espace et le temps de la ville. Quels quartiers font l’objet des visites guidées de proximité ? Quand les visiteurs de proximité visitent-ils ? Quelles sont les similarités et les différences entre le cadre spatio-temporel de ces propositions et d’autres telles que les visites destinées essentiellement aux touristes ou les balades urbaines concernant des thématiques urbanistiques et citoyennes ?

Le traitement cartographique s’est révélé utile en tant que complément des observations et des témoignages, car les événements cités par les visiteurs interviewés et observés directement par la chercheuse ont pu être situés dans le parcours à l’endroit où ils ont eu lieu.

Cet exercice contribue à la réflexion sur le choix des éléments potentiellement intéressants pour un public local et sur leur mise en valeur : comment construire une destination de proximité ? Quels éléments choisir ? D’où vient l’intérêt pour les espaces familiers ? Les pages suivantes décrivent le chemin analytique emprunté pour répondre à toutes ces questions.

6.1. Analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées

À la suite de la réalisation de l'inventaire des visites guidées de proximité organisées par les cinq entreprises citées entre 2014 et 2016, une analyse cartographique a été réalisée avec l'objectif de visualiser les quartiers visités à différents moments (de la journée, de la semaine, de l'année)[51]. Nous avons également analysé la spatialité et temporalité de ces activités en comparaison à d'autres types de visites telles que celles proposées par l'office de tourisme (Turisme de Barcelona) et celles proposées dans le cadre des promenades de Jane à Barcelone (des balades urbaines annuelles autour de thématiques urbanistiques et citoyennes), les unes essentiellement touristiques, les autres essentiellement citoyennes.

6.1.1. Comparer les espaces et les temps au sein de l'offre de visites de proximité

Même si la totalité des activités du secteur n'est pas inventoriée, cet exercice nous donne une idée assez réelle de la spatialité des visites, toutes entreprises confondues. En suivant les sites de vente en ligne d'activités culturelles, nous avons pu constater que les horaires, les espaces et, souvent, les thématiques allaient dans le même sens que les caractéristiques des activités analysées. Nous avons choisi de cartographier seulement celles-ci, car nous connaissons leur fréquence, ce qui nous permet de les analyser dans un contexte plus large.

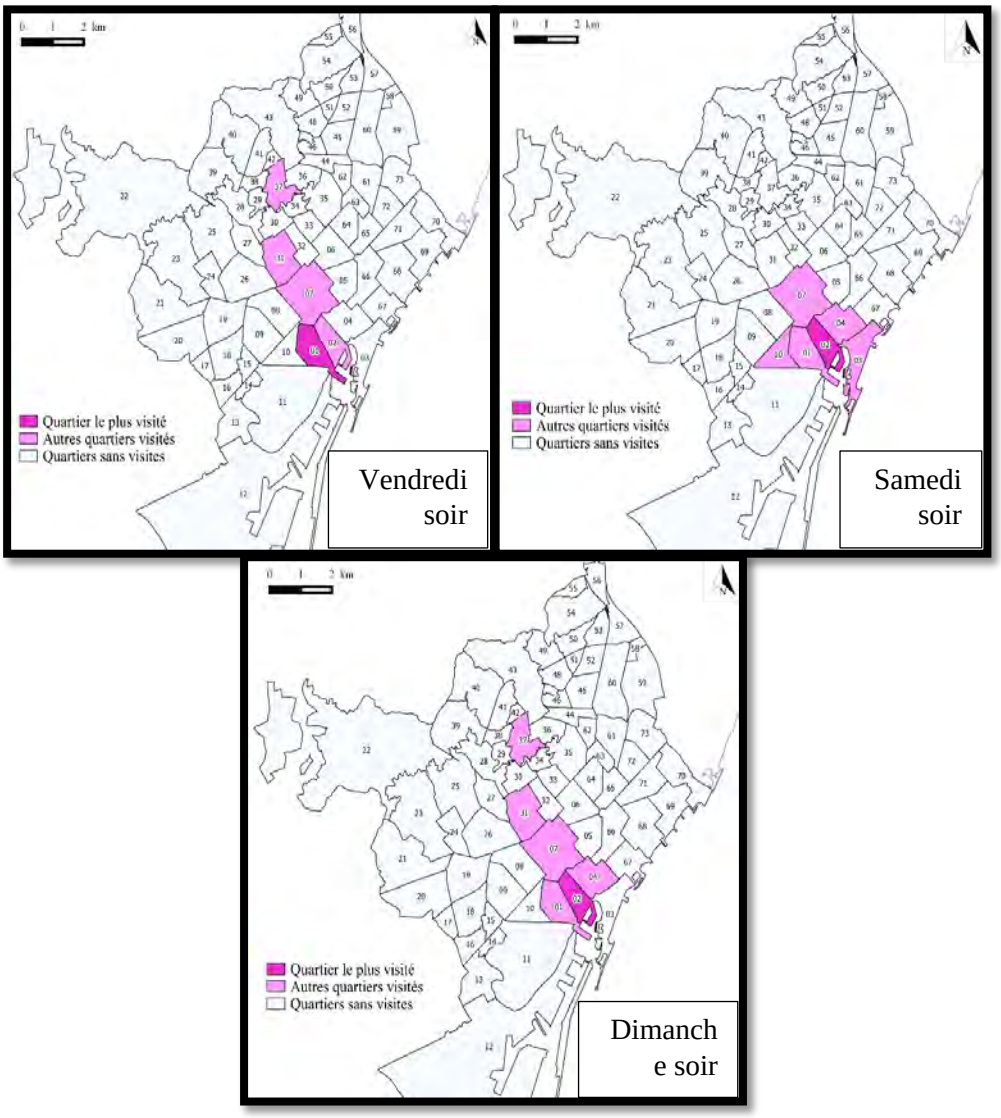
Nous avons distribué les activités comptabilisées dans la base de données présentée précédemment selon qu'elles aient lieu vendredi, samedi ou dimanche. Cela nous a laissé un échantillon de vingt-six mille deux cent quatre-vingt-cinq références de visites proposées en 2014, 2015 et 2016.

Nous parlons en termes de références, car, lorsqu'une visite concerne différents quartiers, elle a été comptabilisée une fois pour chaque quartier concerné. Nous nous sommes centrée sur le week-end, car la plupart de ces activités ont lieu à ce moment-là, tel qu'il sera expliqué dans le chapitre 7.

Nous avons également fait une distribution par saison. Pour des questions de simplicité (car l'inventaire a été réalisé mois par mois), la distribution par saison est agencée de la manière suivante : hiver (du 1er janvier au 31 mars), printemps (du 1er avril au 30 juin), été (du 1er juillet au 30 septembre) et automne (du 1er octobre au 31 décembre).

[51] Voir Annexe XII.

Carte 3. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone au printemps[52].

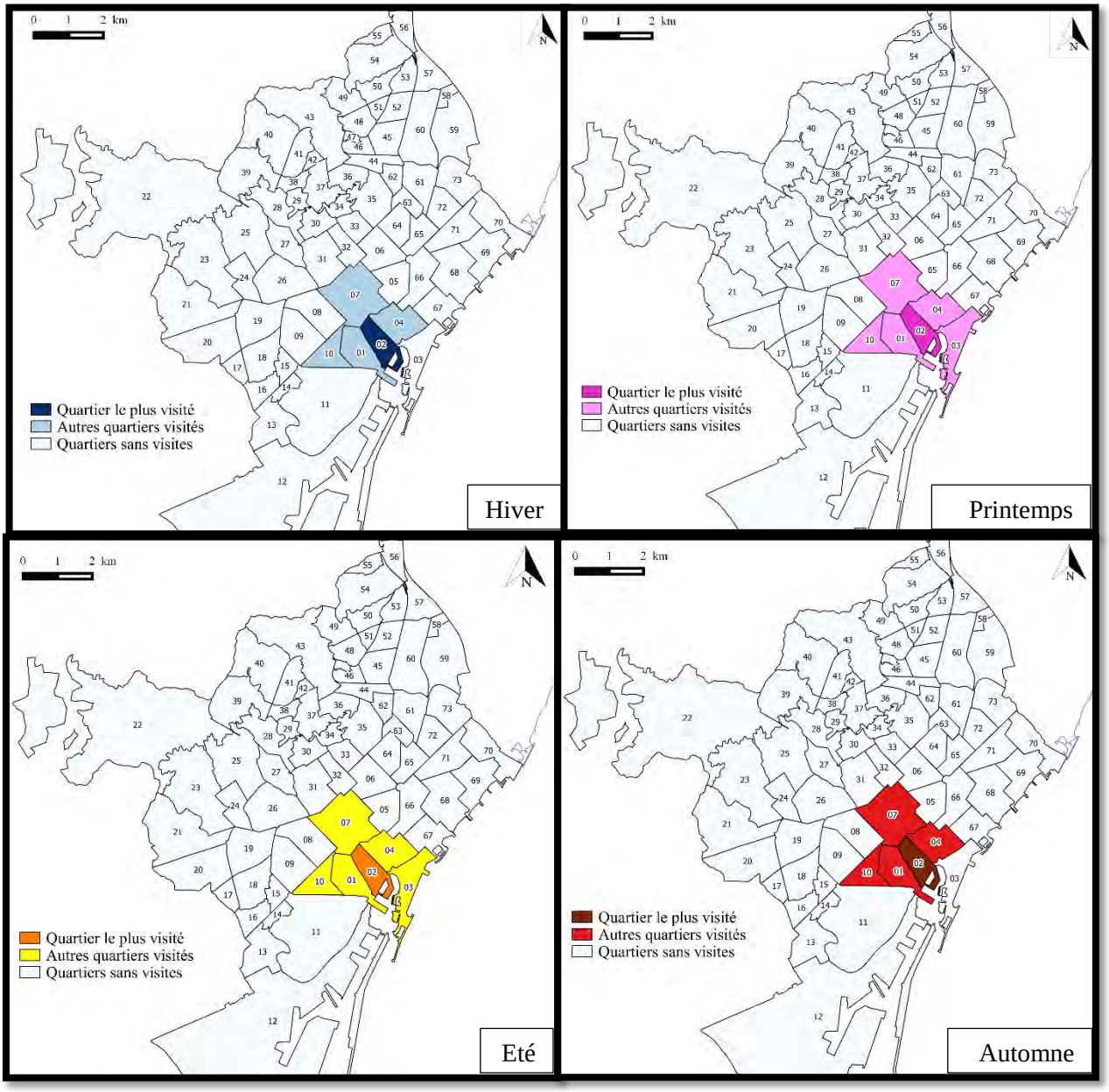


Source : auteure sur QGis 2.10.1. utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Nous pouvons ensuite affiner notre recherche en étudiant la cartographie du vendredi, du samedi ou du dimanche lors d'une même saison (voir Carte 3) ou le même jour aux différentes saisons (voir Carte 4).

[52] Le soir, soit les visites qui commencent entre 19h et 21h30. Le printemps concerne les mois d'avril, mai et juin.

Carte 4. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone le samedi soir selon les saisons.



Source : auteure sur QGis 2.10.1. utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Cet exercice nous permet également de visualiser la manière dont les différents quartiers sont occupés au long d'une même journée (voir Carte 5).

Carte 5. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone un samedi de printemps.

Source : auteure sur QGis 2.10.1. utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Ainsi, trois perspectives différentes peuvent être appliquées permettant une meilleure compréhension du cadre spatio-temporel de ces activités. On a également mené une comparaison entre les différentes années, mais les différences ont été moindres et leur caractère plus ponctuel, parfois du fait d'une thématique adaptée à une année particulière (par exemple, le tricentenaire en

2014 des événements de 1714[53]). Dans un souci de visibilité, nous avons finalement fait le choix de représenter l'ensemble formé par les visites de 2014, 2015 et 2016, nous centrant sur les différences établies par rapport au jour et à la tranche horaire où chaque quartier est proposé et parcouru. Tous ces éléments nourrissent notre réflexion sur l'occupation de l'espace public de la part de ces groupes, les interactions avec les autres usagers et les caractéristiques de l'offre de (re)découverte.

6.1.2. Comparer les offres permettant la découverte de Barcelone à différents publics

Afin de déterminer quels sont les espaces proposés dans le cadre de l'offre de visites destinées à un public essentiellement local, un exercice comparatif est réalisé entre les visites de proximité et celles proposées par l'office de tourisme. Les balades urbaines annuelles de thématique urbanistique et citoyenne organisées dans le cadre des Promenades de Jane ont intégré cet exercice.

Pour les visites typiquement touristiques, nous nous sommes inspirée des visites guidées à pied officielles organisées par Turisme de Barcelona. Elles sont commercialisées sous le nom de *Walking Tours* et proposent différentes thématiques :

- Le **Barcelona Sweet Tour** est organisé par une entreprise spécialiste des visites gastronomiques et commercialisé par Turisme de Barcelona. Il propose une balade guidée avec dix dégustations de différents produits sucrés.
- Le **Chocolate Tour** visite différentes chocolateries lors d'une balade dans les rues de Ciutat Vella. L'activité se finalise par une visite au Musée du Chocolat, mais elle comprend aussi des dégustations pendant le parcours, la visite d'un atelier chocolatier et un café, thé ou verre de cava.
- Le **Walking Tour** du quartier **Gòtic**[54] est une balade dans les rues de ce quartier à travers l'histoire depuis les Romains et jusqu'au XXe siècle, même si le récit porte essentiellement sur la période du Moyen Âge.
- Le quartier **Gòtic Nocturne** propose un parcours *intime* et *sensoriel* de la zone la plus ancienne de la ville. À la fin, les participants reçoivent un livre sur la visite avec des

[53] Le siège de Barcelone à la suite de la Guerre de Succession espagnole (1701-1713) (voir Chapitre 6, 3.1.).
[54] Cette visite a été observée.

informations supplémentaires et, pour ceux qui choisissent cette option, un verre de cava sur le toit d'un hôtel pour profiter des vues panoramiques sur les espaces visités.

- Le **Gourmet** *Walking Tour* est une activité permettant de visiter différents commerces centenaires de Ciutat Vella, spécialisés dans les produits alimentaires. Cette visite se termine par une dégustation de jambon aux Ramblas.
- **Les pêcheurs de la Barceloneta** est une visite guidée dans la Confrérie et un repas basé sur les produits pêchés à la Barceloneta.
- Le **Modernisme** *Walking Tour* est un itinéraire devant les bâtiments modernistes les plus importants du district de l'Eixample. L'activité comprend une visite guidée du Musée du Modernisme de Barcelone.
- Le **Picasso** *Walking Tour* montre les lieux emblématiques associés à ce célèbre peintre. Cette activité se termine par une visite guidée du Musée Picasso.

Les activités *Gòtic*, *Gourmet*, *Modernisme* et *Picasso* ont pu être complètement cartographiées. En ce qui concerne les autres visites, nous nous sommes basée sur les descriptions publiées sur le site internet de Turisme de Barcelone. Cette description est plus ou moins précise selon la visite. Pour certaines d'entre elles, nous n'avons que le point de départ et, pour d'autres, nous avons différentes adresses. Nous avons utilisé les informations disponibles, car, de toute façon, il s'agit simplement de montrer la spatialité de ces activités par rapport aux activités pour un public plutôt local. Si nous n'avons pas la totalité des points de ces visites, ceux dont nous disposons sont déjà indicatifs des zones proposées pour les visites guidées à pied destinées essentiellement à un public touristique.

La spatialité des visites guidées de proximité et des visites guidées classiques a fait l'objet d'une comparaison avec celle des promenades de Jane organisées à Barcelone entre 2011 et 2017[55]. Le résultat sera discuté dans le chapitre 7.

6.2. Cartographier l'ambiance et l'expérience vécue

Une démarche analytique en deux temps a été mise en œuvre avec l'objectif de cartographier les points d'intérêt en lien avec l'expérience de la visite guidée à Barcelone en tant que ville perçue

[55] Toutes les éditions entre 2011 et 2017 ont eu lieu à Barcelone, sauf 2016, où Santa Coloma de Gramanet, commune de la première couronne de la RMB, a accueilli la promenade. L'édition de 2017, dans le quartier de la Marina del Prat Vermell, a été observée.

comme un espace de proximité investi de sens en lien avec le quotidien et l'ordinaire. Nous avons mis en relation tous les lieux cités dans les entretiens et les échanges avec les visiteurs et tous les lieux des différents événements observés afin de localiser l'expérience de chaque visite guidée. Ce travail concernant les lieux importants pour les participants a permis la réalisation d'une carte de points d'intérêt de proximité dans laquelle nous avons également intégré ce que les organisateurs proposent dans le cadre de cette offre. Nous avons mis sur un même plan ce qui est proposé par les organisateurs d'activités et ce qui est apprécié et imaginé par les visiteurs.

6.2.1. Cartographier l'expérience de chaque visite guidée

Une base de données a été créée avec tous les lieux mémorables cités. Un **lieu mémorable** constitue pour nous un point d'ancrage, un lieu dont le visiteur se souvient particulièrement, auquel il donne un sens en lien avec son expérience présente ou avec une expérience passée ou imaginée. La notion de **topophilie** de Tuan (1990) concerne tous les liens affectifs de l'être humain envers l'environnement matériel aussi bien d'un point de vue esthétique, sensoriel que sentimental (1990, 93). Elle a été utilisée dans la compréhension de ces lieux mémorables.

Suivant cette idée, tous les points cités par chaque participant ont été cartographiés et associés à une base de données détaillant leur sens, ainsi que différents éléments contextuels (voir Tableau 9).

Tableau 9. Extrait de la base de données concernant les lieux mémorables pour les visiteurs.

ID	PARTICIPANT	LIEU CITE	RÉFÉRENCE	OPINION
1	Carlos	Passeig de Gracia	Visite précédente	n. a.
2	Carlos	La Colmena	Lieu mémorable de la VG	Positive
3	Carlos	el Rei de la Màgia	Lieu mémorable de la VG	Positive
4	Carlos	Le Temple d'August	Visite précédente	Positive
5	Carlos	Le « frankfurt » du coin	Lieu quotidien	n. a.
6	Carlos	Sagrada Familia	Lieu de référence	Négative et positive
7	Carlos	Parc Güell	Visite précédente	Positive

Source : auteure sur les informations codées sur NVivo 11 Pro, 2018.

Les références citées et cartographiées sont analysées en relation avec le parcours de la visite réalisée et les éléments observés par la chercheuse (lorsque la visite a été directement observée). Plusieurs catégories codées sur le journal de terrain concernent des évènements pouvant être situés dans un lieu et un moment précis :

- Autres groupes en visite guidée
- Éléments de l'ambiance autour du groupe
- Conflits
- Interactions externes
- Mise en scène

Une nouvelle couche d'information a été créée pour chaque catégorie, avec une base de données associée. Cela nous permet le croisement ultérieur de différentes informations. Par exemple, pour la couche « **Conflits** », la base de données comprend 5 colonnes :

- ID : identifiant de chaque point
- Visite : Code de la visite dans laquelle le conflit a lieu
- Jour : Jour de la semaine
- Tranche horaire : « **Matin** » (10 h - 14 h), « **Après-midi** » (15h30-19 h) ou « **Soir** » (après 19 h)[56]
- Type : « Bruit », « Déplacement » ou « Occupation de l'espace public »
- Référence : référence du journal de terrain associée à ce conflit[57]

Les cinq couches des différents types d'évènements partagent la même structure. La différence se trouve notamment sur les options du champ « **Type** » car elles dépendent de la nature de l'évènement codé. À titre d'exemple, nous avons vu les « **Types** » de « **Conflit** ». Dans le cas de la couche « **Autres groupes en visite guidée** », les options du champ « **Type** » sont : « **Local** », « **Touristique** », « **Autre** » ou sans données, en rapport avec l'origine du groupe, qui peut être d'ici ou d'ailleurs, qui peut également être de nature différente d'un groupe touristique (par exemple scolaires locaux). Il se peut que nous n'ayons pas pu identifier l'origine.

La temporalité de ces évènements est utilisée lorsqu'on analyse l'ensemble des visites, car certains phénomènes sont propres à un moment de la journée ou à un jour de la semaine. Par conséquent,

[56] Cette distribution en tranches horaires respecte le rythme de vie à Barcelone, où l'heure du déjeuner se situe majoritairement entre 13h30 et 15h30. Ainsi, toutes les visites ayant lieu avant le déjeuner sont considérées matinales et, l'après-midi étant décalée, elle est considérée ici jusqu'à 19h.
[57] Limitée à 200 caractères sur le tableau de QGis.

les champs « **Jour** » et « **Tranche horaire** » ne sont pas utilisés pour l'analyse de chaque itinéraire, mais plutôt pour l'analyse des rapports du visiteur interviewé à l'expérience du parcours (notamment lorsque la visite n'a pas été observée) et pour la troisième étape de l'analyse cartographique, celle de la carte d'attraits de proximité.

Dans le cas où le visiteur décrit une visite que nous n'avons pas observé, les éléments que ce visiteur évoque de son expérience sont pris en compte, à l'instar des interactions avec d'autres usagers de l'espace public ou le bruit comme élément conflictuel conditionnant le rythme du discours. Des évènements fortuits, tels que les interactions directes avec des individus extérieurs au groupe, comme quelqu'un qui dit bonjour à un membre du groupe, par exemple, permettent également d'envisager ce qui peut arriver autour d'une visite guidée et ont donc été intégrés dans cette analyse.

Les couples interviewés ensemble ont été analysés ensemble. Ce choix est justifié parce qu'en lisant les récits de chacun nous avons constaté que les lieux de l'un font souvent partie de l'expérience de l'autre : au moment de l'entretien, l'un ne se souvient pas du nom d'un lieu et l'autre l'aide à le trouver citant parfois un lieu dont il n'aurait pas parlé autrement ; ils ont échangé des souvenirs pendant le parcours, intégrant ainsi, dans leur expérience de la visite, des lieux qui se trouvent en réalité dans l'imaginaire de l'autre.

6.2.2. Cartographier les points d'attrait pour un public local

À partir de la base de données précédemment expliquée, nous avons observé la distribution spatiale des lieux mis en valeur par les visiteurs et les raisons de cette mise en valeur. Nous avons confronté ces éléments à ceux proposés par les organisateurs, les éléments de la ville dont les organisateurs avaient détecté l'intérêt et sur lesquels ils avaient construit leur produits (voir Annexe III).

Tous ces éléments ont été inscrits sur une carte présentant les points d'intérêt pour le public local analysé. Chaque point est intrinsèquement lié à un individu et à son histoire. Pour cette raison, les lieux repérés sur cette carte pourraient être différents avec d'autres personnes interviewées. Les raisons de l'intérêt pour ces points sont souvent partagées, ce qui légitime la démarche.

Les arrêts des différents parcours marquent les points d'intérêt des visites observées. Nous avons récupéré, premièrement, ces points observés. Deuxièmement, les points parcourus par d'autres visites guidées du même type ont contribué à nourrir cette carte. Finalement, les lieux mémorables de chaque visite pour les participants interviewés et pour les participants avec lesquels nous avons

échangé lors des observations ou qui ont répondu aux questionnaires[58] ont été intégrés. Cette carte montre des points d'intérêt, mais surtout pourquoi ils sont intéressants (voir Carte 16, p.327).

7. Conclusions

Ces pages retracent le cheminement méthodologique de cette recherche. Elles visent à transmettre non seulement le détail des processus mis à l'œuvre dans notre mission pour saisir les rapports aux lieux du quotidien à travers l'expérience de la visite guidée et du voyage, mais surtout les hésitations, les allers-retours, les doutes, les obstacles et les petites victoires auxquels nous avons été confrontée sur le terrain et lors des analyses. Le Tableau 10 résume les principales informations :

Tableau 10. Récapitulatif des outils de collecte de données et des méthodes d'analyse.

<table>
<tr><th>Source</th><th>Technique</th><th>Traitement analytique</th><th>Questions de recherche</th></tr>
<tr><td>Catalogues
Agendas
Sites web</td><td>Recueil de documents</td><td>Inventaire
Analyse cartographique</td><td rowspan="4">L'expérience de la redécouverte de l'espace quotidien peut-elle être qualifiée de touristique ? Comment les visiteurs qualifient-ils les lieux visités lorsqu'ils sont quotidiens ? Quelles sont les similarités et les différences entre les sens attribués aux lieux visités ici et ailleurs ? La distance est-elle un élément essentiel de l'expérience touristique ?
Comment l'expérience de la redécouverte s'articule-t-elle ? Quels sont les éléments en commun entre l'offre de visites de proximité et l'offre touristique ? Comment rendre attractive une destination quand elle est aussi le lieu de vie ? Comment les acteurs suscitent-ils l'envie de la redécouverte ?
Quels sont les impacts de l'expérience de la redécouverte au sein d'un espace de proximité par rapport aux impacts d'une expérience touristique classique ?</td></tr>
<tr><td>Professionnels</td><td>Entretiens semi-directifs
Échanges informels</td><td>Analyse thématique
Analyse des termes les plus fréquents</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Visiteurs</td><td>Entretiens semi-directifs</td><td>IPA
Cartogrammes</td></tr>
<tr><td>Échanges informels
Questionnaires</td><td>Analyse cartographique</td></tr>
<tr><td>Visite guidée (regard de la chercheuse)</td><td>Observation participante (journal de terrain)</td><td>Analyse thématique
Analyse cartographique</td></tr>
</table>

Source : auteure, 2018.

[58] Voir note en bas de page n°40, p.117.

Chapitre 5. Visiter

« Là où les gens, pressés, voient seulement des voitures et des touristes, vous pouvez en réalité voir des murailles, des ouvriers travaillant dans la rue, des bombardements, des révolutions… D'un coup vous découvrez qu'avec ces rues étroites et mal illuminées sans aucun attrait apparent vous avez une sorte de lien personnel[59] ».

D. Cortijo (2010), Històries de Barcelona, p. 13.

1. Introduction

Quinze témoignages. Quinze regards. Quinze trajectoires de vie. Quinze types de visiteurs. Les pages suivantes se penchent sur différentes questions qui interpellent, interrogent les visiteurs, conditionnent leur intentionnalité et la manière dont ils habitent le monde lorsqu'ils visitent et après. Les entretiens menés auprès de ces quinze individus ont fourni une quantité non négligeable d'informations sur leurs voyages, leur quotidien, etc. Dans un souci de clarté, seulement une partie de ce matériel sera utilisé ici : celle concernant les expériences de visite *ici* et de voyage *ailleurs*. De futures recherches et publications pourront rendre compte d'autres informations collectées.

Nous adoptons ici une approche idiographique. Un par un, chaque visiteur fera l'objet d'une partie où des questions qui lui sont propres seront évoquées. Le récit concernant chacun d'entre eux se structure en deux sous-parties : la visite *ici* et le voyage *ailleurs*. Ainsi, la manière dont chacun expérimente ces deux situations sera plus facilement appréhendée ; tout comme l'incidence du contexte autour de la visite et de la subjectivité propre à chacun (celle-ci conditionnée par la personnalité, la trajectoire de vie, des expériences passées, l'imaginaire, les liens avec la ville, etc.). Il est important de préciser que nous n'avons pas d'accès direct à ces expériences ici et ailleurs (même lors des visites observées, nous ne pouvons pas savoir ce que chaque visiteur perçoit en l'observant simplement). Ce que nous analysons ce sont donc ces expériences telles qu'elles sont

[59] « Allà on la gent, amb presses, només veu cotxes i turistes, pots veure en realitat muralles, obrers treballant al carrer, bombardejos, revolucions… De cop, descobreixes que amb aquells carrers estrets i mal il·luminats, sense cap atractiu aparent, mantens una mena de vincle personal ».

vécues au moment du récit, le souvenir de l'expérience et les sens et émotions attachés au récit de ce souvenir.

Le contexte de chaque entretien situera le récit. Cette partie est rédigée à la première personne du singulier, car il s'agit d'expliquer non seulement les conditions dans lesquelles les participants ont partagé leurs expériences, mais également de comprendre mon rapport en tant que chercheuse à l'entretien et aux individus interrogés. Le contexte des entretiens en couple sera présenté avant le récit concernant le premier membre de ce couple.

Afin de rendre moins abstraite l'expérience vécue, nous nous appuyons sur des images collectées lors de l'observation participante. Une carte accompagne chaque visite guidée décrite par les participants et les catégories représentées dans ces cartes sont reprises dans le texte entre guillemets et entre parenthèses (p.e. « Bruit »). Un cartogramme montre l'« univers » de chaque individu, terme que nous employons pour définir les lieux évoqués dans leur témoignage, des lieux vécus, ayant un sens pour eux lorsqu'ils réfléchissent à leur manière d'interagir avec le monde en tant que visiteurs.

Un point final permettra de soulever de manière synthétique les principales idées partagées et les particularités individuelles identifiées dans l'ensemble d'expériences vécues.

***

Marc et Beni

Marc est un retraité de 67 ans. **Beni** est une antiquaire de 63 ans. Ils sont mariés et m'ont reçue chez eux, dans une petite ville située trente-trois kilomètres au nord de Barcelone. Je n'avais pas prévu de les interviewer ensemble, mais je me suis adaptée aux conditions qui m'ont été posées. Nous nous sommes rencontrés le jour de la visite *La Barcelone des francs-maçons* à laquelle ils ont participé tous les deux. À la fin de l'activité, ils ont rempli mes questionnaires, avec leur adresse électronique ainsi que l'autorisation de les contacter. Nous avons échangé plusieurs messages et avons réalisé l'entretien six mois après la visite.

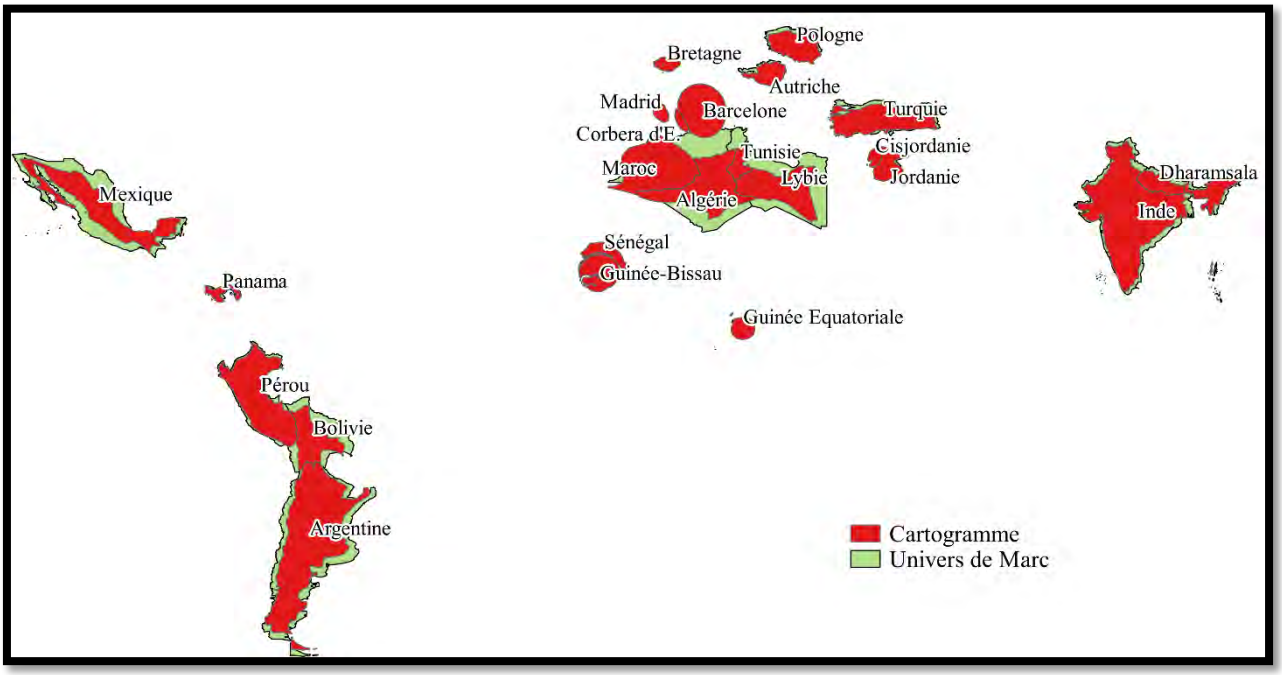
2. Marc

Marc connait très bien Barcelone : « je pourrais parfaitement être chauffeur de taxi et n'utiliserais pas de guide de Barcelone ». Il a beaucoup voyagé au cours de sa vie vers des destinations très lointaines (avec sa femme, Beni, et parfois avec leurs enfants), comme me montre la Figure 12.

Seules Barcelone (ville dans sa région de résidence) et la Guinée Équatoriale (son lieu de naissance) sont évoquées dans la sphère du quotidien. Le reste des lieux cités correspondent au cadre d'une expérience touristique « classique » (voir Figure 74, Annexe X).

La plupart des lieux auxquels Marc fait référence ont été la scène de ses voyages et sont cités au passé. D'autres sont évoqués comme des lieux où il n'y est jamais allé. De même, certaines zones sont envisagées comme des destinations futures (voir Figure 72, Annexe X). La plupart de ses voyages ont laissé un souvenir positif. Seulement, certaines anecdotes en Guinée-Bissau et au Maroc ont été vécues négativement et cette mauvaise expérience est intimement liée au lieu où elle se déroule (voir Figure 73, Annexe X). Les expériences vécues à Barcelone et en Catalogne (au quotidien ou lors d'une visite) sont essentiellement positives.

Figure 12. L'univers de Marc.



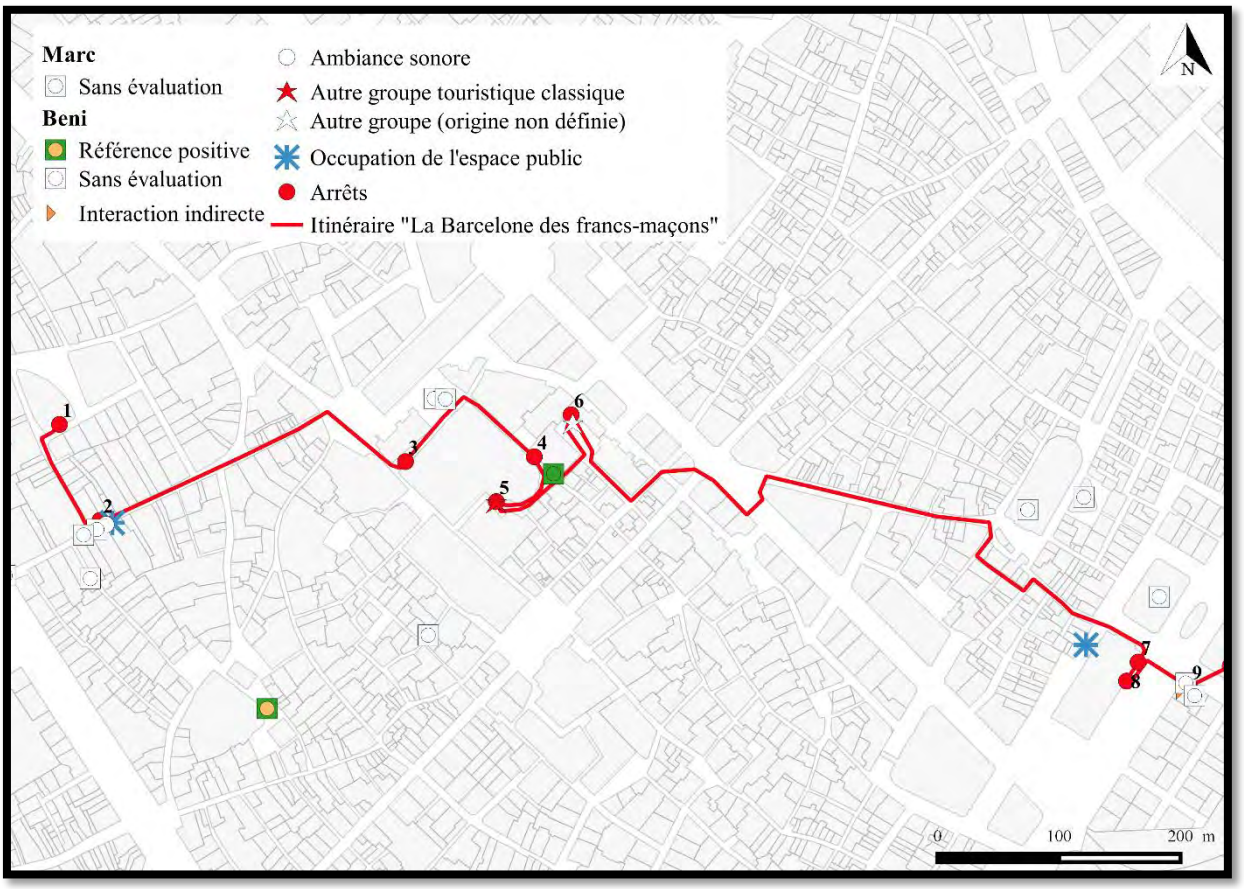
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

2.1. La visite *ici* : « C'est ridicule quand t'as des gens de dehors qui te disent "ah moi je suis allé là" »

Un samedi matin du mois d'avril, avec Beni (sa femme), Marc a participé à la visite guidée sur la thématique des francs-maçons. Il s'agissait d'un cadeau de leur fille. Ce n'était pas leur première activité de ce genre. Ils avaient précédemment participé à deux autres visites guidées à Barcelone : l'une à Santa Maria del Mar et l'autre sur la Guerre Civile. Marc pense que l'une leur a été offerte et qu'ils ont acheté l'autre eux-mêmes.

Composée de dix arrêts, la visite où Marc a participé débute dans le quartier Gòtic, le traverse, puis coupe à travers le quartier du Born pour aller jusqu'aux limites de la Barceloneta (voir Carte 8).

Carte 6. Contexte des expériences de Beni et Marc dans la visite sur la Barcelone des francs-maçons (19/04/2014).



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN (2017), 2018.

Au long du parcours, leur groupe croise deux autres groupes en visite guidée, dont un formé par des touristes « classiques ». A un moment donné, au niveau des arrêts sept et huit, il y a un conflit avec d'autres usagers de l'espace, car une partie du groupe envahit la piste cyclable. A la fin de la visite, le guide demande au groupe de regarder par la fenêtre d'un restaurant pour identifier des symboles francs-maçons. Les serveurs se tournent vers le groupe un moment et continuent à travailler, comme s'ils avaient l'habitude d'être observés (voir Image 2).

Lorsque la visite est un cadeau, leur participation est en principe proposée par quelqu'un d'autre. Néanmoins, même si **la visite leur a été offerte, ils ont eux-mêmes choisi la thématique**. La **curiosité était le moteur** de leur choix :

Nous avions de la curiosité pour la Barcelone des francs-maçons, non pas que nous-mêmes soyons des francs-maçons ni... Bon, ça ne nous embêterait pas non plus de l'être… On avait déjà été une fois à une foire, on a rencontré […] un homme […] d'un groupe de francs-maçons et on a discuté mais finalement on a abandonné. Finalement, on était très occupés à cette époque-là et on ne l'a pas fait.

Image 2. Le groupe regarde par la fenêtre d'un restaurant.

Source : auteure, 19/04/2014.

L'intérêt que Marc et sa femme portent à cette question n'est donc pas anodin. Il précède leur participation à l'activité. Leur intentionnalité se manifeste ici par un **accord entre leurs intérêts personnels et l'offre existante**, car c'est à travers cette offre (la visite autour de cette thématique) qu'ils peuvent déployer leur curiosité et leurs envies de connaissance et interagir avec des lieux spécifiques de la ville.

En ce sens, Marc a l'espoir d'élargir son savoir concernant les francs-maçons. Il connait déjà des endroits associés à cette communauté, mais il espère que le guide lui apprenne à identifier de nouveaux éléments :

> Dans le cas de la maçonnerie, nous ne connaissions que ce que nous ne sommes pas allés voir : la bibliothèque maçonnique. Nous ne savions rien du reste. Bien sûr, j'étais passé 50000 fois devant les petits anges avec la règle, l'équerre et tout le tralala (voir Image 3), et je ne les avais jamais vus. Et bon, oui, depuis certains points de vue, on voit… même au Passeig de Gracia, à l'entrée de la maison, le sol, oui, ce blanc et noir qu'on voit à la porte, maintenant tu sais que ce sont des choses des francs-maçons, tu vois ? Ou tu vois une colonne salomonique et tu déduis ça… mais bon, les endroits où nous sommes allés, nous ne les connaissions pas. Et pourtant, on est allé plusieurs fois au [restaurant] 7 Portes, hein ! Et jamais je n'avais fait attention.

Malgré ces découvertes, il est globalement déçu de cette visite, car ils ne sont pas allés voir ce qu'il considère le lieu le plus important des francs-maçons à Barcelone : la bibliothèque Arús. Pour lui, tout ce qui leur a été montré n'était pas très impressionnant, ce qui ne fait que **confirmer ce qu'il imaginait déjà** : il ne reste pas grand-chose pour témoigner des liens entre Barcelone et les francs-maçons.

> Barcelone franc-maçonne il y a peu de chose, nan ? […] Il y a très peu de matériel et, bon, c'est un peu exploiter ce qui ne peut pas être exploité parce que finalement... […] C'est l'élément le plus franc-maçon de Barcelone, eh ? La bibliothèque, le reste ne... […] C'est ce qu'il y a, il n'y a pas d'autre chose, il n'y a plus rien d'autre.

***

> En définitive, je pense que c'est la plus faible de toutes celles qu'on a fait, nan ? Parce qu'il manque... Franco a réprimé la franc-maçonnerie pendant 40 ans, donc c'est normal. Alors qu'avant Barcelone avait été une ville très franc-maçonne, nan ? Alors...

Marc avait été plus satisfait des visites précédentes, notamment de celle autour de la Guerre Civile, car elle lui a permis d'**apprendre des détails qu'il ignorait**. Il se définit comme un grand connaisseur de la ville de Barcelone et considère que la parcourir accompagné d'**un guide lui permet de regarder là où il faut**, car la ville a évolué avec le temps et cache des secrets et des histoires derrière les bâtiments actuels :

> Barcelone, on la connait bien et, toutefois, on continue à découvrir. […] C'est fantastique. Les arbres ne te laissent pas voir la forêt. Tu es très habitué à marcher dans Barcelone mais, bon, tu ne percutes pas sur quel était exactement le quartier juif de Barcelone ou je ne sais pas quoi si on ne te l'explique pas. Alors... Parce que ça a été un peu estompé avec les construction ultérieures et bon...

Curieusement, il illustre sa réflexion avec l'exemple du quartier juif quand, justement, il avait l'habitude d'amener des collègues de travail étrangers à cette zone pour leur montrer, **en faisant lui-même de guide**. Il ne le fait plus parce qu'il est à la retraite.

En définitive, il considère ces visites comme une source de connaissances : « connaître est toujours important ». Elles permettent de diriger le regard là où on ne regarde jamais : « malheureusement, on ne regarde jamais en haut ». De plus, Barcelone est une ville idéale pour lui pour réaliser ce type de pratiques car les grandes dimensions de son centre historique permettent la superposition d'une infinité d'histoires. Il se rend compte de l'intérêt que Barcelone éveille chez les touristes. Participer à une visite guidée, comme ils le font, permet de se mettre à leur niveau, car Marc considère que **les résidents d'une ville passent parfois à côté de lieux et d'éléments extraordinaires** :

> C'est quand même ridicule d'habiter dans un endroit, et que quand t'as des gens de dehors qui viennent ils te disent « ah moi je suis allé là », et ben t'as l'air un peu con.

2.2. Le voyage *ailleurs* : « On a bien crapahuté »

Marc est un voyageur expérimenté qui a parcouru une bonne partie de la planète (avec Beni). Il affirme que **son seul moteur est la curiosité** :

> On a… Moi je l'ai toujours ressenti pareil, on a toujours voyagé par curiosité. Nous sommes très curieux [...]. On avait beaucoup de curiosité. Et elle ne se tarit jamais ! Je pensais qu'avec les années, j'en aurais marre, mais non, non…

Il voyage parce qu'il **cherche la nouveauté**, ce qui se manifeste par un **rejet catégorique des résidences secondaires** comme lieux de vacances :

> Nous n'avons jamais eu de résidence secondaire car, nous, en été, n'allons pas changer de maison, nan ? Nous allons changer de lieu.

Il se déplace en avion pour arriver à destination. Une fois sur place, il voyage en voiture. Il **cherche la liberté et découvrir les lieux à son rythme et en profondeur** :

> D'habitude on prend des billets d'avion aller-retour pour arriver dans le pays et une nuit d'hôtel, la première nuit d'hôtel. À partir de là on commence à prendre contact avec les personnes de là-bas, par téléphone toute la journée, « bla bla bla » « on veut voir ça », « oui, non », « nous ces circuits on ne les fait pas », « et bien donc ceci et cela », « et moi non plus », « bon au final ce qu'on fait c'est qu'on veut une voiture avec un chauffeur », et nous on décide de là où on veut aller, ok ?
>
> ***
>
> […] Normalement, on va en voiture. On loue une voiture, ou parfois avec chauffeur. Si on va avec un chauffeur on a un peu plus de contrainte, tu vois ? Parce que tu dois te mettre d'accord sur des horaires avec lui. On essaie de ne pas avoir d'horaires, justement. On va à notre rythme.

***

> Nous, on connait des lieux que la majorité des gens... « moi je suis allée en Inde », « t'es allé à tel endroit ? », « non », « et à celui-là ? », « non ». Et « j'suis allé au Pérou », « t'es allé à tel endroit ? », « non ». Evidemment, tu les vois, ceux qui font le circuit officiel. Ils arrivent à l'hôtel, montent dans un bus et on leur montre 2, 3 trucs... Nous on fait tout le contraire. Nous, on demande « il y a quelque chose qui vaut le coup de voir par ici ? » « Oui ». Et on est allés à des lieux que les gens ne savaient pas où ils étaient et ils étaient à 2 km de chez eux.

Contrairement à son expérience de Barcelone, où il se laisse porter par un guide qui oriente son regard, lorsqu'il voyage ailleurs il **rejette le voyage organisé**. Tel qu'il l'avait indiqué lorsqu'il parlait de Barcelone, Marc confirme ici qu'il confère à la figure du **visiteur un regard et un accès à l'espace parfois privilégiés par rapport aux résidents**, qui passent souvent à côté, sans y prêter attention. Quand il s'exprime en tant que résident de la région de Barcelone, il se considère déconnecté de la ville, il avoue ne pas la regarder en profondeur, sauf lors d'une visite guidée ou lorsqu'il accompagne quelqu'un venu d'ailleurs. Quand il s'exprime en tant que visiteur ailleurs, il confirme ce positionnement lorsqu'il indique qu'il a constaté avoir découvert des espaces que les personnes habitant à proximité ne connaissaient pas.

Malgré ce statut *privilégié*, Marc pense que **le visiteur, au sein d'un groupe large, s'éloigne de la destination**. Pour cette raison, il préfère voyager en autonomie. Il va jusqu'à comparer les groupes organisés à des moutons :

> Ça, « aujourd'hui on ira ici », « bééééééé » tous vers ici comme des moutons, non ?
> « Maintenant, on va vers là-bas », « bééééé » et tous vers là-bas.

À travers différentes anecdotes de ses voyages au Pérou, en Jordanie ou en Afrique, Marc essaie de montrer que **sa façon de voyager est différente de celle des autres** : il a visité des zones où l'ambassade déconseillait aux visiteurs de s'y rendre (Cachemire, Palestine, etc.), des lieux à côté des lieux touristiques où la plupart de touristes ne vont pas (La Petite Pétra, en Jordanie).

Il fait une distinction entre la destination que les touristes rencontrent et celle qu'**il découvre en sortant hors des sentiers battus** : il confronte l'image d'un Maroc touristique épouvantable avec un Maroc authentique qu'il aime et considère intéressant.

Il met en évidence **un écart existant entre ce que les touristes attendent et ce qu'ils expérimentent**, et ce au travers d'« **arguments touristiques** » mis en valeur par les promoteurs

de la destination, mais qui ne sont pas fidèles à la réalité. Son voyage de pêche à Guinée-Bissau illustre cette idée :

> Là-bas, il y a un endroit, au nord de la Guinée Bissau. C'est assez compliqué d'y arriver, parce que c'est complexe au niveau des routes. À Bissau, il y a un endroit qu'ils appellent le Hole of Monsters, le trou aux monstres. Parce que c'est une zone où ils pêchent les tarpons, ce sont des poissons, les poissons les plus grands du monde. Mais c'est un argument qui est souvent un mensonge, ça, un argument touristique, non ?

L'amalgame entre « touristique » et « mensonge » est révélatrice de la manière dont il envisage le voyage. Ce qu'**il considère réel dans l'expérience du voyage** est **ce que chacun expérimente** : « J'ai toujours considéré que le voyage est personnel ». Pour cette raison, il n'a pas l'habitude de faire de recommandations aux gens qui voyagent là où il est déjà allé.

Un moment qui l'a intensément impressionné a eu lieu en Inde, lors de la réception hebdomadaire du Dalai Lama, remplacé le jour où Marc y était (avec Beni) par le Karmapa. Cet événement a été vécu par Marc comme une **expérience unique, l'ayant fortement ému** :

> À Dharamsala parce qu'il y avait une... tu sais que le Dalai Lama, quand il est à Dharamsala, il fait une réception tous les... sept jours plus ou moins, nan ? […] Finalement il est tombé malade, à Tokyo, et il est resté à Tokyo avec la grippe.
>
> Alors, au lieu de voir le Dalai Lama, on a vu le Karmapa. [...]. Et le Karmapa sera son successeur, non ? […] Le Karmapa est celui qui avait été nommé officiellement Dalai Lama par la Chine et, lui, au lieu de rester au Népal et faire le Dalai Lama, il a fui à Dharamsala. Il nous a reçus, non ? Il n'était qu'un gamin, quel âge avait-il ? (Il demande à Beni) Dix-neuf ans quand il nous a reçus ?
>
> Et c'était une sensation curieuse, non ? Je ne suis pas du tout… Bon, nous ne sommes pas des gens religieux, non ? Plutôt des athées. Mais c'était très impressionnant. Par les gens, par la spiritualité… Si je devais définir la spiritualité je ne dirais pas un discours du pape le dimanche, mais la réception du Karmapa, ou du Dalai Lama, parce que les gens sont... je sais pas ! C'est… c'est très impactant.

L'impression laissée par cette situation nourrit son souvenir, même longtemps après. Même si elle a eu lieu dans les années 1990, Marc est encore ému lorsqu'il en parle.

Il considère qu'il a voyagé partout : « Tout le monde, toute la planète, on a bien crapahuté ». Il a constaté une **généralisation du tourisme à l'échelle globale**. Avant, il était surpris de croiser d'autres visiteurs. Visiter certains endroits était exceptionnel. Aujourd'hui, cela est devenu *normal* :

> Ça n'aurait rien de particulier si c'était maintenant, parce que maintenant au Pérou il y a beaucoup de tourisme. Quand nous on y est allés, ils ont fêté le million de touristes, l'année où nous y sommes allés. Et en plus nous on n'y va jamais l'été, et donc, rencontrer quelqu'un c'est pas facile non plus. Et donc, t'es là à Chachauamán, super tranquille et tu fais un tour en lama, et je sais pu quoi d'autre, et t'entends parler catalan. « Qu'est-ce qui se passe ici ? » […]
>
> Ça nous étonne de trouver quelqu'un qui n'est pas... Ça nous surprenait, mais je pense que maintenant non. Maintenant, tout le monde voyage toute l'année. Mais à cette époque, non.

Avec Beni, ils ont réalisé les voyages les plus *compliqués*, du point de vue des distances parcourues, etc., lorsqu'ils étaient jeunes. Ils ont ainsi gardé les destinations les plus *faciles* pour leurs vieux jours. Ils catégorisent **les lieux en fonction de ce qu'ils considèrent** plus ou moins **facile**, plus ou moins **accessible** :

> On a voyagé de façon à laisser le plus facile en dernier, on commence à être vieux et on s'est dit, bon, et bien on fait le plus compliqué au début, et le plus facile en dernier. Qu'est-ce que ça veut dire ? et bien que par exemple, maintenant, nous qui avons fait le tour du monde, on n'avait jamais fait comme tout le monde, aller en Turquie. Et bien maintenant on est allés en Turquie. En premier on est allés vers la Cappadoce, et après toute la zone d'Istanbul, et tout le bazar. Et tu vois, je ne suis jamais allé en Autriche par exemple, ou en Pologne. On n'est allés ni en Autriche, ni en Pologne. À ces destinations faciles, on n'est jamais allés.

Cette sélection d'idées choisies parmi le long témoignage de Marc montre qu'il se laisse guider par la curiosité, aussi bien pour s'inscrire à des visites guidées à Barcelone que pour voyager dans des contrées lointaines. Il voyage énormément depuis longtemps, en autonomie. Il essaie d'aller là où la plupart de visiteurs ne vont pas, voire parfois là où les résidents ne vont pas. Le voyage est pour lui une expérience personnelle, investie d'émotions qui renforcent le souvenir qui reste avec le temps.

Participer aux visites guidées à Barcelone lui permet d'apprendre à regarder autrement. Il découvre ainsi des détails qu'il n'aurait pas vu par lui-même. Même s'il était déçu du contenu de la visite des francs-maçons, il a pu se pencher sur une question qui l'intéressait pendant deux ou trois heures de balade. Il a également pu confirmer ses connaissances sur la thématique.

Le Tableau 11 résume les principaux éléments des visites de Marc ici et ailleurs :

Tableau 11. Expérience de Marc ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
La curiosité comme moteur. Quête de la nouveauté (rejet des résidences secondaires). Liberté et autonomie (découverte à son rythme et en profondeur, rejet du voyage organisé). Visiteur, accès privilégié à la destination par rapport au résident. Dans un grand groupe, le visiteur s'éloigne de la destination (préférence pour l'autonomie). Il se distingue des « autres visiteurs » (hors des sentiers battus). Arguments touristiques des promoteurs, destinations irréelles. Le vécu est réel. L'émotion est mémorable. Généralisation du tourisme (destinations avant exceptionnelles). Catégorisation des destinations (faciles/compliquées selon leur accessibilité).	Visite comme cadeau, thématique choisie par curiosité. Intérêt pour les francs-maçons (accord entre les intérêts personnels et l'offre existante). Le guide permet de regarder là où il faut (la ville cache trop de secrets, ce n'est pas évident de les trouver !). Confirmation des propres connaissances. Apprentissage de détails ignorés auparavant. Jouer le rôle du guide face aux visiteurs étrangers. Les résidents passent à côté des détails extraordinaires.

Source : auteure, 2018.

3. Beni

Beni a participé avec Marc (son mari) à trois visites guidées de Barcelone. Elle voyage souvent, en couple ou en famille. Le témoignage de Marc illustre leur façon de voyager. Nous allons nous centrer ici sur des éléments qu'elle a soulevés à titre personnel.

La Figure 13 montre les lieux cités par Beni et leur importance relative dans l'ensemble des lieux cités dans son récit. Elle est née dans le district barcelonais de Ciutat Vella et a résidé toute sa vie à moins de quarante kilomètres de Barcelone. Seules ses références à cette région sont citées dans le cadre de son quotidien. Les autres lieux sont évoqués dans le cadre de ses expériences touristiques (voir Figure 50, Annexe X).

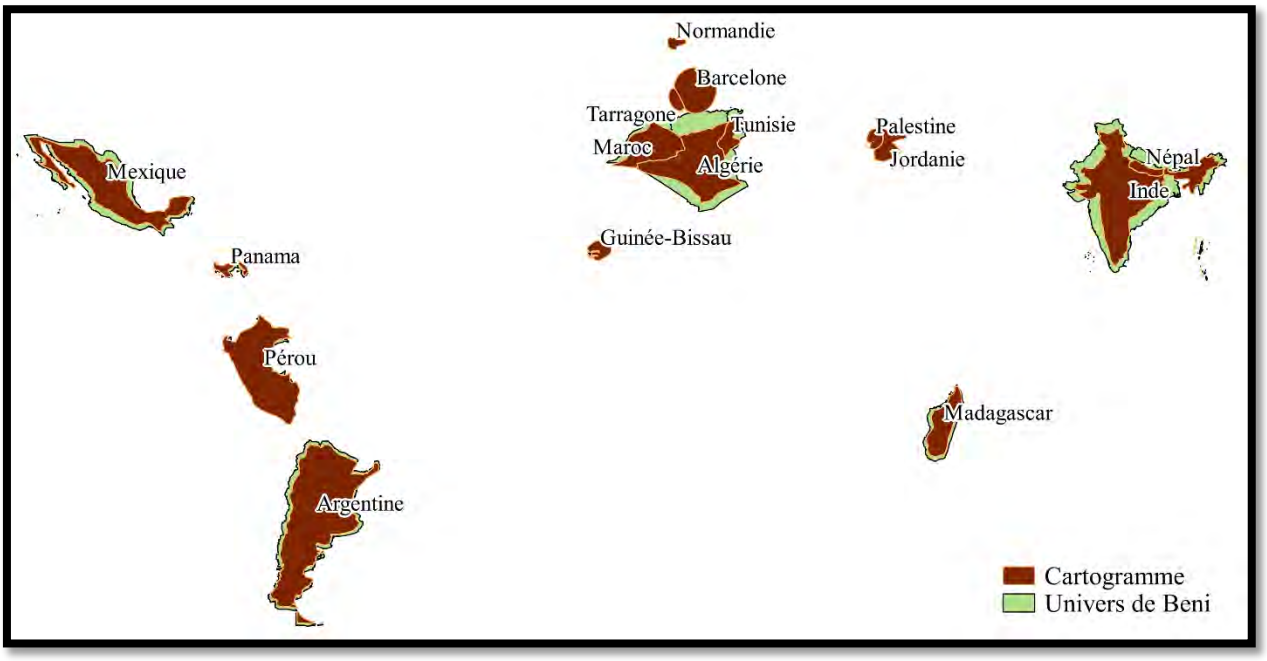
Tous les lieux représentés dans la Figure 13 sont pour Beni la scène d'expériences passées (voir Figure 48, Annexe X), sauf l'Algérie, qu'elle cite pour dire qu'elle n'y est jamais allée, qu'elle ne l'a pas « faite » :

> L'Algérie, on n'avait pas fait, non ? Et… Plus rien d'autre, on a fait tout le reste. Et la Lybie non plus, on ne l'a pas faite. Le reste oui. La Jordanie…

La Normandie est la deuxième exception, où elle espère aller bientôt. Tous les souvenirs de Beni associés à ces lieux sont positifs, sauf son séjour au Maroc (voir Figure 49, Annexe X), où elle est restée une nuit dans une chambre d'hôtel infestée de cafards :

> [On ne pouvait pas éteindre la lumière parce que les cafards montaient dans le lit], c'est trop fort, eh ? Un rallye était organisé, et l'hôtel où il (Marc) était sûr de pouvoir aller était plein à craquer […]. Mais, bon, l'autre hôtel… Quand le soleil s'est levé, on a payé et on est partis. Et on est allés prendre le petit-déjeuner à cet hôtel. […] Effrayant ! Quelle chose horrible ! ».

Figure 13. L'univers de Beni.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

3.1. La visite *ici* : « On y est allés tellement de fois… c'est fou ! »

Beni s'intéresse aux visites guidées de Barcelone parce qu'elle considère qu'**apprendre sur sa propre ville est très enrichissant**. Elle affirme que les trois visites à Barcelone qu'elle a réalisées lui ont été **offertes** : « ce sont toujours nos enfants qui nous les offrent ». Celle de Santa Maria del Mar et de la Guerre Civile ont eu lieu le même jour (matin et après-midi), mais elle ne pense pas le refaire parce que c'était **épuisant** : « On a dit que plus jamais parce qu'on a fini dans un état... ».

Elle est déçue (comme Marc) de la visite de la Barcelone des francs-maçons car elle **s'attendait à découvrir des lieux plus impressionnants** (voir Carte 8). Le seul lieu qu'elle connaissait de cette thématique était une bibliothèque « parce qu'on y a été in situ pour une conférence ». La visite

guidée ne rentre pas dans cette bibliothèque (ne se rapproche même pas) et se limite à montrer de petits détails, ce qui es pour Beni dommage car c'est moins impressionnant :

> Peut-être que ce serait plus impactant s'il avait pris la visite à l'envers. Par exemple, il a commencé par une série de structures qu'on pouvait voir sur des bâtiments, ce qui donne une impression un peu pauvre, non ? Par contre, à la fin de […] la visite, quand on était à Plaza Palacio, il a commencé à montrer des photographies, des lieux qui... S'il l'avait fait inversement, s'il nous avait emmené d'abord à la bibliothèque du Paseo San Juan […]. S'il nous y avait emmenés, commencé la visite là-bas, bien sûr, ça te positionne et t'impacte. Tu dis « wow, Barcelone ». […] Si tu laisses ça pour la fin, fin... Le faire à l'envers, commencer par ce qui est le plus impactant et finir par ça, par cette rue et cette petite structure.

Image 3. Détail d'une façade de la rue Portaferrissa.

Source : auteure, 2014.

La déception est au cœur de ce souvenir. Cependant, des sentiments positifs ont également émergé lors du parcours. Par exemple, le passage devant la Cathédrale a réveillé en Beni des souvenirs agréables du marché de Noël (Fira de Santa Llúcia), qu'elle visite chaque année en famille. La déception ressentie ne lui enlève pas l'envie de **continuer à participer à des activités de ce type**. Elle affirme vouloir faire « celle des cimetières, […] une visite sur la sorcellerie, […] celle du métro […] et tout ça à Barcelone… ». Elle a pu constater qu'au-delà de la qualité du discours du

guide elle finit par **apprendre à regarder autrement des lieux qu'elle connait très bien**, à l'instar du restaurant Les 7 Portes, où elle affirme être allée souvent manger.

Les **objets insolites** (des détails architecturaux auxquels on ne prête pas attention dans les trajets quotidiens) contribuent aussi à la mémorabilité de l'expérience et des lieux parcourus. Beni se souvient d'une place précise (Plaça del Pi) grâce à une inscription dont le guide a parlé et qui l'a particulièrement interpellée. Elle se souvient d'une petite fenêtre sur le mur de la Cathédrale, ou encore d'une sculpture de deux petits anges avec un équerre (voir Image 3). Parfois, elle situe ces objets dans une autre rue (les deux petits anges dans la rue Petritxol au lieu de Portaferrissa). Son **souvenir de l'objet** est **vif mais sa situation précise dans le quartier** visité peut rester **confuse**.

3.2. Le voyage *ailleurs* : « Je suis son sac à dos »

Beni est une voyageuse expérimentée. Elle confirme ce que Marc avait déjà affirmé : ils sont très curieux et voyagent pour **assouvir cette curiosité** qui, après quarante ans de voyages, s'est révélée infinie. Beni s'autoproclame « le **sac à dos** » de Marc car, à chaque fois qu'il se passionne pour une activité, elle le suit. Toutes ces différentes activités ont motivé des voyages vers des espaces proches et lointains :

> Tu vois, il y a eu des phases de chasse. Quand il était chasseur, j'ai moi aussi pris ma licence, j'avais mon fusil. C'est que je suis toujours accrochée à lui… Je suis son sac à dos. Donc à ce moment-là, c'était la chasse. Avant, quand les enfants étaient plus petits, on allait pêcher avec son oncle, là-bas au Masnou. Ils avaient un petit bateau, ils allaient pêcher, le week-end, bon. Après, il a voulu pêcher, et imagine, on est allé en Argentine […].
>
> Il y a eu des étapes, des époques… Après, il aime beaucoup les minéraux, les fossiles, tout ça. Donc évidemment, on se déplace beaucoup à cause de tout ça, non ? Et on va…. (Marc : Détecteur de métaux…). Ici à la montagne […]. Ah, et dernièrement, c'est les champignons…

De préférence, ils partent **hors-saison**. Ainsi, non seulement ils croisent peu de touristes mais cela leur permet de **vivre la destination dans son rythme quotidien** (les gens sont au travail, les enfants à l'école) :

> Normalement en avril, fin mars-avril ou septembre à la fin-octobre. […] Quand les enfants sont déjà à l'école, en septembre, donc tu vas plus tranquille dans les lieux parce que tout le monde travaille, les enfants sont à l'école...

Tel qu'il a été expliqué dans le témoignage de Marc, ils préfèrent sortir **hors des sentiers battus**. Nonobstant, Beni avoue qu'elle trouve drôle de **rencontrer d'autres visiteurs**, notamment dans des endroits inopinés :

> Ça fait beaucoup rire, eh ! Quand... Parce qu'à Istanbul, non, à Prague aussi ça nous est arrivé. On était dans un resto la nuit, et à la table d'à côté ils parlaient catalan. Et il me dit « Regarde, ils parlent catalan ». Ça te fait rire, hein ?

Ils préfèrent voyager en autonomie, mais Beni convient que cela n'est parfois pas possible, **occasionnellement ils sont obligés d'engager un guide local** :

> Oui, parce que pour aller à la pêche il faut y aller avec un programme. Dans les endroits où tu dors, c'est de là que tu pars vraiment pour ta sortie tous les jours à pêcher, tu dois te mettre d'accord. […] Et un guide. Il faut partir avec un guide, qui fait attention à toi à tous les moments, qui va te chercher à l'aéroport, et qui t'amène avec un véhicule à l'endroit où tu vas t'installer ces jours-là. Mais ça, ça demande un peu de préparation.

Leurs **deux enfants** les ont parfois accompagnés, indépendamment de la distance à parcourir ou des éventuels **dangers** présents sur certains **endroits inhospitaliers** :

> Guinée Bissau… […] On n'est même pas restés 24h sur le continent. Notre destination finale était une île, d'un hectare et demi, encore moins à marée haute, et on est restés quoi, 5 jours, non, avec les enfants ? (Marc : Oui, même qu'y'avait une tribu sur cette île). La tribu qui s'occupait de tout, et y'avait aussi un français qui dirigeait les cuistots (Marc : Ils vivaient là-bas parce qu'il y avait des vipères, et sur cette île justement il n'y en avait pas. Le mamba, le mamba africain, il est super dangereux, et il y en avait beaucoup).

À titre personnel, Beni soulève une question intéressante : l'adéquation entre son état mental et émotionnel et la réalisation d'un voyage en particulier. Elle évoque ici l'idée qu'**un visiteur visite un lieu au moment précis où il est prêt** pour rencontrer ce lieu, ni avant ni après :

> Quand on est allés en Inde, […] Une semaine où j'ai été en Inde, je n'ai mangé que de la soupe de champignons pour le déjeuner, de la soupe de champignons pour diner... Je ne pouvais pas. Les gens, j'ai adoré, le pays, merveilleux, tout, non ? Mais je sais que c'était un moment où moi, personnellement, j'avais cette acceptation de cet endroit. Maintenant, en le connaissant, humm, j'irais, mais... ce serait très difficile pour moi. Et avant je n'y suis pas allée parce que je n'étais pas prête.

Tel que Marc l'avait expliqué, ils ont préféré voyager vers les endroits les plus distants géographiquement et culturellement lorsqu'ils étaient jeunes et réserver les destinations les plus « faciles » pour maintenant. Beni met l'accent sur la question des **risques entrepris lors d'un**

voyage : « On l'a laissé pour maintenant, qu'on est plus vieux, qu'on ne peut pas prendre autant de risques qu'avant ».

Il avait été constaté que le souvenir que Beni garde des visites guidées à Barcelone est favorisé par le caractère insolite des objets dont elle fait connaissance. Elle se souvient de ces objets dans le détail, même si elle confond leur localisation. De la même manière, elle retient dans sa mémoire d'innombrables détails de chaque destination qu'elle a visitée ailleurs, des aspects insolites qu'elle attache à ces lieux. Cependant, elle réalise qu'elle a des doutes parfois sur leur localisation, qu'elle peut **mélanger les souvenirs des différents voyages**, ce qui la pousse à demander confirmation à son mari concernant ses propres souvenirs. Lorsque Marc ne lui confirme pas comme elle l'espère, elle arrive à ressentir de la **frustration** :

> Comment s'appelait cet endroit avec les têtes peintes ? (Marc : Ça c'était en Bolivie). Non non non non non non. On n'est pas bien, hein ? […] Bariloche ? Je me souviens. […] C'était le truc du chocolat, il y avait un site là... […] Et Calafate. Calafate et Bariloche, non, papa ? (Marc : Oui, oui). Ça.

Tableau 12. Expérience de Beni ici et ailleurs.

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Curiosité infinie. « Sac à dos » de l'autre (accompagnatrice). Hors-saison, plus facile de vivre le rythme quotidien de la destination. Hors des sentiers battus, mais apprécie la rencontre (ponctuelle) avec d'autres visiteurs. Normalement indépendants, pour des activités précises (pêche) engagent des guides locaux. Avec leurs enfants, indépendamment des caractéristiques des destinations. Un visiteur visite un lieu au moment précis où il est prêt (flow). Les voyages faciles sont les moins risqués. Frustration : pas se souvenir clairement des lieux visités ; pas obtenir la réponse espérée.	Apprendre sur sa propre ville est très enrichissant. Visites offertes (cadeaux). Deux visites la même journée, très fatigant (physiquement et mentalement). Déception, car attentes non remplies (pas aussi impressionnée qu'elle l'espérait). Envie de participer à d'autres visites. Apprendre à regarder autrement les lieux connus. Objets insolites restent dans la mémoire : erreurs dans leur localisation, souvenir vif de l'objet.

Source : auteure, 2018.

En définitive, Beni affirme être très curieuse aussi bien lors de ses voyages que lorsqu'elle pratique des loisirs de proximité (visites guidées, chercher des champignons, etc.). Toutes les visites sont vécues comme des expériences enrichissantes. En général, elle se laisse porter par les envies de

Marc (destinations, activités, etc.), mais elle considère aussi qu'elle voyage dans un lieu précis quand elle est prête ; elle y va quand c'est le moment (mentalement, émotionnellement).

Elle exprime une grande envie de faire plus de visites guidées à Barcelone sur différentes thématiques, de la même manière qu'elle affirme que ses envies de découvrir de nouvelles destinations (« faciles », maintenant qu'elle est âgée) ne se tarissent pas. Cela prouve qu'effectivement la curiosité est son moteur aussi bien ici qu'ailleurs.

Le Tableau 12 résume l'expérience de Beni lorsqu'elle visite ici et ailleurs.

4. Pedro

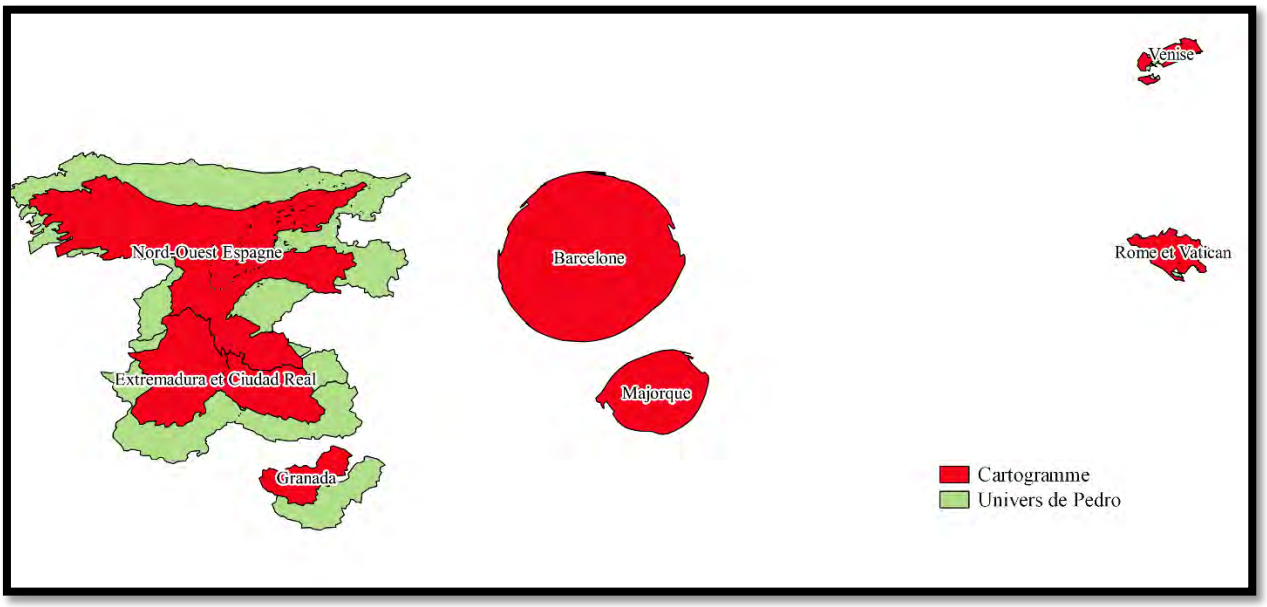
Pedro est un homme de 67 ans, retraité. Il a été interviewé face à face, chez lui, dans une commune à vingt-cinq kilomètres au nord de Barcelone. Il a participé à deux visites que j'ai observées. La première fois, dans la visite *Secrets du Born*, je n'avais pas encore initié la phase de l'enquête de terrain (en novembre 2013). J'ai participé à cette visite pour préparer ma méthodologie. La deuxième fois, dans la visite *La Barcelone des Àustries : 1700-1714* en décembre 2013, j'ai débuté l'observation participante et, à la fin de cette visite, j'ai distribué des questionnaires. Comme on s'était croisés peu de temps avant, il a été assez simple d'avoir sa réponse au questionnaire et son autorisation pour participer à un entretien en profondeur ultérieur. Finalement, l'entretien a eu lieu huit mois après cette seconde expérience et il s'agit du premier entretien d'un visiteur[60].

Quand il est en vacances, Pedro **voyage souvent au même endroit parce qu'il va rendre visite** à sa belle-famille à Granada. Il réalise fréquemment des sorties d'une journée. Il essaie de voyager ailleurs qu'à Granada dès qu'il a la possibilité.

Le cartogramme de Pedro (voir Figure 14) montre les lieux qu'il a cités lors de nos échanges et la place relative de chacun dans son récit. Nous pouvons constater qu'il fait notamment référence à l'Espagne et l'Italie. Son univers (la partie qu'il a partagé avec la chercheuse) se caractérise par une **proximité aussi bien géographique que culturelle**. Cette dernière est volontairement recherchée par Pedro, car il ne parle que l'espagnol et préfère voyager dans des endroits où il peut comprendre et se faire comprendre.

[60] Des organisateurs et d'autres professionnels du secteur avaient été interviewés précédemment.

Figure 14. L'univers de Pedro.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

Barcelone (la région où il réside) et la zone d'Extremadura et Ciudad Real (ses origines, où il a habité jusqu'à ses 18 ans) constituent pour lui des lieux quotidiens (voir Figure 89, Annexe X). Même s'il ne se rend pas souvent sur ses lieux d'origine (il y est allé trois fois ces dix derniers années), il en parle aussi bien au présent qu'au passé (voir Figure 87, Annexe X). Barcelone n'apparaît dans son récit qu'au passé, car elle constitue la scène d'anecdotes quotidiennes qu'il situe dans un moment concret. Elle est également citée comme le cadre de ses expériences en tant que visiteur *ici*.

Granada, le nord-ouest de l'Espagne, Majorque, Rome et Venise sont évoqués comme la scène de ses voyages ou de ses rêves de voyage. Il parle de ces lieux touristiques au passé, sauf de Granada, ce qui s'explique par la régularité de ses séjours dans cette ville andalouse. Ses **références aux lieux intégrant son univers sont positives lorsqu'elles sont attachées à des souvenirs positifs** (voir Figure 88, Annexe X).

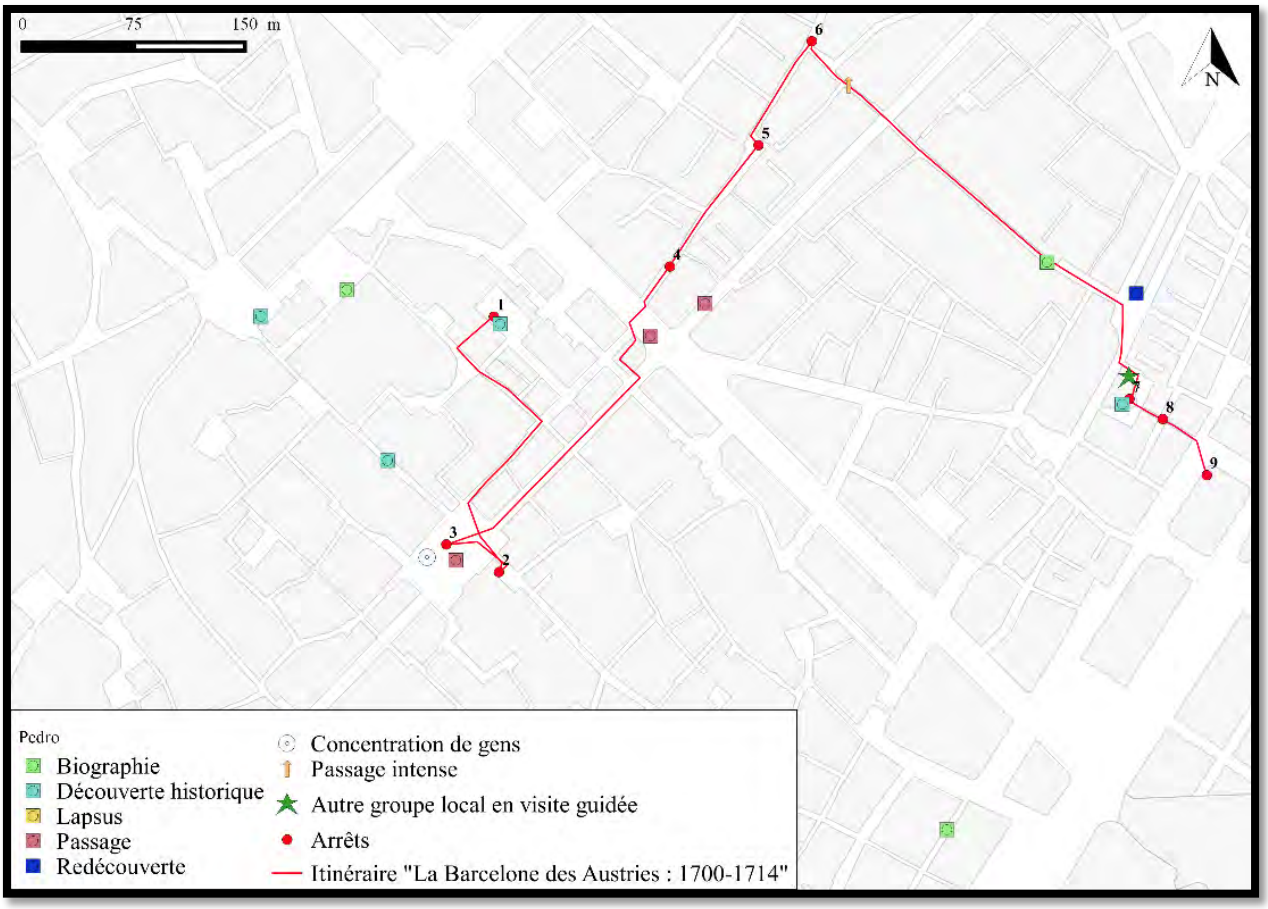
4.1. La visite ici : « Même certaines choses je ne les savais même pas »

Pedro s'intéresse aux visites guidées de Barcelone, car elles lui permettent de **redécouvrir des espaces** qu'il a **maintes fois parcourus** à pied de façon autonome :

> Parce que, parfois, chacun de nous, de notre côté, on ne connait pas, seulement lorsqu'on va dans des expéditions comme celle-ci, non ? Parce que j'ai beaucoup marché dans ces zones mais je n'ai pas fait attention aux détails.

L’une des visites auxquelles il a participé avait lieu un froid samedi matin de décembre sous le titre de *La Barcelone des Austries 1700-1714*. Elle démarrait du quartier Gòtic pour visiter ensuite le Born et finir près de la Barceloneta (voir Carte 7).

Carte 7. Contexte de l'expérience de Pedro dans la visite sur la Barcelone de 1700-1714 (21/12/2013).



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN(2017), 2018.

Les rues étaient plus tranquilles que lors des visites observées au printemps ou en été, mais plusieurs éléments ont été notés :

- La crèche de Noël est fièrement exposée devant le bâtiment de la Generalitat, à la Place Sant Jaume, ce qui provoque une « concentration de gens » (voir Image 4).
- Le groupe de Pedro a croisé un autre « groupe local en visite guidée » au niveau du Fossar de les Moreres, un charnier où les morts du siège de 1714 ont été enterrés. Ce site est aujourd’hui devenu une place du quartier de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born) et constitue un lieu mémorable pour Pedro (dont il a appris l’histoire grâce à la visite).

❖ Pedro et son groupe ont été ponctuellement confrontés au « passage intense » de passants à certains moments du fait de l'étroitesse des rues du quartier Gòtic.

Image 4. Groupe de personnes faisant la queue devant la crèche de Noël à la Place Sant Jaume.

Source : auteure, 21/12/2013.

Visitant le quartier Gòtic, Pedro se remémore sa jeunesse, quand il résidait à Barcelone et sortait faire la fête dans cette zone. Il affirme que la visite lui a permis de découvrir l'histoire de certains points, en même temps qu'il a redécouvert des lieux qu'il traversait très souvent sans leur prêter attention :

> Au niveau de l'Histoire… parce que, moi, l'espace physique, plus ou moins, bon, pas toutes les rues, mais plus ou moins la zone je la connais bien. Mais bien sûr, je ne connais pas tous ces détails… historiques, nan ? Même certaines choses je ne les savais même pas. La place, là, c'était celle de Las Moreres ? Je n'avais aucune idée que les exécutions avant se faisaient là, après 1714, après le 11 septembre.
>
> Même la place du Born... j'y suis passé de temps en temps, mais je ne me souvenais pas beaucoup de cette place. Je me rappelais plus du Born (le quartier) que de cette place.

L'éveil de vieux souvenirs lui provoque même des lapsus et il mélange les noms des rues parcourues avec des rues qu'il connait bien (la rue Montcada dans le quartier visité et la rue Numancia, près de là où il travaillait il y a quarante ans).

Ces visites constituent pour Pedro une **source d'apprentissage historique**, mais il détecte des limites à cette fonction. Il a participé à deux visites très proches l'une de l'autre, ce qui provoque un mélange d'informations et lui fait douter de ce qu'il a appris :

> Oui (il rit), d'après ce qu'il nous a expliqué… Ah, bon, ça, ça a été celles des Autrichiens, non ? Il nous a donné quelques détails de… Bon, ça, par exemple, il nous a dit que ça avait été construit après, comme le viaduc qui se trouve à côté de la cathédrale, qui a été fait sous Franco, tu sais ? […] Et après, sur le mur, il y avait les… C'est que je ne me souviens plus très bien comment c'était… Ce que ça montrait… […] Non, ça c'était dans la rue d'en bas. Ici dans la rue du Bisbe, il y avait comme… ils montraient des choses qui s'y étaient passé. Je ne me souviens plus très bien de comment c'était. […] Bon, il y a celle qu'on a commencé sur le place du Rei, là on nous a raconté que quelqu'un avait tenté de s'approcher du roi et a été écartelé, accroché à des chevaux… […] C'était Alphonse V, ah non, Fernando, Ferran, c'est ça, c'était le paysan qui est allé pour l'engueuler, et ils l'ont attrapé et l'ont attaché et après la rue de… cette rue où ils ont promené l'accusé pour que les gens puissent le siffler, toutes ces choses… […] Bon, oui, si tu veux savoir, les deux histoires se ressemblent beaucoup pour moi, je les mélange.

Quelques mois plus tard, Pedro se souvient de portions de différentes histoires qu'il a entendues et n'est pas sûr de quelle visite a fourni chaque histoire. Cela lui fait douter des connaissances qu'il a acquises. Néanmoins, **il attache chaque anecdote au lieu où elle a été racontée**, ce qui favorise qu'il s'en souvienne. La **distinction entre une expérience et une autre** est perçue comme **confuse**, notamment lorsqu'elles ont lieu dans les mêmes zones. Malgré cette limite, la localisation des informations sur des lieux précis légitime pour Pedro la visite guidée en tant que moyen pour apaiser sa soif de connaissances historiques.

La visite *ici* a permis à Pedro de confirmer ou d'infirmer des informations qu'il avait sur certains endroits :

> Par rapport au livre [Victus], entre les deux choses [le livre et la visite], oui. J'ai compris beaucoup de nuances entre les deux choses parce que, en fait, beaucoup de récits du livre apparaissent dans les visites qu'on a faites, précisément.

***

> La seule chose que je mets en relation avec l'Histoire est fausse : Agustina de Aragón, quand la rue là… (rue Bisbe) commence et il y a le balcon là… alors qu'en fait, [ce balcon] est fait plus tard, non ?

L'expérience de la visite guidée **complète les connaissances** que Pedro acquiert par ailleurs (par le biais de la littérature, par exemple). Elle nuance et dément des informations qu'il croyait vraies et qu'il transmettait à sa famille quand ils venaient le voir.

4.2. Le voyage *ailleurs* : « Le chemin est tracé »

Lorsqu'il voyage, il cherche également à connaître :

> Eh bien, de connaître des choses. Ça peut être des villes anciennes, typiques ou la nature, les montagnes, bien sûr. Et au passage faire des excursions, bien sûr. C'est pas seulement les voir, mais aussi, si c'est possible, s'y promener un peu, et voir les perspectives qu'il y a, l'horizon.

Pedro considère que **marcher est un moyen idéal pour connaître un lieu en profondeur** et accorde beaucoup d'importance à voir de ses propres yeux les choses, à **visiter et expérimenter lui-même** ce dont on lui a parlé :

> Sur la route de Manacor, il y avait comme des petits châteaux très beaux, et y'avait comme des ateliers d'artisanat, comme pour faire du verre, en soufflant. On pouvait aussi déguster les vins, mais ce qui était unique -parce que pour le reste tu peux le trouver partout-, c'était le verre. Et ça m'a fait très plaisir de voir ça en direct. On m'avait raconté comment ça marchait parce que j'ai des amis qui travaillent à Cornellà dans une usine de verre et ils soufflaient et faisaient des verres et des bouteilles et d'autres trucs.

Pour Pedro, **pouvoir dire *j'y ai été, j'ai fait cela*** est donc important et renforce la construction de souvenirs positifs :

> Quand on en a l'occasion, on montre des photos. Comme j'aime beaucoup la nature donc, surtout avant c'était plus difficile, maintenant c'est de plus en plus facile, photographier les chèvres sauvages et tout ça... Avant c'était plus difficile et, alors, prendre une bonne photo, c'était une réussite, positive, non ? Maintenant non, elles sont partout et se rapprochent des gens, depuis qu'il y a la protection de l'environnement. Elles n'ont plus peur, maintenant.

Pouvoir vivre quelque chose d'exceptionnel remplit Pedro de satisfaction et il prend plaisir à partager ce souvenir. Lorsqu'il voyage, il essaye de **s'adapter au rythme et aux manières de faire** des populations **locales** :

> Eh bien, les recommandations sont... « où que tu ailles, fais ce que tu vois faire » : déguster un peu, en plus des paysages et tout ça, il y a aussi la gastronomie et toutes les choses autochtones des lieux où tu vas. Ça, dans la limite des possibilités, je le recommande, bien sûr. J'aime bien le faire, j'aime bien le recommander aux autres, bien sûr.

Cela dit, Pedro voyage plutôt dans des destinations culturellement proches de lui : des régions en Espagne et ponctuellement en Italie. Il n'a donc pas été confronté à des écarts significatifs entre son mode de vie et celui des lieux qu'il visite.

En général, il n'a pas une grande liberté pour choisir sa destination de vacances. Il fait **toujours le même voyage pour des raisons familiales**. Ses beaux-parents habitant Granada, il est obligé d'y aller aussi souvent que possible, car ils sont très âgés et leur santé fragile. Il **aimerait** cependant **partir ailleurs** mais ce n'est pas possible tant qu'ils sont en vie :

> En général le chemin est tracé. Enfin, quand je peux je fais quelque chose de différent, mais en fait c'est difficile, non ? Tant qu'ils sont là… non…

Il est entraîné dans une situation à laquelle il ne peut pas échapper, qui ne lui permet pas d'envisager de voyager ailleurs qu'à Granada. Curieusement, même s'il ressent cette situation comme **une imposition**, comme un manque de liberté, cette ville andalouse reste néanmoins son **lieu préféré** au monde. Les raisons qu'il évoque ne sont pas liées à ses liens familiaux mais plutôt aux **atouts touristiques** de cette ville :

> Bon, c'est possible que [mon lieu préféré au monde soit] Granada. Eh bien, son climat, son paysage... Elle a aussi des monuments historiques...

Pedro parle donc de ses expériences de voyage ailleurs de deux manières : d'un côté, il se souvient avec beaucoup d'émotion de moments où il a été témoin d'événements marquants pour lui (la fabrication du verre) ou bien où il a réalisé quelque chose qu'il considère comme exceptionnelle (la photographie de la faune sauvage) ; de l'autre, les atouts patrimoniaux et paysagers des destinations (Granada, le Vatican…).

L'association entre expérience et émotion n'est pas réservée aux souvenirs de voyage. Pour Pedro, son moment de gloire est lié à une pratique (la course à pied) qui lui était quotidienne il y a quelques années. Ce moment correspond à sa participation en 1992 au marathon de Barcelone :

> Le marathon, en plus du parcours, rien que le fait de le faire, c'est… le fait de le finir c'est déjà une réussite, mais en plus, la date… la belle année de 92. C'est comme si c'était des préolympiques, disons, et après avoir fait les 42km 297 mètres, de faire

> deux tours du stade plein de gens… Un tour et demi ! Pour un amateur, tout ça… Ça fait partie des choses que l'on fait qui procurent une grande satisfaction, tu vois ?

Compte tenu de ces exemples cités par Pedro, nous pouvons constater que ses envies aussi bien pour visiter ici (par le biais d'une visite guidée) que pour voyager ailleurs (lorsqu'il peut choisir sa destination) répondent à une envie de connaître. Dans le cas de ses voyages ailleurs, il accorde beaucoup d'importance à la découverte par lui-même (voir de ses propres yeux), tandis que lorsqu'il visite Barcelone, il complète ses connaissances précédentes, les confirmant ou les infirmant. Dans toutes ses expériences de visite, la marche est le moyen privilégié d'accès au territoire (voir Tableau 13).

Tableau 13. Expérience de Pedro ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Marcher, idéal pour connaître en profondeur. Voir de ses propres yeux. J'y ai été, j'ai fait ça. Adaptation au rythme local (destinations de proximité culturelle). Même destination (famille), aimerait visiter ailleurs. Destination imposée vécue comme son lieu préféré au monde (atouts touristiques). Souvenirs émouvants.	Redécouvrir à pied des espaces maintes fois parcourus. Source d'apprentissage historique : anecdotes attachées aux lieux. Source limitée par les capacités de mémorisation (mélange de différentes visites des mêmes zones). Nuance, confirme, dément des idées reçues sur l'histoire des lieux.

Source : auteure, 2018.

5. Martí

Martí est un homme de 35 ans, photographe. Il est originaire de Tarragone, mais habite à Ciutat Vella depuis plusieurs années. Nous nous sommes rencontrés pendant mon observation de la visite *Barcelone, nocturne et criminelle*. Il a répondu au questionnaire et donné son adresse électronique et son autorisation pour être contacté. L'entretien a lieu six mois après la visite, par la voie téléphonique. Il organise également des visites guidées pour des groupes fermés. Nous avons pris le temps d'échanger sur ce dernier point également.

Martí participe de temps en temps à des visites guidées à Barcelone, notamment pour s'inspirer pour son activité de balades photographiques à Ciutat Vella. Il voyage beaucoup et assez fréquemment vers des destinations très lointaines (voir Figure 15) pour une longue durée. Normalement, il voyage en couple et les voyages sont semi-organisés. Avec sa copine, ils achètent

les vols aller et retour, un guide (imprimé), et improvisent un peu sur place en fonction de leurs envies du moment.

Figure 15. L'univers de Martí.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Il évoque Barcelone (où il réside) et la Catalogne (il est originaire de Tarragone, mais cite différents endroits) essentiellement au présent et comme faisant partie de sa sphère quotidienne (voir Figures 75 et 77, Annexe X). Les autres lieux sont cités au passé, comme le cadre de ses expériences touristiques. Le **caractère positif ou négatif des différentes expériences** (voir Figure 76, Annexe X) **citées dépend des émotions** ressenties (liberté, angoisse, etc.).

5.1. La visite ici : « Ce n'est pas nouveau parce qu'on habite ici »

Martí a participé à la visite de la *Barcelone, nocturne et criminelle* dans le cadre d'un anniversaire, où un groupe d'amis dont il fait partie ont offert cette visite à un ami historien et l'ont accompagné. Cohérente avec son nom, cette visite est nocturne. Elle s'est déroulée en juin dans le quartier Gòtic et le Raval (deux quartiers du district de Ciutat Vella, voir Carte 8) autour des affaires criminelles célèbres de la ville.

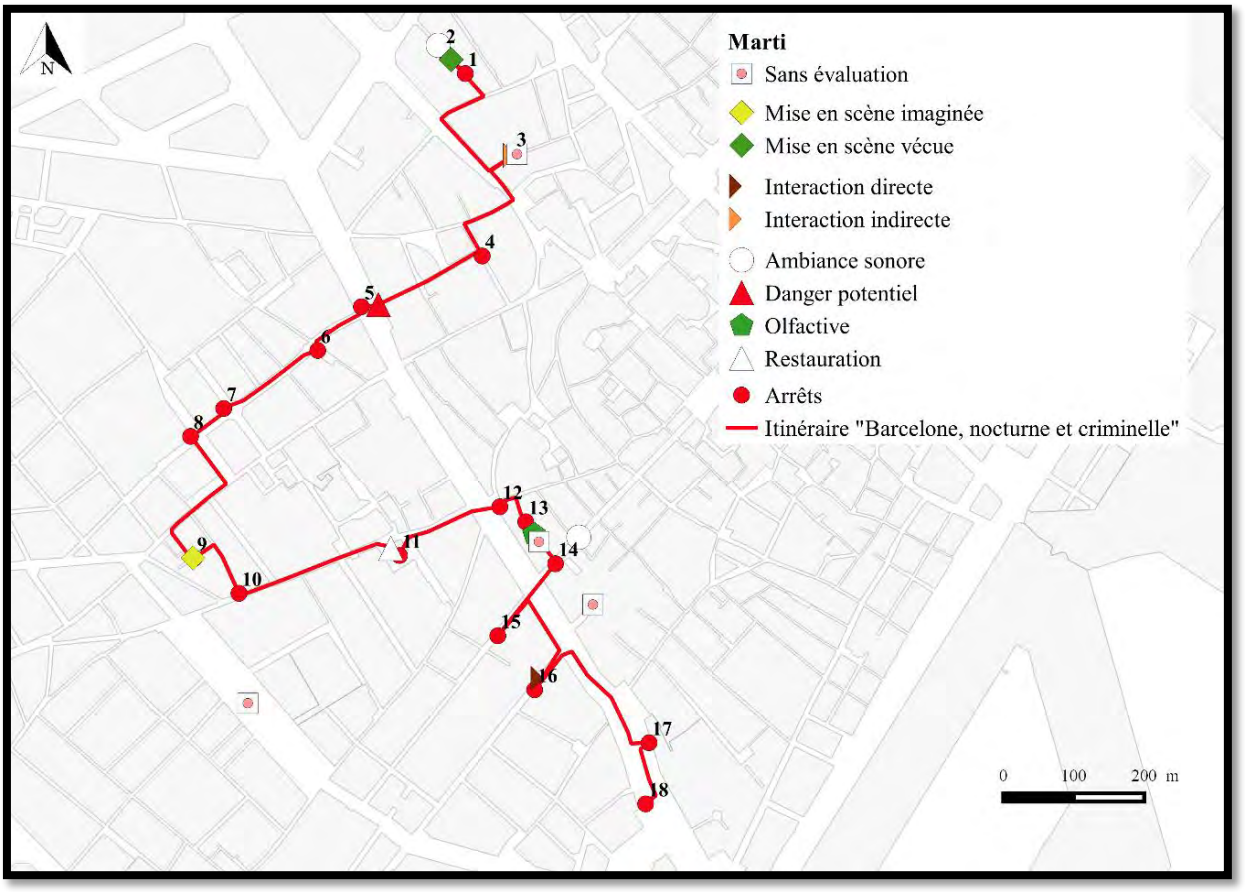
Au moment de choisir la visite guidée pour l'**offrir à son ami**, Martí a particulièrement été **attiré par le nom de l'activité** :

> Ça sort beaucoup de ce qui est peut-être une visite standard, non ? Bon, le titre, *Barcelone, nocturne et criminelle*... Normalement, on visite pendant la journée et on visite des choses jolies, non ? Et c'est justement le contraire et, bon, le contraste est toujours enrichissant.

Cette idée du contraste est intéressante, car elle revient vers la question de la redécouverte à partir des éléments insolites. Cette visite vise à **montrer le côté le plus moche de Barcelone**, non seulement les rues les plus sombres, mais également les événements les plus troubles. Elle ne se

penche pas sur la Barcelone qui donne envie de vivre, mais sur celle liée à des histoires effrayantes et c'est exactement cela qui a attiré Martí.

Carte 8. Contexte de l'expérience de Martí dans la visite sur les affaires criminelles à Barcelone (27/06/2014)



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN (2017), 2018.

L'**ambiance nocturne convient parfaitement à cette thématique**. Au tout début du parcours, alors que le guide finissait une histoire d'assassinat, un grand bruit est survenu, qui a fait sursauter les membres du groupe. Il était spontané, mais favorisait la « mise en scène vécue ». À un autre moment, au niveau de l'arrêt numéro neuf, le guide, pour expliquer l'histoire sordide de la vampiresse du Raval, a baissé le ton pour que les riverains ne l'entendent pas et ne s'aperçoivent pas qu'ils habitent dans les mêmes appartements que cette tueuse en série. Ce changement de ton a submergé le groupe dans une ambiance similaire à une réunion autour d'un feu de camp, où l'on raconte des histoires d'horreur (« Mise en scène imaginée »). D'autres éléments, comme des mauvaises odeurs (« ambiance olfactive ») ou des interactions essentiellement avec des personnes en état d'ébriété (« interaction directe », « interaction indirecte ») ont réussi à créer une **mise en scène sinistre** (voir Image 5).

Image 5. Groupe immergé dans l'ambiance nocturne des rues de Ciutat Vella.

Source : auteure, 27/06/2014.

Le témoignage de Martí montre que **des préjugés sont inévitablement attachés** à des **quartiers** précis. Lorsqu'il a vu le titre de la visite, il a immédiatement pensé qu'elle traverserait le Raval :

> Bon, je m'attendais notamment à ce qu'on aille au Raval, presque sûr, non ? Parce que... parce que... parce que... je sais pas, pour des questions… on l'appelle le quartier chinois, j'ai habité là-bas et, bon, on sait qu'il y a des histoires sombres aussi donc... bon, surtout aussi parce que c'est la zone ancienne et c'est où il y a peut-être aussi plus de mouvement et où il y a le mélange de classes populaires, classes aisées, des conflits d'intérêts dans tous les sens. Alors, bon, tu peux imaginer plus ou moins quel sera le parcours[61] [...] et bon, oui, plus ou moins c'est ce que j'attendais et beaucoup d'anecdotes, beaucoup de données, beaucoup de légende, aussi de réalité, bon... des choses toujours à cheval entre la réalité et la fiction, oui. On a beaucoup aimé, c'était... oui, agréable. C'est plus ou moins ce qu'on attendait, oui.

[61] Il fait un jeu de mots ici, mais c'est difficile à traduire. Pour voir la version originale de cette citation, voir l'Annexe XI.

Les préjugés concernant le Raval, dans le cas de Martí, viennent principalement du fait d'y avoir résidé. Il considère qu'il connait les enjeux qui se jouent au sein du quartier, les tensions, et il ne s'est pas trompé dans ses prévisions parce qu'une bonne partie de la visite s'est effectivement déroulée dans cette zone. Il connaissait le contexte sans trop connaître les détails :

> Certaines choses sont plus dans le domaine public et tout ça, mais je n'en connaissais pas la plupart et, bon, c'est vraiment très curieux.

Ainsi, la participation à cette visite guidée a permis à Martí de **redécouvrir une partie de la ville qu'il connait très bien du fait d'être résident** (avant du Raval et aujourd'hui du Gòtic, aussi parcouru lors de cette visite). À travers cette activité, il a eu accès à des détails qu'il n'avait jamais remarqués, mais surtout à un visage de la ville qu'il n'a pas l'habitude de voir mis en évidence. Cependant, il considère qu'il n'a pas mis une distance (temporelle et spatiale) assez importante encore comme pour regarder les rues du Raval, son ancien quartier, avec nostalgie. Il a des souvenirs de ces rues, mais ces **souvenirs** n'ont pas gagné de l'ampleur comme quelque chose idéalisée du passé. Pour lui, ils font partie de **son présent**, car ils se sont passés **dans des lieux aujourd'hui encore très proches**, voire quotidiens :

> Bien sûr, ce sont des rues où on passe souvent. [...] Bon, ce sont des quartiers qu'on parcourt très souvent, mais peut-être pas les petits coins par où on est passés. [...] Bon, oui, un peu du fait d'avoir vécu au Raval et tout ça, mais pas spécialement non plus non. [...] Bien sûr, qu'on le veuille ou pas, si c'était une visite qu'on faisait de temps en temps et on dit « wah, quand j'habitais ici... ». Ok, avant j'habitais au Raval et maintenant j'habite au Gòtic, je veux dire que ça ne fait pas aussi longtemps comme pour dire « wah, quelle époque ! » et tout ça. Plus ou moins, bien sûr qu'il y a des différences entre le Raval et le Gòtic, le Born... Il y a effectivement des nuances et des particularités pour chaque endroit, mais bon, plus ou moins ce n'est pas nouveau parce qu'on habite ici.

Martí reconnait qu'au-delà de la proximité entre différents quartiers chacun a sa propre personnalité et particularité. Cependant, il considère que **la nouveauté totale n'existe pas pour le résident lorsqu'il regarde les lieux où il réside**. Cela dit, il met en évidence l'importance de connaître les lieux à proximité de chez soi, même lorsqu'on les considère comme acquis. Pour lui, ils peuvent **cacher** autant **de mystères** que ceux qu'on cherche à découvrir volontiers lorsqu'on voyage ailleurs :

> Bon, […] pour la connaissance générale, pour m'instruire, pour la culture générale, par curiosité et parce que je crois que nous ne connaissons pas trop… en général, eh ? il y a de tout… Souvent, nous ne connaissons pas notre propre histoire, notre propre

> environnement, notre propre ville et, donc, je crois que... que, bon, que c'est aussi bien de découvrir, de connaître... Non seulement les lieux où on voyage, qu'on visite, mais également ceux qu'on a à côté de chez nous.

5.2. Le voyage ailleurs : « T'as parfois besoin de déconnecter des voyages »

Voyager a pour Martí une dimension émotionnelle. Cette dimension se traduit, entre autres, par les interactions avec l'Autre :

> Voyager pour moi c'est... C'est tellement de choses... Pour moi, voyager c'est tout. C'est-à-dire, voyager c'est... apprendre, connaître, expérimenter, voyager aussi vers soi-même, ce que représente… c'est, c'est, c'est, c'est comme tu te sens le mieux parfois. Tu te trouves toi-même. Tu sais, ces voyages introspectifs qui, aussi, t'aident beaucoup. C'est la meilleure façon aussi de se connaître l'un l'autre. Quand tu voyages, si tu veux vraiment connaître une personne, tu vas la connaître en voyageant, soit un ami, soit un parent, soit ta compagne. Par conséquent, pour moi c'est comme un cycle vital...

À travers l'expérience du voyage, **le sujet se montre tel qu'il est**. Le voyage favorise la transparence au sein du groupe, car, d'après Martí, dans cette situation nous ne pouvons qu'être nous-mêmes. En cohabitant vingt-quatre heures sur vingt-quatre et en étant confronté à des situations hors du quotidien, l'individu ne peut que se révéler dans toute son authenticité face aux autres membres du groupe. Cette réflexion est également valable pour **se redécouvrir soi-même** :

> Pour moi c'est ça, voyager c'est quand tu es toi, aussi plus heureux, plus entier… Surtout ça, quand tu connais des choses nouvelles et que tu essaies des choses nouvelles, cette curiosité qui est pour moi insatiable, et donc c'est quand ça te fait sentir plus vivant, plus réveillé, et plus entier, tu vois ?

Martí insiste sur cette idée de la mise à l'épreuve de soi-même face à de nouvelles situations et il adopte une vision très optimiste de cette expérience qui, pour lui, favorise l'ouverture d'esprit et l'épanouissement. Pour Martí, **le voyage stimule la curiosité et c'est parce qu'il y a la curiosité que le voyage peut avoir lieu**. Les deux se nourrissent l'un l'autre et remplissent l'individu qui ressort de l'expérience « plus vivant, plus réveillé, plus entier ».

Néanmoins, les épreuves auxquelles le visiteur est confronté sont parfois graves, comme le fait de devoir prendre soin de quelqu'un lorsque cette personne tombe malade pendant un voyage. C'est en des moments comme celui-ci que Martí a eu le désir de rentrer chez lui :

> Quand ma copine est tombée malade en Bolivie, dans des lieux très reculés […]. Bon, heureusement, on parlait la même langue […], mais, bon, tu es dans un endroit très... Bon, oui, on peut dire presque du Tiers Monde ou en conditions très différentes des

> nôtres et, évidemment, ce n'est pas le meilleur endroit pour tomber malade. Et, alors, dans des moments comme ça il y a des tensions, oui. Les nerfs lors des voyages… évidemment, quand je parle de voyager je parle de voyager genre pendant des mois, ok ?
>
> Parce que, oui, j'ai fait un voyage en Amérique du Sud de quatre mois et c'est très joli et l'expérience qui reste est très jolie, mais, quand le voyage se transforme en routine, c'est-à-dire, il devient presque un travail, un emploi, donc évidemment aussi il y a des moments de nerfs et de… et de… et de problèmes. À ce moment-là, peut-être de routine en dehors de la maison, c'est quand tu dis « j'aimerais être chez moi » [...]. Peut-être ça, en général, ce serait ce moment de tension, de gêne, de maladie et le fait de ne pas être chez toi […]. Si, quand tu es chez toi [être malade] est déjà gênant, alors imagine en dehors de… la maison [...]. Et en plus ça a duré une semaine et dans des conditions [...] en Bolivie, bien sûr, donc sur les plateaux, le corps ressent beaucoup et ces choses de la santé… Nerfs et souffrance, voilà.

Il constate que, même après toute cette tension, ce qui reste est une « jolie » expérience, les difficultés contribuant à donner de **l'intensité** et **favorisant son souvenir après le temps**. Martí évoque également une question intéressante lorsqu'il parle de la durée d'un voyage. Il considère que, lorsqu'il réalise un voyage de quelques mois, une routine s'installe et l'expérience n'est plus extraordinaire, parfois elle est même perçue comme « un travail ». Pour lui, c'est justement **lorsque le voyage perd ses airs d'exceptionnalité que les tensions et les conflits ressortent** d'une manière plus évidente.

Suivant cette idée, Martí explique que tous les bénéfices que le voyageur éprouve à la suite de son expérience du voyage ne sont perçus comme positifs que si le voyage se termine, si le voyageur rentre chez lui. **Le retour** constitue pour Martí une **étape nécessaire du voyage**, car, sans elle, l'individu n'aurait pas l'opportunité de faire une évaluation de celui-ci :

> C'est toujours bon de rentrer, hein ? Moi, passer un an [en vacances], bien sûr que ça me plairait, mais… J'aime les voyages en profondeur, mais de temps en temps, ce retour à la maison permet d'assimiler […] parce que parfois, quand tu t'en vas pour ces voyages tu dis « aller, je vais faire un an, ou je vais faire 3 mois ou 4 mois », des voyages plus longs que d'habitude, mais t'as besoin parfois de déconnecter des voyages. Bon, […] c'est un peu antagonique, non ? De dire « c'est ce qui me plait le plus, mais j'ai besoin de m'arrêter de temps en temps », non ? Donc c'est bien d'avoir cette connexion avec la vraie vie, non ? Parce qu'au fond c'est irréel. Tu ne peux pas être… Bon, si tu peux. Tu peux faire ta vie autour des voyages, mais bon, la routine de ton quotidien t'aide parfois à assimiler aussi tout ce que [tu vis]...

Martí défend ici que **la déconnection du voyage est aussi importante que le voyage lui-même**, car elle permet de conserver le lien avec ce qu'il appelle la vie réelle. Le choix de cet adjectif est

intéressant, car il donne un sens particulier au voyage, l'éloignant de la réalité pour le rapprocher du rêve. Après le rêve arrive le réveil. De la même manière, pour apprécier les bienfaits de la déconnexion, Martí explique qu'il faut savoir renouer avec sa vie quotidienne.

En qualité de photographe, Martí prend énormément de photos pendant ses voyages et souhaite les valoriser : « 4000 ou 5000 photographies [...], j'ai l'intention que les photos sortent à un moment ou un autre, de les mettre en lumière ». Il repousse constamment la tâche de trier les meilleures images : « De temps en temps dire "aller, maintenant j'ai un moment", mais comme c'est plutôt du loisir c'est compliqué de trouver ces moments ». Ainsi, le moment où Martí les regardera et repensera à son voyage est également repoussé. Ce moment relève finalement d'un choix, d'une **volonté de consacrer un temps à revivre des instants du voyage**. Comme ce n'est pas obligatoire de le faire, d'après Martí, **le voyageur peut choisir de prendre ce temps ou non**, ce qui conditionne la manière dont l'expérience du voyage est appréhendée ainsi que les traces tangibles de ce voyage après le temps.

Au-delà des images, les souvenirs (objets) constituent d'autres traces tangibles permettant au voyageur de revivre quelques instants de ses expériences ailleurs. Martí collectionne des magnets, mais décrit ces magnets comme une sorte de médaille et sa collection (ou **l'achat de souvenirs** plus généralement) comme une **pratique égocentrique** dont l'individu a besoin pour montrer où il est allé.

Parmi les lieux où Martí est allé, il se souvient particulièrement du Mexique, car il attache ce pays au **souvenir d'un sentiment de liberté immense** :

> Écoute, pour moi, l'un des meilleurs moments de ma vie est au Mexique, dans un village... pas quasi abandonné, mais de ceux presque du *Far West*, où des films ont été tournés, il faisait très froid... Bon, très... très *Malboro country*. Pour que tu puisses l'imaginer : des montagnes, un petit village là-haut, étroit, tu pouvais louer des chevaux. On a loué des chevaux et on est allés faire un tour de deux ou trois heures dans un état de liberté presque totale. Ce n'était pas le tour que tu fais ici à cheval où tu es avec le guide et ne fais presque rien, presque ennuyant. Là, avec le cheval à fond dans les montagnes et, après, bon, un moment de liberté et de satisfaction unique, non ? De faire ce genre de chose où tu dis « wow, je ne sais pas si je pourrai revivre ça encore une fois ». […] En bonne compagnie, en passant un très bon moment et, bon, […] en profitant de la vie au maximum.

Ce qui fait de ce voyage une expérience inoubliable pour Martí relève des émotions éprouvées (la liberté, la satisfaction, la sensation d'aventure, le sentiment de vivre un moment unique,

l'amusement, « profiter de la vie au maximum »). Cette **dimension émotionnelle dépasse l'activité et investit également le lieu**, car depuis cette expérience, pour Martí, le Mexique est notamment synonyme de liberté.

Une expérience de voyage réussie pour Martí est composée de différents éléments, certains relevant des émotions vécues en lien avec les activités réalisées pendant le séjour, d'autres en lien avec les personnes et les lieux avec lesquels il interagit :

> Un jour de voyage idéal... D'abord, avoir bien dormi, s'être reposé et dire « aujourd'hui je me lève et je suis à fond ! ». Ça c'est le plus important, pas vrai ? De dire, wouah, aujourd'hui je vais croquer la vie à pleines dents ! Cette sensation est, pour moi... […] on ne peut pas mieux commencer la journée. Après, un bon petit-déjeuner, […] je sais pas, devant la mer, par exemple, avec un journal. Après, par exemple, aller faire du surf. […] dans un lieu agréable, pas du genre « mon Dieu, d'ici... je ne vais pas sortir vivant » (il rit). Donc, voilà, [...] deux heures de surf. Après, bon, un petit bain, de bons fruits de mer à la plage ou un bon poisson avec du bon vin et en bonne compagnie. Eh... Après tu t'en vas à l'auberge ou quoi que ce soit pour te reposer, faire une bonne sieste. Ehmm.. Bon, un peu de sexe ce serait bien aussi (il rit). Après, eh... une bonne douche, une promenade […]. Si, dans ce cas, on parle de la côte donc voilà, faire de bonnes photos, sortir se promener, rencontrer des gens locaux, écouter leurs histoires, leur quotidien, leurs traditions, leurs folies, leur histoire, leur culture. Un diner avec eux aussi, par exemple, un diner local, gouter des choses nouvelles et, après, une bonne fête et une soirée dansante. Je crois qu'avec ça... ce serait (il rit)... C'est l'idéal.

La première **condition pour la réussite d'une expérience touristique** d'après Martí repose sur **l'état d'esprit du voyageur** : se sentir prêt à tout, être « à fond ! ». Cet état mental conditionne la manière dont toutes les actions et les situations auxquelles il sera confronté seront vécues. Ensuite, d'autres éléments jouent un rôle aussi : la tranquillité, le contact avec la mer (en tant que symbole vecteur d'émotions et qu'objet à photographier), le fait de voyager en couple, etc. Finalement, le contact avec **la population locale**, la possibilité de **partager des moments privilégiés avec eux ou d'avoir accès à leur mode de vie** constitue pour Martí une dimension nécessaire à la réussite du voyage.

Lorsqu'il voyage en tant que touriste de manière évidente (par ses **attributs**, tels que le fait de « se promener avec son appareil photo »), ce lien de proximité avec la population locale n'est pas aussi facilement créé :

> C'est ce qu'on est, hein, des touristes ? Tu tentes d'échapper au maximum de la stigmatisation du touriste, non ? En plus, nous, on ne peut pas être encore plus stigmatisés dehors, parce qu'on se promène avec l'appareil photo tout le temps, et

> c'est ça le symbole, tu vois ? […] Mais on essaie de fuir de ces images et d'essayer, donc, de connaitre mieux, le plus possible, les gens et la culture.

La réussite d'une expérience touristique pour Martí est assujettie au fait de pouvoir s'immerger en quelque sorte dans la vie quotidienne du lieu : « Évidemment, tout ça à l'intérieur des barrières qui existent, entre le local et le voyageur ou le touriste ».

Outre les interactions avec la population locale, Martí soulève l'importance des relations au sein du groupe touristique. Il considère que **la meilleure manière de connaître vraiment quelqu'un est de voyager avec lui**. Ainsi, les relations avec les autres membres du groupe constituent des composantes essentielles de l'expérience du voyage et **transcendent cette expérience**. L'opinion que Martí se fait des personnes avec lesquelles il a voyagé est en grande partie nourrie par la suite de l'expérience du voyage qu'ils ont réalisé ensemble.

Toutes les interactions à tous les niveaux (à l'intérieur de soi-même, au sein du groupe, avec la population locale) constituent des composantes essentielles du voyage d'après Martí et leur vécu (fluide, conflictuel, etc.) conditionne inéluctablement l'expérience sur le moment et les représentations et émotions attachées à cette expérience et aux lieux visités lorsqu'il leur donne du sens après le temps.

Martí s'intéresse notamment aux destinations lui permettant de **rencontrer des modes de vie très différents** au sien :

> Voyager évidemment toujours vers des lieux différents et plus ils sont différents mieux c'est, le plus différent de notre culture le plus enrichissant c'est, […] aussi bien proche que loin.

La **différence** est **plus importante** pour lui **que la distance**. Néanmoins, il avoue être **attiré par des destinations lointaines** :

> Évidemment les grands voyages sont toujours plus attirants, d'aller à l'autre bout du monde et d'aller au sud-est asiatique ou en Amérique du Sud.

La distance, pour lui, permet l'accès à l'altérité plus facilement que la proximité, même s'il considère qu'une expérience profonde peut avoir lieu dans des contextes plus proches.

Dans le cadre des visites guidées *ici*, Martí cherche à connaître, au sens d'acquérir des notions culturelles et historiques. Lorsqu'il voyage *ailleurs*, la connaissance qu'il vise est plutôt

émotionnelle (la redécouverte de soi-même et des personnes qui voyagent avec lui, la rencontre avec la population locale de la destination).

La mise en scène est clef pour la réussite des deux types d'expériences : les quartiers et l'horaire choisis pour la visite guidée à Barcelone favorisaient une ambiance sinistre ; le paysage type *Far West* de son tour à cheval au Mexique encadrait parfaitement un sentiment de liberté immense.

Toutes ses expériences de visite sont **hybrides, entre travail et loisirs** : les visites guidées de Barcelone inspirent sa propre activité ; il ne peut pas s'empêcher de photographier pendant ses voyages et souhaite valoriser ces images un jour.

Le Tableau 14 résume les principales idées évoquées par Martí :

Tableau 14. Expérience de Martí ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Ambiance autonome, liberté. Se reconnaître, reconnaître et rencontrer. Le voyage, moteur de la curiosité et la curiosité à l'origine du voyage. En profondeur (durée, introspection, intensité), plus facilement mémorable. Transcendance vers les lieux. Réussite : prêt à tout, interaction avec les locaux (dépasser les barrières local-touriste). Voyage trop long : routine, tensions plus évidentes. Le retour, étape nécessaire du voyage (évaluation). Temps de revivre le voyage (choix). Différence (distance). Souvenirs (objets), pratique égocentrique. Hybride, entre travail et loisirs (photographe).	Ambiance sinistre correspondant à la thématique. Cadeau pour un ami (accompagner quelqu'un). Titre atypique (valorisation du moche). Lieu de résidence, jamais complètement nouveau. Proximité et familiarité très intense avec les lieux (pas de nostalgie). Redécouverte des lieux connus (détails). Toujours des mystères cachés à découvrir dans une grande ville. Zone parcourue imaginée (attentes spatiales et préjugés). Inspiration pour son activité professionnelle.

Source : auteure, 2018.

6. Carolina

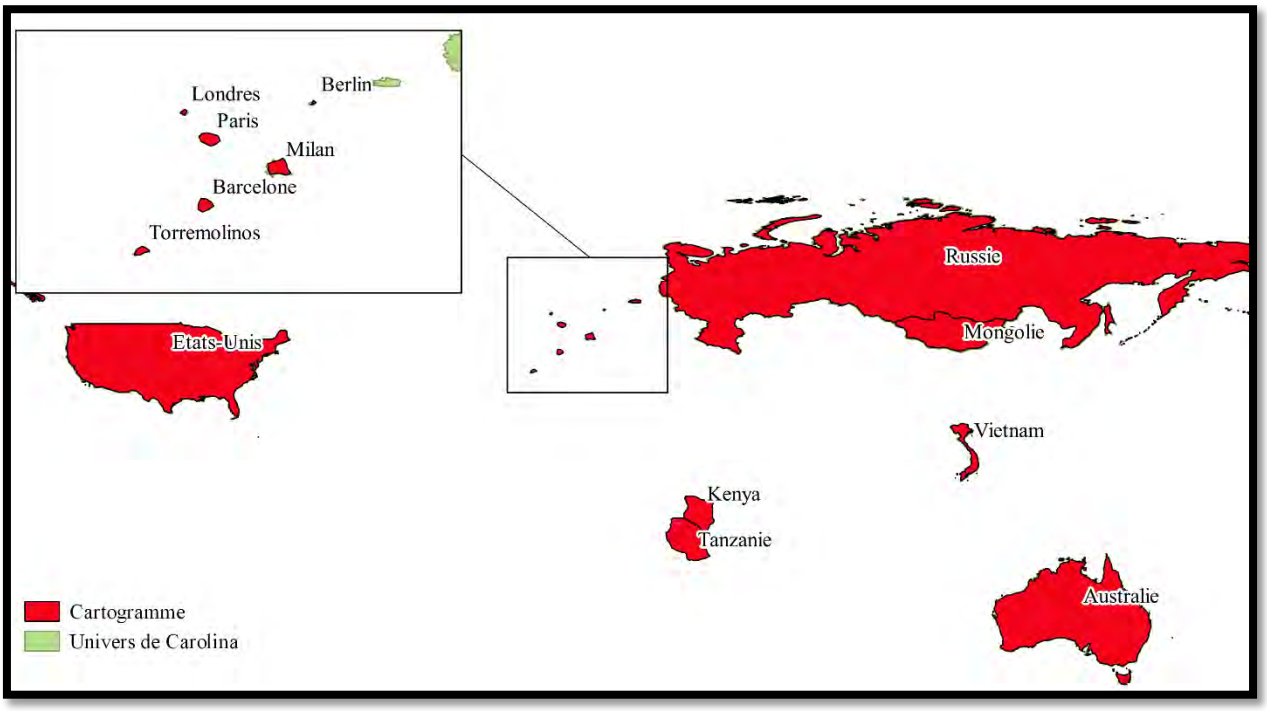
Carolina est une femme de 55 ans, chercheuse. Elle a répondu à un appel à participation lancé en 2015. Elle n'a pas reçu mon email directement, mais quelqu'un de son entourage l'a reçu et lui a renvoyé pensant qu'elle pourrait y répondre. L'entretien a eu lieu en janvier 2015. Elle participe de temps en temps à des visites guidées à Barcelone, quand une thématique intéressante est

proposée. Elle a notamment partagé ici son expérience lors d'une visite sur l'histoire de Las Ramblas quelques mois plus tôt.

Elle n'habite pas la ville de Barcelone, mais y va très souvent pour ses loisirs quotidiens (se promener, faire du shopping, aller au restaurant, etc.). En général, elle fait un grand voyage par an. Sans enfants, elle affirme que sa situation économique lui permet de le faire. Employée à l'université, elle est obligée à voyager en saison (été ou Noël).

L'étendue de l'univers qu'elle partage lors de son témoignage comprend presque tous les continents (voir Figure 16).

Figure 16. L'univers de Carolina.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Barcelone est évoquée comme un lieu quotidien (voir Figure 56, Annexe X), et citée au présent (voir Figure 54, Annexe X). Paris et Milan sont des destinations de voyages mais également des lieux où elle a résidé. Le reste de lieux cités ont fait l'objet de différents voyages et Carolina s'y réfère généralement au passé. La Russie est une exception : elle est citée au passé lorsque Carolina parle d'une escale à l'aéroport de Moscou ; elle est évoquée au futur quand elle parle de son voyage rêvé (le Transsibérien).

Les références concernant les États-Unis, l'Australie, le Kenya, Berlin et Barcelone sont plutôt positives (voir Figure 55, Annexe X). La Tanzanie et la Russie sont la scène d'expériences plutôt

négatives. Elle ne montre pas d'opinion particulière par rapport aux autres lieux cités. Les raisons derrière les expériences négatives qu'elle partage ne sont pas directement liées aux caractéristiques de ces pays. En Tanzanie, elle n'a pas aimé le guide qu'elle a eu, elle avait l'impression qu'il ne connaissait pas bien ce pays :

> La partie au Kenya a été très bien mais la Tanzanie a été un échec, bon, on nous a fait faire beaucoup de kilomètres et des kilomètres de haut en bas pour rien.

En Russie, elle a seulement été à l'aéroport de Moscou, où elle a fait une escale de 12 heures :

> Une escale à l'aéroport de Moscou, environ 12 heures… Bon, on ne savait plus comment nous installer. On n'a pas pris le visa pour la Russie et, donc, on n'a pas pu sortir de l'aéroport. Il n'y avait pas d'autre choix de combinaison de vols. […] 12 heures à l'aéroport de Moscou, je ne le souhaite à personne. [...] Au final, il y avait quatre bars et on les avait tous parcourus, on avait consommé et on s'ennuyait. Au final, on a fini par s'allonger, parce qu'on avait un tapis de montagne, des couvertures thermiques, par terre et on a dormi par terre. [...] Un drame, horrible, horrible.

6.1. La visite *ici* : « Je peux ensuite moi-même expliquer bien mieux ma ville »

La visite de Las Ramblas à laquelle Carolina a participé parcourait cette artère barcelonaise depuis la Place Catalunya jusqu'à la mer à travers son histoire (voir Carte 10). Elle a offert cette activité à sa sœur comme cadeau pour les Rois Mages, l'a accompagnée pendant la visite et ensuite pour un déjeuner :

> Ma sœur avait envie de faire une activité comme ça donc « tiens, donc comme je sais que je peux t'offrir ça pour la fête des Rois, une sortie et un dîner après... ». Oui oui, il me semble que ça s'est passé comme ça. C'est ça le cadeau des Rois que j'ai fait à ma sœur. Et ça consistait en cette sortie, qui coûte entre 8 et 10 € par personne… Ça dépend de la sortie. L'autre fois, ça a coûté 9€ et il me semble que plus ou moins, ça représente deux heures.

L'envie principale ici pour Carolina était de passer une bonne journée avec sa sœur à Barcelone. Pour elle, dans ce cas-là, **la visite guidée est un passe-temps comme un autre**, comme aller au cinéma ou lire un livre, un moyen de remplir son temps libre en se faisant plaisir.

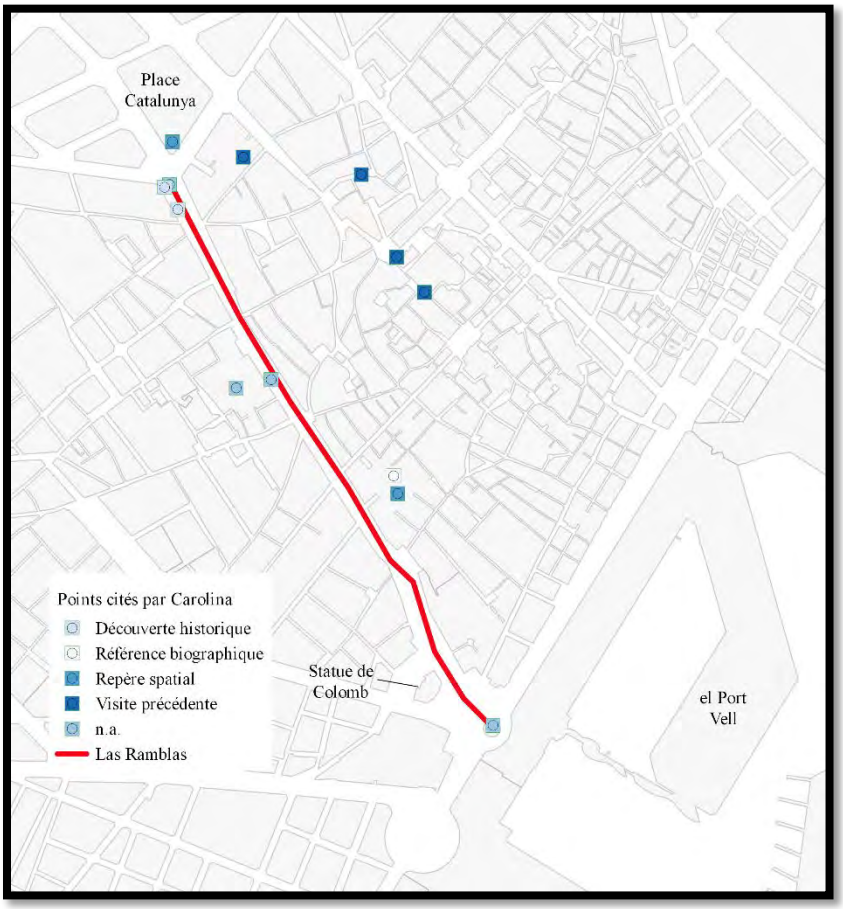
Il s'agit aussi pour elle d'un outil pour apprécier mieux une ville qu'elle connait très bien. Pouvoir être accompagnée d'un guide permet de l'interroger directement. **Connaître l'histoire de la ville renforce pour Carolina ses liens avec celle-ci** :

> Eh bien, parce que tout ça t'aide à mieux le connaitre, à mieux l'apprécier, et surtout, j'aime beaucoup parce que comme parfois j'ai des visites de personnes de dehors, et bien je peux ensuite moi-même leur expliquer bien mieux ma ville, et en vérité,

comme j'aime ça, et bien j'en profite aussi, tant quand j'apprends à la connaitre que quand je peux ensuite l'expliquer.

Elle revendique ainsi son **rôle d'ambassadrice**. Lorsqu'elle reçoit des amis d'ailleurs, elle les accompagne et joue le rôle du guide.

Carte 9. Visite guidée à la Rambla et lieux cités par Carolina (visite non observée)



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques téléchargées de CartoBCN,(2017)), 2018.

Du fait de son niveau culturel (d'avoir fait des études d'histoire) et de son métier (professeur d'université), elle considère qu'elle a une connaissance assez approfondie de Barcelone. Pourtant, elle parvient à découvrir de nouveaux endroits à chaque visite et **se surprend car il s'agit de zones où elle passe très fréquemment** :

> […] J'ignorais que la première université de Barcelone était juste là au milieu de Las Ramblas. En plus, elle fermait du côté de Place Catalunya et je n'en avais aucune idée. On nous a montré aussi des gravures et tout ça. Pour cette raison, on l'appelle la Rambla dels Estudis (Rambla des Études), parce que dans ce morceau là-haut il y avait l'université. En 1714, c'est quand l'Université de Barcelone a été démolie et, moi, de ça, je n'avais strictement aucune idée. Je savais que l'Université avait été

> ailleurs mais… qu'elle était à Cervera seulement parce que cette ville avait collaboré avec Philippe V, mais je ne savais rien de tout ça.
>
> […] J'ai découvert aussi un passage à côté de la Place Reial, un passage commercial comme ceux qu'on trouve à Milan et Paris, etc. Ceux qui sont comme […] intérieurs, comme une petite ruelle couverte à laquelle je n'avais jamais fait attention et pourtant j'y vais […]. Il y a un club de jazz là-bas, le Djamboree, à côté de ces lieux et je n'avais jamais fait attention. Il y a une grille et on ne peut pas y passer facilement parce que c'est genre fermé mais on peut le voir parfaitement de la rue.

Carolina est très surprise d'avoir cette capacité de découverte sur des lieux et des thématiques qui lui sont très familiers. Elle est d'abord étonnée. Elle remarque ensuite que le guide ne se centre pas sur une seule période ni une seule question, qu'il passe d'une chose à une autre. **La visite est construite** alors **à partir d'un enchaînement de curiosités et d'anecdotes dont le tronc commun est la rue** (Las Ramblas), et les bâtiments autour (existants et disparus). La diversité de questions abordées explique cette capacité de découverte et d'apprentissage.

Comme il s'agit de lieux très familiers, Carolina ne voit pas la nécessité de prendre des photos pendant la visite :

> Je n'ai fait aucune photo parce que ce sont des endroits où je passe souvent, donc j'ai pas besoin de faire des photos, en vrai. Non. Je suppose que si on avait été dans un autre endroit, là peut être que oui, mais comme c'était ici je sais pas, et en fait je n'avais pas d'appareil photo. L'autre fois non plus, remarque, je n'avais pas eu l'idée de prendre l'appareil et comme mon téléphone ne fait pas de superbes photos… Ma sœur non plus n'a pas fait de photo, et, elle, elle avait pris son appareil, maintenant que j'y pense, parce qu'après, quand on est allées manger quelque chose elle a fait des photos, alors que de la sortie non, parce que, bon, comme ce sont des endroits où on va souvent parce qu'on est de Barcelone, et bien non...

Elle s'exprime ici en termes de nécessité. Lorsque les **lieux sont trop connus, elle considère que la prise de photos n'est pas nécessaire car elle pourra revenir** vers ces lieux quand elle le voudra. C'est aussi cette possibilité d'y retourner qui définit l'extrême familiarité entre Carolina et le centre-ville de Barcelone. Les lieux familiers sont redécouverts à travers la visite guidée, mais aucun souvenir tangible (comme les photographies) n'est nécessaire du fait de leur proximité géographique et de leur facile accessibilité.

6.2. Le voyage *ailleurs* : « S'assoir quelque part et regarder passer la vie »

Carolina voyage souvent vers des destinations lointaines. Elle est enseignante et n'a donc de disponibilités qu'en été. Pour cela, elle réserve longtemps à l'avance afin de minimiser les coûts du transport, notamment lorsqu'elle planifie de prendre l'avion :

> Je m'organise normalement à l'avance, parce que j'ai la théorie que les vols, si on les prend à l'avance, ils sont moins chers et qu'à la dernière minute… Cette histoire qu'à la dernière minute tu trouves je ne sais pas quoi, il faut que cela soit en accord avec tes jours de vacances, avec ce que tu veux et tout ça. Alors, [...] je comprends qu'une personne à la retraite, par exemple, ou qui n'a pas d'horaires de travail ou des jours fixes de vacances, fantastique ! Mais, autrement, seulement les jours qui te conviennent… Pour ces jours il n'y a rien et le vol qui te convient c'est pour rentrer trois jours plus tard […]. Je n'aime pas.

Elle vit l'**organisation du temps travail-vacances comme une contrainte**. Son temps est structuré d'une façon tellement rigide qu'elle se sent dans l'obligation d'organiser ses voyages toujours longtemps à l'avance. On constate qu'elle aime bien voyager vers des **destinations très diverses et différentes** à chaque fois (ce qui explique que les entités de son cartogramme et de son univers soient assez similaires en taille, voir

Figure 16) :

> Normalement, comme j'aime bien voyager, je préfère investir l'argent dans des voyages plus ou moins lointains au lieu d'avoir un appartement à la plage ou à la montagne, comme la plupart de gens ont. Peut-être que c'est parce que je n'ai pas d'enfants, des petits, rien, pour les balader par monts et vaux. Si je vais avec des amis ou avec mon conjoint, quand j'en ai eu, c'est bien tout. C'est-à-dire, je voyage normalement soit en Espagne, soit à l'étranger ou... A l'étranger, en fait, en Europe aussi mais, bon, j'ai été en Australie, j'ai été en Afrique, dans différents pays de l'Amérique aussi, enfin…

Carolina s'intéresse à la découverte de destinations différentes à chaque fois. Elle s'interroge toutefois sur **ce qu'elle ferait si sa situation était autre**, si elle avait des enfants. Tout ce qu'elle sait c'est que, malgré les contraintes temporelles de son métier, elle a la **liberté** de choisir de bouger ou de ne pas bouger, d'aller ici ou là, ce qui lui offre des **possibilités infinies**.

Elle préfère effectivement organiser son voyage de manière autonome. Lorsqu'elle visite des **destinations plus « exotiques »**, elle trouve néanmoins plus pratique de se laisser porter en participant à un **voyage organisé** par une agence de voyages spécialisée :

> Si je fais la touriste dans des endroits paumés, et bien oui, [...] par exemple, quand je suis allée en Patagonie… [...] je ne me souviens pas si on a pris un guide... Ah, oui oui, on a aussi pris une... une sortie de celles qui sont commentées pour aller voir le Perito Moreno, parce que, bon, t'as aussi besoin d'une certaine infrastructure. [...] Si c'est un pays exotique, et bien alors ça doit aussi être au rythme [du groupe], surtout si c'est un voyage organisé, évidemment, c'est normalement c'qu'il faut faire, tu ne choisis pas tout de ton côté.

Voyager avec un groupe de manière organisée impacte bien sûr l'autonomie de l'individu, sa liberté de déplacement et le rythme de son voyage. Carolina a été dans ces cas obligée de suivre les horaires imposés afin de participer aux activités prévues. Elle pense que c'est parfois nécessaire de voyager de cette manière afin de pouvoir accéder plus facilement à certains endroits un peu isolés. Ainsi, **le voyageur en voyage organisé est paradoxalement à la fois contraint et libéré**. D'après l'expérience de Carolina, elle est obligée de suivre, mais en même temps elle n'y arriverait pas autrement.

Sur place, à destination, Caroline adore **observer la vie quotidienne des gens** qui passent devant ses yeux pendant qu'elle dessine. Dessiner est pour elle une stratégie pour l'obliger à s'arrêter et observer. Cet exercice favorise son immersion dans les lieux qu'elle visite, aussi « exotiques » soient-ils :

> Bon, normalement, j'ai sur moi un Moleskine et je prends des notes […] des détails pratiques. Avant, anciennement, je tenais un journal, « aujourd'hui on est allé ici, ceci cela ». Tout ça. Mais ça m'a passé aussi cette envie-là. J'aime beaucoup dessiner. Alors, d'habitude, avec le Moleskine, je fais peut-être un dessin d'un lieu pendant que je prends un café […]. Ça m'oblige à me concentrer sur les choses parce que... je suis quelqu'un d'assez dissipée, je regarde ici et là, et je me suis rendue compte que je ratais plein de choses parce que je ne faisais pas attention. Arrêter le temps ou prendre le temps en faisant des croquis ou quelque chose, ça te fait te concentrer et tu es plus encore dans l'endroit.
>
> Je ne sais pas d'où je sors cette phrase, mais je l'ai répétée plusieurs fois après et les gens pensent qu'elle est de moi : « S'assoir quelque part et regarder passer la vie », ça vous dit quelque chose ? En fait, j'aime beaucoup tous ces lieux exotiques, comme le Vietnam ou l'Afrique, […] t'assoir à un endroit, […] pendant que tu dessines n'importe quoi, pour regarder défiler la vie devant tes yeux. Voir passer la vie du pays, des gens qui font, des gens qui arrêtent de faire. J'aime ça.

Carolina observe « la vie passer devant ses yeux ». Les sensations constituent des éléments importants dans son témoignage. Elle faisait ici référence à la vue et au sentiment d'immersion

résultant de cette action (« tu es plus encore dans l'endroit »). Lorsqu'elle a visité l'Australie, elle a été **intensément impressionnée par ce qu'elle a physiquement expérimenté** :

> J'ai beaucoup aimé l'Australie, et surtout la zone, là, des coraux, la chose des récifs et des îles qu'ils appellent les White Islands, qui ont des plages d'un sable blanc qui ressemble… qui ressemble à du talc ! Enfin, tu poses le pied dessus et ça fait pssssst, comme si c'était du talc… C'est quelque chose… Bon, et des arbres millénaires avec des branches impressionnantes, l'Australie m'a beaucoup impressionnée. J'en ai un souvenir super bon, de l'Australie, par exemple.

L'expérience de marcher sur le sable des plages australiennes passe évidemment par les sensations (la vue, le toucher, le son…). Les **sensations** renvoient à la **dimension physique, corporelle, de l'expérience**. Elles sont **imprégnées d'émotions** : elle a été très « impressionné ». Cela favorise que cette situation soit devenue un instant mémorable.

Carolina vit l'expérience du voyage ailleurs comme un **événement multidirectionnel**. Elle voyage dans l'espace (destination « exotique »), dans le temps (changer de rythme), mais également vers elle-même :

> Voyager, pour moi c'est voyager dans l'espace, surtout si tu vas dans un pays du tiers monde, et là c'est aussi un voyage à l'intérieur de toi même, parce que je trouve que normalement pendant les voyages il se passe toujours quelque chose. Avec les potes tu peux avoir des problèmes, ou pas, avec les gens, je sais pas, que tu croises, ils t'aident à te connaitre aussi toi-même. Je pense que les voyages te font grandir.

Après le voyage, quand elle développe ses photos, les regarde, les range dans des albums, tout cela lui permet de prolonger son voyage. Ce sont quelques jours de plus où elle est **physiquement rentrée,** mais **psychologiquement ailleurs** :

> J'aimais beaucoup faire l'album photo en rentrant, ça, les coller, mettre des commentaires et tout, tu vois ? Ça prolongeait le voyage un peu plus, quelques jours de plus.

Carolina est une voyageuse expérimentée, qui aime particulièrement les lieux, soit « un peu sauvages », soit à l'intérieur d'« une ville avec de la culture ». Elle aime bien bouger : « Rien faire pour dire de rien faire, le doux farniente, c'est pas pour moi ». En ce sens, il est compréhensible qu'elle s'intéresse aux visites guidées à Barcelone comme une forme de loisir, de passer le temps en bonne compagnie et, de passage, d'apprendre et de découvrir des coins cachés.

Elle utilise ce qu'elle apprend lors des visites pour transmettre son regard de la ville à ses visiteurs. Ces visites constituent alors une source intéressante d'informations. Les voyages ailleurs sont

vécus comme un moyen pour grandir personnellement et ouvrir son esprit. Elle ne partage pas beaucoup ses expériences ailleurs, seulement des informations pratiques avec ceux qui lui demandent. Ce qui lui plait lors de ses voyages est de s'asseoir dans un coin et rester spectatrice, notamment dans des lieux très éloignés culturellement de ses origines.

Le Tableau 15 résume les principales idées évoquées par Carolina :

Tableau 15. Expérience de Carolina ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Voyage en saison (contrainte de l'organisation du temps travail-vacances) Destinations diverses et différentes (nouveauté) La situation personnelle (célibataire, sans enfants) conditionne les possibilités. Le voyageur en voyage organisé : à la fois contraint et libéré. Observer la vie quotidienne de la destination. Intensément impressionnée par l'expérience corporelle. Voyage multidirectionnel : dans l'espace, dans le temps, vers soi-même. Traitement de photos, prolongation du voyage.	Visite guidée comme passe-temps, loisir. Connaître l'histoire de la ville : l'apprécier, renforcer les liens et l'expliquer (ambassadrice). Redécouverte de lieux par lesquelles on passe fréquemment. Visite guidée, enchaînement de curiosités et anecdotes diverses dont le tronc commun est la rue. Pas de photos, les lieux proches sont accessibles pour une visite ultérieure.

Source : auteure, 2018.

***

Carlos et Gloria

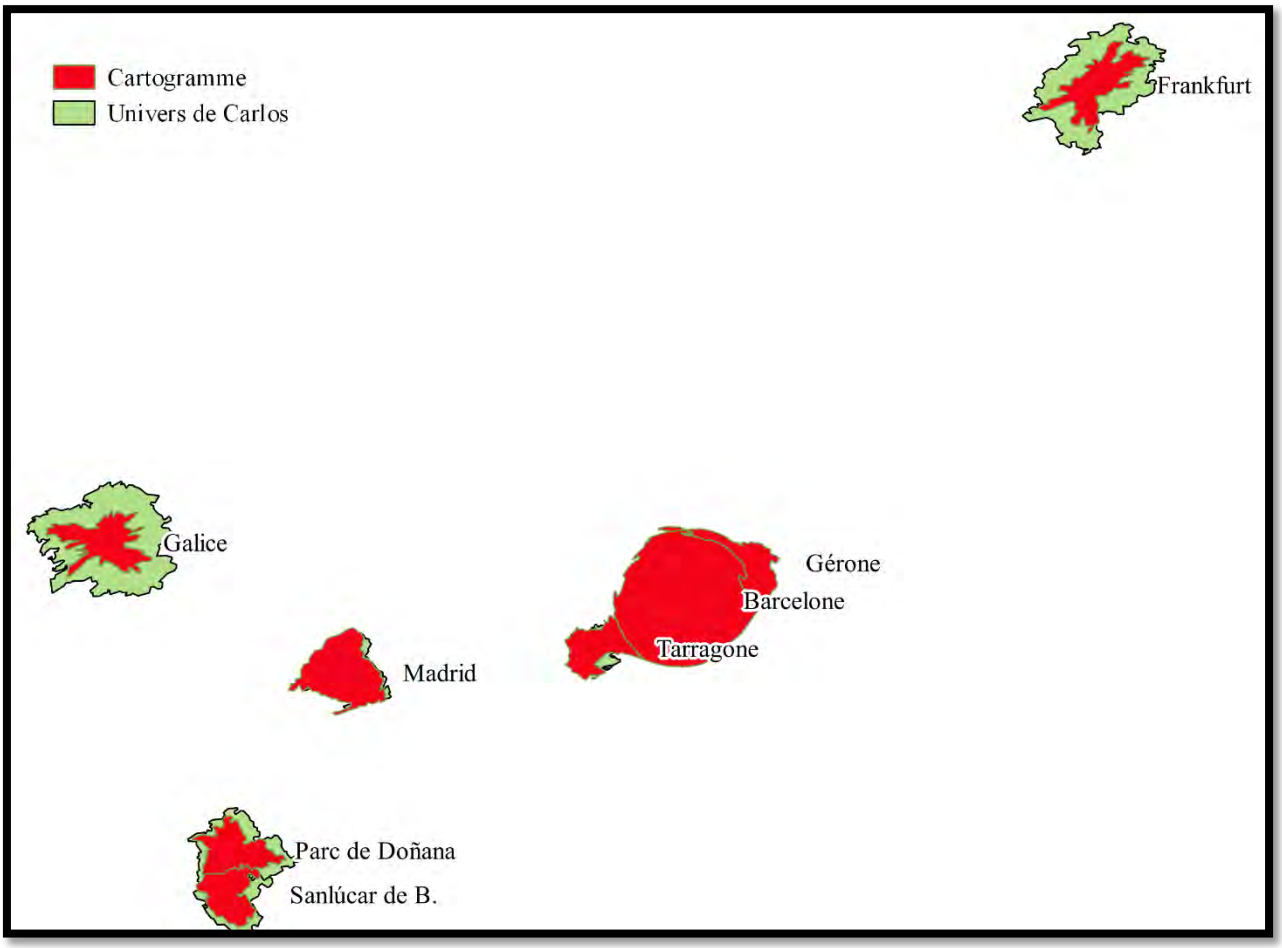
Carlos est un homme de 48 ans, commercial, et participant à la visite *Commerces centenaires*, avec sa copine **Gloria**, femme de 40 ans. Carlos habite à Badalona, une ville limitrophe de Barcelone et Gloria habite à Barcelone, au quartier de La Teixonera. Ils sont tous les deux des habitués de ces visites. Je les ai interviewés, ensemble, juste après la fin de la visite observée. Cette visite fait partie de mes observations de 2015, où je ne distribue plus de questionnaires, je cherche à interviewer les participants directement après la visite guidée. Par conséquent, après la visite, ils ont été d'accord pour qu'on boive un verre ensemble dans un bar et qu'on parle de leurs expériences touristiques. Comme ils participent régulièrement à ce type de visites, ils ont parlé aussi bien de la visite qu'on a réalisée ensemble que de leurs expériences précédentes.

7. Carlos

Carlos est un expert des visites guidées à Barcelone. Il en fait très fréquemment, de différentes thématiques et dans différents quartiers. Il y va souvent avec Gloria, son amie. Il ne voyage pas très habituellement et, lorsqu'il voyage, il choisit des destinations proches, géographiquement et culturellement (voir Figure 17) :

> Nous, on voyage peu. On va à Tarragone, à Gérone... des lieux relativement proches, où on peut communiquer avec les gens. La question des langues aussi... On va dans les endroits où la culture est similaire et où tu peux communiquer...

Figure 17. L'univers de Carlos.



Source : auteur sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

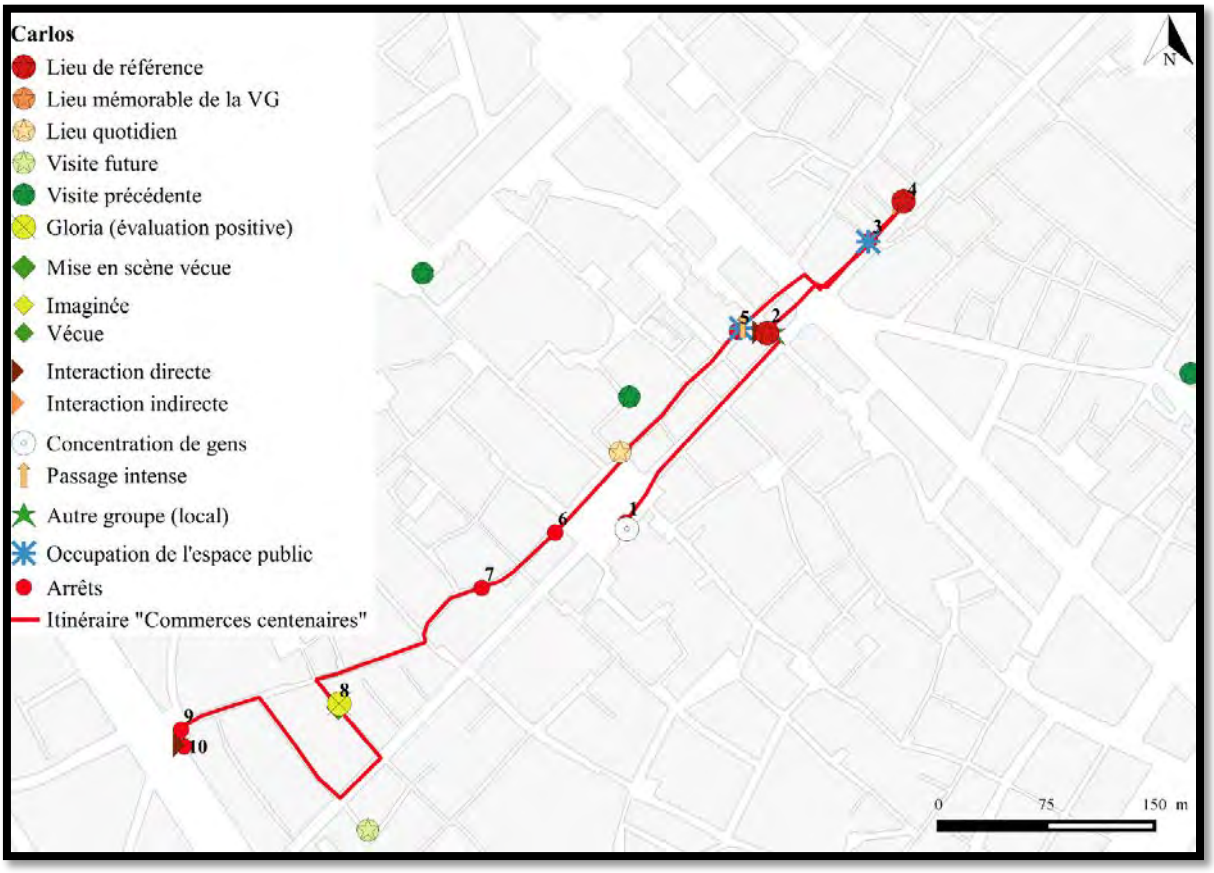
Frankfurt est sa destination la plus éloignée, et ce parce qu'il est allé voir une amie qui réside là-bas. Toutes les zones citées en dehors de Barcelone sont le cadre d'expériences touristiques (voir Figure 53, Annexe X).

Carlos est une personne très positive. Même lorsqu'il cite des expériences négatives en lien avec des caractéristiques d'un lieu (une attaque de moustiques dans les marais du Guadalquivir lui ayant provoqué une thrombose), il dit qu'il a passé un bon moment : « là-bas à Sanlúcar, malgré les moustiques, j'ai beaucoup aimé. Parce que j'essaie toujours de garder quelque chose de positif » (voir Figure 52, Annexe X). Le seul lieu avec lequel il entretien un rapport négatif est son lieu de travail (aux alentours de Barcelone). Il évoque les territoires les plus proches au présent et les destinations touristiques au passé (voir Figure 51, Annexe X). Il fait référence à un prochain voyage, mais ne le situe pas dans un lieu concret « une île tropicale ».

7.1. La visite *ici* : « On a fait tous les quartiers de Barcelone et tous les thèmes »

Un samedi matin du mois de juin, Carlos a participé (avec Gloria) à une visite guidée sur les commerces centenaires dans le quartier Gòtic, avec quelques incursions dans le Born (voir Carte 11).

Carte 10. Contexte de la visite de Carlos et Gloria sur les commerces centenaires (18/07/2015)



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN (2017), 2018.

Devant la Mairie, il y avait une « concentration de gens » : différents groupes touristiques dont deux à vélo (voir Image 6).

Image 6. Groupe touristique à vélo à Place Sant Jaume

Source : auteure, 18/07/2015.

Image 7. Autre groupe de visiteurs locaux devant la pâtisserie La Colmena

Source : auteure, 18/07/2015.

Nous avons croisé un autre « groupe local en visite guidée » devant la pâtisserie où notre groupe est entré (voir Image 7). Carlos a évoqué positivement cet endroit car la pâtissière a offert des bonbons artisanaux aux membres du groupe (« interaction directe »). La thématique portait sur les commerces centenaires et les organisateurs ont tenu à montrer l'intérieur des établissements. Ainsi, le groupe a partagé l'espace avec les clients (« interaction indirecte »).

Deux conflits liés à l'« occupation de l'espace public » ont été recensés au niveau des arrêts numéro trois et cinq, lorsque le groupe s'est arrêté dans de petites ruelles. Lors de l'arrêt cinq le passage était très intense, ce qui contrastait avec l'arrêt six où il n'y avait personne, ce qui est surprenant dans une rue à quelques mètres de la zone la plus congestionnée.

Carlos a évoqué de nombreux endroits en lien avec les souvenirs qu'il garde de cette visite et des visites précédentes. Certains n'apparaissent pas dans l'emprise de cette carte car ils sont situés dans d'autres quartiers mais ont été pris en considération dans l'analyse.

Ces visites guidées constituent pour Carlos une **source d'informations historiques et de curiosités** sur la ville de Barcelone :

> Bien sûr, quand tu visites le Gòtic ou des choses comme ça, ce qui est normal c'est qu'on t'explique de vieilles histoires et des anecdotes et des choses que tu as déjà entendues un peu, et avec ça tu en rajoutes. Plutôt qu'on me dise « Ici, ce magasin a 150 ans », je préfère qu'on me dise « Et bien, la décoration a été faite par machin, et ça, ça s'appelle "estafeta" à cause du système de vis à boulon ». Ça me plait plus que de voir un bâtiment, seulement parce que c'est un bâtiment. Qu'on m'explique les choses. Pourquoi la Sagrada Familia est faite en 4 types de pierre, parce qu'une pierre vient des carrières de Monjuïc, l'autre de… ou pourquoi une colonne est plus dure parce qu'elle est faite en tel type de pierre… Ça, plutôt que de voir juste la Sagrada Familia, qui est un bâtiment très grand et qui prend beaucoup de temps à construire. C'est mieux les curiosités de ce genre.

Se promener dans la ville n'est pas suffisant pour lui. Il veut **qu'on lui explique le pourquoi** des faits et des objets. Il ne cherche pas à voir simplement, mais surtout à comprendre. Suivant cette idée, pour Carlos, les visites guidées remplacent d'autres méthodes d'apprentissage plus classiques, à l'instar des ouvrages sur la ville ou des visites aux musées :

> Si tu visites avec une personne qui t'explique, alors c'est bien différent qu'avec les guides (imprimés). Il y a des guides qui le vivent plus, et d'autres moins, mais on préfère ça que prendre un livre et devoir chercher, ou une visite guidée d'un musée. Se promener dans la rue et parler avec les gens pendant qu'ils expliquent. De tout ça, ce sont les anecdotes qui me plaisent le plus.

Carlos a adopté cette pratique comme une méthode d'apprentissage efficace. Elle **engage l'individu physiquement dans l'espace public** à travers la promenade à pied (montrant des lieux attachés aux histoires) ; elle fournit un **accès direct à la source des informations** (le guide, permettant au visiteur de poser directement toutes ses questions). Visiter avec un guide (expliquant avec plus ou moins d'intensité) permet d'entrer dans des lieux précis où, même s'ils sont d'accès libre, on n'aurait peut-être pas eu l'idée d'y mettre les pieds :

> Peut-être les rues dans d'autres visites ou me déplaçant à Barcelone, d'un local à un autre, oui, mais tu ne fais jamais attention aux magasins si tu n'y vas pas, à ce magasin. Je suis allé mille fois à la place Sant Jaume, non ? Si tu me dis « le Frankfurt » (le bar), oui, le frankfurt du coin nous le connaissons tous.

Pour Carlos, la visite guidée à Barcelone est une pratique presque addictive. Avec Gloria, ils avaient déjà prévu de participer à une autre visite la semaine suivant notre rencontre. Ils ont commencé à y participer depuis qu'elles s'organisent. Ils se sont intéressés d'abord à des zones concrètes de Barcelone (« *Passeig de Gracia, le Born, la Barceloneta* ») ; ensuite, à toutes sortes de thématiques (« *la Barcelone des Romans, la Barcelone du Moyen Âge, la Barcelone de l'Inquisition* ») :

> On a fait tous les quartiers de Barcelone et tous les thèmes, de la fondation jusqu'au Modernisme, et il nous reste 2 ou 3 trucs. Ce truc des magasins, la semaine prochaine on va… ici à l'Herboristerie du Roi, il y a une visite guidée aussi dans l'herboristerie. J'y ai pensé tout à l'heure, parce que c'est une des boutiques les plus anciennes [de la ville] et on n'y est pas allés.

La visite où nous nous sommes rencontrés faisait partie, de leur point de vue, de la deuxième phase, celle de l'approfondissement de leurs connaissances de l'histoire de la ville.

Comme il a participé à des innombrables visites, il a acquis énormément de connaissances, ce qui lui permet de **mettre en question le discours du guide**. Les contradictions qu'il peut détecter dans les différents discours qu'il entend ne sont pas vécues comme des erreurs des uns ou des autres mais comme des versions complémentaires qu'il retient :

> Il y a beaucoup de visites qui se chevauchent. C'est-à-dire, si tu visites la Barcelone romaine, après tu visites le Gòtic, tu marches sur beaucoup de choses qu'on t'a déjà expliquées. Dans certaines visites on t'explique des anecdotes qui n'ont pas été expliquées lors des visites précédentes. Alors, elle complète l'autre.

Pour Carlos, l'acquisition de connaissances est vécue comme quelque chose de positif non seulement pour devenir plus sage, mais surtout comme **forme de déconnection**, une façon de se remplir la tête avec des idées éloignées des préoccupations quotidiennes :

> C'est aussi une façon de cumuler des connaissances et la connaissance est aussi une manière de ne pas penser à d'autres questions, non ?

7.2. Le voyage *ailleurs* : « je connais beaucoup de monde qui […] va à beaucoup d'endroits et, moi, ces voyages, je ne peux pas les faire »

En tant que commercial, Carlos se déplace quotidiennement pour le travail (il appelle ces déplacements « voyages »). Pour compenser, lorsqu'il a du temps libre, il préfère rester à proximité de chez soi pour se reposer. Il ne parle pas de **voyages** mais de **vacances**. Afin de déconnecter, il ne peut donc **pas se contenter de changer de lieu**, il doit **changer de rythme**. En opposition au stress du travail, ses motivations reposent surtout sur une quête de tranquillité :

> Moi, en fait, c'est que je voyage de plus en plus pour le travail. Alors quand je fais un voyage pour les vacances ou pour le loisir, ce que je veux c'est déconnecter, et de la tranquillité.

Carlos se présente comme étant peu voyageur, du fait qu'il choisit plutôt des **destinations** de proximité. Il se penche notamment sur des espaces **accessibles**, ceux qu'il définit comme **proches géographiquement et culturellement**. Cela implique que le tourisme dans ces espaces (en Catalogne ou à l'intérieur de l'État espagnol) ne constitue pas, de son point de vue, un voyage.

Paradoxalement, lorsqu'il fait le choix d'un lieu qu'il voudrait visiter avant de mourir, il évoque une « île tropicale » (qui n'apparaît pas dans la Figure 17 car il n'a pas spécifié laquelle). Ce choix contredit tout ce qu'il a affirmé auparavant. Il répond à un **besoin de dire « moi aussi, j'y ai été »**. Néanmoins, il finit par réaffirmer son idée que ses préférences concernant les lieux où aller portent essentiellement sur sa facilité à y accéder :

> Peut-être [que je voudrais aller avant de mourir] sur une île tropicale, seulement pour dire « moi aussi, j'y ai été ». Plutôt que… Oui, je connais beaucoup de monde qui a beaucoup voyagé et va dans beaucoup d'endroits et, moi, ces voyages, je ne peux pas les faire. Pour dire « j'y suis allé ». Pas parce que ça ne m'attire pas. Ce qui m'attire, j'ai déjà essayé de le faire et, si je ne peux pas le faire, je n'y pense pas. Si j'aime bien quelque chose, je la fais et, si je ne peux pas la faire, je ne l'aime pas.

Quand il voyage, il n'a pas l'habitude de prendre des photos. Il considère que lorsqu'on prend des photos on oublie de vivre l'expérience : « On devrait pas prendre de photos. On y va et on dit "ça

a été très bien, allez-y !". On recherche des expériences ». Pour lui, les images ne représentent pas l'expérience vécue : « Quand tu l'expliques ou tu montres une photo, jamais ça ne sera fidèle à ce que tu as ressenti à ce moment-là ». De toute manière, il pense que personne ne les regarde :

> Les gens sont fatigués de regarder des photos ! Nous, aujourd'hui, avec les téléphones, on ne les regarde même plus. Tu fais des photos, et tu ne les regardes pas !

Carlos affirme mettre **en avant l'expérience vécue sur le moment**, sans trop se soucier de garder des traces tangibles pour se souvenir des lieux et de ce qui a été vécu. Un élément auquel il prête notamment attention est le choix des membres du groupe touristique : qui voyage avec lui ? Il est essentiel pour Carlos qu'il y ait une **harmonie au sein du groupe** :

> Je ne veux pas d'angoisses ni de disputes. Alors, j'essaie de voyager avec peu de gens ou avec des gens avec qui je sais que ça ira bien. Je ne m'inscrirai pas à un voyage organisé ni à une croisière ni rien comme ça. Le peu de temps de loisirs que j'ai, je veux le dédier à ça, à déconnecter et faire ce que j'aime avec qui j'aime. Parce que les vacances c'est ça, c'est, même si je suis chez moi, dans le canapé, je dois faire ce que j'aime avec qui j'aime, c'est tout.

Carlos exprime une certaine **inconscience** lors de ses expériences touristiques. Il voyage souvent en visite guidée dans le cadre de ses séjours ailleurs. Le guide fait alors de recommandations, car il est responsable du bien-être des membres du groupe. Carlos est un habitué de ces pratiques. Il avoue toutefois n'avoir pas suivi les recommandations lors de son voyage au Parc de Doñana (à Séville), ce qui a abouti à sa pire expérience lors d'un voyage :

> Bon, regarde. Je suis descendu à Sanlúcar de Barrameda, j'ai visité le Parc de Doñana, j'y suis allé en bateau et le voyage se fait à l'intérieur du parc. Ils nous ont prévenus avant de descendre qu'il y avait beaucoup de moustiques, et je n'ai pas écouté et j'étais en short. Alors, ils m'ont mitraillé une jambe. Deux jours après je rentrais à la maison, et le lendemain j'ai dû aller chez le médecin en urgence parce que j'avais la jambe toute gonflée et j'avais une thrombose et j'aurais pu perdre ma jambe ou me faire opérer en urgence. Oui, [à cause des moustiques], parce qu'il y en avait tellement que j'avais les veines saturées à l'intérieur et le sang ne circulait plus bien. Ils m'ont donné antiinflammatoire et antibiotique à fond, pour faire baisser l'inflammation. Je crois que ça a été le pire…

Carlos avait été prévenu qu'il devait s'habiller d'une certaine façon afin de se protéger des piqures de moustiques. Il a ignoré ces recommandations et a souffert les conséquences, car il a failli perdre une jambe. Il vit son **expérience touristique comme une parenthèse dans sa vie quotidienne**, un

moyen de déconnecter. Dans cette déconnexion, il n'a pas pris conscience que les actions mises en œuvre en voyageant peuvent laisser des traces ou avoir des conséquences sur sa propre personne.

En définitive, Carlos est un assidu des visites guidées de Barcelone (il réside à Badalona, ville voisine). Il en fait presque chaque week-end, il a parcouru tous les quartiers et appris sur beaucoup de thématiques. Cet apprentissage lui sert non seulement à mieux connaître la ville, mais il lui permet de changer les idées et de déconnecter de la routine et des problèmes quotidiens. Il a une grande capacité de mémorisation et a l'habitude de faire le lien entre les différentes versions de l'histoire de Barcelone qu'il entend. Il prend beaucoup de plaisir à écouter les guides et associer les idées qu'ils évoquent avec ce qu'il connait déjà.

Comme il se déplace souvent pour le travail, lorsqu'il est en vacances il ne va pas vers des destinations très lointaines. Il fait plutôt des voyages vers des destinations proches géographiquement et culturellement. Il ne veut pas être embêté, ni du fait de pas comprendre la langue de la destination, ni par des problèmes au sein du groupe touristique. Dans ses voyages ailleurs, il cherche essentiellement la tranquillité. Cette envie d'être tranquille l'a parfois amené à adopter une attitude insouciante et ignorer les conseil et recommandations, lui causant des soucis.

Le Tableau 16 résume les principaux thèmes évoqués par Carlos :

Tableau 16. Expérience de Carlos ici et ailleurs

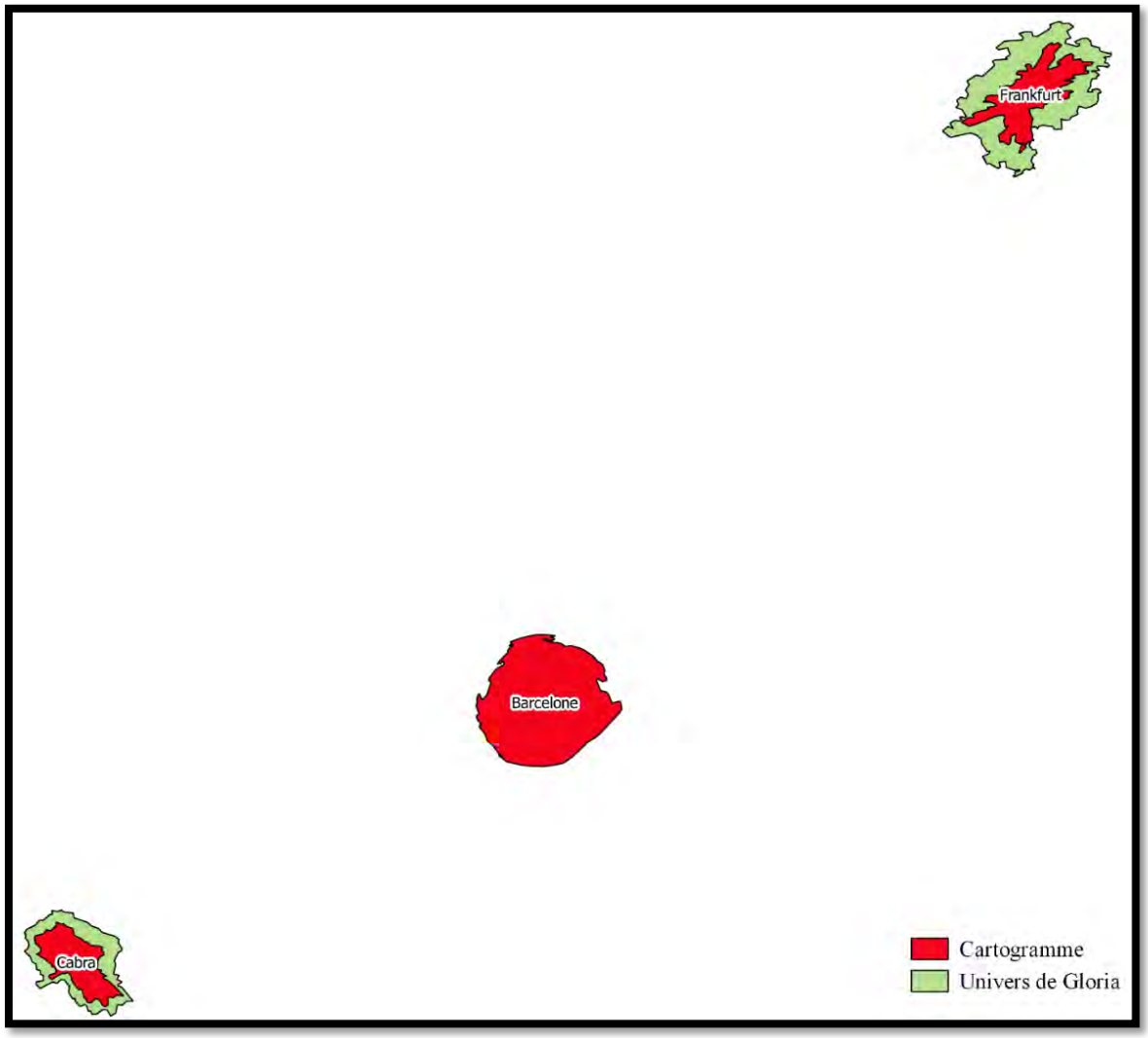
Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
En vacances, plutôt que changer de lieu, changer de rythme. Destinations proches, accessibles géographiquement et culturellement. Lieu rêvé exotique : besoin de dire « moi aussi, j'y ai été ». Profiter de l'expérience vécue sur le moment, plutôt que faire des photos pour se souvenir après. Harmonie du groupe touristique. Parenthèse dans sa vie quotidienne : ne se soucie pas des recommandations du guide	Source d'informations historiques et de curiosités (alternative aux livres, etc.). Connaître, comprendre pourquoi. Méthode d'apprentissage efficace : physiquement dans l'espace public ; accès direct à la source d'information (le guide). Entrer dans des lieux où on n'oserait pas tout seul. Très habitué, a « fait » tous les quartiers et toutes les périodes historiques (répétition). Peut contredire/compléter le récit du guide. Visite guidée comme déconnexion des préoccupations quotidiennes.

Source : auteure, 2018.

8. Gloria

Gloria n'a pas l'habitude de voyager souvent et (comme Carlos) lorsqu'elle voyage elle choisit des destinations avec lesquelles elle entretient une certaine familiarité : des endroits proches géographiquement, des zones où elle peut comprendre les gens (en catalan ou en espagnol) et des lieux où des amis à elle habitent.

Figure 18. L'univers de Gloria.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques de Eurostat), 2018.

Gloria n'évoque que deux voyages ailleurs (à Frankfurt et en Andalousie, voir Figure 18). Elle se penche effectivement sur peu d'exemples ailleurs. Son témoignage aborde notamment ses expériences visitant Barcelone.

Barcelone est évoquée aussi bien comme son espace quotidien que comme l'objet des visites guidées auxquelles elle participe habituellement. Les autres lieux référencés sont la scène de ses expériences touristiques (voir Figure 62, Annexe X). Barcelone est souvent citée au présent tandis que ses expériences touristiques en Allemagne ou en Andalousie sont plutôt évoquées au passé (voir Figure 60, Annexe X). Son expérience à Frankfurt est positive (elle a passé un bon moment) et l'expérience à Cabra est négative (elle a perdu ses affaires). Elle affirme toutefois qu'elle ne s'attache pas trop aux lieux. Elle n'est pas en capacité de choisir un lieu préféré au monde, ni même un lieu qu'elle n'aime pas : « Je ne sais pas quoi dire... Non, parce que j'ai la bougeotte ! ».

8.1. La visite *ici* : « Toutes les choses qui te font sortir de la maison te changent »

Gloria envisage la pratique des visites guidées à Barcelone comme un moyen de sortir de chez soi, de se séparer de la maison et du travail, de **créer une distance (psychologique) avec la routine**. Participer aux visites guidées lui permet de déconnecter :

> Oui, bien sûr, évidemment. Tout ce que tu peux faire en dehors de ta maison te fait oublier que tu dois faire des choses à la maison ou au boulot. Et alors toutes les choses qui te font sortir de la maison te changent.

Gloria décrit sa participation à ces activités comme un processus structuré en deux étapes : l'acquisition d'une base de **connaissances** et l'**approfondissement** de ces connaissances.

> Oui, en principe, tu visites le quartier et après, bon, il s'agit d'approfondir un peu plus le... Avoir une base et après l'approfondir un peu plus, comme aujourd'hui [avec les commerces centenaires].

Gloria est une habituée des visites guidées de Barcelone, elle en fait depuis des années. Elle a de nombreuses expériences dans différents quartiers et autour de différentes thématiques. Elle affirme qu'elle n'a pas une bonne capacité pour mémoriser les informations qu'elle apprend, mais elle compte sur Carlos (qui, lui, a une bonne mémoire) pour **resituer et nuancer ce dont elle se souvient** :

> Moi, malheureusement, je ne peux pas, je n'ai pas trop de mémoire, mais je m'appuie toujours sur lui (Carlos), qui se souvient de chaque détail, et c'est incroyable de pouvoir faire une visite ou être sur une visite différente et alors il lui arrive même de dire « ouh là, ce guide n'a pas dit ça ». C'est différent, et c'est amusant.

Lorsque Gloria paie pour une visite guidée de Barcelone, dans un quartier en particulier ou concernant une thématique précise, elle a le droit à deux visites au prix d'une. Elle a accès de

manière concomitante au discours du guide qui mène la visite et aux compléments d'information de Carlos, son ami. En effet, tout au long du parcours, Carlos lui rappelle des histoires qu'ils ont entendues lors de visites précédentes et que le guide du moment n'a pas évoquées. Elle vit ainsi une **expérience amplifiée** : les informations issues d'expériences précédentes sont directement insérées dans son expérience présente grâce au discours de Carlos. Gloria ne peut pas ignorer ce que les visites précédentes lui ont apporté, conditionnant de manière évidente sa façon de vivre la visite et de comprendre les nouvelles informations.

Image 8. Le magasin "El Ingenio" au quartier Gòtic depuis 1838

Source : auteure, 18/07/2015.

À la fin de la visite sur les commerces centenaires, Gloria n'est pas capable de se souvenir du nom d'un magasin qui a pourtant attiré son attention (El Ingenio, voir Image 8). Ceci montre les problèmes de mémorisation qu'elle évoquait. Elle ne se souvient pas du nom, mais elle se souvient parfaitement des objets rares affichés sur la vitrine et du décor à l'intérieur de l'établissement.

Ainsi, un moment est donc plus facilement **mémorable lorsqu'il est attaché à un lieu ou à un objet insolite**, même si douter du nom des lieux ou de la localisation où le moment s'est déroulé est très commun : « J'ai beaucoup aimé les têtes géantes… comment ça s'appelait ? ».

8.2. Le voyage ailleurs : « Le plaisir, l'amitié, tout ça se mélange »

Gloria ne voyage pas très souvent, mais elle définit la pratique du voyage comme un **besoin humain primitif de quête de plaisir et de tranquillité** :

> Que les loisirs et le plaisir, l'amitié, tout ça se mélange, bon, tout, je ne sais pas. Tous les plaisirs qui se mélangent et que tu sois tranquille, c'est simplement ce qu'on recherche, on est primaires.

Quand elle voyage, elle cherche uniquement à se reposer. Elle veut être tranquille. Son pire souvenir lors d'un voyage est lié au sentiment d'inquiétude constante laissé par la perte des affaires personnelles :

> Et je me souviens qu'on faisait un déplacement en autocar pendant un circuit et on est donc allés à Cabra et je ne sais pas où et on est allés avec l'autocar et on n'a pas pris les sacs... On avait le sac à main, mais après on n'a pas pris tout le reste et, ça, on n'a jamais pu le récupérer, même si cet autocar restait garé là et on le savait. Alors, oui, ça casse tout le voyage parce que c'est arrivé au début et il y avait les appareils photos, les sous, je sais pas quoi… et, bon, tu restes sans défense, en te disant « je fais quoi là ? ». Tu peux continuer le voyage, oui, mais la sensation n'est plus bonne.

Gloria évoque ici le **sentiment d'impuissance** résultant d'une situation où rien ne pouvait être fait. Ce sentiment, lors d'un voyage, imprègne tout le voyage : les jours in situ après l'événement et le souvenir a posteriori (« Quand c'est le pire tu te souviens, eh ? Moi, j'imagine que tout le monde est passé par là, eh ? ça n'a rien d'[exceptionnel]… »).

Ce qu'elle a vécu comme exceptionnel est sa visite à Frankfurt, où elle est allée voir une amie qu'elle apprécie beaucoup et qui réside là-bas. C'était l'anniversaire de Gloria, son amie venait d'avoir un enfant et le temps vécu ensemble lors de ce voyage est gardé comme une expérience précieuse :

> Oui, non, moi, peut-être Frankfurt a été le meilleur parce que j'ai fêté mon anniversaire là-bas et [on est allés voir] une amie qu'on aime beaucoup et ça a été unique. Avec les amis… ça a été un moment important et, oui, c'était différent.

Gloria **met en valeur l'expérience vécue sur place**. Elle n'a pas l'habitude de transmettre ses expériences avec des amis après avoir voyagé, de donner de conseils, même pratiques, ou de

partager des anecdotes avec des personnes qui n'ont pas été dans ce voyage : « Mes expériences sont à moi ! ».

Suivant cette idée, elle ne fait plus de photo lorsqu'elle voyage parce qu'elle affirme qu'elle ne voyage pas dans le but de montrer où elle va et ce qu'elle fait. Son objectif est de vivre l'expérience intensément au moment où elle a lieu :

> Avant, j'en faisais. Avant, oui je faisais des photos, mais ça fait plusieurs années que [je pense] qu'on doit vivre ça, ce ne sont pas les autres qui doivent vivre [cette expérience]. Si maintenant je vais et je fais une photo de l'Empire State, tout le monde a la même, et pour moi c'est plus important l'expérience.

Elle photographie seulement le groupe avec lequel elle y va comme souvenir pour partager ensemble : « On fait quatre photos pour garder un souvenir du meilleur du groupe, des gens, mais pas... ».

En définitive, Gloria participe habituellement à des visites guidées à Barcelone (avec Carlos). Elle le fait pour déconnecter de la routine et sortir (physiquement) de chez elle et (psychologiquement) du travail. Elles lui permettent aussi d'apercevoir des endroits qu'elle n'avait jamais vus alors qu'ils se trouvent dans des rues qu'elle traverse souvent. Lorsqu'elle est en visite guidée, elle écoute en même temps le discours du guide et le contre-discours de Carlos, qui complète souvent ce qui est dit par le guide. Cette double version des faits lui est exclusive, car Carlos lui souffle à l'oreille tout au long du parcours.

Elle ne voyage pas très souvent très loin. Quand elle a un imprévu, il imprègne tout ce qui est vécu par la suite dans ce voyage, ainsi que le souvenir ultérieur. De la même manière, lorsqu'elle vit une expérience exceptionnelle (pour elle, avec de très chers amis), cette exceptionnalité reste ancrée dans son souvenir de l'expérience. Les visites à Barcelone sont vécues très positivement par Gloria, car elle y va avec Carlos, qui rend chaque visite unique. En général, elle vit ses expériences de visite ici et ailleurs comme des moments qui lui appartiennent et qui ne peuvent être transcendés ni à travers les photos, ni en les racontant. Elle les garde donc pour elle et ne les partage qu'avec ceux qui l'ont accompagnée.

Le Tableau 17 résume les principales idées évoquées par Gloria :

Tableau 17. Expérience de Gloria ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Voyager, besoin humain primitif de quête de plaisir et de tranquillité. Destinations proches. L'impuissance, expérience négative qui imprègne le reste du voyage. Mise en valeur de l'expérience vécue sur place, pas de photos pour après (seulement du groupe). Pas de lieu rêvé.	Permet de déconnecter. Moyen de sortir de chez soi, créer une distance (psychologique) avec la routine. Connaissances et approfondissement. Découverte de lieux jamais vus dans un espace très familier. Surprise. Pas de mémoire, Carlos lui rappelle les informations. Deux visites au prix d'une. Expérience amplifiée. Mémorable lorsqu'il est attaché à un lieu ou à un objet insolite.

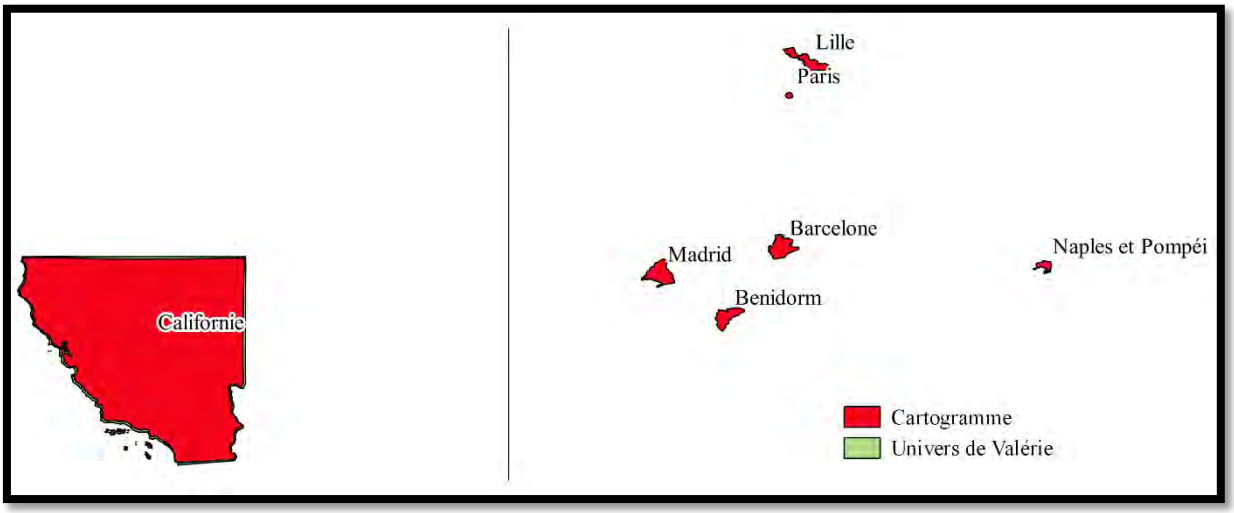
Source : auteure, 2018.

9. Valérie

Valérie est une femme de 32 ans, *community manager*, Française, résidente de Barcelone depuis sept ans au moment de la rencontre. Elle est interviewée juste à la fin de la visite guidée *Agents nazis à Barcelone* où nous nous sommes rencontrées. Elle avait des expériences précédentes, mais elle me parle essentiellement de cette visite.

Elle fait de petits voyages le week-end environ une fois tous les deux mois, un long voyage une fois par an et de petites sorties une fois par mois. Elle rentre chez elle (au Nord de la France) de temps en temps, ce qu'elle ne considère pas comme un voyage vers une destination touristique. Elle se déplace donc fréquemment pour le loisir et fait également des déplacements pour rendre visite à sa famille, vers un lieu extrêmement familier pour elle.

Figure 19. L'univers de Valérie.



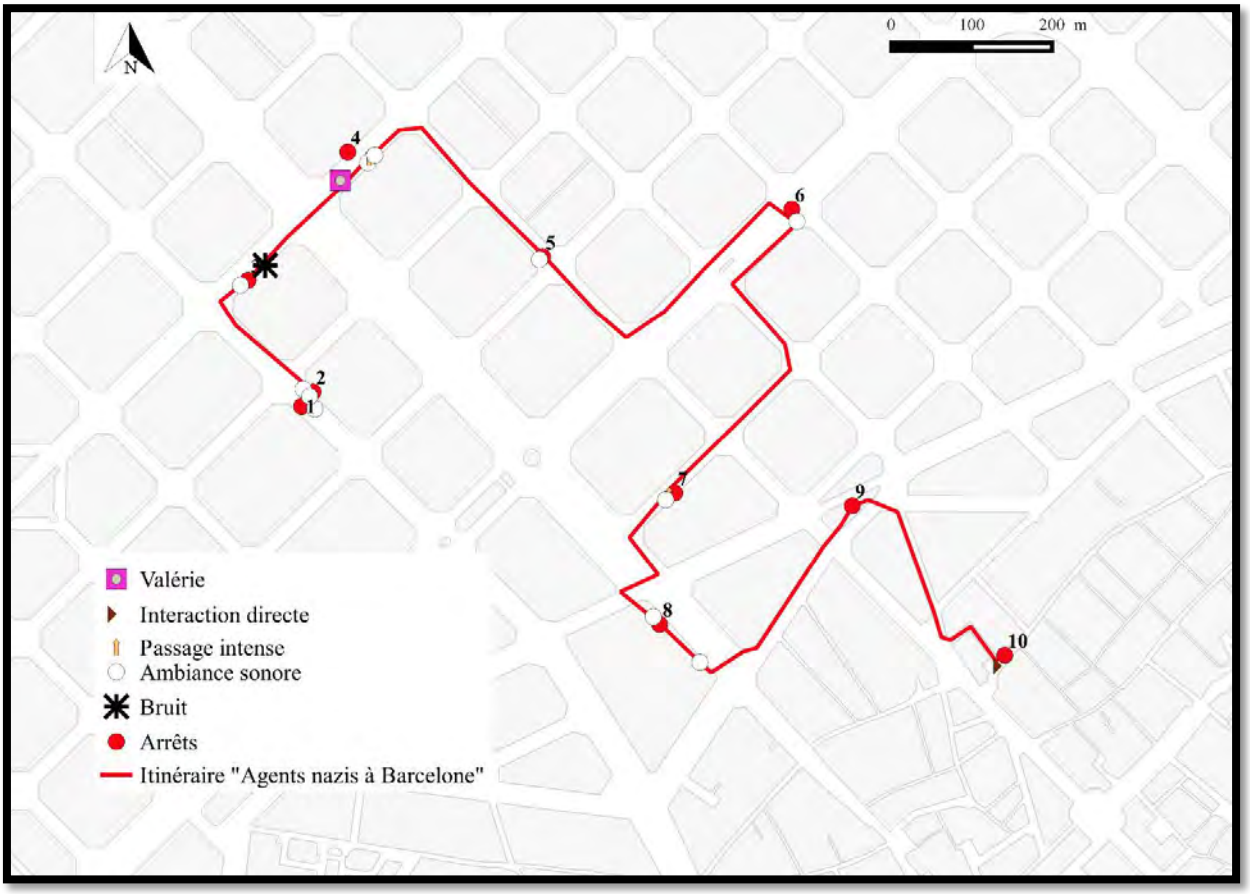
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

La Figure 19 illustre les lieux dont Valérie a parlé. Barcelone, Madrid, Paris et Lille sont citées en lien avec des expériences quotidiennes (voir Figure 92, Annexe X). Elle réside aujourd'hui à Barcelone et est originaire de Lille. Elle a été à Madrid et à Paris pendant quelques années. Les autres références sont des lieux touristiques. Barcelone et Lille sont parfois citées au présent, tandis que le reste est évoqué au passé (voir Figure 90, Annexe X). Seulement Pompéi est citée au futur. La plupart des lieux sont attachés à un souvenir positif (voir Figure 91, Annexe X). Seulement Paris et une histoire en Californie font l'objet de souvenirs négatifs. Les références à Madrid et Barcelone ne sont pas accompagnées d'appréciations particulières.

9.1. La visite ici : « Elles m'ont aidé à faire mienne cette ville »

La visite dont Valérie parle se déroule un samedi matin, essentiellement dans l'Eixample et partiellement dans le quartier Gòtic et dans le Born (voir Carte 12).

Carte 11. Eléments de contextualisation de l'expérience de Valérie dans la visite sur les agents nazis à Barcelone (26/09/2015).



Source : auteur, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN (2017), 2017.

Les trottoirs de l'Eixample étant plus larges que ceux de Ciutat Vella, cette visite a présenté moins de conflits d'occupation de l'espace que d'autres visites observées. Néanmoins, quelques trottoirs étaient en travaux, ce qui pouvait générer un « passage intense » localisé sur certains points.

L'ambiance était très bruyante (« Bruit ») à cause des travaux et de l'intense trafic routier. Cela nuisait fortement à la qualité de la visite car il était parfois impossible d'entendre le guide. Sur la Place Catalunya, le groupe était entouré de touristes parlant différentes langues. Un policier faisait sonner son sifflet (« ambiance sonore »), en essayant de gérer l'intense circulation. La visite s'est terminée devant le Palais de la Musique, où une voiture a failli renverser accidentellement quelques membres du groupe (« interaction directe ») alors qu'ils marchaient sur la chaussée dans cette petite rue.

Image 9. Visite guidée au milieu de l'intense passage de véhicules à c/ Aragó.

Source : auteure, 26/09/2015.

Valérie a seulement fait référence à un lieu du parcours : la rue Aragó (voir Image 9), rue qu'elle emprunte quotidiennement à vélo pour aller au travail :

> Au moment de passer par la rue Aragó, j'ai pensé à mes trajets à vélo au bureau. À part cela, pas grande chose, parce qu'on est passé par des endroits que je ne fréquente pas trop.

À part la rue Aragó, le reste de l'Eixample n'intègre pas l'environnement habituel de Valérie. Cette visite lui a ainsi donné l'opportunité d'arpenter ces rues telles qu'elles sont aujourd'hui et de comprendre une partie de leur histoire (celle de la fin du XIXe siècle et début du XXe). Visiter permet, d'abord, de prendre conscience de quelque chose (des gens, des rues, des histoires…) et, ensuite, de les intégrer dans le monde tel qu'il est perçu. Les trajets à vélo de Valérie sont vécus de manière concomitante à la visite guidée, car elle y pense en même temps qu'elle visite. Ses **expériences précédentes viennent** donc **participer à son expérience présente lorsqu'elle les ramène au présent avec son imagination**. Le vécu en lien avec les éléments du quotidien vient nourrir son expérience de la visite lorsque ce vécu contribue à donner du sens aux lieux visités.

Pour Valérie, participer à ces visites guidées constitue un moyen pour elle de **mettre en contexte** son nouveau chez soi. Elle n'est pas originaire de Barcelone, elle y est depuis sept ans, et essaie toujours (tel qu'elle l'a fait dans les autres villes où elle a résidé) de comprendre le passé afin de donner du sens au présent et d'avoir une expérience plus proche et de meilleure qualité de sa ville d'adoption :

> Elles [ces visites] m'ont fourni un contexte, elles m'ont aidé à faire mienne cette ville et, grâce aux différentes visites, j'ai une vision plus…, comment dire, transversale de l'histoire. Il y a une telle juxtaposition de faits historiques que parfois c'est compliqué de savoir ce qui s'est passé ici, ou de quelle époque il date, ce bâtiment. J'aime bien connaître les lieux où j'habite. De voir que tellement de choses se sont passées ici, cela me fait réfléchir au présent. Et, en plus, je peux crâner quand mes amis ou ma famille viennent et les noyer avec mes connaissances.

Elle revendique être une **ambassadrice** de cette ville face à ses amis et parents venant lui rendre visite. Elle considère que ces activités lui **ouvrent des espaces de la ville** qu'elle ne connaissait pas auparavant et lui permettent non seulement de prendre conscience de leur existence et de connaitre leur histoire, mais aussi de partager ces connaissances avec d'autres personnes :

> J'habite à Barcelone depuis longtemps maintenant, et en fait je ne la découvre que quand des amis viennent me voir. Le problème que je vois c'est qu'on va toujours aux mêmes lieux touristiques. Pouvoir profiter des visites guidées comme celle qu'on a faite aujourd'hui me permet de connaître plus d'endroits où je ne vais jamais. Compte tenu des connaissances que j'ai déjà sur la ville, cela me fournit plus de…, comment dire, points de référence et, en plus, quand des amis viennent me voir, je peux leur montrer le côté insolite de la ville.

Son **origine et** son **bagage culturel** ont des conséquences sur son expérience de ces visites. Par exemple, elle connait bien la question des nazis en France :

> Je n'imaginais rien, en vrai. Je suis française et, l'histoire des nazis, on nous l'apprend du point de vue français. Je ne savais pas que la ville de Barcelone avait eu un rôle dans la formation du mouvement.

Un autre exemple, face à un guide qui parle beaucoup et ne fait pas beaucoup de pauses, Valérie, dont la langue maternelle n'est pas l'espagnol (même si elle le parle extrêmement bien), avoue ne pas avoir tout saisi :

> Je n'ai pas choisi la visite, j'ai accompagné une amie. J'aimais beaucoup le sujet en principe parce que ça m'intéresse beaucoup, l'histoire de la II Guerre Mondiale. On était environ 10 personnes et, hmm, le guide parlait beaucoup. On s'est promenés, moins que dans d'autres visites, sur les pas des allemands à Barcelone. On s'est beaucoup arrêtés et longtemps, pour écouter le guide. Pour moi, ça n'a pas été aussi intéressant ça aurait pu être, parce que le guide parlait beaucoup, beaucoup, beaucoup, sans beaucoup s'arrêter, et j'ai trouvé difficile de suivre toutes ses explications.

9.2. Le voyage ailleurs : « Pas forcément loin géographiquement, mais loin psychologiquement du quotidien »

Lorsqu'elle confronte le fait de « partir loin » à un déplacement qu'elle ne considère donc pas lointain, elle prend l'exemple d'un week-end dans un lieu familier (« chez des potes ») à cent-cinquante kilomètres de chez elle. De surcroît, lorsqu'elle évoque un **séjour de proximité**, elle établit une distance de **trente kilomètres** par rapport à son lieu de résidence :

> Oui, [c'est] assez [compliqué de parler de la fréquence de mes voyages] parce que… qu'appelons-nous voyage ? Un week-end qu'on passe à 150 km de la maison chez des potes ou c'est nécessairement partir loin ? Ou si je pars le week-end à la montagne à 30 km de la maison et je fais un tour ? Je ne sais pas, c'est assez compliqué. Les grands voyages ? Une fois par an. Les petits voyages, une fois tous les deux mois et les sorties vraiment pas loin de la maison, peut-être une fois par mois.

Même lorsqu'elle avoue de ne pas pouvoir définir ce qu'un voyage représente pour elle, car elle se déplace fréquemment aussi bien vers des lieux familiers qu'extraordinaires et vers des lieux situés à une grande distance de chez elle ou à proximité (30 km), elle finit par parler de tous ces différents types de déplacements. Cela indique qu'ils font tous partie de son idée du voyage. De fait, elle tente de réaliser une définition de ce terme :

> Donc, un voyage. […] Bien sûr, ça implique un changement d'ambiance, et ça, ça implique d'aller se changer les idées. Humm, un voyage pas très loin que j'ai fait cet

> été, par exemple, en août, ça a été d'aller à 1h30 de voiture de la maison. On ne peut pas dire que c'était très loin, mais c'était dans un camping, […] avec des chiens et des chats partout, c'était manger la gastronomie locale, boire le vin de la région, écouter de la musique… Au final, c'était très bien pour déconnecter et c'était à 1h et demi de voiture. Le voyage, c'est le fait d'aller se changer les idées loin de son quotidien. C'est pas forcément loin géographiquement, sinon loin psychologiquement du quotidien.

Pour Valérie, d'après son expérience, le voyage comporte effectivement un déplacement, mais, au-delà de la distance spatiale ou temporelle entre le lieu de départ et la destination, ce sont les éléments favorisant l'**éloignement du quotidien** qui sont au cœur de ce phénomène. Il s'agit d'un déplacement parce qu'elle le définit comme « aller » quelque part (« se changer les idées »). Ce changement d'idées est donc l'élément essentiel du dépaysement et il s'opère par l'immersion dans une ambiance différente de celle autour de la vie quotidienne. Dans l'exemple du séjour de Valérie au camping, l'ambiance un peu chaotique (« avec des chiens et des chats partout ») et les actions de manger (« la gastronomie locale »), boire (« le vin de la région ») et d'écouter (« de la musique ») constituent différentes formes d'immersion dans les lieux visités favorisant le dépaysement.

La question du dépaysement apparaît comme essentielle pour Valérie, car elle montre un besoin profond d'échapper la routine et cette sortie de la pression du quotidien prend la forme d'une escapade courte (dans la durée), mais efficace en termes de « décompression » :

> Je voyage…. Je voyage… Je fais de petits voyages. Quand tu es jeune, quand tu es étudiant, tu as beaucoup de vacances et c'est donc beaucoup plus facile, mais… On n'en profite pas assez, je pense, donc… c'est difficile à dire. Je pense que ce que je fais, c'est plus des escapades courtes, des week-ends, quand j'ai besoin de décompresser, que de longs voyages.

Ce qui est curieux dans le cas de Valérie est que cette sortie du stress quotidien s'effectue par le déplacement (même s'il n'est pas très long), mais qu'en même temps, lorsqu'elle explique ce qu'elle ne supporte pas de la routine, cela est justement lié aux déplacements quotidiens :

> Mais, quand j'habitais à Paris, je n'aimais pas ça du tout. Pendant deux mois et demi j'ai habité au sud de Paris et je travaillais à l'ouest, j'avais donc deux heures de transports en commun pour arriver au travail et deux heures pour rentrer. Je devais me lever à 5h tous les matins et je rentrais chez moi à 9h du soir. J'allais dormir et me réveillais le lendemain et c'était pareil. Tous les jours c'était métro, boulot, dodo, bon, RER, c'était horrible. Après, pendant un mois et demi, j'ai vécu au centre de Paris et n'avais qu'une demie heure de RER à faire et, en vrai, ça change la vie, vivre en centre-ville, sortir, arriver à la maison à 6h et aller boire une bière au centre. C'était

> complètement différent, mais je dirais que mon séjour à Paris a possiblement été l'un des pires moments de ma vie.

Cette contradiction conforte l'idée qu'au-delà du changement d'endroit et du trajet pour y arriver, **ce qui différencie la routine du voyage** pour Valérie **est le plaisir pris (ou son absence) lors du trajet** et le fait que le voyage soit ponctuel tandis que le quotidien arrive « tous les jours ».

Vie quotidienne et expérience touristique ont souvent des liens plus profonds qu'on ne le pense. Pour Valérie, ces liens sont évidents et s'expriment de deux manières. D'un côté, elle évoque le charme d'**adopter les modes de vie de la population locale** comme quelque chose d'essentiel pour vivre une expérience touristique satisfaisante. Elle qualifie de « frustrant » le fait de ne pas y parvenir. De l'autre côté, lorsqu'elle voyage vers des lieux familiers, où elle a résidé dans le passé, le fantôme de la vie quotidienne d'avant vient lui rendre visite et elle ne peut pas s'empêcher de reprendre ses vieilles habitudes et d'aller là où elle allait quotidiennement. En tant que **visiteur du connu,** elle **n'arrive pas à agir en tant que touriste** :

> C'est un peu la frustration de tous les voyages, de ne pas avoir eu le temps de vivre la ville comme quelqu'un du lieu, c'est un peu la frustration, oui. C'est comme quand tu pars en vacances dans un endroit où tu as vécu, c'est très compliqué de savoir quoi faire parce que tu n'as jamais vécu la ville comme touriste, en réalité, et moi tout ce que j'ai envie de faire quand je vais, par exemple, à Madrid, c'est d'aller dans les bars et les restaurants, parce que c'est ce que je faisais en dehors du travail, et on ne peut pas passer sa journée dans les bars et les restos, malheureusement […]. Alors, c'est compliqué.

Lorsqu'elle voyage ailleurs, différents éléments jouent sur sa manière de donner du sens aux lieux visités. Premièrement, avant d'arriver à destination, Valérie a déjà une première idée de ce qu'elle va trouver grâce aux recherches sur Internet, qu'elle utilise notamment pour réserver les hébergements, les transports et pour lire les avis des autres voyageurs sur les plateformes de vente ou sur TripAdvisor. Parfois, cette dernière démarche est réalisée une fois que Valérie est à destination, mais elle lui permet de modifier ses plans si les avis qu'elle lit ne sont pas positifs :

> Et, bon, on va encore parler des mêmes vacances. Le moment où je me suis rendue compte [en regardant sur TripAdvisor], deux jours avant d'arriver à San Francisco, que l'hôtel que j'avais réservé était un hôtel horrible, pourri, avec des puces, des punaises, du pipi, du caca sur les murs, un quartier pourri avec…, bon…, dangereux. En cherchant à réserver une autre chose je me suis rendue compte qu'il n'y avait aucun hôtel pour moins de 350€ la nuit. Voilà. C'est un moment à oublier assez moche.

La suite de cette histoire l'a emmenée jusqu'à une chambre en AirBnb chez un résident de San Francisco. Suivant l'idée énoncée précédemment de l'importance que Valérie accorde à l'immersion dans la destination, elle apprécie ce dispositif, car il lui permet un accès à la population locale et lui donne la possibilité d'avoir les recommandations de son hôte. Autrement dit, son **premier regard sur les lieux** qu'elle visite ailleurs est en grande partie **basé sur ce que d'autres lui racontent**. Quand cela n'est pas possible ou bien quand elle ne prend pas le temps de chercher sur Internet en amont, elle avoue choisir les lieux et les activités de son voyage un peu au hasard :

> Comme je ne me suis pas renseignée avant [le voyage], il faut être informé. Alors, oui, je regarde sur Internet, je peux demander aussi l'avis de la population locale, quand je croise quelqu'un, si je reste chez AirBnB ou quelque chose comme ça, je demande l'avis des gens dans la maison où je suis. Mais autrement je reconnais que c'est toujours un peu fou, mais c'est le plaisir de l'aventure.

La tranquillité et l'immersion dans la vie locale et dans le quotidien de la destination sont, pour Valérie, des éléments essentiels de son expérience touristique :

> Un jour de voyage idéal ? Je vais commencer par le soir. Je peux ? Alors. Le soir, c'est prendre l'apéro dans un bar local, quelque chose cool. S'il y a des apéros locaux, gouter l'apéro local. Faire un petit repas de l'endroit. Aller se coucher pas trop tard, peut-être, parce que, sinon, on n'est pas en forme. Dormir profondément dans un lit confortable, […] un lieu où on dort bien, sans trop de bruit. Se réveiller fraîche comme une rose, qu'il fasse beau. Bon, il peut pleuvoir, c'est pas grave. Aller se promener le matin, oui, j'aime me promener dans un endroit… […] pas nécessairement le truc typique de la ville, mais quelque chose d'intéressant. Heu, à midi, peut-être pas nécessairement manger beaucoup, mais toujours avoir un truc local, un truc bon. Peut-être une petite sieste au soleil si c'est possible, mais sinon dans un autre endroit et, l'après-midi, oui, tranquille, aller promener, aller à un musée peut-être, mais un truc tranquille, même passer l'après-midi sur une terrasse, à regarder les gens, essayer d'avoir un moment de vie tranquille, à cet endroit. Ça. Un jour un peu fainéant, j'avoue, plus d'impressions qu'autre chose, j'aime m'immerger dans le local.
>
> ***
>
> L'un de mes moments préférés ? Maintenant, au mois de septembre, je suis allée aux États-Unis, et on a trouvé un petit bar dans la Sonoma Valley, au nord de San Francisco. Il n'y avait personne, et y'avait un concert. Un concert de musique folk américaine, un mélange de country, de blues et compagnie, fait par 4 papys. Ils sont venus nous parler, et on a passé un super moment parce qu'ils ont arrêté de jouer, ils sont venus boire une bière avec nous, sont retournés jouer, c'était super cool. Ça a été un super moment.

Néanmoins, la sociabilité que cela implique n'est pas aussi appréciée lorsqu'il s'agit de se trouver au même endroit que beaucoup de visiteurs pendant qu'elle visite ou dans le cadre de sa vie quotidienne. La tranquillité que représente pour elle de partir en vacances quand les collègues travaillent et travailler quand ils sont en vacances illustre cette idée :

> Je dirais que les longs voyages sont plutôt en septembre, étrangement, mais sinon c'est toute l'année. Peut-être moins en été parce qu'il y a trop de monde, et je n'aime pas trop me promener avec beaucoup de monde, et en plus travailler en été c'est plus tranquille parce qu'il n'y a personne et le travail est alors plus agréable. Alors, plutôt en dehors de l'été.

Cette dernière idée est en adéquation avec la haute estime que Valérie porte à l'expérience de la tranquillité, qu'elle recherche dans le voyage, ce qui rejoint également la réflexion initiale concernant son besoin d'échapper aux tensions du quotidien.

Pendant et après un voyage, elle est connectée à d'autres personnes dans la distance par le biais des réseaux sociaux. Non seulement son premier regard sur les lieux de la destination s'effectue à partir de ce que d'autres visiteurs ou des personnes qui y résident partagent avec elle, mais, lorsqu'elle est déjà en voyage, elle partage ce qu'elle expérimente par le biais d'images sur Facebook notamment, et entretient des **échanges quasi instantanés avec des personnes qui ne se trouvent pas dans la destination**, mais qui participent à cette expérience en lui envoyant des commentaires qu'elle peut lire in situ. Le même processus a lieu après le voyage, elle continue à recevoir des commentaires sur ces photos et à échanger autour de l'expérience vécue.

> Aaah, vive Facebook, hein. Les photos, bien sûr, les plus rigolotes et celles qui vont avoir le plus de commentaires sur Facebook. D'un côté, pour partager les photos et aussi pour aller crâner face à mes potes en disant niark niark niark on est allé là. Sinon, je les montre à ma famille, aux amis qui veulent bien les voir, mais bon, on va pas emmerder les potes avec des expos de diapo, non ?

Ces différents moments (y compris l'« expo de diapo » si elle a lieu) lui offrant la possibilité de réfléchir à ce qu'elle voit, ressent, vit et à ce qu'elle a envie de partager (ou non) constituent des étapes d'attribution de sens à l'expérience vécue (aux lieux et situations rencontrés). Ils permettent la prise de conscience des différents événements composant l'expérience touristique.

Même si elle ridiculise le fait de faire une exposition photo pour les amis après un voyage, elle a l'habitude de prendre des photos et adore expliquer les anecdotes issues d'un voyage. Elle ne **partage** que celles **très positives** ou celles **très négatives** :

> Embêter les gens avec les souvenirs de vacances, surtout quand cela s'est super bien passé ou super mal. L'un ou l'autre, tout ça donne des histoires. Quand c'est moyen, il n'y a pas grande chose à expliquer. Quand il y a de vrais problèmes, c'est drôle de le raconter. Deux ans après. Voilà.

Une autre forme grâce à laquelle Valérie a la possibilité de revivre (dans son imagination et de façon tangible) des moments de son expérience touristique est à travers les souvenirs qu'elle achète sur la destination :

> Donc, les produits locaux, oui, la gastronomie beaucoup, manger et boire, dans un endroit, et ramener des produits à la maison pour pouvoir continuer le voyage culinaire à la maison, des cartes postales bien sûr, assez souvent, au moins pour mes parents et mon grand-père, heeeeeeeu, après, des produits locaux. En fait, j'aime beaucoup acheter, pas seulement les trucs typiques de l'artisanat local, mais aussi un vêtement, je sais pas, un pull, un T-shirt, une chose qu'après, quand je le mets plus tard, ça me rappelle l'endroit où j'étais quand je l'ai acheté. Donc bien des choses que je vais ensuite utiliser dans ma vie quotidienne.

Lorsqu'elle parle de souvenirs (objets), elle ne parle pas d'objets kitch de décoration avec une image de la destination et la phrase « I love you ». Elle fait référence aux objets d'usage plus quotidien, tels que les vêtements ou des ustensiles qu'elle pourra utiliser dans sa vie de tous les jours. Une autre modalité de souvenirs est celle de la gastronomie. Valérie achète des ingrédients ou des produits afin de faire un repas un temps après le voyage, réaviver des souvenirs de celui-ci au travers des sens (goût, odorat, textures) et partager son expérience avec les gens qui mangeront avec elle. Cela lui permettra de « pouvoir continuer le voyage culinaire à la maison ». Les deux modalités présentées (objets d'usage quotidien ou produits gastronomiques) offrent la possibilité de revivre des instants du voyage en leur redonnant du sens après le temps.

Suivant cette idée d'éveiller des émotions et des réflexions un temps après le voyage (même longtemps après), Valérie éprouve toujours un regret de son voyage à Naples il y a plus de dix ans. Lorsqu'elle réfléchit à un endroit qu'elle voudrait visiter un jour, elle écarte un premier choix parce qu'« elle l'a déjà fait » et, ensuite, elle se souvient de ce voyage qu'elle a fait, mais qui, pour elle, reste incomplet :

> Il y a deux mois j'aurais dit, je sais pas, moi, le Grand Canyon, par exemple, mais ça c'est fait donc on va chercher autre chose. Hmm, un lieu que j'aimerais voir avant de mourir… Qu'aimerais-je voir avant de mourir... Où je ne suis pas allée… Peut-être à Pompéi, peut-être voir les vestiges romains là, parce que je suis allée à Naples une fois et comme une conne je ne suis pas allée à Pompéi, ce qui est assez con, même si j'aime bien voir les choses un peu en dehors des lieux typiques et touristiques, il y a

> certains lieux que… bon, qui ne peuvent pas être ignorés, ce n'est pas possible, il faut être con pour ne pas y aller, et j'ai été conne ce jour-là… Alors… peut-être Herculanum et Pompéi.

Cet exemple montre que, même quelqu'un comme Valérie qui a répété plusieurs fois qu'elle n'a pas besoin de visiter des lieux très typiques et qui fuit la foule, car elle n'aime pas se retrouver au milieu d'une horde de visiteurs, considère qu'il y a **des lieux exceptionnels qu'il faut voir** si on en a la chance. Elle montre dans son témoignage qu'elle regrette profondément d'avoir raté une opportunité. Les vestiges romains de Pompéi et Herculano sont alors devenus des lieux idéalisés. Ils étaient déjà attirants, mais l'expérience de ne pas les avoir visités a contribué à renforcer ce mécanisme d'attraction et d'embellissement de ces lieux ratés.

Tableau 18. Expérience de Valérie ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Proximité, week-end chez des amis ou à 30km. Différence déplacement routine/voyage : plaisir pris/son absence ; ponctuel/quotidien. Aller se changer les idées (dépaysement, besoin de déconnexion). Décompression. Réussite : tranquillité et immersion dans la vie locale. VHFP[62], reproduction de routines. Visiteur du connu, jamais touriste. Avis des voyageurs, regard d'autrui. Échanges instantanés avec des personnes en dehors de la destination (prise de conscience). Souvenirs (objets du quotidien, cuisine). Lieux exceptionnels où « Il faut aller » (idéalisation des lieux ratés).	Expériences précédentes participent à l'expérience présente (imagination). Mettre en contexte chez soi. Connaître le passé pour réfléchir au présent. Prendre conscience de l'existence de certains points, connaitre leur histoire et la transmettre (ambassadrice). L'origine et le bagage culturel du visiteur et le jeu du guide conditionnent l'expérience de la visite guidée.

Source : auteure, 2018.

Pour conclure, Valérie a l'habitude de visiter des lieux familiers et de partir souvent en voyage. Les visites guidées de Barcelone lui permettent de contextualiser la ville où elle réside, son histoire, ce qui contribue à la création de liens entre elle et son nouveau chez soi. Lorsqu'elle voyage, elle cherche la tranquillité, la déconnexion de la routine et du travail. Elle souhaite s'immerger dans la vie quotidienne locale des destinations et cherche à entrer en contact avec les habitants. De la même manière, lorsqu'elle reçoit des visiteurs d'ailleurs, elle joue le rôle d'ambassadrice de Barcelone,

[62] Acronyme pour visiter le foyer et les lieux familiers (*visiting home and familiar places*) (Pearce 2012).

grâce en partie aux informations acquises lors des visites. Par conséquent, aussi bien quand elle visite avec des étrangers ici que quand elle voyage ailleurs, le rapport entre visiteur et population locale est vécu comme essentiel pour Valérie. Le Tableau 18 résume les principales idées évoquées par Valérie concernant ses expériences de visite ici et ailleurs.

***

Cecilia et Jose

Cecilia est une femme de 34 ans, enseignante. **Jose** est un homme de 34 ans, technicien de télécommunications. Ils ont habité à Barcelone jusqu'en 2015, mais, au moment de l'entretien, ils habitaient à 41 kilomètres à l'ouest de Barcelone. Eux, comme les participants suivants, ont été contactés à la suite de l'appel à participation lancé en 2016 par le biais des réseaux sociaux. Ils ont répondu aux questionnaires en ligne et ont ensuite accepté d'être interviewés. Cecilia et Jose ont été interviewés ensemble, par vidéoconférence, deux semaines après leur visite guidée. La visite guidée à laquelle ils ont participé est un peu différente des autres visites : elle avait lieu seulement autour et à l'intérieur d'un bâtiment (la Tour des eaux de Poblenou) et le prix était symbolique (2€ par personne). L'espace venait d'être ouvert au public. La visite de Cecilia et Jose n'a pas été observée. Les images ont été fournies par ces deux participants.

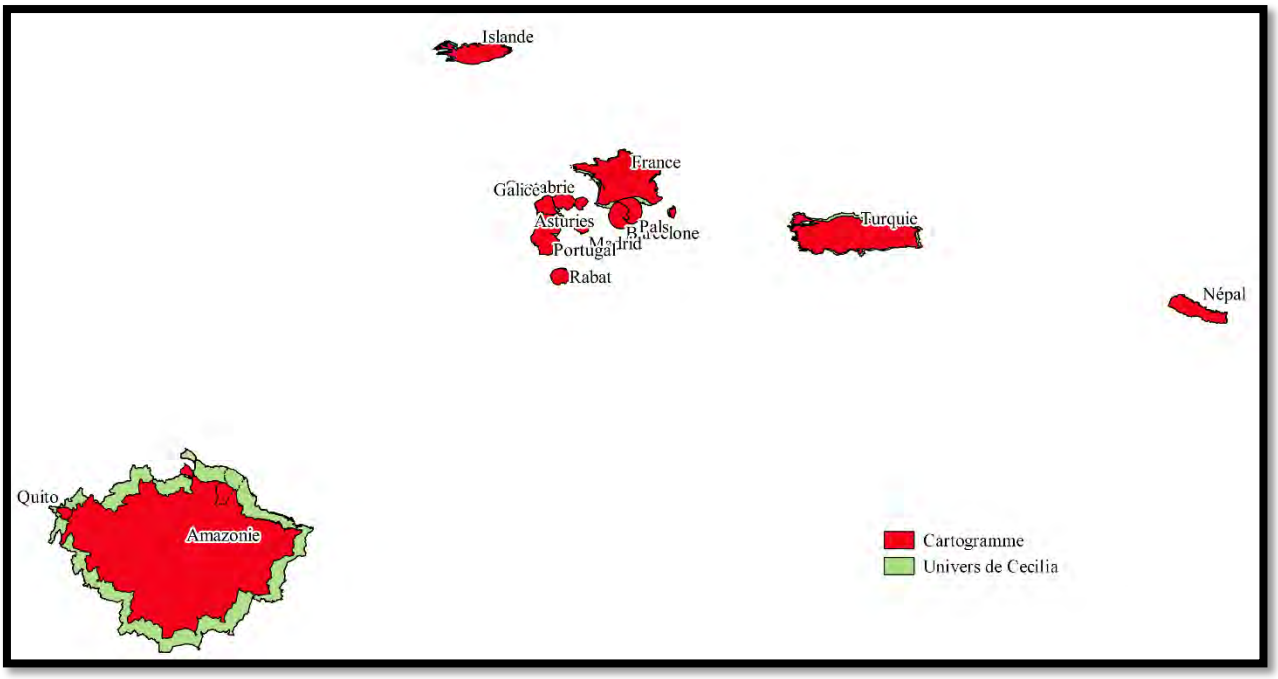
10. Cecilia

Cecilia s'intéresse à son environnement immédiat. Elle se promène souvent de manière autonome dans les espaces naturels à proximité de chez elle et, lorsqu'une activité propose d'accéder à un espace ou de se pencher sur une thématique intéressante, elle y participe. Elle fait des petites sorties dès qu'elle peut à la Costa Brava (Pals) et voyage souvent vers le nord-ouest de l'Espagne (la Cantabrie, les Asturies et la Galice, d'où vient son copain, Jose). Elle a beaucoup voyagé dans le passé. Elle a fait plusieurs séjours d'études et de stages à l'étranger dans des pays très lointains, à l'instar du Maroc et de l'Équateur.

La Figure 20 montre les lieux cités par Cecilia. Certains sont des lieux où elle va souvent ou bien où elle a vécu des expériences passées (voir Figure 57, Annexe X). D'autres sont des lieux où elle rêve d'aller. Seulement Barcelone et les plages de Gerona sont évoquées comme la scène de la vie quotidienne. Les autres, y compris les lieux où elle a étudié par le passé, sont cités dans le cadre de ses voyages, de ses expériences touristiques, sauf Rabat (au Maroc) (voir Figure 59, Annexe X).

La ville de Barcelone, le Portugal et Rabat sont associés à des expériences négatives, tandis que Pals (à Gerona) et les endroits dont elle rêve sont cités de manière positive (voir Figure 58).

Figure 20. L'univers de Cecilia.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

10.1. La visite *ici* : « Il y a un monde entier à découvrir, un apprentissage ludique important »

Un dimanche matin de janvier, Cecilia (et Jose) se sont dirigés vers « *La Tour des rêves* » au quartier de Poblenou pour une visite guidée de cette tour des eaux (voir Image 10). Il s'agit d'un quartier en dehors des zones les plus touristiques. Il n'y avait donc pas de touristes dans les rues ni personne d'autre dans la tour. En réalité, même si l'inscription de la visite était ouverte à tous les publics, ils se sont retrouvés tous seuls avec la guide :

> Juste nous deux. Oui, en fait, la fille, c'était la première fois qu'elle faisait cette visite, et donc elle était très contente d'avoir des gens, parce que la veille, une collègue à elle n'avait eu personne. Et donc elle était comme « merci beaucoup d'être venus », tu sais ? « j'ai enfin pu inaugurer » (elle rit).

Il s'agit d'un bâtiment historique récemment ouvert au public après avoir été aménagé comme un espace de visite. La visite guidée est agencée comme un voyage dans le temps : au fur et à mesure que les visiteurs montent à l'échelle qui conduit jusqu'au toit, le récit avance dans l'histoire. Comme ils n'étaient que tous les deux avec la guide et l'agent de sécurité, l'ambiance était assez

intime. Le bâtiment « sombre, [et] assez fermé » contribuait à la formation d'une ambiance particulière (voir Image 11). Cecilia (et Jose) ont décrit l'intérieur de la tour comme un peu humide.

Image 10. La *Tour des rêves* (Poblenou, Barcelone)

Image 11. L'intérieur de la tour

Source : Cecilia, 15/01/2017.

Ils ont pu observer Barcelone depuis le haut de la tour (voir Image 12) et lier le récit sur la tour à l'histoire actuelle de la ville :

> En réalité j'ai beaucoup aimé parce qu'à la fin c'est comme si, à travers l'histoire de la tour, tu avais toute l'histoire d'un quartier et l'histoire d'une ville, des éléments clefs qui sont arrivés.

Cecilia est originaire de Barcelone, mais elle avoue qu'elle ne connaît pas tout de cette ville, car elle est très grande. Ces visites constituent pour elle une **opportunité pour découvrir une partie de la ville**, un morceau de son histoire, inconnue jusqu'alors :

À Barcelone, moi qui suis de Barcelone, et bien pour connaitre différents quartiers. Comme la ville est plus grande, il y a des dynamiques que tu ne peux pas connaitre. Donc, ça me parait intéressant. Et ici, il y a un monde entier à découvrir. Il y a aussi un apprentissage ludique qui est important.

Image 12. Vue du quartier et de la mer depuis la tour.

Source : Cecilia, 15/01/2017.

Barcelone offre de multiples possibilités de découverte. Cecilia est particulièrement attirée par tout ce qui concerne l'eau. Elle évoque l'expérience d'une visite précédente, également liée à ces questions :

> Alors, j'ai choisi cette visite parce que j'adore en connaître davantage, surtout sur les aspects du monde de l'eau et, lorsque j'ai vu qu'il y avait cette tour des eaux, j'ai été très curieuse de savoir de quoi il s'agissait, non ? J'ai été précédemment lors d'une visite dans les égouts de Barcelone et il y a toujours des choses comme ça. J'aime bien parce que ça me lie à ma famille et me lie à l'eau.

La visite à la tour des eaux **croise l'insolite et le quotidien**. Elle met en valeur un élément architectural a priori banal et l'investit de valeurs historiques, esthétiques et symboliques qui le rendent intéressant. À travers ce bâtiment et l'histoire qui l'accompagne, Cecilia apprend l'évolution de la gestion des eaux dans la ville et s'interroge sur les pratiques actuelles :

> Bon, ce sont des éléments qu'on te raconte et c'est très intéressant parce que comme ça c'est plus proche et tu vois l'évolution, non ? Et comment il y a des choses

> truquées… les tests des eaux… Espérons que les tests ne soient pas truqués aujourd'hui mais, bon… de la triche partout !

La pratique de la visite crée pour Cecilia **des liens émotionnels avec les éléments visités**. En connaissant l'histoire derrière chaque détail, il est plus facile de l'appréhender et de se l'approprier :

> J'ai appris beaucoup de choses parce qu'en réalité, si tu te promènes au Poblenou et, soudain, tu vois cette tour là, entre tous ces bâtiments nouveaux, comme un gratte-ciel, tu te poses des questions, qu'est-ce que ça fait ici, non ? Et, bon, maintenant il y a déjà un lien émotionnel concernant tout ce qui constitue l'histoire de cette tour.

10.2. Le voyage ailleurs : « Le voyage est quotidien »

Cecilia définit un voyage de la manière suivante :

> Pour moi, en fait, le voyage est… le voyage est quotidien. J'veux dire, maintenant je n'habite plus en ville, mais avant, quand je vivais en ville (Barcelone), je pouvais considérer une promenade dans le quartier comme un voyage. Ou aller à l'autre bout du monde c'est aussi un voyage. Je sais pas, pour moi en fait, le voyage, c'est l'attention, l'observation constante du monde qui m'entoure. Et donc, à partir de là, je pense que c'est pour ça que je n'ai pas besoin de partir aussi loin, mais que dans mes paysages quotidiens, j'ai déjà un petit plus de ce type, de cette expérience de… de la promenade. Peut-être que dans un trajet quotidien dans le même endroit il y a toute une série de nuances, tu vois ? Sur tout, quand tu te promènes dans les bois, et tu vois passer le temps, les saisons, les éléments cycliques de la vie.

Elle soulève la **manière de regarder** et de porter son attention sur l'environnement visité comme la composante clef du voyage. Pour Cecilia, la perception de la nouveauté émane directement de l'attention, de la manière d'observer le monde autour de nous, de la curiosité. Dans son voyage idéal, le repos et la promenade sont essentiels, ainsi que le partage de l'expérience avec quelqu'un d'autre :

> Un jour de voyage idéal, ça serait un jour où on a dormi et on s'est reposé, et rêvé de… de choses agréables, qu'on peut partager le matin. Un petit déjeuner. Nous lever plus ou moins tôt et sortir nous promener. Et découvrir des chemins, des paysages et des arbres, et peut être qu'on voit un animal. Et manger, nous promener dans un village, boire un coup, continuer à papoter, à rire, tout ça quoi.

Elle fait souvent ce qu'elle appelle du « **tourisme de proximité** » quand elle voyage en Espagne et en France. Si elle se déplace vers une destination très lointaine, elle fait de longs séjours :

> On est des touristes en voiture, on évite de prendre l'avion. Bien sûr, on aimerait faire un voyage un peu plus loin, ou quelque chose, mais… en fait… bon. Jusqu'à ce que le moment idéal soit là, ou qu'on ait une idée très précise des endroits où on veut aller… Moi, quand je voyageais plus et plus loin, ça a été parce que je suis allée

> travailler là-bas ou pour une raison particulière, mais aller visiter d'autres pays comme ça sans pouvoir connaître un peu plus l'environnement et les gens, et bien, ça ne m'intéresse pas tant que ça.

Cecilia associe la **profondeur du voyage**, le degré d'immersion dans une destination, non seulement à sa **durée** mais surtout aux **activités** auxquelles elle participe sur place. Elle évoque les séjours professionnels temporaires comme un moyen d'accès privilégié au quotidien de la destination. Même si la raison principale de ces séjours n'est pas le loisir, ces périodes de travail sont toutefois perçues par Cecilia comme une **parenthèse dans sa routine**, la volonté de vivre une expérience au plus près de la population locale.

Le choix du voyage en voiture est la preuve de sa **quête d'autonomie et d'indépendance**. La voiture ne permet pas seulement de se déplacer, elle offre un espace de détente et d'intimité. Son rêve serait d'avoir un camping-car. Pouvoir dormir à l'intérieur du véhicule rompt le lien entre voyageur et hébergement. Comme Cecilia n'est plus obligée de réserver quoi que ce soit car elle dort dans la voiture, elle **ressent une grande liberté** et peut construire son parcours au jour le jour :

> Quitte à… à… ce qu'on fait très souvent c'est que, comme on est sur la route, donc… on dort peut-être dans la voiture, la voiture est un peu grande. Alors, oui, on aime ça. C'est-à-dire, on s'arrête quelque part, à côté d'une falaise, dans un endroit joli et, après, on continue la route. Un peu pour réduire les dépenses, non ?

En général, Cecilia préfère voyager dans des espaces naturels que dans les villes. Le plaisir d'être à plein air, de se promener dans la forêt ou à la plage, c'est tout ce qu'elle cherche essentiellement. Dans ce cadre-là, elle a réappris à aller à vélo, ce qui la remplit de **confiance en elle** :

> Et après, pour moi, un moment mémorable plus proche, ici à Gerona, à l'Empordà, le fait de… j'ai repris le vélo et j'ai repris confiance et… il (Jose) m'a appris un peu à aller à vélo, à prendre confiance, à sortir, à… Bon, ça aussi pour moi c'est un côté important de ces escapades, de ce moment… Profiter en plein air.

Les promenades réalisées aussi bien autour de chez eux qu'ailleurs sont accompagnées de l'**acquisition de connaissances**, qui permettent de lire et de comprendre de mieux en mieux les lieux qu'ils visitent :

> Je pense que, comme à chaque fois on fait plus attention aux espèces d'arbres, aux buissons, donc… même à la faune… On l'utilise quotidiennement, mais c'est une connaissance, un bagage qui se rajoute à d'autre chemins d'autres lieux, un peu une reconnaissance des différents paysages, tu vois ? Quelles sont les espèces de chaque endroit, qu'est-ce qui pousse, ce qu'on pense être autochtone ou non…

En définitive, Cecilia aime se promener aussi bien dans la forêt à côté de chez elle, qu'à Barcelone (sa ville, où elle a résidé longtemps) ou lorsqu'elle voyage ailleurs. À Barcelone, elle s'intéresse à certaines thématiques et, comme il s'agit d'une ville très grande et ancienne, elle considère que de multiples découvertes sont possibles au sein de cette ville. Quand elle voyage ailleurs, soit elle voyage loin pendant longtemps pour travailler ou étudier et s'immerger dans la vie du lieu, soit elle voyage en voiture, en construisant le chemin chaque jour selon ses envies et les lieux traversés. Les connaissances acquises lors de chaque visite ici ou ailleurs nourrissent la base de ses connaissances des lieux qu'elle mobilise lors des visites suivantes.

Tableau 19. Expérience de Cecilia ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
La manière de regarder, composante clef du voyage. Attention et curiosité, moyens d'accès à la nouveauté. Espagne et France, tourisme de proximité. Destinations lointaines, longs voyages. Profondeur du voyage : durée et pratiques. Voyage de stage/études : Parenthèse dans la routine, au plus près de la population locale. Quête d'autonomie et d'indépendance. Voiture : liberté, parcours au fur et à mesure. Voyage, cadre où on développe la confiance en soi. Acquisition de connaissances.	Opportunité pour découvrir une partie de la ville, un morceau d'histoire. Apprentissage ludique. Intérêt par les questions liées à l'eau (thématique). Visite guidée entre insolite et quotidien (élément banal transformé en atout). Apprentissage du présent par le passé. À travers la visite, création de liens émotionnels avec les lieux (appréhension et appropriation).

Source : auteure, 2018.

11. Jose

Jose est un amoureux des forêts et des espaces verts. Avec Cecilia, sa copine, il a participé à une visite guidée de la tour des eaux du quartier de Poblenou. Ils voyagent en voiture, très souvent chez lui, en Galice (voir Figure 21).

Il rêve de faire un long voyage vers un pays où il imagine qu'il y a des espaces verts immenses et des arbres, comme le Canada ou la Nouvelle-Zélande (voir Figure 66, Annexe X) :

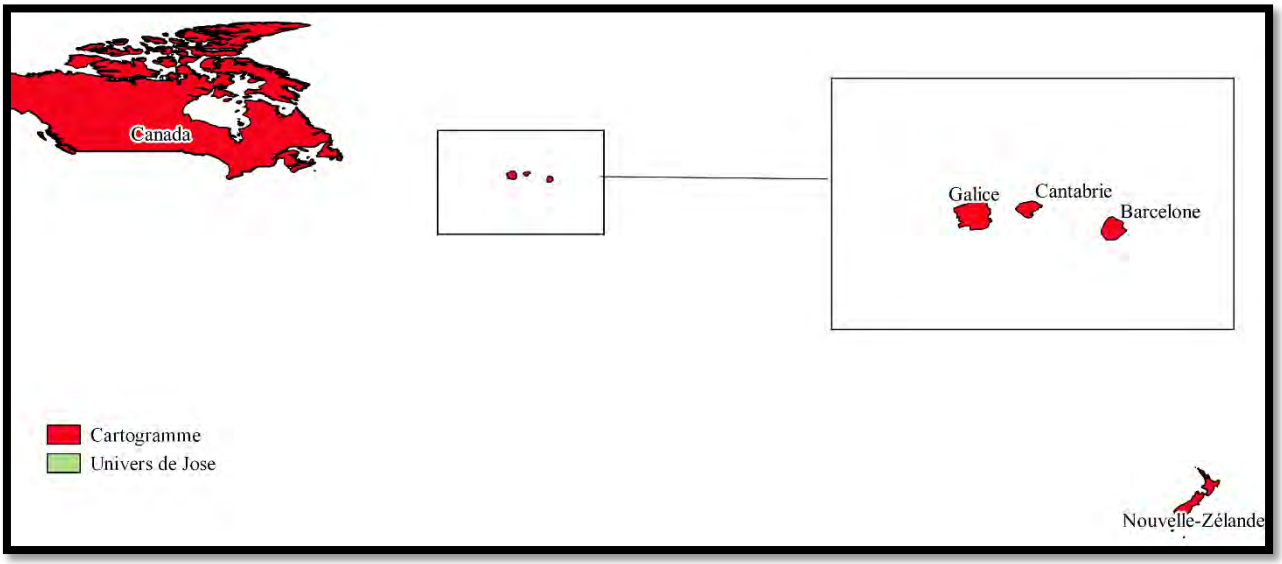
> J'aimerais aller au Canada (il rit) et… bon, réellement, j'aimerais aller partout : la Nouvelle-Zélande… (Cecilia : Islande) Avec plus d'arbres. L'Océanie, je ne sais pas s'il y a beaucoup d'arbres…

Le seul lieu qu'il cite en lien avec une expérience négative est Barcelone (voir Figure 64, Annexe X), car il déteste les grandes villes et la foule :

> À Barcelone, sans aucun doute, c'est là où je me suis senti le pire. Je ne peux pas identifier le lieu, mais par exemple dans le métro, parfois c'est insupportable. À Las Ramblas. Je pense que Las Ramblas est l'un des endroits… Oui, Las Ramblas, aussi bien le jour comme la nuit, c'est horrible... C'est peut-être le pire des lieux.

Barcelone et la Galice sont évoquées dans ses références au quotidien, tandis que la Cantabrie et les destinations dont il rêve intègrent la sphère de ses expériences touristiques (voir Figure 65, Annexe X).

Figure 21. L'univers de Jose.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

11.1. La visite ici : « Des choses qu'on m'avait transmises oralement, qu'on récupère »

Lors de la visite guidée de la tour des eaux de Poblenou, c'est effectivement Cecilia qui a pris la décision de les inscrire et qui a choisi la thématique. Jose a apprécié l'expérience parce qu'elle lui a permis de **découvrir des détails**. Il l'a vécue comme une **forme de transmission orale** de connaissances :

> Souvent, tu es dans des endroits pendant une période de temps, et il y a des détails que tu ne connais pas, tu vois ? Et donc, c'est comme si ce type d'activité t'aide à découvrir ces détails. Souvent, c'est des choses qu'on m'avait aussi transmis oralement, ou auxquelles on ne fait pas attention aujourd'hui, et qui, bon, souvent, se récupère pendant ces visites, tu vois ?

Il n'aime pas trop les lieux très touristiques, à l'instar du quartier Gòtic de Barcelone. La zone de la visite à laquelle il a participé lui convient parfaitement justement parce qu'elle est **à l'écart des points d'intérêt touristiques** et parce qu'elle est **méconnue** :

> Pour ma part, ce qui m'attirait dans cette visite était que… bon, c'est un peu une destination alternative, non ? Loin de la zone la plus touristique de la ville, ou des choses que les gens visitent plus souvent, ou de la question du Gòtic, de Barcelone et tout ça. Alors, elle m'attirait en ce sens-là. Parce que j'avais l'impression qu'elle pouvait m'apporter… Bon, des connaissances plus… différentes, plus attirantes.

Il apprécie notamment le quartier du Poblenou par son passé industriel et son évolution. Au-delà de la thématique précise de la visite, il avait un **intérêt particulier pour ce quartier**. Il a découvert que jusqu'au siècle dernier c'était un village limitrophe de Barcelone :

> Le Poblenou était un quartier qui me… avec ce mélange d'industriel et résidentiel, il est intéressant. Alors, il a toujours attiré un peu mon attention. […] Comment le quartier a évolué, avant c'était un village, on ne le savait pas. Je ne me souviens pas du nom… (Cecilia : Sant Martí de Provençals).

L'expérience de la visite a été assez **intime**, probablement à cause de la taille réduite du groupe. Cela a contribué, d'après Jose, à une **proximité avec la guide** et à un **échange dynamique** avec elle :

> Bon, j'ai trouvé qu'elle [la visite] était très intime. Je pensais que ce serait un peu plus… standard, comme si on te donnait tout un peu plus… mâché, sur un dépliant : « c'est comme ça et c'est tout ». J'ai trouvé qu'elle était plus intime, aussi parce qu'on n'était que tous les deux peut-être, non ? Elle [la guide] s'est beaucoup arrêtée pour expliquer les détails, on avait la possibilité de poser des questions. […] La visite a été très bien pour ça.

Image 13. Photographie exposée sur le mur à l'intérieur de la tour

Source : Cecilia, 15/01/2017.

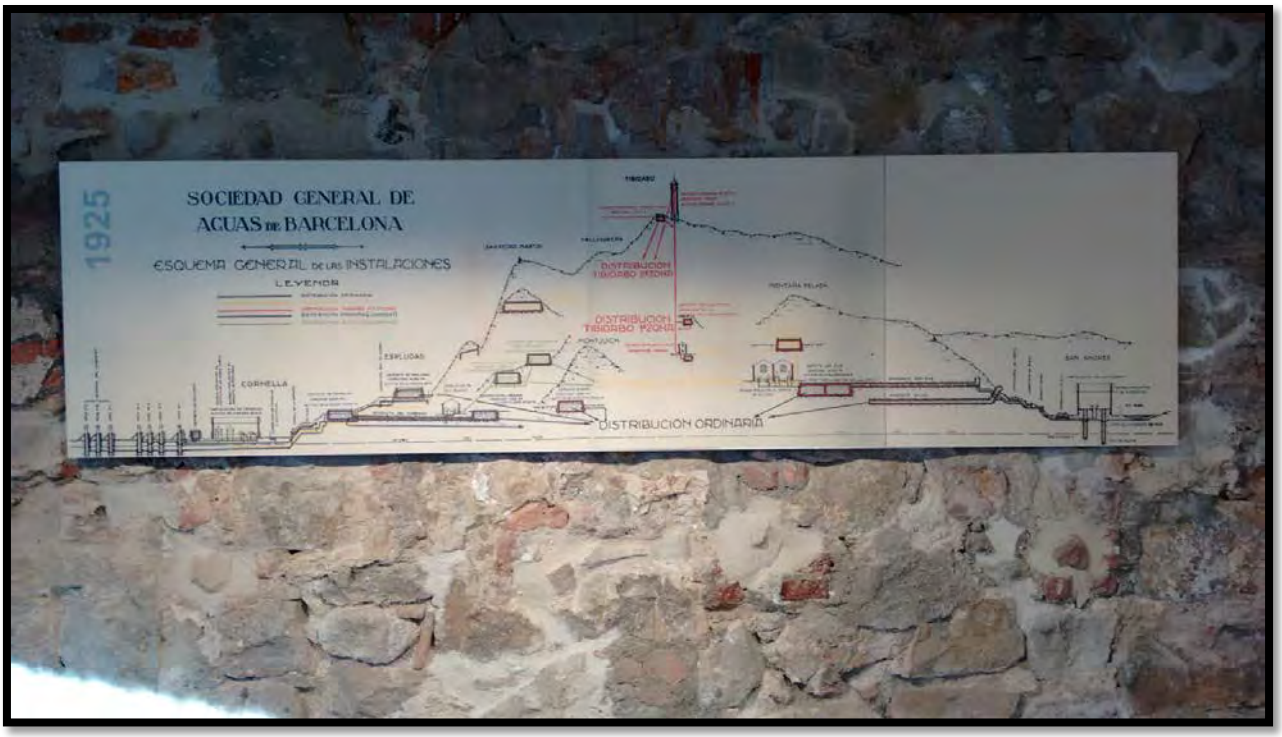
La taille très réduite du groupe, la **simplicité de l'espace** et la construction du parcours comme un **voyage dans le temps** au fur et à mesure que le visiteur monte l'escalier, ce sont les éléments essentiels de la mise en scène de cette visite. La simplicité de l'espace est décrite par Jose comme inattendue et très distante de son idée d'un espace aménagé pour la visite :

> Bien sûr, la tour à l'intérieur n'a aucun type d'ornement, seulement quelques photographies, pour expliquer les points d'arrêt, mais elle n'a rien sur les murs. Alors, tu n'as pas l'impression d'être dans un… une destination touristique. Elle est très bien conservée, mais n'a pas de… je m'attendais à des photos collées au mur ou un truc comme ça, plus… mieux aménagée pour la visite, non ? Pour que les gens restent à regarder. Et celle-ci, bon, elle donnait l'impression d'être une visite plus intime, en plus de l'espace, plus sombre, bon, plus… assez fermé… alors c'était très bien.

Quelques panneaux avec des images du passé de la tour ou des schémas décorent succinctement les murs (ImagesImage 13 et

Image 14), mais cela reste assez simple. Il s'attendait à un espace avec plus d'images, plus d'informations, mieux aménagé. Cette austérité l'a surpris agréablement, car il n'avait pas l'impression d'être dans un espace touristique.

Image 14. Panneau illustrant le schéma général des installations d'eau de Barcelone en 1925



Source : Cecilia, 15/01/2017.

11.2. Le voyage ailleurs : « un regard vers l'intérieur de soi-même »

Jose voyage de façon improvisée (souvent avec Cecilia), en voiture, sans planification très rigoureuse en amont. Ils décident de la destination, mais s'arrêtent ici ou là, plus ou moins longtemps **selon leurs envies du moment** :

> On sait qu'on va entreprendre un voyage, mais on ne sait pas trop les arrêts, ni… Au final, on peut changer de destination… On improvise beaucoup. […] En fait, c'est un peu ça, ce qui nous définit en tant que voyageurs… Si on arrive quelque part, ce lieu attire notre attention, on arrive et, peut-être qu'on y reste plus longtemps, non ?

Cette manière de se déplacer et de choisir là où il va s'arrêter n'est possible que parce que Jose avoue qu'il n'a **aucune peur de rater quelque chose**. Il ne voyage pas en pensant où il doit aller ou ce qu'il doit voir. Il s'arrête là où il a envie et voit ce qu'il souhaite voir à chaque moment. Il écoute les recommandations qu'on lui donne des lieux à visiter, mais ne se sent pas obligé de les suivre. Il exprime une liberté de choix, la **possibilité sans regrets de ne pas suivre les chemins** parcourus et conseillés par d'autres :

> Si on n'aime pas du tout on s'en va. Bon, on se laisse aussi conduire par des recommandations, et donc, on cherche aussi notre propre impression et ensuite, si on nous dit 'cet endroit vaut la peine', et si on y va et ça ne nous plait pas, parce que ça arrive, souvent, et bien on se laisse guider par notre intuition et on s'en va. On aime bien avoir tous les sens ouverts, et on accorde beaucoup d'importance à ce que ressentent les autres, plus que ce qu'ils nous disent. « Bon, et bien ça vous ne pouvez pas passer à côté », par exemple, et bien ce n'est pas important si on le rate parce qu'on ne s'y sent pas bien.

Il met en avant le confort personnel, le fait de s'y sentir bien, plus important que de passer par un point précis et de se prendre en photo sur un lieu très spécifique. La voiture fournit cette autonomie, favorise une plus large flexibilité et permet de modifier l'itinéraire sans contrainte. Il explique que l'idéal pour ce type de voyage qu'il réalise serait d'avoir un véhicle un peu plus grand :

> C'est un peu comme si on avait une remorque, mais sans remorque. L'idéal pour nous serait d'avoir une fourgonnette, avec un peu plus de place, et pouvoir faire ça un peu plus…

Cette forme de mobilité est l'idéal pour quelqu'un comme Jose qui **cherche la tranquillité** et n'aime pas le bruit : « On fuit les agglomérations […]. Comme tu peux observer, on est sensibles au bruit (il rit) ». En voyageant sans but précis, ils découvrent parfois des lieux qu'ils perçoivent comme magiques :

> Je crois que, peut-être, on a un lieu préféré qu'on a découvert sur la côte de la Cantabrie. […] C'était un lieu où on s'est arrêtés. Il y a des falaises, on peut y arriver facilement en voiture, il y a un petit parking, parce qu'il y a une aire de pique-nique et des barbecues. Et on est restés là dormir une fois et la fois suivante. À chaque fois qu'on est passés par là, on y est allés, parce que réellement c'était un lieu avec une magie spéciale.

Être tranquille est la principale priorité de Jose lorsqu'il voyage ailleurs. Néanmoins, il apprécie notamment le **partage de moments avec la population locale**. Dans un voyage idéal, il aurait l'opportunité d'écouter une personne résidant dans la destination lui expliquer les caractéristiques des lieux :

> Peut-être l'opportunité d'être en contact avec quelqu'un de local, non ? Ou, par exemple, partager un repas avec quelqu'un de local, ou avoir un guide, un guide local, non ? Rencontrer quelqu'un du lieu, me promener avec lui, qu'il m'explique un peu la forêt, ce qu'on voit […].

Le **voyage** pour Jose est **un processus**. Il ne l'envisage pas comme une destination ou une durée déterminée. Ce processus s'opère **par le biais de l'introspection**. Le voyage permet de se regarder soi-même, de manière concomitante à la visite de lieux différents :

> Moi je pense que... bon, c'est un moment où il y a beaucoup d'introspection avec soi-même, tu vois ? Au final, je pense que dans tous les voyages, il y a de ça, un regard vers l'intérieur de soi, et le fait de voyager t'aide à avoir cette perspective, non ? A te regarder à l'intérieur. Et donc, pour moi c'est fondamental, ça. Le voyage me motive à faire ça. Enfin, un voyage qui ne me motive pas, enfin, qui ne me motive pas à faire de l'introspection, être dans des endroits distincts et tout le processus du voyage en soi… C'est pour ça que je n'aime pas du tout l'avion (il rit), parce que je crois qu'il n'aide pas à tout ça, et bien je pense que c'est fondamental que le voyage ait cette composante, au-delà de là où je vais, enfin, de la destination et la durée du voyage.

Jose définit le voyage comme un **changement de perspective** avec des impacts psychologiques pour le voyageur. La destination, le déplacement, la durée, tous ces éléments ne font pas le voyage. Pour Jose, c'est la **capacité de** ce phénomène à **transformer le regard que l'individu porte sur lui-même** qui détermine si le déplacement est un voyage ou non. Finalement, comme Cecilia, Jose avoue qu'il **voyage au quotidien**, lorsqu'il se promène et envisage la promenade et la visite comme expériences profondément transformatrices. « […] C'est pour ça qu'on habite ici ! » dit-il en affirmant qu'il a choisi son lieu de résidence car il lui permet la réalisation quotidienne de ces *petits* voyages.

Le Tableau 20 résume les principales idées évoquées par Jose concernant son expérience de visite ici et ailleurs :

Tableau 20. Expérience de Jose ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Autonomie, bouger selon les envies du moment (voiture). Pas de regrets pour ne pas suivre les chemins recommandés. Être quelque part parce qu'il est à l'aise, pas parce qu'on a dit qu'il faut y aller. Réussite d'un voyage : tranquillité (pas de bruit), partage de moments avec la population locale. Voyage, processus introspectif (se regarder soi-même lorsqu'on regarde des lieux, changement de perspective). Voyage, capable de transformer le regard de l'individu sur lui-même. Voyage quotidien, promenade.	Découvrir des détails. Découverte historique. Visite guidée, forme de transmission orale. Intérêt pour le quartier (industriel, méconnu) : à l'écart de la zone touristique. Groupe réduit : échange dynamique avec la guide, intimité. Le sentiment de ne pas être dans un lieu touristique.

Source : auteure, 2018.

***

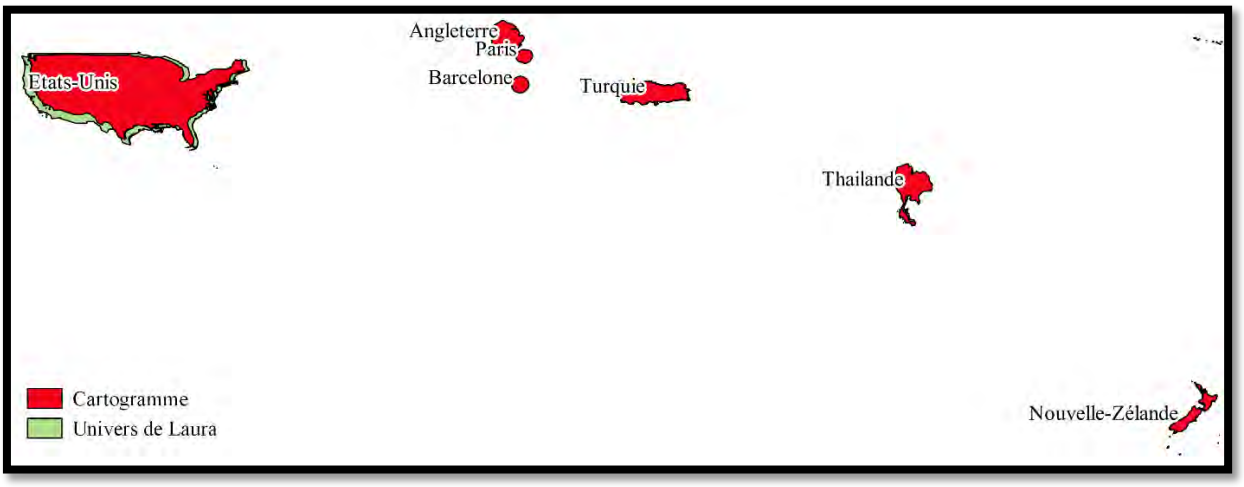
Laura et Pau

Laura est une femme de 30 ans, technicienne de laboratoire. **Pau** est un homme de 32 ans, informaticien. Ils habitent ensemble dans le quartier barcelonais de Sagrada Familia. Ils ont répondu d'abord au questionnaire en ligne et, ensuite, ils ont été interviewés ensemble, par vidéoconférence, trois semaines après la participation à la visite guidée « *BCN des francs-maçons : vérité et mythes* ». Il s'agit d'une visite autour des francs-maçons à Barcelone, proposée par une entreprise différente de celle de Beni et Marc. La visite de Laura et Pau n'a pas été observée. Les images ont été fournies par ces deux participants.

12. Laura

Laura participe de temps en temps à des activités lui permettant de découvrir Barcelone de différents points de vue. Nous avons échangé ici sur la visite guidée à laquelle elle a participé avec Pau, mais elle a l'habitude de faire d'autres types d'activités pour parcourir la ville, à l'instar des rallyes ou des chasses au trésor. Elle voyage assez régulièrement : de petites escapades le week-end ou de longs voyages en vacances.

Figure 22. L'univers de Laura



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018[63].

La Figure 22 montre les lieux dont Laura a parlé. La plupart des lieux sont évoqués au passé. Seulement certaines références à Barcelone sont évoquées au présent, tandis que la Nouvelle-Zélande est la destination de ses rêves (voir Figure 66, Annexe X). Barcelone est citée dans le cadre des activités de loisir que Laura réalise et qu'on a déjà évoquées :

> Quelques jours plus tôt, j'étais allée là-bas lors d'un... c'était un jeu comme « Les experts », du genre… enquêter sur un assassinat et tout ça, et ils ont dit qu'il y avait un symbole des francs-maçons.

Les autres villes et pays sont la scène de ses expériences touristiques (voir Figure 68, Annexe X), passées ou rêvées. Des expériences négatives ont été vécues en Thaïlande (voir Figure 67, Annexe X) :

> Peut-être le premier jour de... c'était très décevant […], le premier jour en Thaïlande, à Bangkok, c'était comme… On est arrivés très fatigués, il faisait très chaud. Ce pays, c'est un contraste très grand. Et tu avais la sensation que tu étais un dollar sur pattes, marchant. Tout le monde venait te harceler, essayer de t'embrouiller. Ça a été un moment d'angoisse. Mais... bon, après, bien. Mais le contraste culturel, de température, on était fatigués…, c'était aussi une expérience.

Barcelone et les États-Unis sont le cadre d'expériences aussi bien positives que négatives. À Barcelone, elles concernent la visite guidée des francs-maçons, car elle s'est ennuyée dans la première partie. Aux États-Unis, l'expérience négative a été vécue lors d'un voyage il y a

[63] Laura évoque un voyage à l'est des États-Unis (Boston, Philadelphia, New York). Alaska et Hawaii ne font pas partie du récit. Pour une question de lisibilité, ces deux États n'apparaissent pas dans l'emprise de la carte.

longtemps, alors que quand elle y est allée à nouveau avec Pau, elle a vécu des sensations très positives :

> Bon, Brooklyn, la première fois que je suis allée, je ne sais pas, on n'a pas eu peur mais presque. C'est-à-dire, beaucoup de contraste, des gens qui mendient dans la rue, beaucoup de personnes bourrées, les typiques rappeurs à l'intérieur des voitures. Beaucoup comme dans un film, on se disait « ouf, on va se faire braquer ».
>
> ***
>
> Découvrir New York avec lui. C'est une sensation que... Par exemple, Londres on l'a visité plein de fois parce qu'on était à Bristol, mais bon, je sais pas, tu découvres des lieux et tout ça. Mais, bon, New York, je pensais que ce serait une fois dans la vie. Et y retourner et l'expérimenter avec lui, aller aux mêmes endroits où j'étais allée, voir aussi comment il se sentait, comment je découvrais des choses que je n'avais pas vu la première fois.

12.1. La visite ici : « C'est important de savoir qui tu es, où tu es »

La visite des francs-maçons à Barcelone à laquelle Laura a participé (avec Pau) a eu lieu un samedi après-midi du mois d'octobre. Cette visite n'a pas été observée. Les éléments d'ambiance ici cartographiés (voir Carte 13) correspondent aux éléments identifiés dans d'autres visites. Ils n'ont peut-être pas été présents le jour où Laura et Pau ont parcouru ces rues, mais la concentration et diversité des éléments représentés illustre l'animation de cette zone.

La visite s'organise en deux temps. D'abord, à l'intérieur du local de l'entreprise organisatrice, le guide montre pendant une heure des images de symboles de la franc-maçonnerie. Ensuite, ils parcourent des rues du Gòtic et du quartier du Born jusqu'au Parc de la Ciutadella.

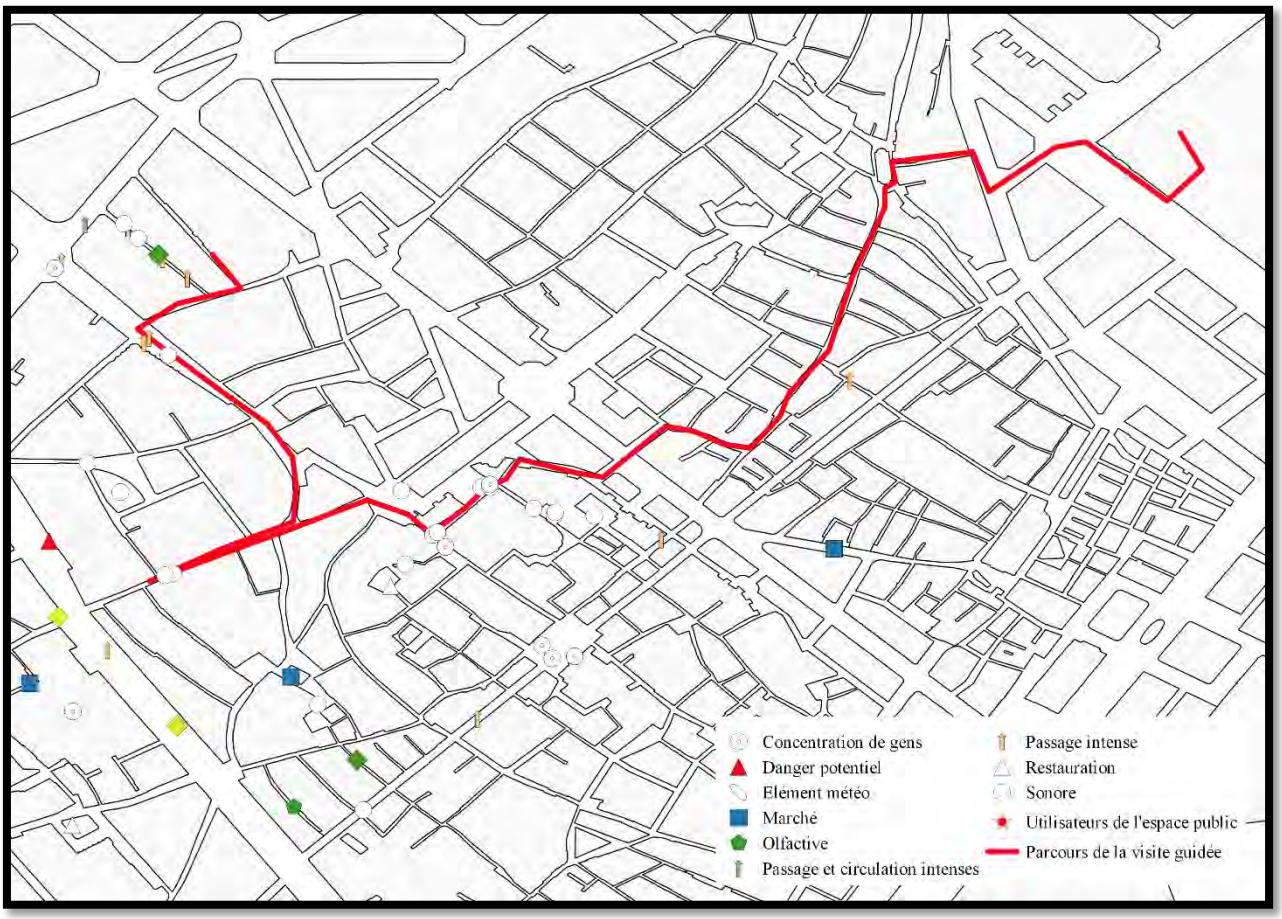
Le premier temps dans le local est vécu par Laura comme **ennuyant**. Elle n'avait qu'une envie : sortir se promener. La **promenade** est justement ce qui rapporte une **valeur ajoutée à l'explication** :

> Y'avait un guide qui nous a d'abord expliqué en premier, y'avait une salle, on a été assis là dans la salle. Ils nous ont donné une série d'explications et tout. Pour moi ça a été le plus ennuyant, enfin tu vois, ennuyant non, mais un peu long à la fin. Nous, on voulait sortir. C'est quand même plus agréable quand on fait la visite et alors ils t'expliquent plus de choses, qu'être assis dans un endroit et qu'on t'explique.

Elle a trouvé ce premier temps très long, notamment parce que le guide évoquait des éléments sans aller jusqu'au bout :

Surtout au début. C'était comme « oui, ça c'est comme ça mais je vous en parlerai plus tard ». « Ça, je ne sais pas quoi mais je vous le dirai plus tard ». Et j'étais là comme « tu ne le dis pas ou tu l'expliques mais… »

Carte 12. Itinéraire parcouru par Laura et Pau lors de leur visite guidée (visite non observée) (23/10/2016).



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN (2017), 2018.

Elle était un peu frustrée à cause de la **mauvaise organisation du discours**. Cette gestion ratée du temps a prolongé la visite, qui est arrivée à sa fin après trois heures et vingt minutes. Elle pense que la première partie aurait pu être plus brève.

Laura imaginait que la visite aurait lieu dans la zone du Gòtic, la partie la plus ancienne de la ville, car elle avait participé à un jeu quelques semaines plus tôt dans cette zone et avait vu un symbole lié à cette thématique. Elle ne s'attendait pas à aller au quartier du Born ni au Parc de la Ciutadella.

Elle avait toutefois des doutes sur la manière dont le groupe pourrait se déplacer au milieu de la foule de Portal de l'Angel (à côté de la Place de Catalunya) et dans le quartier Gòtic un samedi après-midi, car il s'agit d'une **zone très commerciale avec un passage intense de personnes** (voir

Image 15). Grâce au système audio (le guide avec son micro et les participants avec des appareils et des écouteurs), ils ont pu se déplacer facilement et suivre en même temps la visite, car ils n'avaient **pas besoin d'être regroupés** :

> Normalement, je pense que comme on avait le... Bon, il [le guide] allait avec le micro et nous avec les écouteurs, ce n'était pas nécessaire d'être si… si proche de lui, du guide. Et alors […] je me suis senti moins angoissée de ce que j'avais imaginé d'aller dans cette zone à ces heures-là. Je pensais « tu verras, il y aura trop de monde ». Et non. C'était tout comme organique. On n'est pas restés au milieu de nulle part mais… Je ne sais pas, c'était bien. Je ne me suis pas sentie angoissée, à aucun moment.

Image 15. Groupes en visite guidée et passants entre la Cathédrale et c/ Bisbe (quartier Gòtic)

Source : Pau, 23/10/2016.

Elle précise cependant qu'à certains endroits il y avait du monde « parce que Barcelone, le centre, est bondé de touristes ». Elle explique que son **groupe a été observé** par les autres passants, non seulement des locaux mais aussi des touristes. D'après Laura, ils se demandaient « qu'est-ce qu'ils font ceux-ci ? ». Les passants levaient les têtes en essayant de voir ce que le groupe regardait sur les façades.

Laura explique que la thématique des francs-maçons l'a attiré parce qu'elle en avait entendu parler peu de temps avant, lors d'un voyage aux Etats-Unis. Quand elle a vu que cette communauté existait à Barcelone, elle a voulu en savoir davantage et s'est inscrite à cette visite :

> On avait entendu parler [de la thématique] aux Etats-Unis, dans des livres, et c'était comme, je ne sais pas, donc, on voulait en savoir un peu plus sur cette question des francs-maçons à Barcelone, un lieu très connu pour nous.

Un autre élément conditionnant son choix est lié à sa perception de la **professionnalité de l'organisateur**. Laura a eu l'impression, en regardant le site internet de l'entreprise organisatrice, qu'elle était « sérieuse » et qu'elle pourrait donc apprendre des détails intéressants de Barcelone :

> Et l'endroit où ça se déroulait, non ? L'association ou… [l'entreprise], ce qu'elle faisait, je ne sais pas, ça avait l'air assez sérieux et la visite elle-même, la manière dont ils la présentaient nous a plu…

En général, elle considère que ce type d'activités favorisent l'**immersion du visiteur dans la ville**. Elle apprécie l'apprentissage de la ville comme un moyen pour se positionner en tant qu'individu présent sur cette ville :

> Parce que peut-être l'histoire la plus proche, celle de tous les jours ou sur laquelle tu marches tous les jours… Je pense que c'est important de savoir... je ne sais pas, qui tu es, où tu es, que tu n'es pas inoffensif face aux choses qui t'entourent.

12.2. Le voyage *ailleurs* : « Quand tu *fais* le touriste, c'est intéressant de voir les habitudes des gens »

Laura voyage régulièrement vers des destinations lointaines lors de ses vacances. Quand elle voyage loin, elle **organise ses voyages très en amont**, afin de limiter les coûts des billets d'avion. Des destinations plus proches, telles que Paris ou Londres, sont perçues par Laura comme accessibles et elle est prête à y aller plusieurs fois. Quand elle voyage, elle ne se soucie pas trop de la qualité de l'hébergement. Elle privilégie sa **localisation**, qu'elle soit **centrale** et bien communiquée.

Nous avons précédemment cité son expérience lorsqu'elle a redécouvert New York et Brooklyn notamment. Cette expérience a évolué d'un vécu plutôt lié à la crainte et aux préjugés (« comme dans un film ») vers une expérience plutôt caractérisée par la surprise (agréable) et par le plaisir pris de voir la réaction de son copain lorsqu'il découvre la destination pour la première fois. Elle attribue cette transformation à sa **métamorphose personnelle** :

> Non. Beaucoup de choses différentes, oui, oui. Je ne suis plus la même personne non plus, je pense, qu'il y a six ans. […] Même si c'est le même endroit, les expériences que tu as vécues te touchent aussi et... […] tout te tient à cœur.

Chaque **voyage est unique** et il faut l'évaluer au sein d'un contexte personnel précis. Il y a un élément partagé entre les deux expériences négatives que Laura cite : le **choc des contrastes** (thermiques, culturelles). Les expériences en Thaïlande et à Brooklyn ont en commun le rejet initial de Laura des forts contrastes entre son milieu géographique et culturel d'origine et les milieux qu'elle visite. Elle a effectivement besoin d'un temps d'adaptation et « bon, après, bien ».

Ce qu'elle aime dans les voyages est de pouvoir **se promener tranquillement** et **regarder la vie quotidienne locale** :

> Donc te lever plus ou moins tôt et... Surtout, me promener. Je me rends compte que quand je voyage, bon, si tu fais des distances très longues c'est inévitable de prendre la voiture ou l'autobus, le train ou l'avion. Mais, surtout, me promener et voir les gens comme ils sont au quotidien dans la ville ou... Quand tu fais le touriste, dans un lieu ou un autre, c'est aussi intéressant de voir les habitudes des gens. Moi, ça, donc me promener, aller à un endroit, le voir, à l'extérieur ou à l'intérieur. Manger, un bon repas ou quelque chose rapide, mais bon, et après, le soir, faire quelque chose plus tranquille, marcher aussi un peu. Ça. Après, me reposer un peu et aller diner quelque part.

Elle accorde beaucoup d'importance au fait de **parcourir à pied** la destination, comme un **accès privilégié** à ce lieu et à sa population. La **gastronomie** est aussi un élément central de son expérience, qui **transcende** le voyage jusqu'à sa cuisine. Lorsqu'elle invite des gens à manger chez elle, elle a l'habitude de préparer des plats qu'elle a goûté dans ses voyages :

> Moi je pense que la cuisine… La cuisine des différents endroits nous a bien marqué. À nous, ça nous plait de manger beaucoup de choses différentes et, au final, même aux personnes qui viennent à la maison, on ne leur prépare pas de plats catalans ou castillans, mais des plats d'autres pays.

La **diversification de sa culture gastronomique** est l'une des traces tangibles des voyages que Laura réalise, un élément qu'elle mobilise après dans sa vie quotidienne. D'autres traces sont les photographies, qu'elle a l'habitude de partager à travers les réseaux sociaux. Elle aime bien aussi faire des recommandations et écouter les recommandations des autres lorsqu'elle prépare un voyage :

> On fait parfois des photos avec la famille et les amis et on les met sur Facebook. La plupart des amis, on les a sur Facebook ou Instagram. Je pense qu'on fait comme ça. Et, je sais pas, par exemple, s'il y a des gens qui veulent aller à cet endroit, j'aime bien faire des recommandations sur ce qu'on a fait, là où on est allés. Oui. Je suis très... je fais confiance aux recommandations et j'aime bien recommander.

Laura s'intéresse aux activités de loisir et de découverte de Barcelone comme un moyen pour s'immerger dans la ville où elle habite et la comprendre. De la même manière, lorsqu'elle voyage ailleurs, elle aime observer la vie quotidienne des lieux qu'elle visite, afin de mieux comprendre le lieu visité. Elle ramène chez elle des souvenirs sous forme gastronomique, ce qui lui permet de prolonger le voyage et de garder des éléments de la culture visitée et de les intégrer dans sa propre culture culinaire.

Elle a été un peu déçue de la manière dont le temps et le discours du guide de la visite sur les francs-maçons ont été gérés. Elle pense toutefois que le système audio proposé par cette entreprise organisatrice est une bonne idée pour traverser des lieux bondés de passants et très touristiques. Les expériences de ses voyages ailleurs lui ont permis de constater que son regard évolue avec ses expériences vécues et sa personnalité. Elle nécessite un temps d'adaptation lorsqu'elle est confrontée à une différence culturelle importante.

Le Tableau 21 résume les principaux thèmes identifiés dans le témoignage de Laura :

Tableau 21. Expérience de Laura ici et ailleurs

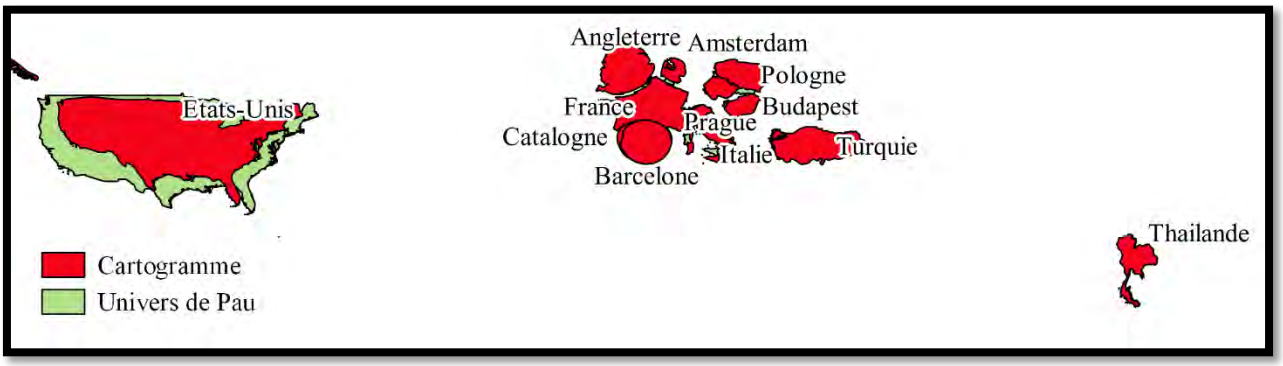
Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Très organisée (limiter les coûts). La proximité incite la répétition. Chaque voyage est unique (contexte personnel précis). Prendre plaisir à voir l'autre découvrir une destination pour la première fois. Rejet initial des contrastes. Besoin d'un temps d'adaptation. Marcher, accès privilégié à la destination et à sa population. Tranquillité. Gastronomie, composante qui transcende le voyage. Traces tangibles des voyages : diversification de la culture culinaire, photos. Suivre de recommandations et recommander.	Ennui d'être arrêtés : promenade, valeur ajoutée de l'explication. Mauvaise gestion du temps du guide : discours trop long. Parcours imaginé partiellement, pratique de chasses au trésor. Se déplacer et suivre les explications au milieu de la foule (le système audio permet d'être éparpillé). Inspirer le regard et curiosité des passants. Intérêt par la thématique à la suite d'un voyage. Professionnalité apparente de l'organisateur, atout de la visite. Permet l'immersion du visiteur dans la ville (définir la position de l'individu dans la ville).

Source : auteure, 2018.

13. Pau

Pau voyage fréquemment, en Europe et ailleurs. La Figure 23 montre l'étendue de l'univers de Pau, les lieux où il a vécu les expériences qu'il a voulu partager dans son récit.

Figure 23. L'univers de Pau.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Il évoque un voyage à l'est des États-Unis (Boston, Philadelphia, New York). Alaska et Hawaii ne font pas partie du récit. Pour une question de lisibilité, ces États n'apparaissent pas dans l'emprise de cette représentation graphique.

Barcelone a été citée dans le cadre de la visite guidée sur la thématique des francs-maçons, laquelle lui a provoqué une petite déception. Le reste des lieux sont cités comme des destinations touristiques « classiques » (voir Figure 86, Annexe X). Comme il ne fait pas des références à son quotidien et ne parle que de ses expériences de visite (*ici* et *ailleurs*), tous les lieux sont cités au passé (voir Figure 84, Annexe X). À part la déception de la visite guidée de Barcelone, il évoque une expérience négative en Turquie (voir Figure 85, Annexe X). Amsterdam est la scène d'un moment vécu positivement, tandis que le reste des lieux ne font pas l'objet d'une évaluation ni positive ni négative.

13.1. La visite *ici* : « On était là, en groupe avec nos écouteurs, et les gens nous regardaient »

Pau avoue que sa participation à la visite guidée sur la franc-maçonnerie est venue un jour où il n'avait rien d'autre à faire, comme une **décision spontanée** :

> Pour dire vrai, c'était un dimanche matin et on s'est dit « on va faire une visite cet après-midi ? » et c'était la seule disponible dimanche après-midi (ils rient). Si le thème ne nous avait pas plu, on n'y serait pas allés, mais, je sais pas, on a vu le titre…

Depuis qu'il a lu un roman sur cette thématique, Pau est curieux d'en savoir plus, notamment à la suite de son voyage aux Etats-Unis (avec Laura). La **littérature** et les **voyages** constituent donc pour Pau deux **sources d'inspiration** et de curiosité :

> Ce qu'elle (Laura) dit est vrai. Il n'y a pas trop longtemps, on était aux Etats-Unis et c'est un sujet très présent là-bas. Je crois que j'avais un peu la curiosité à cause du

> voyage […]. Et, aussi, un livre que j'avais lu récemment où ce sujet apparaissait beaucoup de fois. Un livre de Dan Brown […].

Comme Laura, Pau a trouvé un peu longue la première partie de la visite de Barcelone, celle à l'intérieur des locaux des organisateurs. Comme la symbolique franc-maçonne à Barcelone n'est pas très évidente (voir détail de l'Image 16), il pense que c'était peut-être nécessaire de le faire, mais un peu plus brièvement et avec moins de répétitions.

Image 16. Groupe passant devant le détail d'un mur de la Cathédrale

Source : Pau, 23/10/2018.

Il pense que **le caractère** de ce **guide** et sa mauvaise gestion du temps du discours expliquent l'ennui ressenti :

> Alors, moi je pense que c'était juste dû à ce guide, qui avait la langue bien pendue (ils rient). Parce qu'il nous a dit « l'introduction dure une demi-heure », là-bas au bureau. Mais au lieu d'une demi-heure, ça a duré une heure. Et aussi, « la visite dure deux heures », et au lieu de deux heures ça en a duré trois. Et réellement, en fait, il n'y avait pas tant d'arrêt à cette visite, et tu peux parfaitement la faire en deux heures, et à fond. Mais on s'est aussi dit qu'il répétait beaucoup et que… […] Comme en fait il n'y a pas tant de chose de la franc-maçonnerie à Barcelone, et bien il nous a expliqué des choses sur des diapos. Je pense que c'est nécessaire, mais un peu plus rapidement.

Même si le groupe se déplaçait finalement assez facilement, les rues grouillaient de monde :

> Oui, à Portaferrissa il y avait du monde, et à la Cathédrale beaucoup. Et aussi à un moment où normalement il y a des musiciens qui jouent dans la rue… Enfin, il y avait des gens qui jouaient de la musique… Là-bas, près de la Cathédrale de… enfin, l'église Santa Maria del Mar. On voulait aussi s'arrêter à un endroit où il y avait des pierres avec des inscriptions, et bien juste devant il y avait d'autres touristes, un autre groupe. On a dû s'arrêter un peu plus loin. Après, quand on s'est éloigné, on s'est rapproché un peu du Born en direction du parc de la Ciutadella, là c'était plus tard et on était un peu plus loin, donc c'était plus tranquille. Il n'y avait pas autant de monde.

La foule, les musiciens, un autre groupe en visite guidée, tous ces éléments ont conditionné l'expérience de Pau (voir Carte 13, p. 234). Cet **autre groupe** a eu un **impact direct** sur le groupe de Pau en l'empêchant de faire son arrêt à l'endroit prévu.

Pau explique que, lorsque le groupe s'était arrêté dans la rue Portaferrissa, devant un bâtiment qualifié par Pau de « normal », le reste de passants les regardaient, curieux de deviner ce qui se trouvait dans le point de mire du groupe :

> Quand on était arrêté devant la Cathédrale, par exemple, et bien là non, parce que c'était comme… il y avait beaucoup de gens et c'était normal. Mais quand on était devant une maison de la rue Porteferrissa… C'était Portaferrissa ? Donc, dans la rue Portaferrissa, une maison tout à fait normale de logements avec quelques boutiques au rez-de-chaussée, et bien là il y avait quelques symboles de la franc maçonnerie, et on s'est arrêté devant le mur de devant, et comme c'est un endroit où je pense que d'habitude il n'y a pas de visite, où les gens en visite touristique n'ont pas l'habitude de s'arrêter, et bien, on était là en groupe avec nos écouteurs, et les gens nous regardaient comme…

Le guide dirigeait le regard du groupe vers la façade, le groupe attirait le regard des passants (touristes et locaux), d'abord vers lui et ensuite vers la façade. Ainsi, pendant un moment, les

regards de différents usagers de l'espace ont convergé dans la même direction, animés de **curiosité**. Cependant, cela n'a pas duré car ils sont ensuite retombés sur le groupe et se sont transformés en un autre type de regard que Pau n'arrive pas à définir.

Ce type d'activité offre la possibilité aux visiteurs (et aux gens autour) de regarder la ville autrement. De cette expérience, Pau apprécie notamment la **redécouverte des lieux familiers** :

> Réellement, ça te permet de découvrir des choses des lieux à côté desquels tu passes chaque jour, des choses que tu ne savais pas et ça t'enrichit plus. Tu dis « tiens, je suis passé par ici mille fois et ne savais pas ça ».

13.2. Le voyage *ailleurs* : « Je me sens peut-être pareil partout »

Pau évoque explicitement la **proximité** comme une **variable de la répétition**. Il explique que « le plus proche, le plus probable est qu'on refasse la destination ».

Il organise ses voyages en amont, le voyage commence pour lui par une **étape de documentation**. Il lit et se renseigne sur la destination, sur ceux qu'il y a à voir, pour ensuite décider sur place :

> On l'a jamais fait, d'aller à un endroit sans en connaître rien du tout. On essaie toujours de se documenter au minimum, de lire des choses et… […] Après, je veux dire, pas jusqu'à connaitre les parcours qu'on va faire tous les jours, ni de savoir si on ira à tel ou tel endroit tel jour, mais dans les grandes lignes, oui.

Pau utilise différents types d'hébergement, mais dormir chez l'habitant avec AirBnb lui a permis de vivre des expériences très positives :

> Quand on est allés à Amsterdam, on avait un AirBnB, donc... Cette fille habitait là, ce n'était pas un appartement touristique mais ces jours-là elle n'était pas là, on ne l'a pas vue. Mais, malgré ça, elle nous a laissé beaucoup d'annotations, beaucoup de choses, beaucoup de commentaires sur des lieux où aller, restaurants à visiter, lieux qu'elle aimait bien. Et le fait qu'une personne, qu'on n'a même pas vue, ait tous ces attentions et te laisse des annotations et te dise d'aller aux restaurants et aux endroits que tu sais qu'elle aime bien et qu'elle les considère bons et tout ça, donc c'était une sensation très agréable, non ? Dans un endroit, comme ça, où tu ne connais personne.

Lors de ce voyage, Pau est resté chez quelqu'un qu'il ne connaissait pas. Il précise que « ce n'était pas un appartement touristique », mais son hôte ne pouvait pas être là pour les accueillir. Il a alors été très agréablement surpris qu'une complète inconnue se soit préoccupée d'eux et leur ait laissé des recommandations de ce qu'elle aime faire et des lieux qu'elle apprécie en tant que résidente. Il sent qu'il a vécu Amsterdam à travers cette jeune femme, même s'il ne l'a jamais vue.

Ses pires expériences sont liées aux arnaques qu'il a pu expérimenter du fait d'être identifié comme touriste. Ses rapports aux chauffeurs de taxi à Istanbul illustrent cette idée :

> À oublier... Bon, des moments comme ça où quelqu'un t'arnaque. Je pense aux chauffeurs de taxi. Chauffeurs de taxi à Istanbul. Donc, deux chauffeurs différents à Istanbul nous ont arnaqués de deux manières différentes. C'est quelque chose qui me met en colère.

Cette expérience montre à quel point le statut de « touriste » est parfois vécu comme une **position d'impuissance**. Pau s'énerve parce qu'il se considère comme une cible facile et ne peut rien faire pour se défendre.

La gastronomie et la langue sont les deux principaux moyens par lesquels Pau transmet des éléments culturels qu'il a rencontrés. Pau devient alors un **vecteur de transmission de la culture locale** qu'il a visitée, en la faisant connaître à des personnes en dehors de la destination. Pour lui, personnellement, préparer des plats avec des ingrédients qu'il a achetés lors d'un voyage lui permet de le prolonger de retour à la maison, en revivant les saveurs :

> Hier, tu vois, nous avions acheté des épices en Turquie il y a un an, et jusqu'à hier on ne les avait pas utilisées, et hier, avec des boulettes d'agneau avec des épices de… ça. Si on n'avait pas goûté ce plat là-bas et qu'on n'avait pas acheté ces épices là-bas, et bien certainement, on ne l'aurait pas cuisiné.

L'opportunité de pratiquer la langue ou d'apprendre quelques mots des langues locales des destinations est également vécu par Pau comme une composante positive de l'expérience du voyage. Elle renforce son niveau de langues étrangères à son retour :

> Ou la langue aussi. Si tu vas aux États-Unis ou en Angleterre, et bien tu rafraîchis ton anglais avec beaucoup plus de personnes natives et c'est sûr qu'aussi, je sais pas, que ça te reste après le voyage. En France pareil […] Et tu te mets à jour. Mais il y a des endroits où c'est différent… En Thaïlande, par exemple, après tu te souviens de certains mots en thaïlandais que tu as appris.

Pau a des **difficultés pour choisir un lieu préféré**, ou un lieu où il rêve d'aller. En réfléchissant à ces questions, il s'inquiète et se demande s'il n'est peut-être jamais très bien nulle part : « je me sens peut-être pareil partout ». Il aime voyager dans différents continents, il aime visiter Barcelone, la Catalogne et des villes européennes, mais il n'a pas un lieu idéalisé. Il finit par répondre succinctement : « Un lieu de chaque continent, disons que je ne voudrais pas mourir sans avoir mis le pied sur chaque continent ».

Il participe à la visite guidée de Barcelone pour passer un bon après-midi et parce qu'il était curieux de la thématique proposée. Il voyage ailleurs parce qu'il aime bien visiter des lieux différents, aussi bien loin qu'à proximité, même si la proximité favorise qu'il revienne vers cette destination.

Ailleurs, il apprécie l'attention de la population locale. À Barcelone, il se sent observé (et jugé) par les passants, aussi bien locaux (comme il s'attendait) que touristes.

Ailleurs, il ne supporte pas que sa condition de touriste le situe dans une position de vulnérabilité face aux arnaques. À Barcelone, sa condition de visiteur inspire pour quelques instants le regard des autres usagers de l'espace, curieux de comprendre ce que lui et le groupe trouvaient d'intéressant sur la façade d'un bâtiment « normal ».

Le Tableau 22 résume les principales idées évoquées par Pau :

Tableau 22. Expérience de Pau ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Documentation avant le voyage, décisions sur place. Apprécie AirBnb chez l'habitant, pas d'appartement touristique. Vivre la destination à travers les recommandations d'un local absent. Touriste, position d'impuissance (arnaques). Gastronomie et langues : prolongation du voyage de retour à la maison. Touriste, vecteur de transmission de la culture visitée. Être bien partout, jamais très bien.	Décision spontanée, rien d'autre à faire (passe-temps). Littérature et voyages, sources d'inspiration. Petite introduction théorique nécessaire pour combler le manque d'éléments physiques sur la thématique. Caractère du guide reflété sur le discours, gestion du temps et répétitions. Rues très animés, déplacement facile grâce au système audio. Conflits d'occupation de l'espace, devoir s'arrêter ailleurs qu'à l'endroit prévu. Passants curieux de l'intérêt du groupe pour un endroit banal. Convergence de regards animés de curiosité. Redécouverte de lieux familiers.

Source : auteure, 2018.

***

Mamadou et Meritxell

Mamadou est un homme de 35 ans, agent d'entretien, Sénégalais, résident à Barcelone depuis six ans au moment de l'entretien. **Meritxell** est une femme de 34 ans, agent d'information touristique. Ils habitent ensemble le quartier barcelonais de Gracia. Ils ont participé à la visite guidée *Histoires du métro*. Cette visite du 23 octobre 2016 n'a pas été observée ni cartographiée. Les éléments contextuels (l'ambiance et les situations auxquelles le groupe a été confronté) sont issus des témoignages de ces deux participants. Ils ont répondu au questionnaire en ligne et été interviewés, ensemble, par vidéoconférence, deux semaines après la participation à cette visite guidée.

14. Mamadou

Mamadou voyage ponctuellement, pour rentrer chez lui au Sénégal ou bien lorsqu'il fait de petites escapades avec Meritxell. La Figure 24 montre les lieux qu'il évoque dans son témoignage et l'importance relative de ces lieux dans l'ensemble du récit.

Barcelone constitue le centre de son espace quotidien, alors que les autres points cités sont le cadre de ses expériences touristiques (voir Figure 71, Annexe X), passées ou rêvées (voir Figure 69, Annexe X). Madère est le cadre d'expériences très positives et mémorables, alors que ses pires moments ont été vécus à Barcelone (voir Figure 73, Annexe X). Le Sénégal est la scène d'expériences aussi bien positives que négatives.

Figure 24. L'univers de Mamadou.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

14.1. La visite ici : « Si je l'explique à une personne et cette personne l'explique à quelqu'un d'autre, ça finit par faire le tour du monde »

Mamadou nous explique la totalité du parcours sur l'histoire du métro et les arrêts où ils ont changé de ligne. Cette visite est totalement souterraine (voir Image 17). À Place Catalunya, le système audio par lequel les participants entendent le guide a eu des **problèmes techniques**.

Mamadou a participé à cette visite pour **accompagner** sa compagne (Meritxell). Elle a choisi la thématique et a réalisé les gestions de la réservation et il l'a suivi. Il avait des attentes particulières à cause du nom de la visite « Histoires du métro » :

> Je pensais que pendant la visite, on aurait fait une partie dans le métro, sans qu'on prenne le métro. On rentre dedans pour regarder les arrêts et tout mais…

Image 17. Métro de Barcelone.

Source : auteure, 2014.

Il est **déçu** car il croyait qu'il aurait accès à des espaces où normalement il est interdit d'accéder. Non seulement le parcours a lieu dans la zone qu'il connaissait en tant qu'usager du métro, mais il a le sentiment que, comme ils regardaient depuis l'intérieur du métro en mouvement, les explications allaient trop vite, ce qui rendait **difficile d'observer** quoi que ce soit : « Le métro passe, il allait vite, vite, et ça, non... on ne voyait rien et c'était un peu… (décevant) ».

Ce type de visites, pour Mamadou, est perçu comme une **réminiscence d'une tradition orale perdue** de nos jours. Les informations apprises à cette occasion n'ont donc pas vocation à rester cloisonnées à l'intérieur de la mémoire de l'individu qui les a entendues. Elles sont surtout un moyen de **maintenir vivante la culture locale et le savoir populaire**, parfois mobilisé dans le récit du guide ou dans les interventions des participants. Pour Mamadou, il est important de participer à ce type d'activités pour connaître, pour comprendre, mais surtout pour transmettre :

> Moi, je pense que beaucoup de monde s'en sort tout seul pour savoir ce qui se passe en général dans le monde, et ce qui s'est passé en 1030… Ça c'est […] important pour demander ce qu'il y avait avant à Barcelone, quel type de maison, quel type de voiture, quel type de… Tu peux demander à une personne [le guide], cette personne t'explique et un jour tu peux l'expliquer quand ton fils te demande « papa, qu'est-ce qu'il y avait à Barcelone ? ». Tu… tu le sais, tu peux lui expliquer un peu. Pour ça, cette chose est importante. Si je l'explique à une personne et cette personne l'explique à quelqu'un d'autre, ça finit par faire le tour du monde.

14.2. Le voyage ailleurs : « Visiter, connaître les gens, connaître la terre, le manger, regarder les différences entre les personnes »

Lors des voyages ailleurs que Mamadou a cité, il affirme qu'il ne prépare pas trop ce qu'il fait dans la destination. Il regarde un peu sur Internet, mais se renseigne plutôt une fois qu'il est sur place :

> Oui, moi, par Internet. Sinon aussi parfois on passe par l'office de tourisme pour demander quel itinéraire, quelle visite serait importante, et les gens de l'office de tourisme nous expliquent « ça va bien pour vous deux, ou ça, ou ça… ». Une fois là-bas on choisit quelle visite on veut faire. […] Parfois, on parle des choses, quelles choses on peut faire. Parfois, on ne sait pas, on se lève le matin, on prend une décision. On fait ça, on fait ça.

Il aime la **spontanéité**, décider sur place. Parfois, voyager est à la fois une **source de plaisir et de stress**, comme cet exemple à Madère le montre :

> Non, non. Pour moi, de ce voyage [Madère], j'ai un peu peur de la montagne, dans le bus là-bas. Mais après, quand tu as déjà survécu à ça et que t'arrives à l'hôtel, c'est très cool. Si tu mets 50 personnes, 60 personnes dans un bus, comme ça, sur la montagne, tu montes, tu descends…

Un autre exemple du stress vécu par Mamadou lors d'un voyage est ce moment de sa dernière visite au Sénégal, son pays d'origine. Il voulait montrer son pays à sa copine de l'époque, qui allait rencontrer la famille de Mamadou. Une série de malentendus ont provoqué un souvenir mitigé de ce voyage :

> Avec mon ex, on est allés visiter, on rentrait vers Dakar... ehhh... Un ami avait mangé une mangue, il avait un trou dans les dents et avait mal... […] On est arrivés jusqu'à Tambacounda, avec la mangue... Il y avait […], devant nous, une camionnette qui transportait du poisson. On l'a doublée. Après, on s'est arrêtés pour manger la mangue. Après, on est repartis, on a redoublé la camionnette et on s'est arrêtés encore. Oui, parce que mon ami avait la diarrhée, il voulait aller aux toilettes. Au final, on s'est arrêtés.
>
> La camionnette est passée et ils ont appelé la police entre Tambacounda et Dakar. […] La police a arrêté la voiture. Le conducteur n'avait pas son permis, il l'avait

> oublié à Dakar, alors après on était allés jusqu'à Kaolack. Tout le monde avait ses papiers. […] La police nous a mis dans une pièce. Il y a du pipi, du caca, tout. Des moustiques, tout. Je ne pouvais pas bouger parce que je ne pouvais pas respirer et je suis tombé. Mon ami a crié, la police m'a sorti. Cinq minutes après ils m'ont mis dedans à nouveau. Je suis tombé à nouveau. Après ça, la police nous a interdit de passer pour aller à Dakar. […] Comme on ne pouvait pas prendre notre voiture, on a pris une voiture [fait du stop] pour arriver à Dakar. On entre dans la voiture, et le couple qui conduisait, c'était le mec et la fille de la camionnette du poisson. Le mec dit […] « Hier, une voiture nous suivait parce qu'on avait un peu d'argent et les gens voulaient nous voler ». Je veux bien le comprendre, mais avant de faire un truc comme ça, tu demandes. […] Après tout ce qu'on avait vécu la veille, j'ai donné un coup de poing au gars, il est tombé […]. La police est arrivée et nous a interrogés à nouveau. On s'est expliqué, et finalement la police a embarqué les deux personnes, le monsieur et la dame du poisson. Et on est allés à Dakar.

Cette situation rocambolesque a laissé des traces dans les rapports entre Mamadou et Dakar : « quand je vais à Dakar, je pense toujours à ça, je ne peux pas l'oublier ».

Cet exemple montre également des traits de la personnalité de Mamadou et comment elle impacte directement sa manière de réagir aux événements. Il avoue également qu'il déteste attendre, qu'il a peu de patience :

> Je n'aime pas attendre. Parce que […], moi, si on me dit « on prend le vol à telle heure », ok. Maintenant. Tout de suite. On y va. On y va maintenant. Mais, par exemple, pour les vols en avion, pour prendre le vol à 5h20, après […] il est en retard, maintenant on part à 6h30, l'avion n'arrive pas à 6h30, 8h30… Tout ça ça me… Ça me rend très nerveux. Je peux pas. Je peux pas attendre. Si c'est ici, parfois, elle, si elle est en retard… moi je ne peux pas attendre. Je n'ai pas beaucoup de patience.

Son **impatience** détermine forcément sa manière de vivre et de se remémorer ses expériences touristiques. Elle concerne aussi bien ses voyages que sa vie quotidienne. Cet attribut de sa personnalité ne se révèle donc pas uniquement quand il est touriste, même s'il conditionne son expérience touristique directement (les retards et les attentes étant deux éléments inhérents à la pratique du voyage).

Mamadou a le rêve de **montrer son pays** d'origine et de présenter sa famille à Meritxell (son actuelle compagne). Avoir l'opportunité d'être ambassadeur de son pays le remplirait de **fierté** :

> Pour moi […], parfois, je peux rêver de choses qui peuvent arriver ou non. On veut toujours que cette chose [à laquelle on rêve] arrive. Par exemple, moi, si je l'emmène (Meritxell) au Sénégal, ça, c'est… je suis le plus heureux du monde. Parce qu'elle n'y est pas encore allée, elle ne connait pas ma famille, tout ça […]. Pour moi, ça c'est l'idéal de ma vie.

Aller au Sénégal avec sa copine et aller à New York serait ses deux voyages rêvés. Mamadou s'interroge, en général, sur **le sens du voyage**, qu'est-ce qu'on entend par « visiter » :

> Il y a différents voyages. Je peux dire « je vais à Paris », pour quoi faire à Paris ? Pour visiter la Tour Eiffel ou parler avec les gens ou regarder les gens cools, les gens moins bien, quelle visite veux-tu faire ? Pour moi, visiter, je peux aller […] connaître les gens, connaître la terre, la nourriture, regarder les différences entre les personnes. Ce qui se passe c'est qu'on est pareil dans beaucoup d'aspects. Tu ne sais pas quel type de personne tu vois en face de toi. […] Si tu pars en voyage et ne peux pas parler avec les gens, tu ne sais pas les choses, tu ne peux pas demander. Pour moi, un voyage sert à chercher des choses importantes de la vie, connaître les gens, connaître la culture.

Il soulève ici deux questions intéressantes : d'un côté, dans un **contexte mondialisé**, les **différences** entre les gens, entre les lieux sont **infimes** et tendent à s'effacer, indépendamment de la distance ; de l'autre côté, il considère qu'il faut un minimum de **proximité** pour **pouvoir communiquer** et, non seulement découvrir la destination, mais surtout être en capacité de la connaître et de la comprendre. Cela demande le partage d'un minimum d'aspects, même s'ils ne sont que très anecdotiques, une base commune sur laquelle baser la compréhension de l'expérience.

Mamadou, immigré sénégalais, habitant Barcelone depuis quelques années, a directement vécu l'expérience d'être étranger dans cette ville. Il connaît ainsi le parcours de celui voulant s'intégrer et devant faire face au refus de l'Autre. Il n'hésite donc pas à s'exprimer concernant la question de la massification touristique à Barcelone. Il considère que **tout individu est libre de se déplacer** où il le souhaite et de changer de lieu s'il n'est pas satisfait ou à l'aise :

> Je pense que, pour moi, il n'y a pas... Si tu vas à un endroit, n'importe lequel, tu y passes... Si c'est cool ou pas, un jour je passerai par ici ou pas. Je ne pense [jamais] « ça c'est mauvais pour moi ». Dans le monde, tout le monde peut visiter les choses ou aller ailleurs. Par exemple, moi je ne peux pas dire à quelqu'un « tu ne peux pas vivre ici en Catalogne ». [...] Il faut penser à chaque personne. Pour moi, ces choses [la massification], je ne l'ai pas vu, pour moi tout est cool.

Il réagit ici aux propos de Meritxell, pour qui les touristes à Barcelone ont la perception qu'il y a trop de touristes dans cette ville. Mamadou, sûrement du fait de sa biographie, croit en la liberté de mouvement et cette liberté s'applique aussi lors des voyages pour le plaisir : si un visiteur pense qu'il y a trop de visiteurs, il est libre d'aller ailleurs.

En définitive, Mamadou a participé à la visite guidée à Barcelone essentiellement pour accompagner sa copine. Lorsqu'il voyage ailleurs, et notamment vers son pays d'origine, il

apprécie de le montrer à son accompagnatrice (son ex dans le passé, Meritxell dans un futur voyage). Elle est de Barcelone et l'a inscrit dans cette visite pour découvrir ensemble l'histoire du métro. Il est du Sénégal et veut lui montrer son pays et sa famille. L'idée de la transmission est très importante dans le cas de Mamadou, car il considère les visites guidées comme une forme de transmission orale permettant de conserver certaines histoires et anecdotes et les faire arriver au grand public.

De la visite guidée, il regrette la vitesse des explications et les contraintes de visiter à l'intérieur du métro. Voyageant ailleurs, ses pires expériences concernent des malentendus. Les sensations positives et négatives restent dans l'imaginaire de Mamadou attachées aux lieux où elles ont été vécues. Sa personnalité impatiente impacte directement et indirectement ses expériences touristiques et quotidiennes. Pour lui, pour comprendre les lieux qu'il visite (ici ou ailleurs), il faut un minimum de proximité. Il est un fervent défenseur de la liberté de se déplacer, ce qui s'explique possiblement par sa condition de migrant.

Le Tableau 23 reprend les principales idées évoquées par Mamadou :

Tableau 23. Expérience de Mamadou ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Spontanéité sur place (dans la destination). Voyage, source de plaisir et de stress (peurs, malentendus). Souvenirs mémorables très attachés aux lieux vécus. La personnalité conditionne les réactions face aux situations confrontées. L'impatience détermine le voyage et le quotidien. Ambassadeur de son pays (fierté). Mondialisation, peu de différences entre les lieux, les gens... Proximité minimale nécessaire pour saisir les lieux, pour comprendre l'objet de la visite. Tout individu est libre de se déplacer (biographie de migrant).	Problèmes techniques (système audio). Accompagner. Attentes concernant le parcours (déception). Vitesse du parcours et du discours, difficultés pour observer et comprendre. Visite guidée, réminiscence d'une tradition orale perdue. Maintenir vivante la culture locale et le savoir populaire : connaître, comprendre, transmettre.

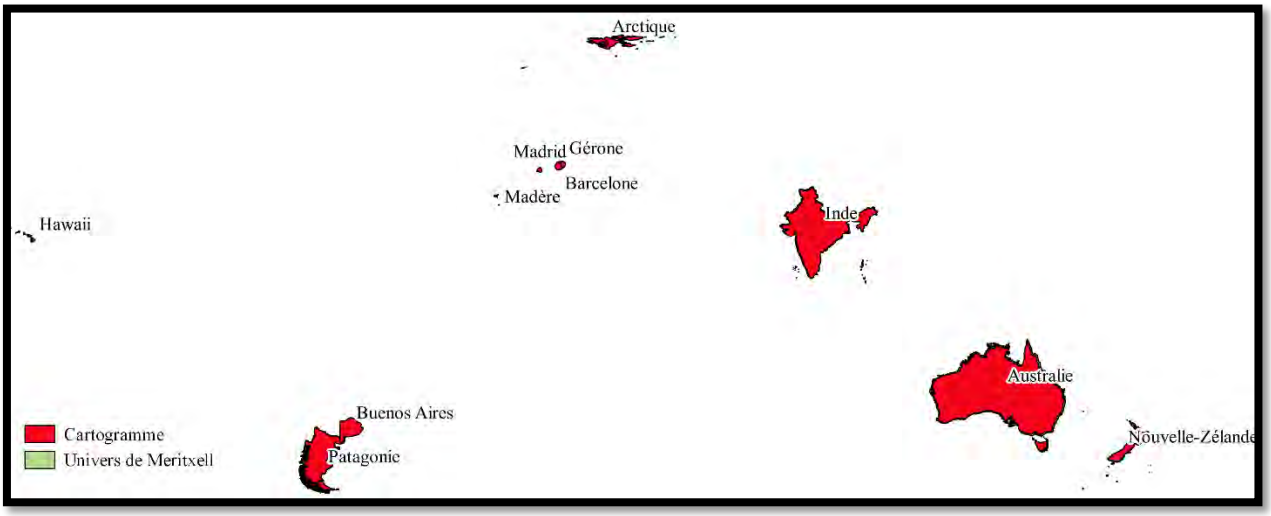
Source : auteure, 2018.

15. Meritxell

Meritxell a beaucoup voyagé, notamment avec une autre personne, souvent une amie, parfois avec son copain du moment. La Figure 25 montre l'étendue de son univers, les lieux présents dans son récit.

Barcelone et Gerona sont cités comme des espaces quotidiens (voir Figure 80, Annexe X), présents ou passés. Le reste des lieux concernent plutôt des expériences touristiques passées ou rêvées (voir Figure 78, Annexe X). La seule expérience touristique négative qu'elle explique lui est arrivée à Buenos Aires (Argentine), tandis que les expériences négatives à Barcelone sont plutôt liées à sa condition de résidente (voir Figure 79, Annexe X).

Figure 25. L'univers de Meritxell.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

15.1. La visite *ici* : « ça nous rapproche, ça nous donne une idée de ce qui nous entoure »

Un dimanche matin d'octobre, Meritxell et Mamadou ont participé à une visite guidée du métro (voir Image 18, illustrant une visite dans une gare de métro de Barcelone). Meritxell affirme que cette visite aurait été **impossible à réaliser un autre jour** de la semaine, à cause de l'intense flux de passagers du métro :

> C'est cool qu'ils le fassent le week-end. Je sais pas si cette visite ils la font aussi la semaine, mais je pense que ça serait impossible. Avec le volume de passagers ça serait impossible, parce que tu rentres dans les gens, tu as tout le bruit que fait le métro en arrivant, et alors, le mec, le pauvre, il doit… « Bon, on doit attendre que parte le métro, on a deux minutes et demi… de silence… pour vous expliquer ».

Au-delà du volume de passagers, cette participante évoque ici le **bruit comme un obstacle** à la visite. Même le dimanche, à chaque fois que le métro se rapprochait, le guide devait faire une pause et attendre qu'il parte pour continuer son récit.

Image 18. Groupe en visite guidée dans un arrêt de métro (visite observée sur la thématique de la Guerre Civile)

Source : auteure, 2014.

Lorsqu'elle cite le long tunnel du métro entre les lignes 3 et 4 à Passeig de Gracia, elle l'appelle « le tunnel de l'enfer ». Cet adjectif n'émerge pas de l'expérience de la visite, mais des **expériences quotidiennes** de Meritxell en tant qu'usagère du métro. Elle a ce descriptif en tête lorsqu'elle passe par ici avec le groupe pendant la visite guidée, ce qui conditionne son regard sur cet espace.

Meritxell a choisi cette thématique car elle voulait connaître des anecdotes concernant un moyen de transport qu'elle utilise régulièrement. Elle souhaite **élargir ses repères dans un espace** qui lui est **très familier** :

> Bon, celle du métro on l'a choisie, bon, j'étais plus intéressée, je l'ai choisie un peu pour nous deux car on m'avait expliqué qu'il y avait beaucoup d'anecdotes et d'histoires cachées dans le métro de Barcelone et, étant un moyen de transport qu'on utilise régulièrement, et comme, très souvent, on traverse probablement les mêmes lieux et beaucoup de détails passent inaperçus, donc, j'ai cru que ce serait intéressant, non ? Connaître en profondeur le métro.

Les gares fantômes (des gares fermées à la circulation) nourrissent d'après Meritxell l'imaginaire des Barcelonais. Ces **sites cachés et insolites** sont la raison principale pour laquelle elle a choisi cette visite. Ils créent une envie du résident pour visiter sa propre ville. Cela explique la **déception** de Meritxell lorsqu'ils ne sont pas allés les voir :

> En fait, le mec nous a dit que beaucoup de personnes étaient un peu déçues, parce que c'est connu, je pense, beaucoup de […] locaux [connaissent] l'existence des stations de métro fantômes. Et en vrai, on pensait que peut être, ils allaient mettre l'accent pendant une partie de la visite sur des endroits où le métro ne circule plus. Ou au moins ceux où les passagers n'ont pas accès, qu'on allait se taper l'incruste dans ces espaces-là. Le mec nous a dit que […] ça, ça dépendait de TMB[64] […] qu'ils font très attention à la sécurité du passage, et comme ce sont des arrêts, qui ne sont pas entretenus, ils ne prennent pas le risque de… Pour le moment ils ne donnent pas l'autorisation […], ils n'autorisent pas l'accès pour les visiter. Mais ils (les organisateurs de la visite) sont en train de négocier. Parce que c'est une des parties… C'est ce qu'ils vendent le plus, tu vois ? Les arrêts fantômes et les anecdotes et tout ça. Ils le montrent un peu superficiellement, tu vois ? Mais c'était un peu du genre… Bien, en prenant le métro avec les utilisateurs habituels du métro : « ici dans 30 secondes, Maintenant ! Maintenant ! » et bien sûr, on s'est tous regardé comme « hein ? On n'a rien vu du tout ! ».

Elle partage donc la déception de Mamadou sur la vitesse des explications et la pauvreté du parcours. Elle cherchait avec cette activité d'**avoir accès à ces espaces interdits**, mais les arrêts fantômes ne sont pas encore sécurisés et il n'est donc pas possible de les ouvrir au grand public. Ici, le guide était vraiment attendu comme une clef ouvrant des endroits interdits longuement imaginés.

En général, elle pense que ce type d'activités est intéressant parce qu'il permet la prise de conscience de l'existence de lieux intéressants à visiter à proximité de chez soi. Elle revendique une certaine **fierté de son propre territoire** qui doit pouvoir se manifester par un intérêt touristique pour celui-ci :

[64] Transports Metropolitans de Barcelona (l'organisme responsable des transports en commun à l'aire métropolitaine).

> Je pense que ça nous rapproche, ça nous donne une idée plus précise de ce qui nous entoure. Je pense qu'à côté de chez nous on a souvent… On a l'idée du voyage comme « alors ? t'es parti en voyage pour tes vacances ? » et on dirait que si tu dis que je ne suis pas partie, que je suis allée au Lluçanès[65], par exemple, c'est comme « quelle merde, non ? » et peut-être que tu as profité plus d'un voyage, d'une escapade à proximité que si tu avais pris l'avion, le superconcept du voyage. Je pense que c'est intéressant qu'on prépare des activités, des itinéraires, appelle-les comme tu veux, parce qu'elles t'offrent une autre vision du territoire. Tu es peut-être passé devant plein de fois ou quand tu étais petit tes parents t'y ont amené, mais tu ne lui accordes pas beaucoup d'importance parce que « c'est ici, non ? », « c'est chez moi », « c'est la Catalogne », « c'est l'Espagne », non ? Je crois que c'est important qu'on soit motivés et qu'on se motive un peu sur ce qui est chez nous.

15.2. Le voyage *ailleurs* : « Connaître le patrimoine culturel et humain d'une zone où tu n'es jamais allé, pour toi inconnue »

Le voyage est défini par Meritxell de la manière suivante :

> Le concept du voyage ? Pour moi, à la base c'est pour connaître les gens, la terre, le patrimoine culturel et humain d'une zone que tu n'as jamais visitée, et essayer de t'adapter à l'environnement de ce moment. Pour moi ça c'est voyager. Ça veut pas nécessairement dire de prendre un vol de 15h, de se retrouver dans un endroit où tu ne comprends pas la langue, ni rien de ça, tu vois ? Pour moi, voyager c'est ça. Connaître un peu le patrimoine culturel et humain d'un endroit ou d'une zone où tu n'es jamais allée, qui est pour toi inconnu.

Pour Meritxell, **voyager c'est connaître**, le voyage est une manière de franchir l'inconnu, d'y accéder pour qu'il cesse de l'être. Elle considère comme inconnu une zone où elle n'est jamais allée physiquement, ce qui est intéressant, car voyager signifie pour elle **être corporellement ailleurs**, occuper un espace nouveau, poser les pieds pour la première fois quelque part. Un autre élément intéressant de cette définition réside dans la tentative de **s'adapter** à l'environnement de la destination au moment précis où la visite à lieu : « t'adapter à l'environnement du moment ». Le visiteur devient alors quelqu'un qui agit activement sur la destination, non seulement parce que son corps occupe l'espace, mais surtout lorsqu'il s'adapte au contexte auquel il est confronté.

Meritxell voyage de manière autonome, mais elle se considère assez organisée. Quand elle arrive à la destination, elle a déjà une idée approximative de ce qu'elle souhaiterait visiter, mais elle définit plus précisément ce qu'elle va faire une fois qu'elle est sur place. Elle explique qu'il est impossible de faire un planning précis en amont, sans **connaître les distances** entre les différents

[65] Le Lluçanès est une région à 100 km au nord de Barcelone.

points. Pour Meritxell, prendre ces mesures répond à un besoin de **construire certains repères** à partir desquels elle pourra se déplacer et pratiquer la destination :

> Plusieurs fois, la décision un peu plus générale du voyage, si […] je sais que pendant un voyage je veux visiter a, b, c, d, et e, un peu fur et à mesure, on n'est pas aussi… organisés, non ? […] Mais ça dépend de plein de choses, tu vois ? Je sais pas […] Enfin, je sais ce que je veux visiter et un peu plus, mais quand on est arrivé à la destination et qu'on voit la distance entre les endroits et tout, alors tu te dis « Et bien, demain, quand on se réveillera, on peut faire ça ». Un peu au fur et à mesure. Au fur et à mesure, mais en s'organisant un peu en avance.

Le voyage idéal de Meritxell suit les critères d'organisation qu'elle a évoqués précédemment. Un voyage est parfait pour elle quand elle a pu faire ce qu'elle avait prévu de faire. Lorsqu'il y a un imprévu, il est bien vécu tant qu'il est positif. Les imprévus, pour Meritxell, deviennent les anecdotes du voyage :

> Pour moi, un jour idéal de voyage serait un jour où tout va bien, où il n'y a pas d'imprévu négatif. Tout va bien par rapport à ce que tu as planifié et, dans ce que tu n'as pas planifié, tu vis des choses spontanées et amusantes, qui se transforment parfois ensuite en anecdotes. C'est essentiellement ça. [Un jour] où je peux réaliser les objectifs que je me suis préparée mentalement, que je voulais faire et vivre des choses improvisées, mais positives. Pour moi, ça c'est un jour idéal de voyage.

Un moment pour oublier de ses expériences touristiques est lié au sentiment d'**insécurité** vécu lors de son voyage à Buenos Aires, quand on a volé le portefeuille de son amie et elles ont eu une mauvaise expérience avec la police locale au moment de déposer plainte :

> Il y a longtemps […], la personne avec laquelle je voyageais s'est fait voler son portefeuille avec ses papiers à Buenos Aires, en Argentine. Ça n'a pas été cool, non. Parce qu'on a passé le matin au commissariat et, à l'étranger, on nous attribuait des clichés. Je me souviens, le commissaire lui a dit [à son amie] « Oui, bon, je ne sais pas de quoi tu te plains et ce que tu critiques, de ce vol ici quand vous, en Espagne, vous avez l'ETA et je sais pas quoi ». Et c'était comme « Partons vite du commissariat, ils vont encore nous voler plus, ceux-ci... » (elle rit).

L'**interaction entre touristes et population locale** prend parfois la forme de **préjugés**, comme le montre cet exemple. Le policier, en pensant que Meritxell et son amie allaient dire que Buenos Aires était une ville dangereuse, a utilisé une idée reçue du pays d'origine de ces deux touristes pour défendre sa propre ville. Dans un moment d'impuissance à la suite de la perte de ses papiers et tous les problèmes que cela suppose dans un voyage à l'étranger, ces remarques n'ont pas été

bien reçues par les deux touristes espagnoles. Un autre moment qu'elle explique comme une expérience difficile pour elle concerne sa **peur de voler** et l'atterrissage à l'aéroport de Madère :

> C'était amusant parce que c'était à la fois mauvais et à la fois bon parce que c'est l'un des aéroports les plus dangereux. Expérimenter l'atterrissage dans l'un des aéroports les plus dangereux du monde a été amusant, avec ma phobie de voler...

Meritxell avoue avoir passé ici de manière concomitante un bon et un mauvais moment. Elle a eu peur, mais elle trouvait paradoxal d'être là, d'atterrir dans l'un des aéroports les plus dangereux au monde.

Le rêve de Meritxell serait de visiter **les lieux les plus inaccessibles** de la planète :

> J'aimerais beaucoup, mais beaucoup, pouvoir prendre un congé sabbatique de 3 mois, et faire l'Australie, la Tasmanie et la Nouvelle Zélande. J'adorerais. Et prendre un quatrième mois à Hawaï, parce que je pense que c'est un endroit assez inaccessible, Hawaï, comme d'autres endroits comme la Patagonie. Oui. Dormir dans un sac de couchage dans l'Arctique en regardant les pingouins. Il me reste tellement de voyages à faire (elle rit).

Plus la destination est inaccessible, plus elle est attirante pour Meritxell. La Figure 25 était la preuve de comment ses rêves la ramènent aux espaces les plus éloignés géographiquement de son lieu de résidence (Barcelone) : l'Arctique, l'Australie, le Hawaii, la Nouvelle-Zélande ou la Patagonie. La distance, ainsi que l'inaccessibilité, en tant que variable de la distance, nourrissent sa curiosité, le moteur de ses voyages.

Lorsqu'elle voyage ailleurs, elle cherche à rentrer en **contact avec la population locale** :

> Quand j'étais au nord-ouest de l'Inde, pour nous intégrer mieux dans la culture [avec le copain de l'époque], on est allés aider faire à manger chez une dame, une autochtone, chez elle. On l'aidait à faire à manger et on s'immergeait plus, avec un petit groupe de touristes, de différentes nationalités. Moi, la question de s'intégrer avec les gens du lieu où tu vas, j'aime bien ça et c'est un bon souvenir. Elle était très agréable, très charmante la dame.

Elle apprécie les interactions avec les résidents des destinations qu'elle visite, notamment lorsqu'elle les accompagne dans des tâches ordinaires, telles que faire à manger. Elle se sent plus intégrée. Cette question de l'**intégration** lui tient à cœur.

À Barcelone, en tant que résidente et professionnelle du secteur touristique, elle est tous les jours confrontée à la **massification touristique**. C'est à cause de cette massification qu'elle « déteste » le centre-ville. C'est ainsi qu'elle fait référence à une enquête de 2015, faite auprès des touristes

pour évaluer leurs perceptions concernant le tourisme à Barcelone. Meritxell révèle qu'une grande majorité des répondants considéraient que le tourisme à Barcelone était trop massifié :

> Je déteste le centre-ville de Barcelone, parce que je pense qu'il a perdu la qualité de tourisme, beaucoup [...]. En fait, à Barcelone, bien sûr, comme je travaille dans le tourisme, je peux..., ils ont fait une enquête, la mairie de Barcelone, ils ont fait des enquêtes. Ils ont compilé pendant un an des informations, et il y a trois mois, ils ont présenté les résultats, et apparemment plus de 70% des touristes interviewés, des touristes (elle souligne avec le ton), disaient que Barcelone est une ville très jolie, qu'ils partaient avec un super souvenir, mais qu'ils pensent qu'il y a trop de touristes. S'ils le disent eux-mêmes, que doivent penser les gens qui habitent ici... On a des amis qui vivent à côté de la Sagrada Familia oui... [...] C'est une horreur.

Elle avoue que ce sentiment de dégout ne concerne pas d'autres centres-villes qu'elle visite en tant que touriste, même s'ils sont également massifiés :

> Évidemment, quand tu vas dans une autre ville, si tu vas y faire du tourisme, t'as une autre perception, non ? Tu peux te retrouver au milieu de Madrid, comme quand on est allés voir la comédie musicale, et tu penses « Madrid, c'est génial, c'est merveilleux, le centre », tu vois ?

Considérant ces deux exemples, pour Meritxell, ni les caractéristiques du lieu (le centre-ville de grandes métropoles) ni la massification touristique sont à l'origine de son rejet de certains espaces de sa propre ville. La **massification est une gêne** pour elle lorsqu'elle conditionne sa **vie quotidienne**, quand, dans sa vie de tous les jours, elle se déplace, travaille, se loge et s'amuse dans une ville qu'elle perçoit comme massifiée. Quand elle voyage ailleurs, elle n'est pas aussi consciente de cette problématique.

En définitive, la curiosité explique les envies de Meritxell de visiter. Elle a participé à la visite guidée du métro de Barcelone pour mieux connaître un espace qui lui est très familier. Elle voyage ailleurs quand elle visite des lieux où elle n'a jamais été avant. La visite ailleurs relève pour elle de la découverte, alors qu'ici c'est une redécouverte.

Elle apprécie l'expérience de s'intégrer dans la vie quotidienne de ceux qui habitent les lieux qu'elle visite, elle considère que l'adaptation à la société locale est capitale pour qu'on puisse appeler le déplacement un voyage. Dans sa ville, à Barcelone, elle se sent gênée dans sa vie quotidienne par les visiteurs, trop nombreux à son avis.

Ses pires expériences *ailleurs* sont liées à l'insécurité et à ses phobies personnelles. La visite guidée qu'elle a réalisée à Barcelone a été décevante, car elle ne lui a pas permis d'accéder aux lieux

interdits qu'elle attendait. Ce dernier élément rejoint son intérêt pour l'inaccessible, ce qui se traduit par ses destinations rêvées.

Le Tableau 24 résume les idées citées par Meritxell :

Tableau 24. Expérience de Meritxell ici et ailleurs

Expérience touristique (ailleurs)	Expérience de la visite (ici)
Voyager c'est connaître (nouveauté), être corporellement ailleurs pour la première fois. Tentative de s'adapter au moment présent de la destination. Planning sur place, après la mesure des distances et la création de repères. Les imprévus positifs comme anecdotes. L'inaccessibilité comme attrait, comme source de curiosité. L'insécurité, l'impuissance et les phobies, à la base d'expériences négatives. L'interaction entre touristes et population locale, essentielle, parfois soumise aux préjugés. Intégration dans la vie de la population locale. Massification touristique vécue chez soi, pas en tant que visiteur d'une autre ville (massification gêne lorsqu'elle interfère avec la vie quotidienne).	Impossible visiter le métro un autre jour que le dimanche (passage intense). Le bruit comme obstacle. Le vécu quotidien transcende les lieux de la visite. Élargir ses repères dans un espace très familier. Les sites cachés et insolites donnent envie de visiter (déception quand le groupe n'y va pas). Accès aux espaces fermés (inaccessibilité). Conscience de l'intérêt des espaces de proximité. Fierté et intérêt touristique.

Source : auteure, 2018.

16. Miguel

Miguel n'est pas réellement le dernier participant interviewé, mais il constitue un cas particulier : homme de 44 ans, chercheur, participant à la visite *Gracia, bourgeoise et révolutionnaire* en qualité de touriste traditionnel. Contrairement aux autres participants interviewés, il n'habite pas dans la région de Barcelone, il est originaire de Cadix, habite à Séville et a voyagé à Barcelone avec un ami pour passer un long weekend. Son ami, historien, fondateur d'une entreprise de visites guidées thématiques et théâtralisées, a trouvé la visite et Miguel s'est laissé entrainer.

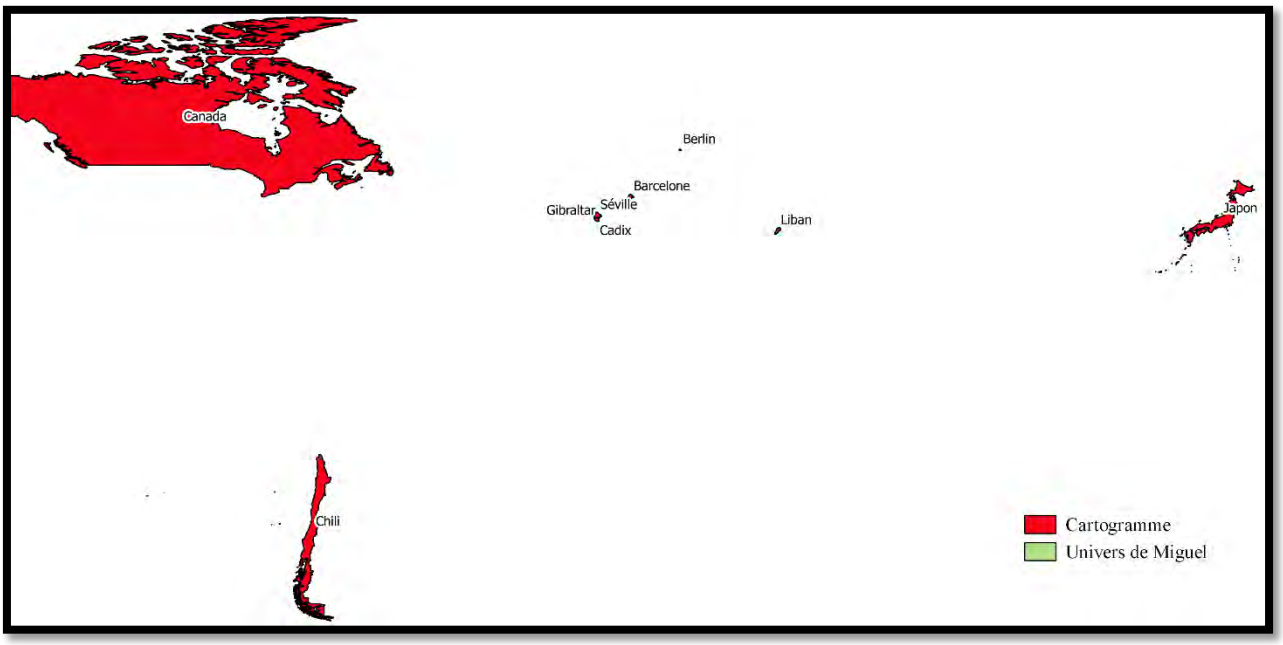
Il ne correspond pas complètement au profil du reste des participants interviewés, mais ses propos en tant que touriste d'ailleurs, participant à des visites de proximité chez lui, sont intéressants. Ma vision de Miguel avant l'entretien le catégorisait comme un touriste « classique », s'inscrivant à

ces activités pour chercher à faire du tourisme hors des sentiers battus. Pour interpréter ce récit, il faut considérer que Barcelone, pour lui, est *ailleurs* alors que Séville, de son point de vue, est *ici*.

Il a rempli le questionnaire à la fin de la visite guidée et nous avons réalisé l'entretien par vidéoconférence sept mois plus tard. Son entretien était un peu différent des autres, car nous avons commencé par évoquer son expérience touristique classique et, ensuite, nous avons échangé sur sa participation aux visites organisées par son ami, destinées principalement aux résidents de Séville et de sa région.

Miguel voyage également ailleurs, de temps en temps, soit pour un long week-end dans une ville européenne, comme Berlin ou Barcelone, soit en vacances vers des destinations un peu plus lointaines, telles que le Liban. Normalement, il voyage seul ou avec un ou deux amis et aime bien observer le quotidien de la population locale. La Figure 26 montre les lieux cités par Miguel.

Figure 26. L'univers de Miguel.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Séville est citée comme un lieu du quotidien, Cadix est lié aussi bien aux expériences quotidiennes que touristiques et le reste des lieux cités sont le cadre des expériences touristiques de Miguel (voir Figure 83, Annexe X), réelles ou rêvées. Il cite le Canada, le Chili ou le Japon comme des destinations qu'il voudrait visiter, alors que le Liban, Barcelone et Berlin sont des lieux où il est déjà allé (voir Figure 81, Annexe X). Barcelone, le Liban et les destinations rêvées sont des références positives, alors que Berlin, Cadix et Séville sont évoquées aussi bien en lien avec des

expériences positives que négatives. Gibraltar est la seule référence complètement négative (voir Figure 82, Annexe X).

La particularité de ce témoignage nous oblige à adapter la structure de cette partie en trois sections au lieu de deux. D'abord, la visite *ici* concernera les expériences de Miguel lors des visites guidées à Séville (où il réside). Ensuite, nous nous penchons sur sa participation à la visite guidée de Barcelone (au quartier de Gracia). Finalement, le voyage *ailleurs* nous conduit aux expériences de voyage de Miguel dans des destinations en dehors de chez lui (Séville) et au-delà de sa participation aux visites guidées. Cette dernière section comprend son voyage à Barcelone, car il s'agit d'un voyage ailleurs, de son point de vue.

16.1. La visite *ici* (à Séville) : « Ça fait vachement plaisir parce que tu connais plus en profondeur »

Miguel s'est inscrit à la visite guidée de Barcelone (ailleurs) sur le quartier de Gracia à l'initiative de son ami. Il y est allé pour l'**accompagner**. Il qualifie ce type de visites « culturelles » et oppose ce terme à celui de « touristique » :

> Bon, là, c'était effectivement […] mon ami, qui fait des visites à Séville et s'est intéressé aux visites guidées. Il organise des visites plus culturelles que touristiques. Il a fait une recherche d'activités similaires à Barcelone, a trouvé celle de Gracia, l'a trouvé intéressante et s'est chargé de faire la réservation.

Il décrit les visites que son ami organise à Séville (ici) comme amusantes, participatives et affirme apprendre beaucoup de ces activités, notamment sur la ville et son histoire. Il en cite deux au long de son témoignage : une visite autour de l'Exposition Universelle de 1929 et une autre dans un bateau à vapeur sur l'histoire du fleuve Guadalquivir à Séville. La **mise en scène** de ces propositions favorise l'**immersion** dans l'ambiance de **la ville d'autrefois** :

> Bon, les deux visites [que j'ai faites] expliquent l'histoire des lieux, qu'on ne connait parfois pas beaucoup en profondeur. Dans la deuxième, sur le fleuve, en plus de l'histoire, on nous parlait beaucoup de l'ambiance de la ville, de la culture, de comment tout ça était pendant la République, l'ambiance des théâtres, des chansons osées, un peu toute l'ambiance de la ville. Alors, on apprend un peu tout ça, oui. Et en plus il ramène de la musique, il ramène quelques accessoires et, alors, bien sûr qu'elles sont bien ces visites.

En ce qui concerne les visites auxquelles il a participé chez lui, à Séville (ici), il n'évoque pas seulement l'ambiance, mais également les souvenirs associés aux lieux visités :

> Bon, pendant la première [visite], c'était sur l'exposition de 1929, qui est maintenant le parc María Luisa, le principal parc de Séville, eh bien oui c'est un endroit que je fréquentais quand j'étais ici à l'université et je devais le traverser presque tous les jours pour aller à la fac. Donc, et bien, oui, tu t'en souviens, et ça fait vachement plaisir parce que tu le connais plus en profondeur, l'histoire de sa création, il a une histoire très intéressante de comment il a été créé et comment on en a profité après pour faire l'expo de 1929, et donc oui que c'est curieux, oui.

Miguel avait déjà parlé de l'importance de la mise en scène de l'une de visites qu'il avait réalisée chez lui, sur l'histoire du fleuve (Guadalquivir). Cette deuxième expérience au parc María Luisa concerne un niveau plus intime, car elle lui permet de **revivre des instants** de ses expériences quotidiennes passées.

La visite dans les espaces de proximité permet à Miguel de saisir des espaces quotidiens qu'il traverse tous les jours grâce aux détails, curiosités, anecdotes historiques qu'il ignorait et qui **donnent du sens** à ces espaces :

> Mais, bon, on apprend toujours des détails étranges et intéressants ou des anecdotes historiques ou des choses sur des endroits où peut-être tu passes tous les jours et que tu ne connais pas réellement et ne sais pas qu'ils ont cette histoire, nan ?

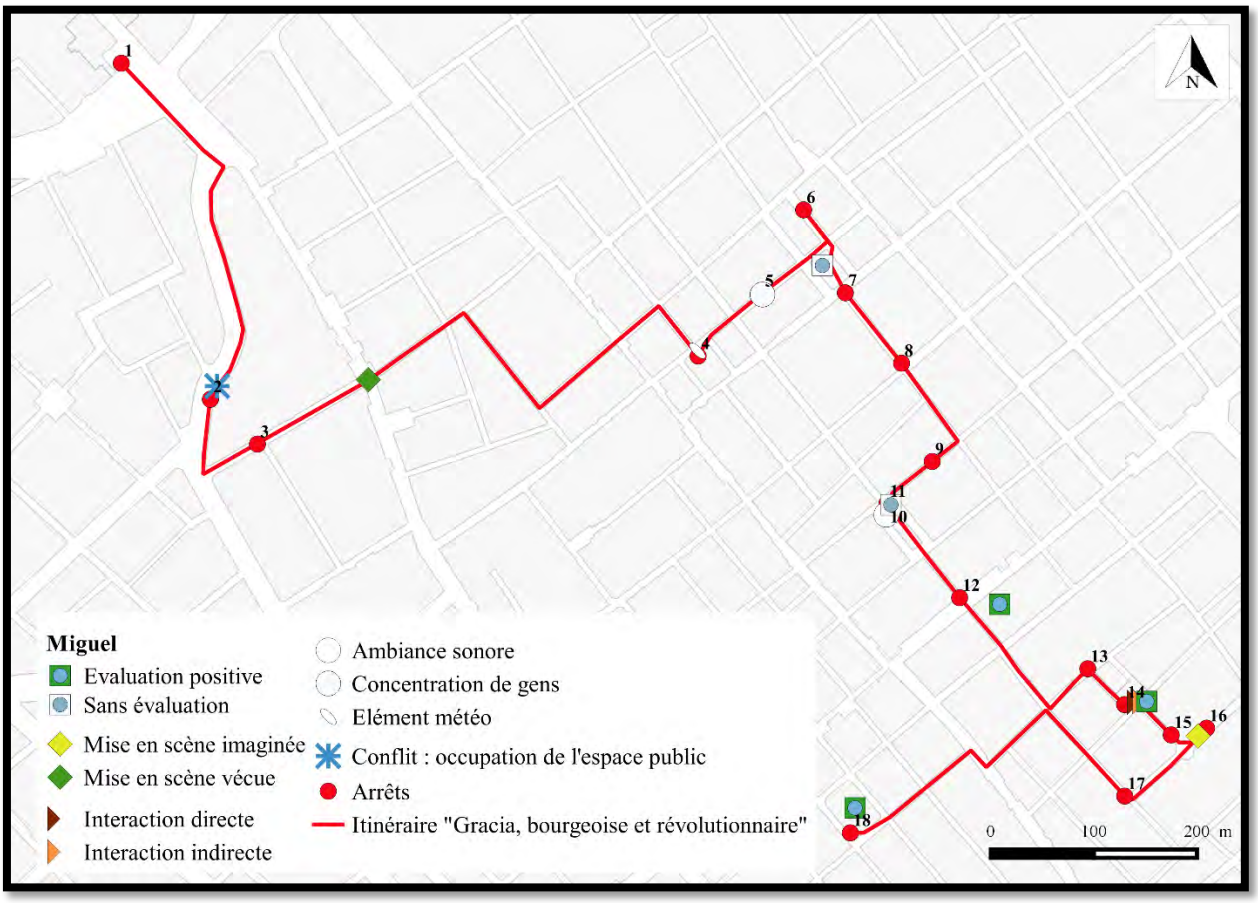
16.2. La visite guidée de Barcelone (*ailleurs*)

Miguel a participé à une visite guidée du quartier de Gracia un samedi de mai à 17h, dans le cadre d'un séjour à Barcelone (voir Carte 14). Cette visite traversait le quartier de Nord à Sud.

Plusieurs éléments en lien avec l'ambiance ont été identifiés lors de l'observation de la visite. D'un côté, les commerçants du quartier avaient organisé une fête et il y avait beaucoup de monde dans les rues (« concentration de gens »). Sur une place où on attendait la guide qui était allée chercher les clefs pour accéder au refuge anti-aérien situé au sous-sol, on a assisté à un concert de musique classique (« ambiance sonore »). Cela attirait beaucoup de monde et l'ambiance était festive. A un autre moment, le vent s'est levé, embarquant tout ce qu'il trouvait sur son passage, comme les poubelles (« élément météo »). Au niveau de l'arrêt numéro deux, le groupe occupait la totalité du trottoir (« occupation de l'espace public ») durant un moment, ce qui a créé des tensions avec les passants.

Miguel a cité plusieurs endroits, parmi lesquels il a notamment apprécié la place de la Vila de Gracia, le marché et le bar *La Barraqueta*. Il a adhéré à l'ambiance de ces endroits et aux histoires qu'il a entendues, tel qu'il sera détaillé par la suite.

Carte 13. Contexte de la visite de Miguel à Gracia (10/05/2014).



Source : auteure, sur les bases cartographiques téléchargés de CartoBCN(2017), 2018.

L'importance de l'**ambiance** autour du visiteur lorsqu'il visite est évoquée par Miguel plusieurs fois comme un élément clef de son expérience. Le jour où il a visité le quartier de Gracia, il y avait une fête dans les rues (voir Image 19), ce qui a contribué à donner une image vivante et animée du quartier :

> On a pris beaucoup de photos parce qu'en plus, par hasard, bon, par hasard ou pas, je ne sais pas, mais je me souviens que ce jour-là, quand la visite s'est terminée, on est allés prendre un café et il y avait un défilé de têtes géantes. C'était comme… comme si c'était tout fait exprès. Et, en fait c'était très intéressant. Je n'étais jamais monté vers ce côté de la ville. Je ne m'en souvenais pas, au moins.

Il a des doutes sur le fait que tout ce qui entourait cette visite de Gracia soit un hasard, que la visite n'ait pas été organisée justement à ce moment-là pour profiter de cette fête en tant que **mise en scène**. Il parle de ce moment comme un moment où tous les éléments autour de lui faisaient du sens. Cela explique pour lui qu'elle soit restée marquée dans son esprit et qu'il en ait autant profité.

Si jamais il y était allé avant ce jour-là, il ne s'en souvient pas, ce qui montre que la profondeur de l'expérience et ses composantes émotionnelles favorisent le souvenir de celle-ci.

Image 19. Géant croisant le chemin du groupe en visite guidée.

Source : auteure, 2014.

Au-delà de l'ambiance liée à la fête et aux têtes géantes, il a été profondément attiré par le caractère jeune, mobilisé, politique du quartier, ce qu'il **compare** inévitablement au même phénomène chez lui, où il a l'impression qu'il n'y a pas ce dynamisme dans l'espace public (voir Image 20) et notamment auprès des jeunes :

> En réalité, c'est l'ambiance du quartier et la manière dont il était organisé qui ont attiré mon attention. On a rencontré sur quelques places des jeunes avec, entre guillemets, une conscience sociale, avec une conscience politique, se réunissant pour s'organiser... ça, moi, au moins ici dans le sud, je pense que ce serait impossible à trouver quelque part. L'ambiance, entre guillemets, m'a fortement interpellé et réellement attiré. Ce pouvoir du quartier en tant que lieu de mobilisation, de rencontre et de participation des gens c'est en effet très cool et on en a parlé quelquefois, dans

des réunions entre amis je le dis à chaque fois, bon, ça a beaucoup attiré mon attention, cet aspect du quartier, tu vois ?

Image 20. Groupe avançant vers une place très animée de Gracia.

Source : auteure, 2014.

Les émotions de l'expérience de cette visite sont pour Miguel intrinsèquement liées à la **surprise**. Il croyait qu'il allait voir une partie de la ville qui n'était pas finalement celle qu'il a visitée. Il a été surpris parce que la physionomie et le caractère de la zone visitée ne ressemblait pas du tout à ce qu'il avait imaginé. Cet **écart entre les attentes et la réalité** favorise le souvenir de cette expérience après le temps :

> J'avais vraiment une idée complétement fausse de Gracia, parce que je pensais que Gracia, c'était pareil que le Paseo de Gracia, c'est-à-dire, que c'était une zone comme la plus élégante ou la plus riche ou la plus bourgeoise de Barcelone, et je ne savais pas que le quartier de Gracia avait un caractère complètement différent du Paseo de Gracia, vraiment. Et réellement pendant la visite, il y avait une bonne transmission de ce caractère un peu… eh bien social, politique, la vie de quartier qu'ils avaient,

> même un peu indépendant du reste de la ville et en vérité ça a été très intéressant, oui.

Ces impressions ont non seulement conditionné son expérience de la visite au moment où elle a eu lieu, mais elles ont rejoint les représentations de Miguel concernant ce quartier qu'il partage ensuite avec ses amis. D'un côté, cette action contribue à **diffuser une image** dynamique du quartier en dehors du groupe de visiteurs et, de l'autre, elle permet à Miguel de **revivre** ces impressions et de **renouer le lien avec les lieux** visités.

Tous ces éléments psychologiques (surprise) et environnementaux (mise en scène et ambiance) ont conditionné positivement l'expérience de visite de Miguel, ce qui a favorisé sa décision de participer à une autre visite guidée lors de son séjour à Barcelone deux mois plus tard. Il a voyagé à nouveau avec le même ami, qui a cherché à nouveau une activité de ce type, et ils sont tombés sur la même guide. La thématique était cette fois plus sombre (il la qualifie de « gore »), autour des faits divers de Barcelone. Même s'il avoue avoir bien aimé cette activité, il précise que celle de Gracia l'a impacté davantage à cause de cette question du dynamisme du quartier, le fait de ne pas s'y attendre, etc.

16.3. Le voyage *ailleurs* : « Je préfère essayer de me confondre avec les gens qui habitent par là »

Ce qui contribue notamment à créer une expérience mémorable lorsque Miguel voyage ailleurs repose sur la réussite des **interactions avec d'autres individus** et notamment avec la population locale. Dans le cas de la visite que Miguel a réalisé au quartier de Gracia, à Barcelone, ce qui l'a frappé le plus a été le dynamisme des habitants du quartier et des espaces publics, cet exemple de son voyage à Beyrouth décrit une interaction plus directe, la relation que Miguel et son ami ont engagé avec un habitant (permanent) de cette ville :

> Bouf, […] (il rit) parce que j'aime voyager... Je ne voyage pas autant que je le voudrais, mais bon. Alors, donc je ne sais pas, […] en vrai j'ai beaucoup de souvenirs. Un moment mémorable... beaucoup ! […] Un voyage que j'ai beaucoup aimé… Il y a quelques années avec un autre ami on est allés au Liban parce que j'avais très envie de connaître Beyrouth, j'avais beaucoup de références positives de la ville et, bon, réellement se promener dans Beyrouth que… même si tu as toujours la présence un peu de... tu pouvais te retrouver face à un char de guerre... ils demandaient... Bref, à la fin tu t'habitues à l'ambiance de la ville et les gens sont très aimables et très bien, très bien. Donc, je me rappelle être allé manger un jour dans un boui-boui minable, mais le deuxième jour on était très copains avec le mec et limite s'il nous invitait manger. Alors, très bien, très bien.

Néanmoins, les expériences négatives ont-elles aussi eu des conséquences sur leur degré de mémorabilité. Par exemple, lorsque Miguel et un groupe d'amis sont allés ensemble à Berlin, les **conflits au sein du groupe** ont nui au plaisir de l'expérience touristique :

> Alors, vraiment, comme ça, de mauvaises expériences… Bon, pendant un voyage..., mais bon, ce n'était pas la faute du voyage. Pendant un voyage à Berlin où, en principe, je devais aller tout seul, connaître la ville, la première fois que je suis allé à Berlin, au final dix amis à moi sont venus avec, filles et garçons. J'étais l'élément commun et au final il y a eu une mauvaise ambiance entre eux...

Miguel précise toutefois que **ce mauvais souvenir n'a pas eu de répercussion** sur l'image qu'il a de la ville de Berlin. Il avait très envie d'y aller et avait organisé ce premier voyage. Comme il n'a pas pu profiter à cause des tensions au sein du groupe, il décide d'y aller à nouveau tout seul et se reconcilier avec cette ville :

> L'ambiance a été un problème et la vérité c'est que ce voyage je préfère l'oublier et après j'y suis retourné pour connaître [la ville], parce que je ne voulais pas garder ce mauvais souvenir de Berlin.

Il évoque ici à nouveau l'ambiance comme une composante inéluctable de ses voyages. Pour découvrir une destination, Miguel affirme préférer sortir **hors des sentiers battus** et ne pas suivre les activités touristiques conventionnelles. C'est ainsi qu'il ne visite pas toujours les incontournables et préfère tout simplement appréhender les lieux par la **marche**. Lorsqu'il explique un jour de voyage idéal, il met l'accent sur le fait de marcher **sans un but précis**, de se perdre afin de s'y retrouver :

> Alors, en réalité... [...] un jour... ça peut être 40 plans différents, tu vois ? S'allonger dans un parc et acheter quelque chose pour préparer un sandwich et regarder comment les gens s'amusent. Aller dans un musée, y être un petit moment, après aller faire un tour. J'aime beaucoup marcher, me promener, j'adore voir comment vivent les gens de la ville et, après, sortir dîner, me prendre un verre. C'est-à-dire, profiter de la ville du matin au soir. Essayer de me perdre, ne pas trop utiliser les cartes, mais plutôt marcher et, bon, comme ça, profiter un peu de l'ambiance de la ville surtout.

Cela est à nouveau évident lorsqu'il parle de la manière dont il partage les informations concernant une destination qu'il acquiert pendant un voyage :

> Alors, des avis seulement si quelqu'un va visiter la même ville, plutôt des conseils pratiques qu'autre chose. Ou peut-être un lieu en particulier que j'ai aimé ou une place. Je ne suis pas non plus de ceux qui... Dernièrement, je crois que pour mes derniers voyages je n'ai même pas acheté de guide touristique. Je préfère presque aller dans la ville et la connaître un peu de manière tranquille et essayer presque de

> me confondre avec les gens qui habitent là et voir les gens et presque rien de plus. Oui, au final on va toujours dans un musée ou quelque chose et alors ce n'est pas la logique de « je dois aller voir sept musées et quatre églises ». « Tu dois aller à tel café ou à tel magasin parce que c'est très cool et différent de ce qu'on voit dans ces endroits ». Alors, c'est ça plutôt ce que j'essaie de raconter aux gens.

Ainsi, l'expérience touristique de Miguel se centre sur les gens habitant la destination. Les lieux physiques et leur exceptionnalité symbolique sont perçus principalement comme la scène des expériences des différents individus présents sur les lieux au même moment que lui. Et lorsque quelqu'un lui demande de lui faire des recommandations concernant une destination que Miguel a déjà visité, il conseille des endroits où le voyageur peut **témoigner de la vie quotidienne** des lieux.

Même si, lorsqu'il réfléchit à un lieu auquel il voudrait aller avant de mourir, il choisit des destinations très lointaines, telles que le Chili, le Canada ou le Japon parce qu'il affirme s'intéresser à des lieux très différents, il finit par avouer qu'il aime bien visiter, même le « coin de la rue ».

Miguel a précédemment évoqué la possibilité de pouvoir observer comment les gens s'amusent, comment ils vivent là (en lien avec le lieu qu'ils habitent) comme une composante importante de son expérience de voyage idéal, ce qu'il parvient à faire en marchant et en se perdant dans les rues, en essayant de se confondre avec la foule. À travers ce processus, il tente de comprendre les rapports des individus aux lieux comme une manière de comprendre les lieux eux-mêmes. Il ne cherche pas forcément le contact, même s'il arrive parfois (comme dans l'exemple de Beyrouth). Miguel se contente souvent d'observer :

> Et bien c'est un peu […] connaître le mode de vie des gens et connaître un peu comment ces gens vivent leur ville. C'est pour ça que je te parlais du quartier de Gracia. J'étais très curieux de voir comment les habitants de Gracia utilisaient leurs places, utilisaient… et comment le citoyen interagissait avec sa propre ville, comme les espaces, les bâtiments, les marchés. J'adore aller aux marchés, voir comment les gens achètent. Ce sont les choses qui m'intéressent le plus, tu vois ?

De tous les exemples qu'il cite, le marché est pour Miguel un lieu paradigmatique. Les marchés offrent une chance unique au visiteur d'observer différents modes de vie et d'interagir avec des membres de la population locale, car ils existent partout (sous différentes formes) et sont accessibles aux visiteurs. Ce n'est donc pas étonnant que le marché de Gracia soit l'un des premiers points dont il se souvient et qu'il cite :

> Je me rappelle du marché central. J'aime beaucoup les marchés et alors je me souviens très bien de celui-là [à Gracia]. Il était un peu abimé, mais il était vraiment

> monumental. Et, après, bon, la place de la mairie avec toute la… La mairie de Gracia, le centre culturel, un peu dans le centre du village et la vérité c'est que c'était très bien.

Le Tableau 25 résume les principales idées évoquées par Miguel lorsqu'il visite la ville où il réside, lorsqu'il voyage ailleurs et lorsqu'il participe à une visite guidée lors d'un voyage ailleurs.

Tableau 25. Expérience de Miguel ici et ailleurs

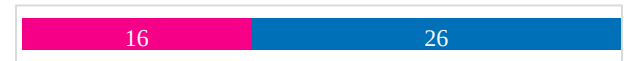
Expérience touristique (ailleurs)	**Expérience de la visite (ici)**
Interactions avec d'autres individus et avec la population locale. Marchés, lieux pour observer la vie quotidienne. Comprendre les gens pour comprendre les lieux. Conflits au sein du groupe, refaire le voyage seul pour se reconcilier avec la destination ratée. Ambiance de l'espace public, composante inéluctable. Marcher sans un but précis pour appréhender les lieux. Se perdre pour se retrouver.	Accompagner, suivre quelqu'un. Distinction visites culturelles-visites touristiques. Visites théâtralisées et mise en scène : immersion dans l'ambiance de la ville d'autrefois. Revivre le passé (souvenirs de jeunesse). Donner du sens à l'espace quotidien à travers l'histoire, les curiosités. Apprendre des détails ignorés.
Visite guidée de Barcelone (ailleurs, mais pour lui culturelle, non-touristique) : Ambiance (image vivante et animée du quartier) ancrée dans le souvenir, composante de l'expérience. Hasard ou mise en scène ? Quartier mobilisé et dynamique, comparaison avec la ville d'origine. Écart entre les attentes et la réalité (surprise agréable). Diffusion de l'image perçue vers des personnes en dehors du groupe. Partager les expériences, façon de revivre le voyage et de renouer avec les lieux visités par l'imagination. Expérience très positive : répétition de la pratique.	

Source : auteure, 2018.

17. Conclusions

Le Tableau 26[66] reprend les principales idées émergentes lors des quinze témoignages de visiteurs analysés. Cinq super-thèmes ressortent :

Tableau 26. Synthèse des super-thèmes identifiés comme composantes de la visite ici (magenta) et du voyage ailleurs (bleu)

Super-thème	Sous-thème	Ici/Ailleurs
Déplacement et distance	Dépaysement et changement	
	La proximité, destination et outil	
	La profondeur de l'expérience du voyage et de la visite	
	Visite, voyage et quotidien	
Destination et lieux visités		
Le visiteur, envies, attitudes, intérêts		
Le visiteur et ses interactions avec l'Autre	« Touriste » et population locale	
	Partager l'expérience : les autres visiteurs, le groupe touristique et autres	
Rentrer/Fin	Mise en perspective de l'expérience vécue	
	Traces tangibles de l'expérience du voyage	

Source : auteure, 2018.

Premièrement, la question du **déplacement** se traduit par une réflexion autour des types de **distance** (géographique, psychologique), du point de départ et de la perspective à adopter. La conception de la proximité et le rôle du quotidien dans les expériences de visite et de voyage complètent la vision que ces participants ont du déplacement. Les références concernant le quotidien dans la visite et le voyage appartiennent pour la plupart aux expériences des participants *ici*, lors des visites guidées dans leur ville (Barcelone, sauf pour Miguel qui réside et visite Séville). Celles autour du dépaysement, de la profondeur de l'expérience et, en moindre mesure, de la proximité concernent particulièrement les voyages ailleurs.

[66] Voir le tableau complet dans l'Annexe IX. Le nombre total de cellules coloriées en magenta (visite ici), en bleu (voyage ailleurs) ou en rouge (les deux) pour chaque super-thème et sous-thèmes est représenté sur le tableau synthétique (Tableau 26) sous la forme d'une barre de données. Cette représentation graphique permet de visualiser rapidement la nature de chaque ensemble (plutôt en lien avec la visite ici ou avec le voyage ailleurs).

Ensuite, la **destination** (caractéristiques et atouts tels qu'ils sont perçus et interactions entre ces individus et les lieux qu'ils visitent) est au centre d'un deuxième super-thème, une question commune aux différents cas aussi bien lors des visites ici que des voyages ailleurs.

Des réflexions autour du **visiteur**, de ses envies, de son caractère, de ses intérêts, etc. forment un troisième super-thème. Les personnes interviewées ont évoqué cette question notamment lorsqu'elles ont partagé leurs expériences de voyage ailleurs, mais il est intéressant de voir en quoi elle serait réservée aux contextes lointains.

Les **interactions entre le visiteur et l'Autre** (résident, copain de voyage ou autres personnes en dehors de la destination) sont au cœur d'un quatrième groupe de résultats. Les visites guidées dans la région de résidence des visiteurs concernent une bonne partie des références sur cette question. La plupart sont cependant liées aux expériences touristiques classiques.

Finalement, les actions, idées, représentations et objets liés au **retour**, à ce qui arrive après l'expérience du voyage ou de la visite constituent un dernier super-thème. Deux questions sont notamment évoquées : d'un côté, la manière dont les visiteurs mettent en perspective leurs expériences vécues (surtout lors de la visite de leur propre région) ; de l'autre côté, les objets achetés ou les pratiques adoptées (surtout lors des voyages ailleurs).

Le récit liant ces cinq super-thèmes avec les différents cas analysés sera développé dans le dernier chapitre. Chaque expérience et chaque voyageur sont uniques. Nous allons les situer précisément dans le contexte barcelonais. Pour cela, l'offre de visites proposée par les organisateurs, le point de vue de ces entrepreneurs et guides, ainsi que différentes conclusions issues de l'observation participante complémenteront le récit final de l'expérience vécue des visiteurs des espaces quotidiens.

Chapitre 6. Faire visiter Barcelone

« Barcelone, si proche de la montagne, a toujours la cote. Elle ne cesse d'être plébiscitée par les touristes du monde entier venus chercher un compromis entre macadam et plage dans ce melting-pot grouillant de vie nocturne, de shopping et d'attractions culturelles. […] Il faut dire que, par son emplacement privilégié, Barcelone respire un air de vacances perpétuelles […]. En résumé, une destination vivante affichant une tolérance prisée des jeunes […] et des moins jeunes »

Guide du routard. Catalogne, Valence et Andorre (2009), p. 94.

1. Introduction

Visiter est une action directement liée à la perspective adoptée, aux envies et aux intérêts du visiteur, aux lieux visités et aux interactions avec d'autres individus. Suivant cette idée, la visite met en contact et favorise l'interaction entre l'individu (visiteur) et le monde (éléments géographiques, thématiques, sociaux, présents ou absents). Jusqu'ici nous nous sommes positionnée du côté du visiteur. Il est temps de présenter l'autre côté, celui sans lequel la visite ne pourrait pas exister.

Parmi tous les dispositifs permettant de parcourir des lieux et d'apprendre des choses sur ces lieux pour le plaisir, nous nous sommes penchée sur la visite guidée, car elle est facilement accessible pour l'analyse :

- Elle s'organise dans un temps et un espace précis
- L'organisateur est une structure tangible pouvant être interrogée
- Différentes personnes participent à la même visite au même moment

Le visiteur en visite guidée ne pourrait pas visiter sans un guide, sans une activité le rapprochant de ses intérêts, nourrissant sa curiosité, l'obligeant à regarder ici ou là, à parcourir telle ou telle rue, à confronter tel ou tel type d'usager de l'espace public, à rencontrer telle ou telle personne. Derrière cette activité, un entrepreneur, un promoteur, un guide et possiblement aussi un intermédiaire créent, interprètent et commercialisent différentes lectures de la ville. Lorsque l'offre proposée rejoint les envies et s'adapte au contexte du visiteur, la visite peut avoir lieu.

Ce chapitre se structure en trois parties. D'abord, les témoignages de différents organisateurs, guides et intermédiaires concernés nous conduiront aux coulisses de cette offre. La personnalité de ces individus, l'histoire de leurs structures, l'évolution du secteur et les rapports entre cette offre de proximité (proposée essentiellement à un public local) et l'offre touristique classique (proposée essentiellement à un public touristique) feront l'objet de la première partie de ce chapitre.

Ensuite, les différents types de thématiques proposées aux visiteurs seront présentés. L'objectif de cette démarche est d'identifier les attraits recherchés par un public pour qui, a priori, les espaces visités sont familiers, mais souhaite néanmoins s'immerger dans ces espaces autrement que par les pratiques quotidiennes.

Finalement, la promotion et la vente de ces activités seront présentées. Les informations fournies dans ce chapitre visent non seulement à favoriser la compréhension de l'expérience vécue des participants, elles mettent aussi en lumière l'intérêt que la redécouverte de la ville suscite comme opportunité de création d'une activité professionnelle.

2. La construction des visites guidées de proximité

Deux éléments émanent par-dessus-tout de l'analyse des témoignages de différents organisateurs analysés : la mise en valeur des espaces de proximité comme opportunité, comme moteur du secteur ; et le schéma très classique de leur construction.

2.1. La proximité comme opportunité professionnelle

Dix professionnels du secteur culturel de Barcelone, directement liés à des activités centrées sur la (re)découverte de la ville, ont été interrogés. Parmi ces dix individus, sept organisent directement des visites guidées de proximité : Abel, Bruno, Carla, Daniel, Ernest, Lucía et Mireia. Ils ont tous la double mission d'organiser et de guider. Gerard, Hector et Irene sont en charge d'autres types de produits, différents des visites guidées classiques.

Abel, entrepreneur et guide

Abel a créé son entreprise en 2008 suite à une volonté de se réorienter professionnellement. Dans ce processus, il a tout d'abord réfléchi à ses propres capacités :

> Quand je me formais à Barcelona Activa[67] j'ai dit « tiens, il y a beaucoup d'entreprises de tourisme » et elles sont très grandes et très puissantes et ça fait longtemps qu'elles travaillent. Moi, à ce moment-là, je venais d'un autre secteur qui n'avait rien à voir […]. Pour moi, c'était une chose complètement éloignée de ce que je connaissais. En revanche, gérer des groupes qui se promènent à pied, de 20 personnes, avec des clients d'ici avec lesquels je partage un même *background* culturel, un même… c'était pour moi beaucoup plus facile d'imaginer que je pouvais gérer cela. […] Le fait de sélectionner le client, d'un côté, venait de ça, de la capacité propre de l'équipe promotrice […]. Alors, c'est cette combinaison entre ce que j'ai et ce que le marché… ce qu'on pense qu'il peut encore être fait (Abel).

Les visites culturelles pour un public de proximité se sont présentées à lui comme une opportunité, comme une activité pour laquelle, d'un côté, il avait les compétences et, de l'autre, il y avait une demande identifiée. Travailler avec un public de proximité implique, pour lui, le partage d'une même base culturelle. Il s'identifie à son public et construit ses visites sur la base de ses propres intérêts :

> Les visites qu'on prépare, on les prépare parce qu'elles nous intéressent et on aimerait bien les faire en tant que clients. Il y a une identification très forte entre ce que le professionnel offre et le client. Si je prépare une visite sur la Guerre de Succession, c'est parce que je pense que quelqu'un qui habite en Catalogne… ou, au contraire, qui peut être intéressé, mais… parce que ça m'intéresse, moi. Si je ne la trouvais pas intéressante, j'aurais du mal à convaincre, vendre, me documenter, être bon, l'expliquer bien, etc. (Abel).

Il parle d'un tourisme de proximité qu'il définit comme une quête de profondeur dans les rapports de l'individu à son propre territoire :

> Pour moi, le tourisme de proximité c'est celui qui ne cherche pas à voir, faire la photo avec quatre données clefs, mais qui veut savoir un peu pourquoi. Alors, nous parlons d'explications cause-effet. « Cette église est aussi grande… pourquoi ? » « Parce qu'on est dans un… il y avait cet événement et cet autre-là, les circonstances de la population étaient celles-ci et celles-là » (Abel).

Il associe cette pratique à une volonté de se rapprocher des lieux et des faits qui se sont passés sur ces lieux. L'origine géographique de ses clients, pour lui, a des conséquences uniquement sur les

[67] Organisme de support à l'entreprenariat.

interactions entre, d'un côté, lui en tant que guide (ou l'un de ses collègues) et, de l'autre, le visiteur :

> Pour moi, le fait de travailler avec un client de proximité, avec un client local, avec un voisin pratiquement, est très bien. Parce que tu partages le « background » tu peux sauter directement aux contenus. Tu n'as pas besoin de connaître ou de savoir si, quand quelqu'un sourit, s'il sourit ou bien […] sourit par compromis, ou si, quand quelqu'un te regarde sérieux s'il est concentré, ce qui arrive avec les étrangers. Chaque culture… veut dire une chose ou une autre. […] Au moment où tu travailles avec des gens d'ici tu peux aller directement au contenu, ça c'est une chose. L'autre c'est que c'est des gens qui peuvent rapporter, que non seulement tu leur rapportes, mais qu'ils peuvent rapporter beaucoup. […] « Ecoute, je sais ça, ou on m'a expliqué ou j'ai lu, j'ai vu ce film qui parle de ça ». […] Cette petite rétro alimentation… Après, il y a une satisfaction quand quelqu'un te dit « Ecoute, ça fait 20 ans que j'habite ici et je n'avais jamais vu ou jamais on ne m'avait expliqué ou je n'avais jamais compris que parce que ça il y a ça » (Abel).

Non seulement la question du bagage culturel partagé est ici soulevée, mais, lorsque le client réside ou a résidé dans les zones visitées, il peut contribuer au récit avec ses propres expériences et connaissances en tant que témoin de la vie quotidienne de ces zones, suivant les logiques, d'un côté, du guide témoin (Gellereau 2005b) et, de l'autre, de la coproduction de la visite guidée (Larsen et Widtfeldt Meged 2013), deux questions que nous avons largement abordées dans la première partie.

Abel situe son activité dans un secteur partagé entre la culture et le tourisme, dans une approche dynamique, ludique et amusante. Il attribue le lien avec le secteur touristique à des questions fiscales, comme le pourcentage de la TVA, et de formation professionnelle, comme le statut de guide *touristique*[68] :

> C'est un sous-secteur, je dirais. Culture, dynamique… parce que ça se fait dans la rue. Tu n'as pas de salle de théâtre et tu n'as pas des sièges et tout ça, mais c'est un tourisme très spécifique parce qu'il est local et culturel et tout ça. Nous, pour comment on travaille, je pense qu'on est seulement dans le secteur touristique, parce que la TVA, depuis le premier moment, on l'a dans le secteur touristique, le fait de travailler avec des guides habilités par la Generalitat[69], ce sont des guides touristiques. Il n'y a pas de reconnaissance du guide culturel. Il n'y a pas de permis, pas de filtre, aucun, de guide culturel. […] Comme il n'y a pas d'habilitation

[68] En espagnol et en catalan, on utilise le terme *guide touristique* pour nommer ce qu'en français on appelle un *guide conférencier*. Cette nuance est d'autant plus importante dans notre étude que l'adjectif *touristique* n'est pas neutre et associe inévitablement la profession de guide au tourisme, même si ce n'est que d'un point de vue linguistique.

[69] La Generalitat de Catalunya est le nom de l'institution gouvernementale de la Communauté autonome catalane.

> spécifique, […] le plus proche qui existe est celui de tourisme. Donc, on utilise celui-là. Alors, sûrement notre approche serait plus dans le tourisme, cherchant un sujet culturel, mais on est en concurrence avec des personnes ou des entreprises qui viennent du secteur culturel et qui se mettent dans le secteur touristique. Je pense que c'est un secteur qui croise ou qui fusionne les deux (Abel).

Il considère également que le tourisme de proximité doit être particulièrement critique, renforçant l'idée que le guide ne peut pas être une figure neutre, mais plutôt quelqu'un qui, par son récit, donne son avis, cela étant le principal intérêt de l'activité :

> On comprend le tourisme de proximité comme une question critique, c'est-à-dire, le guide comme une personne affirmée, une personne qui connait, qui peut dire si, dans ce moment, ça avait l'air bien ou mal, si lui personnellement pense comme ci ou comme ça. Ça ne doit pas être une exposition d'une série de données et de dates, au contraire, ça peut-être une évaluation (Abel).

Il considère que ce tourisme de proximité doit être éminemment ludique, car le visiteur de proximité est quelqu'un qui a choisi cette activité dans le cadre de son temps libre, où il aurait pu faire un choix différent. Il différencie ici le visiteur de proximité du touriste traditionnel car il considère que le touriste est, par nature, forcément investi dans la découverte de la destination et sacrifie plutôt d'autres pratiques de son séjour, comme son temps de repos, pour réaliser des activités comme celle-ci :

> Il faut que ce soit un tourisme […] ludique, un tourisme de loisirs. Un tourisme où tu ne vas pas à une classe magistrale, mais tu vas t'amuser. Nous comprenons que c'est une personne qui a travaillé toute la semaine et décide de passer 2 ou 3 heures de son temps libre avec toi […]. Il faut que ce soit une activité agréable. Ce n'est pas une personne qui dit « Ecoute, comme je suis maintenant seulement deux ou trois jours dans cette ville, je m'en fiche de dormir peu ou de marcher beaucoup, tu peux y aller ! » pour absorber le maximum. Au contraire, c'est quelqu'un qui décide un moment, qu'il peut refaire d'ici deux mois, venir avec toi, que tu lui expliques quatre choses et que tu lui réveilles sa curiosité. Le tourisme de proximité, c'est ça, il approfondit, mais avec une touche d'anecdotes, [un tourisme] amusant et, bon, si c'est possible, comme on le disait avant, de toucher cette fibre sensible, que ce soit depuis la critique, que ce soit d'expliquer ce lieu-là, si tu peux lui faire sentir une chose plus proche. Positif comme négatif, le sujet de la critique. […] Bon, ce n'est pas une exposition neutre mais plutôt de les faire se mettre en situation, pour se poser des questions (Abel).

Bruno, entrepreneur et guide

Depuis 2010, **Bruno** travaille à temps partiel pour son entreprise de visites guidées culturelles dans les espaces naturels autour de Barcelone. Il a constaté que ces espaces n'étaient pas exploités

touristiquement et s'est penché sur cette opportunité. Son activité était, en principe, destinée aux touristes étrangers mais il a ensuite détecté les possibilités de son produit dans le cadre d'un tourisme plus local :

> Moi, personnellement, mon hobby est de parcourir les parcs naturels du monde. Alors, j'ai commencé à connaître les parcs naturels proches de Barcelone et j'ai vu […] qu'ils avaient un potentiel touristique. Et j'ai pensé, bon, si Barcelone reçoit sept millions de touristes chaque année, pourquoi ne pas leur proposer de se promener dans cet environnement. […] Après, j'ai vu qu'il y avait des touristes et du public national. Les deux étaient susceptibles de vouloir se promener (Bruno).

Le tourisme de proximité, pour Bruno, est lié aux loisirs et à la découverte :

> C'est quoi faire du tourisme ? Pour les gens d'ici on pourrait dire qu'ils font ça pendant leur temps libre, des loisirs, évidemment. Mais, parfois, on se balade dans des endroits qu'on ne connait pas, alors on fait du tourisme à pied. Mais, au lieu de le faire dans une ville, on le fait dans un espace naturel, dans lequel il y a des attraits historiques : « Bon, ici il y a eu la bataille de je ne sais pas quoi » ou « ici, dans cette église romane, il y a des peintures qui se trouvent maintenant je ne sais pas où ou qui ont été faites par je ne sais pas qui ». Bien sûr, on pourrait expliquer ça dans une ville, non ? Au lieu de « ce bâtiment… » ou « ici il y a eu la bombe du Liceu… », avec un autre environnement (Bruno).

Faire du tourisme de proximité est ici défini comme une quête de l'inconnu encore plus intense que lors d'un voyage à l'étranger, car cette quête nécessite un effort d'identification des endroits nouveaux à proximité de chez soi adaptés pour satisfaire le besoin de découverte.

Carla, entrepreneuse et guide

Carla a cocréé son entreprise en 2011, dans un contexte économique difficile, également en lien avec la crise :

> On a décidé que, comme une mauvaise période s'annonçait pour les musées, ils faisaient des coupures, on diminuait les horaires, les visites… Alors, en été 2011, on a décidé de commencer à nous renseigner sur ce qu'il fallait faire pour créer notre boîte (Carla).

Carla travaillait dans le secteur des musées. Toute l'expérience dans ce secteur l'avait rapprochée de l'histoire de Barcelone. Après réflexion sur ses envies et compétences (comme Abel), elle a détecté une opportunité dans l'intérêt du public local pour la découverte de la ville :

> Nous, le travail qu'on aimait le plus de tout ce qu'on faisait dans les musées était de faire les visites guidées et de faire les itinéraires. Ce sont les tâches qui, culturellement, rapportaient le plus. On a commencé à voir qu'il y avait, petit à petit,

> une demande du public local intéressé par ces visites dans leur propre ville, […] et, alors, on a pensé qu'on pourrait faire une entreprise qui organise des visites culturelles à Barcelone (Carla).

Le parcours de création de l'entreprise est similaire à celui d'Abel. Les principales difficultés rencontrées dans la mise en œuvre de l'idée ont été liées aux moyens d'accéder au public :

> On était très perdues parce qu'au début, bon, tu sors de Barcelona Activa, tu as ton business plan, mais il fallait faire un site internet, on ne pouvait pas avoir un local physique car, au début, on ne l'a pas envisagé pour pouvoir diminuer les coûts de la création de l'entreprise. Alors, tu as un bon produit, tu as une bonne idée, mais comment tu arrives aux gens ? C'est ce qui est le plus compliqué (Carla).

Enfin, grâce aux contacts des expériences précédentes et à un changement radical dans la stratégie, l'activité a pu démarrer. Ce changement concerne les espaces proposés. L'idée était d'éviter Ciutat Vella et de proposer les visites dans les autres districts mais, finalement, au vu de l'impossibilité d'éviter la zone la plus touristique de Barcelone car il s'agit également de la plus demandée, elle (avec sa partenaire) est revenue sur cette décision.

Pour Carla, historienne, les visites proposées par son entreprise sont très approfondies et ne peuvent donc pas être considérées comme touristiques ou récréatives car elle associe le tourisme (et les loisirs) à une superficialité dans les contenus des visites :

> Nous… […] On n'est pas du secteur touristique. Parce que… nos visites ne sont pas non plus touristiques. Je veux dire, si on nous demande une Sagrada Familia on le fait mais on ne s'occupe pas de ça. On s'occupe de faire des visites, un peu plus au-delà du discours touristique. [...] C'est-à-dire, comme historienne, nos visites sont très documentées, non ? Des visites très historiques et, par conséquent, ça, dans le secteur touristique, ça ne va pas trop ensemble. Et, des loisirs… non plus. Culturel, oui (Carla).

La qualité et profondeur du produit sont des atouts perçus comme attirants pour un public local. Carla pense que public local ne se contente pas d'un discours superficiel et cherche un récit bien documenté.

Daniel, responsable associatif et guide

Daniel travaille dans une association de récupération et de mise en valeur de l'histoire locale d'un quartier barcelonais. Pour lui, le tourisme de proximité, compris comme le tourisme chez soi, ne peut pas se développer partout. La taille du lieu, son histoire, l'envie de ses habitants, sont des facteurs conditionnant ce développement :

> Ce n'est pas la même chose découvrir Gracia[70], par exemple, ou découvrir Granollers[71] que découvrir El Figaró[72] parce que, les gens qui habitent El Figaró, auto-découvrir leur endroit, c'est très compliqué parce que… Tu ne peux pas le découvrir d'aucune manière parce que c'est tellement petit qu'il n'a pas beaucoup à découvrir. La territorialité la plus immédiate joue beaucoup pour pouvoir créer des visites. Si l'endroit est ample, c'est grand et avec beaucoup d'histoire, il y a plus de possibilités. Un petit lieu… c'est plus compliqué.
>
> Et, si tu dis, « je veux découvrir… connaître mon territoire, Bellvitge[73] », probablement ce sera encore plus difficile parce que c'est peut-être plus grand que El Figaró mais ça n'a pas d'histoire. Alors, bon… Si tu dis « je veux connaître mon territoire », quel est ce territoire ? On parle des gens, dans le Monastère de Poblet, on a Poblet là-bas et, sûrement, tous les gens de Poblet et des villages autour sont allés au monastère, ou pas (Daniel).

Cela rejoint une idée évoquée par Abel en lien avec sa tentative d'ouverture d'une succursale de son entreprise ailleurs :

> Barcelone, […] par son histoire et comment on y vit, permet de faire une activité de ce type. […] On a vu travailler des gens d'autres lieux et ils ne peuvent pas travailler comme on travaille. Les uns parce qu'ils n'ont pas 2000 ans d'histoire et, par conséquent, ce qu'ils ont à raconter est presque toujours la même chose parce qu'ils n'ont qu'une histoire… D'autres parce que le type de tourisme de proximité ne serait pas viable. Nous, par exemple, avons étudié la possibilité d'ouvrir une espèce de sous-siège, […] à Valencia. Et, au final, la conclusion du plan d'entreprise a été que, par le type de gens qui y habitent, les intérêts qu'ils ont ou la démographie qu'ils ont, ce n'était pas viable avec le schéma qu'on a ici. Alors, Barcelone, de par ce qu'elle est et par qui l'habite, rend possible ce modèle d'affaire (Abel).

Daniel et Abel partagent l'idée que les visites de proximité ne sont pas réalisables n'importe où. Ils affirment que différents aspects du lieu (l'histoire, la demande potentielle) jouent dans le succès ou l'échec de ces initiatives.

Ernest, entrepreneur et guide

Ernest est historien et travaille à son compte depuis 2008. Sa motivation principale pour créer son entreprise était essentiellement l'envie d'être son propre chef et de s'orienter plus sérieusement sur l'activité de guide :

> On est sur le point de fêter nos six ans, en mai 2008 je l'ai fondée, je me suis inscrit comme indépendant, j'ai commencé à travailler sur les visites, etc., même si, en tant

[70] Quartier de Barcelone.
[71] Ville de soixante-mille habitants, située à vingt-cinq kilomètres de Barcelone.
[72] Figaró-Montmany est une commune de mille habitants, située à quarante-cinq kilomètres de Barcelone.
[73] Un quartier de l'Hospitalet de Llobregat limitrophe à Barcelone.

> qu'indépendant, je faisais déjà des visites comme celles-là depuis quelques années, en visitant le Parc Güell, le quartier Gòtic, les visites typiques, et, à partir de 2001, je m'y penche plus sérieusement, je m'inscris, je commence, donc, avec le site internet, le logo, la marque enregistrée, etc., etc. Maintenant j'ai 10 ou 12 visites […]. Une douzaine, plus ou moins de balades différentes (Ernest).

Ernest situe son activité dans le secteur culturel et des loisirs et s'adresse essentiellement vers un public local barcelonais et catalan. Pour lui, la notion de tourisme renvoie avant tout vers le phénomène du tourisme de masse :

> Plutôt de culture et loisirs. Avec un public essentiellement de Barcelone et de la Catalogne surtout et, aussi de l'Espagne, mais beaucoup moins nombreux. Et les gens… les étrangers, c'est pratiquement résiduel, pour dire… Ma langue de travail est surtout le catalan et quelques visites je les fais en espagnol et je travaille très peu pour des étrangers, très peu. Si ce n'est pour un programme d'étudiants américains qui viennent en Espagne, ou qui viennent de Séville ou d'Alicante et, tous les deux trois mois, ils viennent et je leur fais une balade. Mais pour des étrangers qui viennent en masse à Barcelone chaque jour, non, je ne travaille pas (Ernest).

Lucía et Mireia, entrepreneuses et guides

Lucía et **Mireia** organisent depuis 2012 des visites guidées principalement destinées à des groupes fermés. Elles réalisent aussi d'autres activités, comme des ateliers pour des centres de loisirs, par exemple. Elles se déclarent des « amoureuses de Barcelone » et souhaitent « transmettre Barcelone à des gens d'ailleurs et d'ici » (Mireia). Même si leur activité ne correspond pas complètement à notre objet d'étude, leurs principaux objectifs dans l'organisation des visites guidées de proximité sont exprimés sous une formulation intéressante : « faire redécouvrir la ville aux habitants ; reconnaître de nouveaux espaces, des coins, des rues et des places ; donner du sens à nos pas ; favoriser la fierté d'être du lieu » (Mireia). Les notions de redécouverte, reconnaissance et le sentiment d'appartenance sont, d'après ces professionnelles, associées à ces activités. Lucía et Mireia conçoivent la ville comme un espace plein « de références pour donner du sens au lieu où on habite » (Lucía). Leurs activités constituent alors un moyen pour accéder à ces références, ce qui impacte positivement la manière d'habiter cette ville : « l'expérience de vivre à Barcelone est meilleure quand on lui donne du sens » (Lucía).

***

À Barcelone, nombreuses sont les possibilités (visites guidées, chasses au trésor, rallyes urbains, visites théâtralisées avec repas) offertes aussi bien aux visiteurs d'ici que d'ailleurs autour de la (re)découverte de la ville et de son histoire. Les cinq professionnels précédents organisent

directement des visites guidées de proximité. Quatre autres individus interrogés organisent des produits différents aux visites guidées, mais destinés aussi bien au public local que touristique classique.

Gerard, directeur d'entreprise touristique et culturelle

Gerard dirige une entreprise proposant un produit culturel basé sur Gaudí. Même si cette proposition attire surtout des touristes classiques, il s'agit d'un produit « rigoureux dans les contenus », confirmé par la Chaire Gaudí. La manière dont il s'exprime dégage l'idée que produit touristique et rigueur dans les contenus ne sont pas des idées habituellement liées, que le produit touristique classique est surtout superficiel, tel que Carla l'avait également affirmé.

Lorsque Gerard fait référence à la partie de son public qu'il considère de proximité, il ne pense pas uniquement à l'échelle régionale : il considère les touristes espagnols et français comme touristes de proximité. Sa conception de la proximité est essentiellement géographique et dépasse l'échelle locale.

Hector, entrepreneur, directeur d'entreprise d'aventures urbaines

Hector organise depuis 2011 des « aventures urbaines », proposées aussi bien aux visiteurs extérieurs qu'aux locaux :

> Pour nous, ce concept a trois ingrédients : 1) qu'avec nous, ils visiteront des points singuliers de la ville qu'ils visiteraient très rarement s'ils n'y allaient pas avec nous […], très rarement ils les connaîtraient ; après, on le fait aussi avec un moyen de nous déplacer, et d'arriver, et de circuit, si on peut dire, qu'on veut qu'il soit singulier ; et, après, aussi, on introduit un élément de restauration, gastronomique, une collation, pour pouvoir manger quelque chose, aussi d'une manière singulière. Dans des lieux qu'ils ne connaitraient pas non plus ou dans des ambiances très inconnues. Et ça, en fait, vaut pour l'expérience, autant des étrangers qui, évidemment, veulent connaître la ville de la façon la plus authentique possible et aussi pour les propres habitants de Barcelone, qu'on amène en des lieux où ils nous disent « Tiens, je ne serais jamais venu ici » (Hector).

L'objectif essentiel d'Hector est de fournir des formes singulières de divertissement à l'intérieur de la ville. Comme Bruno, Lucía et Mireia, Hector et son partenaire se présentent comme deux enthousiastes de Barcelone. Ils se positionnent dans un secteur entre les loisirs et la culture, plutôt que dans le tourisme. Ils préfèrent toutefois se situer dans un secteur qui leur est propre, celui de l'*aventure urbaine* :

> Pas tout à fait touristique, qu'il y en ait une composante, oui, mais pas tout à fait touristique. Je pense que, nous, on serait plutôt dans un secteur des loisirs et de la culture. Des loisirs, de la culture, et d'un secteur qui n'existe pas trop, celui de l'aventure urbaine. Tu n'as pas besoin de faire un safari à… Tu peux faire un parcours ici qui soit une aventure, non ? Parce que, même s'il n'y a aucun risque, ce sont des choses qui ne sont pas super contrôlées à 100% non plus. Ce n'est pas… C'est-à-dire, si on bouge en [voiture SEAT] 600… Ce sont des 600 des années 60's ! S'il y a une pente, peut-être qu'il faudra qu'on pousse tous un petit peu ! (Hector).

Lorsqu'on lui demande ce qu'il comprend comme tourisme de proximité dans le cadre de son activité, Hector décrit un public qui réside ou qui séjourne à Barcelone. La proximité, pour lui, est le résultat du rapport entre la localisation du participant dans la ville et le lieu de l'activité. Cette idée met sur un pied d'égalité les notions de résidence et de séjour :

> Ce qui est authentique [chez nous] c'est que les personnes qui ont choisi de vivre une aventure urbaine avec nous […] n'ont pas eu besoin de partir au-delà de leur sphère de résidence ou de séjour (Hector).

Irene, entrepreneuse et directrice d'entreprise culturelle et touristique

Irene se retrouve dans le secteur du tourisme culturel après une réorientation professionnelle provoquée par la crise économique. Avec sa sœur, elles décident d'organiser des visites théâtralisées combinées à une visite d'un musée et à un dîner gastronomique. Elles perçoivent le tourisme comme le seul secteur résistant à la crise. Après avoir défini le secteur où elles souhaitent travailler, elles ont réfléchi à leurs propres capacités (comme Abel) afin de déterminer ce qu'elles pourraient apporter :

> […] alors, on a pensé « Bon, qu'est-ce qu'on sait faire qu'on puisse adapter au tourisme ? ». Bon, on a passé un an de laboratoire d'idées, […]. On avait l'expérience d'une activité similaire, une activité scientifique avec de l'astronomie […] et alors on a pensé d'aller plutôt par la voie culturelle. Alors, on a eu l'idée de la thématique moderniste et, bon, en fait, on a commencé cette année » (Irene).

Irene, organisatrice des visites théâtralisées, ne se considère pas comme un membre du secteur touristique, et ce seulement pour une question de taille, car elle pense que son entreprise est encore trop petite face à de grandes structures :

> Par exemple, on est allé parler avec l'entreprise qui organise le Mobile Congress, ces gens travaillent toute l'année pour faire le Mobile qui dure 5 jours ! Et ils ont une agence dédiée à tout ça. Ils ne font presque rien d'autre. Tu penses « Combien ils doivent gagner pour pouvoir maintenir cette structure ? ». Et les gars font le produit Mobile Congress. Alors, c'est compliqué. Entrer, qu'on te connaisse… Nous sommes

> un atome, là, résiduel. Bon, on entrera et on essayera de faire des affaires mais, pour l'instant, on regarde encore depuis la barrière (Irene).

Même si elle a commencé à développer son activité sur les marchés touristiques classiques, elle a rapidement reçu des demandes de résidents de la ville et de la région. Cela s'explique par la thématique de l'activité, le Modernisme, et par la quête d'expériences récréatives différentes. Ce dernier point rejoint la logique de la proposition des aventures urbaines :

> Je pense que ce sont des gens curieux culturellement [les visiteurs locaux], qui aiment découvrir des choses différentes. Je pense que c'est un peu le profil, ce n'est pas tellement d'aller dîner, c'est le pack. Au final, on les convoque à 18h30 et ça se finit à 23h, c'est-à-dire, qu'au final tu y passes toute la soirée, tu dînes et restes un peu à table après. Ce sont 4 heures longues. « Tiens, un jour un peu différent » (Irene).

La proximité comme opportunité : un public auquel s'adresser, une perspective à commercialiser

Certaines structures ont été créées dans le cadre d'une réorientation professionnelle dans un moment de crise économique. La crise de 2008 est l'une des raisons les plus citées par les organisateurs interviewés pour entreprendre dans le secteur touristique et notamment pour un public de proximité :

> Maintenant il y a un boom provoqué par la crise même. Le pouvoir d'achat de beaucoup de gens a diminué et, donc, si, avant, on partait en week-end ailleurs ou pendant les vacances, maintenant les gens, au lieu de partir ailleurs, restent ici. Alors, celui qui reste ici cherche aussi des activités à faire. Une activité peut-être aller au cinéma ou faire une visite à Barcelone. Ça, évidemment, ça a été constaté par beaucoup de monde et, quand avant il n'y avait que 3 ou 4 entreprises, maintenant il y a une très grande diversité (Carla).

Suivant cette idée, nous avons constaté que les entreprises de visites guidées de Barcelone ont toutes vu le jour à partir de 2008, sauf celle qui a été pionnière (Icono Serveis Culturals), créée en 1995. Aucun entretien n'a été réalisé avec cette structure, mais l'une de leurs visites a été observée. Ces entreprises ont diversifié leur offre et organisent des activités secondaires comme des conférences ou des ateliers de différentes thématiques (photographie, *trencadís*[74], etc.).

Il y a également des guides indépendants organisant des visites guidées pour un public essentiellement local. Ils sont moins institutionnalisés, commercialisent les visites notamment via Atrapalo (la principale plateforme de vente de produits culturels en ligne) mais n'ont pas

[74] Le *trencadís* est un type de mosaïque fait à base d'éclats de céramique, typique du Modernisme catalan et très utilisé par Gaudí.

nécessairement de site internet propre ni de siège, à l'instar de l'organisateur de la visite observée sur l'histoire du quartier du Raval.

Ces témoignages indiquent que la proximité dans le contexte des activités touristiques et culturelles à Barcelone est définie de différentes manières. Elle est parfois associée à l'approche du discours, au fait qu'il soit plus ou moins superficiel. Elle est géographique : représentée par la courte distance que le visiteur parcourt entre son point de départ et le point de départ de la visite. Elle est liée à la capacité pour une activité d'attirer un public plus ou moins proche.

La proximité représente pour ces professionnels une opportunité, le moteur d'un sous-secteur culturel inspiré du secteur touristique. Les activités proposées dans ce cadre présentent une ville connue sous un nouvel angle. La redécouverte que cela implique peut se dérouler soit par l'accès à des endroits méconnus, soit par l'approfondissement de l'histoire du lieu. Elle peut également être le résultat du fait même de participer à cette activité, car cette pratique fait évoluer le regard, favorisant la redécouverte du visiteur de lui-même.

2.2. Visites guidées de proximité : point de vue original, construction classique

La visite guidée associe parcours et discours (Widtfeldt Meged 2010) pour présenter d'une manière plutôt cohérente des histoires situées. Nous allons tenter de décrire le processus de création des visites guidées de proximité, le choix des thématiques et des points d'intérêt, ainsi que leur temporalité.

Certaines phases de la création des visites et des activités analysées sont communes à tous les produits, à l'instar des phases de documentation et de test. Toutes les activités sont documentées, plus ou moins en profondeur. Les visites organisées par des historiens sont présentées comme des activités très bien documentées :

> Quand, nous, par exemple, on dit […], maintenant il y a cette thématique, celle de 1714, on va créer une visite sur 1714. […] Quand on arrive à la visite, ça fait un an ou 6 mois de documentation, eh ? […] D'abord, ce que tu fais est une bibliographie. Dans le cas de 1714 il y a beaucoup de bibliographie. Sinon, tu dois aller aux archives. On fait une liste de la bibliographie, on la partage entre nous, on va aux bibliothèques […]. On fait, d'abord, un dossier d'information. Ce dossier […] contient toute l'information qu'on a extraite de la bibliographie ou des archives qui peut nous servir après pour construire la visite (Carla).

À la bibliothèque et aux archives, il faut rajouter une troisième source d'information, les témoignages oraux :

> Alors, [pour] préparer l'activité, l'itinéraire, il y a deux voies. Au début, […] on détectait ce besoin, cette opportunité et, dans l'équipe dirigeante, les collaborateurs les plus habituels, quelqu'un était en charge de faire la documentation, qui normalement est à la bibliothèque, quelques fois aux archives historiques et, quelques fois aussi, des entretiens, si c'est de l'histoire récente, des entretiens avec des personnes qui ont vécu tout ça. Alors, par exemple, [pour les] visite[s] du XXe siècle, ce sont donc des témoignages oraux, de « Ecoute, j'habitais ici, on m'avait raconté ça, j'avais vu ça… ». Ce sont les trois sources basiques : la bibliothèque, les archives et les témoignages oraux. Avec ces sources, on construit un scénario. […] et c'est un scénario lié à une carte. L'expliquer sur place, il y a ce lien entre le lieu et le sujet qu'on va expliquer (Abel).

Comme nous l'avons expliqué dans le deuxième chapitre, la visite guidée n'est pas une classe magistrale pour plusieurs raisons, mais la plus évidente réside dans le fait qu'il s'agit d'un discours spatialisé. Il est localisé dans un espace associé au discours, un espace sur lequel le discours s'appuie :

> Une fois qu'on a le dossier d'information, dans la rue, on regarde quelles sont les possibilités, quels sont les points d'arrêt et, à partir de là, on construit la visite. Une fois que la visite est créée dans la rue, on divise l'information […] On la coupe en morceaux par étapes. Après, on doit chercher le support graphique […]. Alors, c'est la même chose. On va aux archives ou sur Internet, parce que maintenant sur Internet on peut tout trouver parce que tout est numérisé. […] Et on fait le dossier d'images. Quand on a le dossier d'images, les étapes et le dossier d'information coupé en morceaux par étapes, on fait la visite (Carla).

La visite guidée doit avoir un caractère ludique. Pour cela, le guide est considéré comme la personne ayant les compétences pour diffuser les connaissances de manière dynamique (en mouvement et de manière amusante) :

> Normalement, la personne qui fait la documentation doit être guide ou elle doit être très en contact avec un guide. Pas inventer un sujet fantastique qui irait très bien dans une conférence, mais qui au niveau de la visite, de marcher dans la ville, à cause de la distance qu'elle doit couvrir, du type de lieu où on doit s'arrêter, etc. elle ne soit pas faisable. Alors, cette proposition se peaufine toujours entre le guide et le documentaliste, au cas où ce ne serait pas la même personne, parfois ça l'est (Abel).

Une distribution équilibrée des points d'intérêt dans l'espace et dans le récit est également nécessaire dans la création des parcours :

> Alors, on doit faire des visites qui ne soient ni trop courtes ni trop longues. C'est-à-dire, entre 2 et 4 heures, avec des points d'intérêt situés tout au long du parcours. Si tu as une visite avec tous les 'highlights' équilibrés, tu maintiens l'intérêt des gens tout au long du parcours. Si tu as une visite qui ne montre rien et dont le 'highlight'

> est à la fin, quand ils arrivent au 'highlight', leur intérêt est au minimum. Ils sont fatigués 'quand est-ce qu'on arrive ? Je ne sais pas quoi…'. Si c'est à l'inverse, tu le montres au tout début, l'extase arrive trop tôt, non ? Sur le moment c'est fantastique et, quand la fin de la visite arrive, ça reste un peu froid. Alors, le succès des visites bien faites est de prévoir des points d'intérêt équilibrés sur le parcours, avec un niveau plus ou moins bon, certains plus que d'autres mais bon. Avoir des points d'intérêt équilibrés, de façon qu'il y ait toujours des montées et des descentes (Bruno).

Finalement, à la fin de la construction de la visite, tous les acteurs la mettent à l'épreuve, d'abord en interne, pour finir de corriger les derniers détails et ajuster la durée et, ensuite, avec les premiers participants :

> Faire la visite veut dire je lui fais à [ma partenaire] et elle me l'a fait à moi. On la pratique, on la verbalise. Parfois, tu as une chose sur le papier et, quand tu la fais, c'est une autre chose, elle n'est pas trop bien, pas trop cohérente… et ici on doit évaluer la durée. Parce que, peut-être, tu as prévu une visite de deux heures, tu as imaginé avec l'information et quand tu la fais tu te dis « ça ne tient pas deux heures, il y en a pour quatre ». Et alors on doit la repenser. On fait les corrections nécessaires et, une fois qu'on l'a corrigée et concrétisée, alors, on la met en place (Carla).

***

> Et, en général, pendant les premiers six mois qu'on fait une visite, on l'observe 'Ici, elle est un peu bancale, ici l'intérêt descend, les gens ne comprennent pas ça…'. Bon, donc, c'est un nouveau fil à tirer, pour se documenter un peu plus, parce qu'on avait laissé ici un espace qui n'était pas couvert. Et ça c'est un peu la genèse (Abel).

Le secteur a évolué et, bien qu'avant les acteurs faisaient tout en interne, aujourd'hui il arrive qu'un guide indépendant propose une visite à une des entreprises, pour la vendre plus facilement. Ainsi, les entreprises ne commercialisent pas uniquement leurs propres visites. Le titre de guide est ici un papier important, qui certifie les compétences d'un individu que l'entrepreneur ne connait pas :

> Je dois dire aussi que, depuis deux ans plus ou moins, [il] y a un guide extérieur qui s'est déjà documenté sur la visite. Il [nous] la propose […]. On en a eu un qui nous a proposé une visite, et on l'a faite, sur des grands magasins historiques de Barcelone [de] la fin du XIXe et [du] début du XXe siècles. C'est une thématique qui était bien pour […] nourrir tout le temps le client fidélisé, lui offrir des propositions mais ce n'était pas une proposition à nous […]. Les sujets qui pour nous sont secondaires, on peut dire, les visites occasionnelles, qui ne sont pas proposées de façon régulière, qui ne sont pas dans notre catalogue mais que le collaborateur, qui l'avait déjà préparée et documentée, […] dit « Ecoute, je te la propose, je gagne tant et tu la vends et ce que tu gagnes est pour toi ». Et, en fait, c'est là où il est important la question de l'habilitation du guide, du guide touristique, parce que, cette personne extérieure que je ne connais pas du tout, qui vient nous offrir une activité déjà faite, qui est-ce […] ?

> Le premier filtre qu'on lui demande est d'être guide touristique. On sait qu'ils ont une base de connaissances, qu'ils ont une base de savoir-faire, de savoir-être et, à partir d'ici, ils seront plus ou moins bons, mais ce n'est pas quelqu'un dont on ne connait rien (Abel).

Les professionnels interrogés sur d'autres produits que la visite guidée partagent certains éléments avec celle-ci, comme la question de la documentation. Par exemple, dans le cas de la visite combinée de thématique moderniste (Irene), la partie théâtralisée se déroule en deux temps. D'abord, sur le chemin entre le musée et le restaurant, un comédien se déguise en ouvrier barcelonais de 1905 et explique la période moderniste de son point de vue (les luttes ouvrières, le quotidien de la classe des travailleurs, etc.). Ensuite, après le repas, au moment des desserts, le même comédien réapparaît, cette fois déguisé en bourgeois (en propriétaire de l'hôtel) pour expliquer la même histoire mais d'un autre point de vue (la Barcelone des mœurs, bourgeoise, des palais modernistes, etc.). Celui qui réalise le discours est ici un comédien. Néanmoins, le contenu de ce discours, a été réalisé par un historien :

> Le discours du comédien a été préparé par un historien. […] quand on avait déjà défini un peu le produit, on s'est dit « Alors, qu'est-ce qu'on raconte ? » […]. « Bon, on doit expliquer cette Barcelone depuis ces deux points de vue ». Je pense que c'est ce qui est intéressant, que tout n'était pas fait de maisons merveilleuses ni de seigneurs bourgeois ni Pedreres[75], c'est-à-dire, il y a une autre Barcelone. Et alors on a demandé à un historien […], je lui ai dit « Ecoute, on a besoin de nous documenter sur ça, que tu nous fasses toute la recherche historique et que tu nous expliques un peu ce qui se passait là, que tu le documentes et, à partir de là, on fera un scénario ». Et, alors, il a travaillé notamment depuis les deux points de vue. La bourgeoisie faisait cela, tout ce qui est lié aux mœurs, ils travaillaient sur ça, ils achetaient là-bas… C'est ce que le bourgeois raconte notamment, avec son discours. Et, après, toute la thématique ouvrière, de la lutte syndicale, de la classe ouvrière, l'anarchisme, les bombes du Liceu… Tout ça c'est l'ouvrier qui l'explique (Irene).

Le processus de création des *aventures urbaines* ne suit pas tout à fait le même ordre que celui des activités présentées. Néanmoins, il s'agit toujours d'associer différents points dans l'espace afin de montrer des éléments de natures différentes. Ce processus s'achève, dans tous les cas, par une phase où le parcours est testé par les organisateurs et la visite est ainsi corrigée et mise au point :

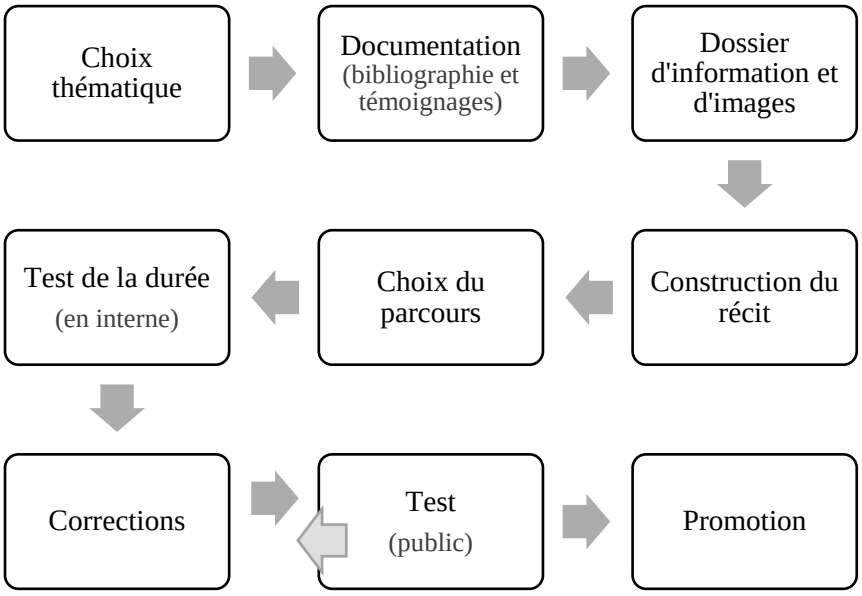
> Les idées viennent d'avoir des fournisseurs qui fournissent des moyens singuliers de bouger. C'est une façon de commencer à nourrir l'idée et, après, établir les itinéraires,

[75] Utilisant l'expression familière avec laquelle la Casa Milà de Gaudí est connue (la Pedrera) au pluriel, elle parle de tous les bâtiments de ce type, financés et habités par la bourgeoisie catalane de l'époque (fin du XIXe siècle et du début du XXe).

> on les essaye, […], bon, on a l'intuition de ce qui peut plaire aux gens, […]. Evidemment, on fait un 'briefing' préalable en interne pour le contrôler. Aussi, détecter des points, comme je t'ai dit, de type gastronomique, qu'on en fait beaucoup, et ils sont très méconnus. Dernièrement, par exemple, on avait la possibilité d'une jeep décapotable pour ramener des petits groupes de 6 personnes. Avec ça, on offre une visite de 2 ou 3 caves, situées dans la ville, l'une à l'Eixample, l'autre près du port, une autre à Poble Sec, par exemple… Si on ne te ramenait pas là-bas, tu n'irais jamais. En revanche, tu découvres des points très authentiques où tu peux prendre un verre et une collation. Et, avec ces points-là, tu as déjà diné. Et tu fais un tour comme si tu faisais un safari dans la ville. Celle-ci est une nouvelle visite qu'on démarre (Hector).

En définitive, les étapes de construction d'une visite guidée (dont certaines sont communes aux autres types d'activités cités) sont représentées dans la Figure 27. Aucune ne fait directement référence à une spécificité du public (au fait qu'il soit local). La seule concernant cette particularité est celle du deuxième test avec le public. Certains organisateurs affirment tester leurs visites auprès de leurs clients habituels. Dans un contexte de proximité, la fréquence dans la participation à ce type d'activité est a priori plus élevée que dans le cas des visites touristiques classiques, grâce à l'accès facilité par la proximité géographique entre la résidence de l'individu et le lieu de l'activité.

Figure 27. Processus de construction d'une visite guidée de proximité.



Source : auteure, 2018.

Les visites guidées analysées à Barcelone ont une genèse classique, similaire aux visites guidées touristiques. Ces étapes sont communes aux différents organisateurs.

3. La visite guidée comme un voyage dans le temps : les thématiques proposées

La visite guidée a été décrite dans le deuxième chapitre comme un carrefour des relations spatio-temporelles présentes dans les lieux de la visite (Massey 2005; Overend 2012). Autrement dit, elle permet de se rendre dans un lieu et de visualiser, à travers le récit du guide, des événements ayant eu lieu dans ce même endroit à différentes époques. Elle permet également d'imaginer les événements survenus dans d'autres territoires de manière concomitante aux événements locaux. Parfois, elle permet de se projeter vers le futur. Toutes ces différentes informations ont contribué à la construction du lieu (Bryon 2012) devant lequel le groupe s'arrête. Leur apprentissage permet a priori à l'individu de se rapprocher de ces lieux (Gellereau 2005b; Theros 2014).

Barcelone est mise en valeur face aux visiteurs d'ailleurs par sa situation au bord de la mer, son climat doux[76], son dynamisme, son ouverture, sa diversité et sa tolérance, comme le montre la citation ouvrant ce sixième chapitre. Il s'agit d'une ville très riche en histoires et anecdotes, ce qui est notamment exploité par les professionnels du secteur des visites pour un public local. Les pages suivantes résument rapidement les quatre mille ans d'histoire et d'histoires de cette ville. Ensuite, les thématiques identifiées dans les catalogues analysés et dans les témoignages des professionnels interviewées seront présentées.

3.1. Barcelone, des histoires source d'inspiration thématique

Même si on a trouvé des restes archéologiques ibères remontant à 4000 ans, les origines de Barcelone en tant qu'implantation permanente datent de la fin du premier siècle av. J-C. À ce moment-là, les romains ont choisi le Mons Taber (un point élevé situé au niveau de l'actuelle place Sant Jaume, où la mairie et le gouvernement de la communauté autonome sont aujourd'hui installés) pour fonder la Colonia Iulia Augusta Faventia Paterna Barcino (Hernàndez 2001). Il s'agissait en principe d'une espèce de destination de vacances ou de retraite pour les soldats romains. Plusieurs légendes ont émergé depuis le moyen âge pour expliquer l'origine de Barcelone et notamment de son étymologie. La première explique l'histoire d'Hercule qui, voyageant avec Jason et les argonautes, fait face à un orage qui éloigne la neuvième barque de sa flotte. Hercule aurait retrouvé cette barque à côté de l'actuelle colline de Montjuïc. Hercules et le dieu Hermès

[76] En 2015, les températures moyennes oscillèrent entre 15,4°C et 21,3°C (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona 2016a).

auraient fondé la ville en honneur de cette neuvième barque (la barca nona). La deuxième légende explique que la ville aurait été fondée en 230 av. J-C. par Hamilcar Barca, le général carthaginois père d'Hannibal, celui qui traversa les Alpes avec une armée d'éléphants. Il n'y a pas de preuve de ces deux événements. Le nom de Barcelone dérive probablement de Barkeno (le nom de l'implantation des ibères précédant les romains). Toutefois, cela montre que, même en ce qui concerne ses origines, Barcelone offre une énorme diversité d'histoires et des légendes qui sont reprises dans la construction du récit des visites guidées aujourd'hui, tel que nous l'avons observé.

La Barcelone romaine a été prospère, notamment pendant les 2ème et 3ème siècles. Le forum était situé dans l'actuelle place Sant Jaume et le cardo maximus et decumanus maximus sont aujourd'hui des rues très fréquentées, en plein quartier Gòtic. La ville romaine était emmuraillée. Des parties de ces murailles (place de la Cathédrale), la nécropole (Place de la Villa de Madrid), les traces de l'aqueduc (place Nova) et les colonnes restantes du Temple d'August (rue Paradis) constituent des points d'intérêt devenus touristiques aujourd'hui.

Ensuite, de la période initiale du christianisme, à Barcelone, l'histoire qui a été la plus exploitée est celle de Santa Eulàlia, la patronne de Barcelone. Il s'agissait d'une jeune fille de 13 ans qui, d'après la légende, aurait souffert treize martyres (comme son âge) en 303. L'histoire de Santa Eulàlia est aujourd'hui très présente dans les récits des guides. Les périodes visigothes et musulmanes à Barcelone sont assez inconnues et pas très utilisées dans les visites guidées qu'on a observées, même si la ville a accueilli la cour plusieurs fois pendant le règne des visigots et a été la scène d'importantes batailles et sièges contre les musulmans entre 717 et 985. En effet, la période de l'occupation musulmane et des incursions ultérieures est déterminante pour l'histoire de Barcelone. Alors que le comté de Barcelone faisait partie de l'Empire Carolingien (801-985), le manque de support des Francs face aux attaques musulmanes sur la ville a déclenché un processus d'indépendance de facto, même si cette indépendance n'est pas reconnue par la couronne Française jusqu'en 1258. Durant cette période, les instances politiques s'organisent autour d'un comte, d'un vicomte (pour gouverner le Comté) et d'un veguer (pour le gouvernement local). Cette période marque également le développement du quartier juif (call).

Lors de l'union du Comté de Barcelone à la Couronne d'Aragon (1137), Barcelone devient une ville royale (Hernàndez 2001) et, par conséquent, un centre politique, économique et social. Cette union inaugure une période de prospérité et d'expansion territoriale et commerciale, d'un côté, vers

les zones conquises aux musulmans (le Roussillon, Teruel, Caspe, Majorque, Valencia, Menorca, Murcia, etc.) et, de l'autre, vers la Méditerranée (Montpellier, Sicile, Sardaigne, Athènes, Tunisie, Alger, Constantinople, etc.). Cette expansion est à l'origine des ampliations des murailles (XIIIe et XIVe siècles) et de la construction de différents palais pour accueillir les pouvoirs politiques (p. e. le palais royal majeur à l'actuelle Place del Rei) et religieux (p. e. le château de l'Archidiacre ou la cathédrale gothique). La ville s'élargit avec la formation de nouveaux quartiers autour des églises et des monastères existants. Le quartier du Raval est un exemple de ce phénomène. Cette époque témoigne de la création des institutions catalanes. En premier lieu, la Cour (les Corts), itinérante, accueillait les trois classes dirigeantes de la société (l'Eglise, l'armée et le Roi). Ces trois secteurs communiquaient et concluaient des accords. En deuxième lieu, la Generalitat de Catalunya (qui aujourd'hui est le gouvernement de la communauté autonome catalane) était au XIVe siècle une sorte de pouvoir exécutif du royaume. Toute cette période de splendeur est largement mise en valeur dans les récits des guides à Barcelone.

Au XVe siècle, Barcelone entre en décadence après plusieurs vagues de peste, de famines, de révoltes paysannes et une guerre civile. Ce processus de décadence se poursuit les siècles suivants, à cause de différents conflits avec le roi de Castille, avec la France, etc. La Catalogne se retrouve du côté des perdants dans plusieurs conflits[77] et notamment dans la Guerre de Succession (1700-1714) qui finit par un siège de quatorze mois de la ville de Barcelone. La fin de ce siège a lieu le 11 septembre 1714, date de la défaite et date choisie, déjà au XXe siècle, pour la Fête nationale de la Catalogne (la Diada). En 2014, Barcelone a fêté le tricentenaire de ces événements, ce qui a fait l'objet de nombreuses visites thématiques. Cette défaite entraîne la suppression des institutions catalanes et une forte répression du nouveau roi Philippe V. Entre autres mesures, la langue catalane

[77] Ce résumé historique n'est pas exhaustif car nous n'avons pas vocation d'analyser l'histoire de Barcelone. Il s'agit seulement d'évoquer les principaux événements historiques qui concernent la ville et qui inspirent, dans l'actualité, les récits des visites guidées, aussi bien pour les touristes classiques que pour le public local. Nos propos sont simplifiés, mais ils méritent d'être nuancés, à l'instar de l'affirmation faisant l'objet de cette note de bas de page. Dans un territoire, il y a toujours des partisans et des opposants au sujet de certains événements. Lorsqu'on dit que la Catalogne s'est retrouvée du côté des perdants dans plusieurs conflits, on fait référence au fait qu'après ces conflits, le côté gagnant a fortement réprimé ce territoire du point de vue institutionnel. Néanmoins, en ce qui concerne la guerre de Succession, d'autres villes catalanes ont officiellement soutenu le côté gagnant, les Bourbons. Cervera est l'exemple le plus important, car, après la guerre, le nouveau roi a fondé une Université dans cette ville, en récompense pour son soutien. Pour une meilleure compréhension du contexte politique catalan des XVII et XVIIIe siècles, voir Albareda (2017), en espagnol. En français, pour approfondir la Guerre de Succession, voir Dedieu, Larguier et Le Flem (2013). Pour plus de précisions sur l'histoire de la Catalogne en français, voir entre autres Morera (1992) et Roura i Aulinas (2006).

est interdite dans l'administration et dans l'enseignement, et le castillan est imposé dans ces secteurs.

A la moitié du XVIIIe siècle, Barcelone vit un moment de reprise économique avec, d'un côté, la Révolution Industrielle et les progrès dans l'agriculture et, de l'autre, l'autorisation de faire du commerce avec l'Amérique (1745). Cette ouverture vers l'Amérique est à l'origine du phénomène des *indians*, des Catalans installés en Amérique, notamment à Cuba, où certains d'entre eux se sont enrichis et ont réinvesti leur fortune en Catalogne. Le quartier de la Barceloneta et l'aménagement de la Rambla en boulevard datent de cette période.

Au début du XIXe siècle, durant l'occupation napoléonienne, la Catalogne est annexée à la France (1812-1814). Ainsi, les idées libérales issues de la Révolution Française transpercent et de nombreux conflits ont lieu tout au long du siècle, suite notamment à l'importance croissante de la bourgeoisie et à l'évidence que l'Ancien Régime n'était plus adapté à l'époque. Les différences entre les conservateurs et les libéraux sont à l'origine des attaques des églises et de différentes interventions de l'armée, dont la plus connue, le bombardement de Barcelone depuis le château de Montjuïc par le général Espartero (1842).

Le XIXe siècle est une source importante pour les visites analysées. Les principes de la Révolution Industrielle sont rapidement adoptés. La première ligne de transport ferroviaire est inaugurée en 1848. À la moitié du XIXe siècle, du fait du manque de place, les usines s'installent dans la périphérie de Barcelone. L'industrialisation de la société impulse, d'un côté, un processus d'urbanisation de la population qui migre de la campagne vers la ville pour répondre aux besoins de main d'ouvre des nouvelles usines. De l'autre, elle génère des tensions entre les classes sociales, des révoltes ouvrières, comme dans d'autres régions européennes. Les attentats des groupes anarchistes sont très habituels à la fin du siècle. La ville se transforme pour s'adapter à cette arrivée de population et à ces nouvelles activités. Les murailles sont détruites (1859), remplacées par des boulevards et la ville est réaménagée suivant les préceptes hygiénistes. Ainsi, Barcelone voit apparaître de nouveaux espaces libres : des places, des jardins, etc. Le quartier de l'Eixample de Cerdà prend forme (1859) ainsi que les principales voies actuelles, telles que la Diagonal, la Gran Via, le Passeig Sant Joan, la Meridiana ou le Paral·lel. A partir de 1880, les réseaux d'électricité et d'eau sont installés. Deux expositions universelles sont organisées à cheval entre les deux siècles, l'une en 1888 dans la zone de la Citadelle (Ciutadella) et l'autre en 1929 à Montjuïc (sur l'actuelle

zone olympique). En ce qui concerne l'architecture, le plus remarquable est l'apparition du modernisme, dont Gaudí est l'exemple le plus connu aujourd'hui, mais il y en a d'autres, comme Domènech i Montaner (Palau de la Música Catalana) ou Puig i Cadafalch (Casa Amatller).

Par ailleurs, le XIXe siècle représente la renaissance de la culture catalane (Renaixença, 1830-1880), un mouvement inspiré du Romantisme, mais aussi le début du catalanisme. Dans ce contexte, la langue catalane est mise en valeur dans la littérature, la poésie, la philosophie, etc. À la fin du XIXe siècle, de nouvelles pratiques liées aux loisirs des barcelonais apparaissent, dont l'alpinisme.

Le XXe siècle commence dans un climat très tendu, avec des incendies d'églises et des protestations contre les appels obligatoires à rejoindre l'armée dans les campagnes militaires coloniales. De la même manière, les grèves et les luttes syndicales continuent. Cela n'empêche pas le développement de la ville. La « création » du quartier Gòtic comme un espace monumental et comme un attrait touristique date du début du XXe. Il est associé à la construction de Via Laietana à partir de 1907, qui a entrainé la disparition de rues, le déplacement d'immeubles vers d'autres points du quartier (comme la place Sant Felip Neri) et la mise en valeur des certains éléments par rapport à d'autres :

> « L'histoire était toujours valorisée lorsqu'elle renvoyait à un passé glorieux déterminé, mais si à côté des constructions respectables il y avait des œuvres anonymes qui contredisaient et diminuaient la valeur de celles-ci, la réalité pouvait être transformée et l'histoire corrigée »[78] (Cócola Gant 2010, 115).

La transformation de cette zone, le caractère artificiel du Gòtic, est une question très évoquée lors de visites guidées de proximité. Elle surprend beaucoup de visiteurs d'après nos observations, notamment le phénomène du déplacement d'immeubles, des *bâtiments voyageurs* (Peñarroja 2007).

De nombreux progrès techniques et d'amélioration de la vie urbaine ont lieu à cette époque, comme la construction du métro (1924), l'installation de poubelles et de feux rouges ou la construction de l'aéroport. La ville reçoit plusieurs vagues d'immigration et connait des limites notamment en termes de logement dans un contexte de forte croissance démographique. Ainsi, des maisons

[78] « La historia era valorada siempre y cuando remitiese a un determinado pasado glorioso, pero si junto a las construcciones venerables existían obras anónimas que contradecían y disminuían el valor de aquellas, la realidad podía ser transformada y la historia corregida ».

d'auto-construction émergent dans différentes zones de la ville, comme Montjuïc ou la Barceloneta, où un grand nombre de personnes habitent dans des conditions très misérables. Sur le plan politique, les années 1920 se caractérisèrent par la dictature de Primo de Rivera, qui interdit à nouveau la langue catalane et supprime les institutions locales.

Image 21. Réfuge antiaérien de la place Revolució (Gracia)

Source : auteure, 2014.

Plus tard, pendant la période républicaine espagnole, pour une courte période, la Catalogne gagne une certaine capacité d'autogouvernement (1932) pour la perdre en 1933 et la récupérer en 1936. En 1936, la Guerre Civile éclate. La ville se positionne officiellement du côté des républicains[79].

[79] Comme évoqué dans la note en bas de page précédente, cette affirmation est, bien entendu, une simplification de la réalité. Se positionner du côté du général Franco signifiait perdre la capacité de s'autogouverner acquise pendant la période de la II République (1931-1939). Cependant, se positionner du côté contraire signifiait pour les élites de la bourgeoisie catalane soutenir les mouvements anarchistes et communistes, ce qui mettait en danger leurs privilèges de classe.

Toutefois, des divisions éclatent entre les anarchistes et des communistes de sensibilités différentes, ce qui les fragilise. Barcelone est bombardée à plusieurs reprises. Différentes visites guidées se penchent sur cette période et certaines d'entre elles permettent d'accès à des refuges antiaériens où les habitants se cachaient pendant les bombardements (voir Image 21). Barcelone est tombée en janvier 1939. De nombreux personnages s'exilent, et cela a de fortes conséquences sur le dynamisme artistique et scientifique.

Après la guerre et jusqu'aux années 1960, la ville, tout comme l'Etat, vit dans une situation de pénurie. L'ouverture du gouvernement du dictateur Franco vers l'international dans les années 1960 réactive l'économie. Il y a alors une nouvelle vague d'immigration de main d'œuvre des zones rurales espagnoles vers les usines de la région de Barcelone. En même temps, la ville se transforme avec l'usage généralisé de la voiture. Les revendications ouvrières et citoyennes parviennent à améliorer les conditions de travail et l'environnement urbain.

À partir de 1979, la démocratie s'installe et les institutions reviennent, dont la Generalitat de Catalunya, qui obtient différentes compétences, comme l'économie ou l'éducation, entre autres. Les années 1970 et 1980 inspirent plusieurs visites montrant la Barcelone des bars et de l'émancipation après 40 ans de dictature. À la fin du XXe siècle, les Jeux Olympiques de 1992 représentent un temps fort pour Barcelone et la transforment profondément.

Pour conclure ce résumé historique en lien avec nos observations, au XXIe siècle Barcelone et sa région métropolitaine forment une région dynamique et projetée à l'international, notamment vers l'Europe (Euro-région Pyrénées-Méditerranée) et vers la Méditerranée (siège de l'Institut Européen de la Méditerranée). Suite à un conflit avec le gouvernement de l'État concernant un nouveau statut d'autonomie approuvé par les institutions catalanes et par ses citoyens par le biais d'un référendum et contesté par le Tribunal Constitutionnel espagnol, le sentiment indépendantiste se réveille. Ainsi, depuis, 2011, des manifestations massives ont lieu revendiquant le droit à organiser un référendum pour décider de l'indépendance de la Catalogne vis-à-vis de l'Espagne, tout en restant dans l'Union

La situation n'était donc pas aussi simple, car le moment politique était très complexe, comme le montrent ces deux événements : la proclamation de la République Catalane comme un État membre de la Federation Ibérique en avril 1931 et la proclamation de l'Éstat Catalan de la República Fédérale Espagnole en octobre 1934. Nous l'avons simplifié ainsi pour évoquer les principales raisons de la forte répression (suppression des institutions, répression de l'usage de la langue catalane, etc.) après la Guerre Civile. Pour plus d'informations sur la complexité de cette période, voir l'ouvrage de Chris Ealham (2014).

Européenne, ce qui est aujourd'hui inenvisageable pour l'Espagne et qui constitue une source de conflits permanents et d'instabilité au sein du gouvernement régional.

La longue et mouvementée histoire de Barcelone inspire les créateurs de visites guidées. Des informations réelles ou légendaires, techniques, artistiques ou en lien avec le dynamisme et la diversité culturelle de la ville actuelle confirment son potentiel comme cadre spatial de ces propositions. La diversité thématique observée et qui sera détaillée dans les prochaines pages s'oppose à l'idée d'une « réduction narrative » caractéristique de la stratégie promotionnelle de Barcelone ces dernières années (Vlès 2011). Les visites analysées se nourrissent aussi bien des moments de gloire que des périodes de décadence de la ville et de la société barcelonaises, des personnages extraordinaires et des plus banales, des événements historiques confirmés et des légendes.

3.2. Une grande diversité thématique

La Figure 28 récapitule les types de thématiques identifiés à la suite de l'analyse des catalogues disponibles en ligne des entreprises analysées. Cet exercice devrait nous éclairer sur les périodes vers lesquelles les participants sont transportés lors de leur expérience dans le cas de Barcelone.

Figure 28. Thématiques identifiées dans l'offre touristique de proximité

Source : auteure, à partir des informations inventoriées et de l'analyse des catalogues en ligne des organisateurs[80], 2018.

Les thématiques proposées sont très variées, mais comprennent toujours une dimension culturelle. L'histoire, le choix d'une période historique de la ville, à l'instar de la Guerre Civile, ou l'évolution historique d'une zone précise, comme la visite observée au quartier de Sant Antoni[81], sont les

[80] Voir Annexe IV.
[81] Visite observée le 25 juillet 2015 à 18h.

principales sources d'inspiration de cette offre. Certaines visites se centrent également sur une période précise dans un quartier précis. L'histoire en tant qu'élément mobilisé à la fois comme source d'information et comme attrait touristique fait évidemment partie des visites touristiques classiques, tel que nous l'avons constaté lors de l'observation du *Walking Tour* dédié à la Barcelone médiévale[82].

Néanmoins, d'autres approches sont proposées. L'une des plus habituelles dans cette offre est celle décrite comme *insolite*. Les visites insolites se présentent comme un moyen d'accès à des aspects secrets, quotidiens, cachés, etc. Elles prônent un éloignement par rapport aux itinéraires officiels (Puig i Guàrdia, 2014). C'est par cette quête de singularité que des thématiques finalement ordinaires sont mises en valeur, à l'instar de la visite du métro, un endroit en principe rebutant pour certains de ses usagers[83], devenu point d'intérêt touristique pour un public essentiellement local. Dans le cadre du tourisme et des loisirs, les individus « font avec l'espace » d'une manière différente que dans leur vie quotidienne, changeant leur appréciation de certains lieux et leur positionnement face à certaines pratiques (Stock et Lucas 2012). D'un autre point de vue, toutes les visites dont le titre commence par *Secrets* proposent une approche insolite de la ville à travers l'accès, d'un côté, à de petits détails architecturaux et, de l'autre, à des anecdotes et des petites histoires associées aux lieux du parcours.

Ces détails et anecdotes insolites sont souvent liés à des thématiques mythologiques, à des légendes. Ce qui est intéressant ici c'est que, de ce point de vue, la visite guidée n'est pas alors une source de savoir. Elle se penche sur des éléments dont la véracité est douteuse, sur des suppositions et des mythes. Certains participants apprécient particulièrement cette approche, justement pour son éloignement de l'académisme et par l'envie de participer à une activité essentiellement ludique, comme l'affirmaient les organisateurs interviewés.

D'autres sources d'inspiration concernant les thématiques proposées se trouvent dans la gastronomie, les artistes, les styles artistiques et les ouvrages littéraires et les films dont l'action est située à Barcelone. Ces concepts ont également été observés dans le cadre des visites guidées touristiques classiques, les *Walking Tours*.

[82] Visite observée le 25 juillet 2015 à 11h.
[83] L'un des participants interviewés en profondeur (Jose) évoque le métro de Barcelone comme un lieu à éviter.

Les minorités, les groupes religieux et les sectes, présents à un moment ou un autre de l'histoire de la ville, font également l'objet de plusieurs visites. Les visites dédiées à des minorités culturelles existantes aujourd'hui dans la ville sont particulièrement intéressantes car elles placent le résident face à la différence au sein de son lieu de vie (Chapuis et Jacquot 2014; Gravereau 2011), ce lieu se présentant à lui comme un espace multiculturel. Les visites dédiées aux communautés indienne et pakistanaise à Barcelone sont deux des visites sur cette thématique.

Le choix de créer une visite sur une thématique dépend de différents facteurs. Il peut être le résultat de la commémoration d'un événement, comme le tricentenaire des faits de 1714 à Barcelone, tel que cela a été mentionné précédemment par les professionnels (Carla). Il peut être choisi par l'organisateur car il perçoit un intérêt pour le sujet. Parfois, ces perceptions sont erronées et les acteurs préfèrent écouter des suggestions de la part de leurs clients :

> Pour que nous décidions de travailler sur une thématique, au début, c'était effectivement un pari personnel, ou de l'équipe. […] L'année 2008, pour l'année Rodoreda[84] […], tout le monde était intéressé par Rodoreda, […] et on a fait une visite Rodoreda et on a aussi fait une autre visite littéraire, basée sur un livre intitulé *La ciudad sin tiempo*[85], un roman historique. […] La maison d'éditions l'a beaucoup soutenue et après elle s'est rétractée et le livre n'a pas été un grand succès de ventes. […]. Malgré ça, beaucoup de monde venait faire cette visite avec ce livre, qui n'avait pas été un succès, alors que peu de gens ont fait la visite sur Rodoreda, qui a été lue par pratiquement 60% de la population de la Catalogne, […] qui apparaissait dans tous les moyens de communication, dans toutes les activités culturelles […]. Alors, ici, on a réfléchi « tiens, peut-être ce qu'on croit pouvoir intéresser les gens ne les intéresse pas ». Alors, […] après [les] trois [premières] visites qu'on a […] proposées, ça a été [plutôt] de détecter, chez les clients qu'on avait déjà, un intérêt pour une thématique, pour un épisode historique… (Abel).

***

> Regarde, préparer une visite, […] c'est marrant parce que, d'abord, tu dois comprendre à qui elle est destinée. Parce que tu peux d'abord préparer la visite et après penser à qui tu la proposes, non ? Tu as le produit et tu dis 'bon, ça, je le vendrai à je ne sais pas qui'. D'abord, [choisir] les gens et, après, faire le type de visites pour ces gens (Bruno).

Nous avons pu constater que la visite guidée se construit sur une diversité importante de thèmes, en cohérence avec une demande de plus en plus exigeante. Elle n'est plus principalement centrée sur l'histoire et l'architecture, mais porte sur des thématiques quelquefois très abstraites. Ces visites

[84] Mercè Rodoreda (1908-1983) est une célèbre écrivaine catalane.
[85] « La ciudad sin tiempo » d'Enrique Moriel (2007, Destino Ed.).

moins classiques dans leur approche s'inscrivent dans la quête d'expériences évoquée précédemment. Au vu des visites de proximité répertoriées et des propositions de l'office de tourisme, la visite guidée n'est plus seulement constituée par un récit et un parcours, mais elle propose une valeur ajoutée, sous la forme d'un verre de cava ou d'une visite à un musée, par exemple. Ainsi, elle devient une pièce de plus au sein d'un produit composé. Cette volonté de fournir une valeur ajoutée est confirmée par les organisateurs interviewés, qui inscrivent cette démarche dans un contexte de diversification de leurs produits :

> Aussi, dans la diversification, l'une des choses qu'on diversifie, parallèlement, c'est […] depuis quelques mois, quand tu finis l'une de nos visites, on dit 'comme tu es là, mais peut-être que tu n'es pas du quartier […] et tu veux aller déjeuner ou dîner, on a arrangé […] que tu puisses aller avec un bon d'usage unique, à une série de lieux et on te fait une réduction […] avec une série de restaurants qu'on nous a recommandés'. […] L'un, par exemple, est historique, 'le restaurant le plus ancien de Barcelone'…. C'est une valeur ajoutée, le fait de faire la visite et, en même temps, une manière de faire connaître […] ça aussi (Abel).

Dans le contexte de saturation de l'offre dont certains organisateurs parlaient précédemment, l'apport d'une valeur ajoutée est un élément assez répandu dans le secteur. Elle peut avoir la forme d'un cadeau, comme dans cette citation. Elle peut aussi se traduire par une volonté d'être original afin de se différencier de la concurrence. Une organisatrice (Carla) revendiquait précédemment ses compétences d'historienne comme un atout pour présenter un récit profond et de qualité, ce qui la différenciait d'autres visites plus superficielles. Ainsi, elle se différencie tout en restant classique, sans proposer des formules spectaculaires, au-delà d'un récit bien construit.

En définitive, les thématiques des visites guidées de proximité sont très diverses, comme les visites guidées proposées aujourd'hui aux touristes classiques en quête d'insolite et d'expériences. Elles répondent à un contexte postmoderne où les envies des visiteurs sont très éclectiques.

4. Promouvoir et commercialiser la redécouverte de la ville

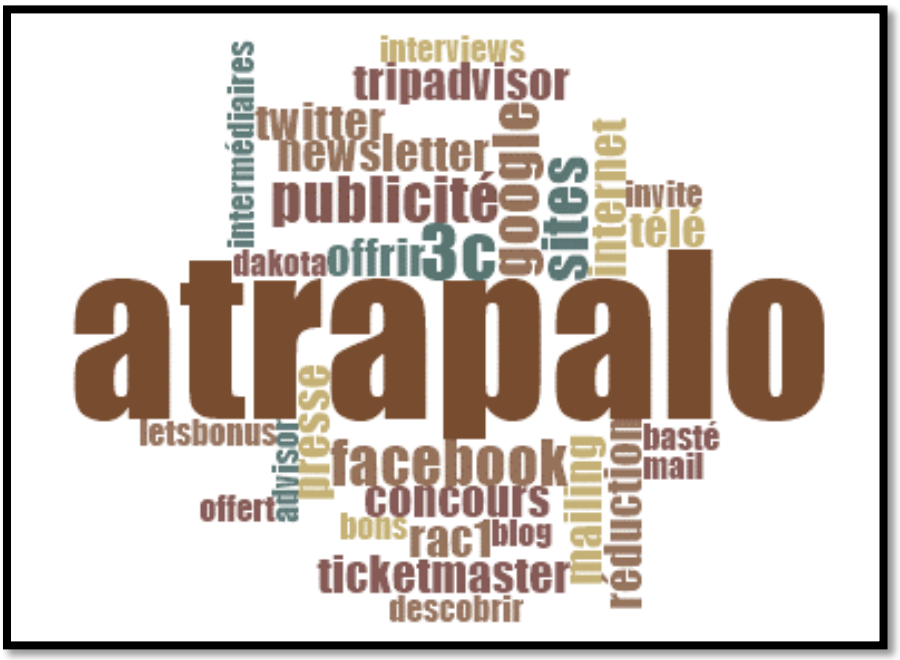
Toutes les visites guidées et tous les produits culturels et touristiques barcelonais dont les organisateurs interviewés sont responsables sont aussi bien vendues aux visiteurs d'ailleurs qu'au visiteurs locaux. Lorsque ces activités s'adressent à la population locale, elles sont vendues, soit

directement par l'entreprise organisatrice (sur son site internet ou sur place), soit par le biais d'intermédiaires (notamment des plateformes de vente en ligne de produits culturels).

Concernant les moyens de promotion, elles utilisent couramment les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) ou le *mailing*. L'envoi d'emails et de lettres d'information est uniquement destiné aux personnes ayant participé à au moins une visite, après laquelle les organisateurs obtiennent l'adresse électronique du participant et son autorisation pour être contacté. Tous les organisateurs sont d'accord sur ce point lié au respect de la vie privée des participants.

La Figure 29 montre les principaux mots cités par les organisateurs concernant la promotion et la vente de leurs activités :

Figure 29. Mots clefs sur la promotion et la vente des activités analysées.



Source : auteure sur NVivo 11 Pro, 2018.

Pour la vente, Atrapalo est, sans doute, l'intermédiaire le plus important, suivi du club de consommation culturelle 3C. Pour la promotion, les sites web des entreprises, leurs blogs, Facebook et Twitter sont les moyens les plus évoqués. Ensuite, des moteurs de recherche comme Google ou des sites tels que TripAdvisor ont également un impact sur la diffusion de ces activités.

Même si ces structures utilisent principalement Internet, elles n'abandonnent pas complètement les autres moyens plus classiques, tels que la presse et la télé (les interviews), les concours à la radio

(Rac1, Basté[86]), ou des magazines spécialisés dans le tourisme de proximité, comme *Descobrir Catalunya*[87].

La mise à disposition de tickets cadeaux est un système ayant beaucoup de succès dans la promotion et la vente de ces activités. Tous les organisateurs en proposent et tous confirment le bon fonctionnement de ce système. Pour cet organisateur, il s'agit d'un moyen très efficace de vente car il émerge de la satisfaction du participant lui-même :

> Des gens qui cherchent à faire un cadeau et vont vers notre site, il y en aura [des gens avec cet objectif] mais, s'ils ne savent pas exactement quoi faire, c'est compliqué de les convaincre de quoi offrir. En revanche, quelqu'un qui vient d'en faire et qui est content, c'est beaucoup plus facile qu'il pense « bah tiens, mon beau-frère aimerait bien ça ». Alors, depuis 2008 ou 2009, au début aussi, on a mis en place un ticket cadeau pour que la personne qui le reçoit puisse choisir n'importe quelle visite… Bien sûr, il a un bon, une série de places payées, etc. Alors, tu trouveras quelqu'un plus facilement si tu invites quelqu'un que… Ce qui est vrai c'est qu'il y a des personnes qui viennent même par surprise. C'est-à-dire, on leur a dit « Tel jour à telle heure à tel endroit » et ils se trouvent avec ça (Abel).

L'idée proposée par cet organisateur nous mène à nous interroger sur le rôle des participants en tant qu'ambassadeurs de la destination, ce qui nous oblige à mobiliser la même terminologie que pour les touristes traditionnels. Les expériences des participants confirment le succès de cette technique de vente.

Il faut préciser que les différents moyens de promotion correspondent à différentes situations. Par exemple, cette organisatrice cite différents outils pour différents moments de la vie du produit. Certains fonctionnent pour la diffusion de nouvelles activités, d'autres pour promouvoir une visite dont le succès ne répond pas aux attentes des organisateurs :

> Pour la mettre en place, on a, par exemple, quelques moyens de communication, comme Sàpiens, Descobrir Catalunya : […] « on a cette nouvelle visite et on voudrait qu'on nous fasse un peu plus de publicité ». Bon, ce sont des moyens qui ont une diffusion très bonne et qui répondent bien. Toujours, quand on a […] une nouvelle visite, ou une visite faible, à laquelle tu dois donner un peu de corps, ils nous aident. Aussi, on envoie des lettres d'info. On passe en priorité les gens qui ont déjà fait des

[86] Ces mots sont présents dans le nuage de mots de la Figure 29. Rac1 est une chaine radio dont Basté est l'un de ses présentateurs les plus célèbres.

[87] La Figure 30 ne montre que le premier mot (*Descobrir*). Il s'agit du nom familier d'une publication intitulée *Descobrir Catalunya* dont le slogan est « Ton pays comme tu ne l'as jamais vu ». Dans le cadre de cette publication, le terme *pays* est défini comme l'ensemble de territoires où la langue catalane est présente dans ses différentes variantes. Par conséquent, cette publication promeut le tourisme de proximité dans le cadre d'une proximité culturelle et linguistique.

> visites avec nous, comme ça on leur donne la possibilité d'avoir une réduction ou un avantage pour qu'ils puissent essayer une nouvelle visite. Et, après, en fonction de la diffusion qu'on veut faire, donc, on va vers Atrapalo, etc. […] Quand tu la mets là, tu sais déjà que… Tu t'exposes à la faire n'importe quel jour de la semaine. Alors, ça, c'est le dernier pas » (Carla).

Par exemple, d'après les témoignages collectés, la plateforme de vente en ligne de produits culturels Atrapalo fonctionne très bien pour attirer de nouveaux clients mais, une fois que ces clients ont déjà participé à une visite, les organisateurs essayent de les attirer une deuxième fois directement, sans passer par l'intermédiaire. Ainsi, le pourcentage de clients ayant acheté par ce moyen diminue progressivement en faveur de la vente directe : « […] Atrapalo, à chaque fois, heureusement, représente un pourcentage plus bas de nos clients. A un moment donné, c'était 80%, maintenant on est à 40-50% » (Abel).

Tous les organisateurs sans exception réalisent des ventes via Atrapalo et, en général, sont très satisfaits de travailler avec cette plateforme, qu'ils considèrent honnête :

> Atrapalo est une machine. Atrapalo marche bien. En plus, […] c'est des gens […] qui se préoccupent du client. Si un client a un problème, [on] t'aide à le résoudre. Par exemple, [on] te dit comment contacter le client. […] D'autres sites nous disent « On a vendu 3 activités », « Ok, à qui ? », « On ne te le dit pas ». Mais, pourquoi, au fond ? Parce que […] ce qui les intéresse c'est que le client ne fasse pas l'activité parce qu'alors ils ne te payent pas. […] Par contre, tout ce qu'Atrapalo vend, je reçois un moyen de contacter les clients, un nom et un téléphone. J'ai un Excel avec les dates d'expiration […] et quand il reste un mois avant que ça expire, je leur écris […] un sms […]. Les gens oublient […]. Avant, je ne le faisais pas, je ne poursuivais pas les gens et […] je perdais des clients […]. Atrapalo facilite cela (Bruno).

La seule critique que nous avons rencontrée concernant cette plateforme de vente en ligne concerne les commentaires que les participants laissent après leur participation à une visite, car certains professionnels considèrent que ces commentaires ne sont pas représentatifs de l'expérience de la totalité des participants :

> À chaque fois, les opinions d'Atrapalo sont moins représentatives de la totalité de nos clients et, donc, on complémente ce qui apparaît publié là. Là ce sont normalement des extrêmes. C'est-à-dire, à Atrapalo, ce n'est pas les gens très contents qui commentent, ou ceux qui, pour x raisons, ont été très déçus. Mais un qui, comme ci comme ça, prend difficilement deux minutes pour commenter. Alors, pour ça, nous, depuis le début, nous faisons passer ce questionnaire où, sur le moment, […] juste au moment de finir l'activité, ils notent la visite de 1 à 5. Comme ça, […] tout le monde évalue, que ça lui ait plu ou pas et ainsi, plus facilement, tu

> peux capter ces suggestions ou ces remarques spontanées, qui n'ont pas été réfléchies (Abel).

D'autres accordent plus d'importance aux commentaires publiés en ligne, notamment sur des plateformes comme TripAdvisor, dont ils saisissent le poids dans la prise de décision des clients potentiels :

> Ce qui fonctionne c'est TripAdvisor. […] Beaucoup des gens ne vont pas à un lieu, ou à un restaurant, ou ils ne vont pas à un hôtel sans avoir lu les avis des gens. Ce que tu écris est mis en question, non ? « Notre hôtel est merveilleux ». Bien sûr, qu'est-ce que tu vas dire ? Mais, si tu as une série de gens qui pensent que ton hôtel est merveilleux, alors c'est bon, parce que ce sont les clients qui le disent. Je pense que l'effort fondamental va avec la réputation. TripAdvisor est pour tout le monde. […] Nous, on invite les gens à écrire. On a 47 commentaires maintenant et, au total, quarante-trois ou quarante-quatre sont excellents et trois sont très bons. On n'a pas de commentaires négatifs. Et, bon, s'il y avait un commentaire négatif, au final, on apprendrait quelque chose aussi. […] Pour moi, c'est un outil d'amélioration (Bruno).

Tous les organisateurs font des tentatives d'exploitation d'autres moyens de promotion, en plus des réseaux sociaux et des plateformes de vente en ligne, sans aucune certitude de retour réel de ces outils en termes de ventes :

> A part ça, on a essayé des promotions classiques, on a essayé la publicité, la presse, de figurer dans les média, mais c'est une chose qu'on ne contrôle pas (il rit). Parfois, ça a très bien marché, parfois ça n'a pas eu d'effet. Nous avons payé de la publicité qui, au niveau des clients, n'a pas fonctionné du tout. Peut-être que cela nous a donné une image, peut-être… On est sorti dans la presse parfois sans le chercher, un média nous a téléphoné et c'était le summum et, en revanche, on a envoyé des notes de presse de choses dont on pensait être des informations intéressantes et elles n'ont intéressé aucun média. Je veux dire, c'est une chose qu'on essaie, qu'on fait, mais sans faire trop confiance […]. C'est une activité qu'on croit qu'il faut faire […] pour que les gens intéressés sachent qu'on est là, qu'on travaille, mais ce n'est pas notre principale voie de promotion (Abel).

***

> Pour essayer, parce qu'on s'est dites « On va tout essayer », comme tout était très expérimental… (Irene).

Ces témoignages sont la preuve que ce secteur est encore en développement et qu'il n'est pas ancré dans des modèles et des outils consolidés et reconnus par l'ensemble du secteur. Chaque entreprise fonctionne et essaye individuellement, même si, d'après nos informations, les uns restent toujours attentifs à ceux que font les autres.

Cette idée d'un secteur de visites guidées de proximité en développement est paradoxale si l'on tient compte de la perception des professionnels interviewés d'une saturation de l'offre. Cette situation les oblige à innover constamment à travers l'identification de nouveaux atouts potentiellement intéressants pour un public local. L'idée de la proximité comme opportunité de développement de ce type d'activités continue à évoluer. Les professionnels continuent à travailler pour améliorer leur fonctionnement et le rendre plus efficace. En même temps, après moins d'une dizaine d'années, ce secteur connait une certaine saturation, notamment en termes de thématiques.

5. Conclusions

Les visites guidées de proximité et d'autres produits destinés à un public local et inspirés des propositions aux touristes classiques sont le créneau choisi par différents individus lorsqu'ils décident de se réorienter professionnellement. Plusieurs acteurs interviewés ont choisi le secteur touristique et culturel dans cette reconversion du fait de sa bonne santé face à d'autres secteurs. Cela est d'autant plus évident à partir de 2008, dans un contexte de crise économique. Certains d'entre eux se sont spécialisés dans un public local, même si toutes les activités sont ouvertes à tous les publics. D'autres ont détecté les potentialités des marchés de proximité après le démarrage de l'activité.

Quoi qu'il en soit, la proximité constitue effectivement une opportunité du point de vue des organisateurs. Pour eux, les activités proposées à ce public doivent être particulièrement rigoureuses dans les contenus car ils considèrent que leur public cherche un niveau de profondeur plus important que le public touristique classique. Néanmoins, cette rigueur ne doit pas empêcher le participant de s'amuser. Ils considèrent que, si les activités touristiques sont éminemment ludiques, celles destinées à un public local doivent l'être encore davantage, car ces participants sacrifient une partie de leur temps libre, après le travail, pour réaliser cette pratique.

L'échelle de la proximité, comme on l'avait prévu, est interprétée différemment par chaque individu. Pour certains, elle se situe dans les limites de la commune de Barcelone et de sa région métropolitaine, pour d'autres elle correspond à la Catalogne, l'Espagne ou elle intègre même la France.

Si les visites de proximité ont été choisies comme une opportunité de développement professionnel, il a été établi qu'elles ne peuvent pas se développer n'importe où, du moins pas avec le même

format qu'à Barcelone. Les possibilités associées, d'un côté, à l'histoire de la ville et, de l'autre, à l'existence d'une forte demande du public local, n'existent pas partout. D'après les organisateurs interviewés, cette demande porte essentiellement sur une quête de profondeur, d'inconnu et cherche à investir l'environnement habituel de nouveaux sens. En définitive, ces visites guidées fournissent des clefs de compréhension afin de regarder et habiter la ville autrement.

Les grandes étapes du processus de construction des visites -la documentation, l'exigence sur la durée et la distribution des points d'intérêts, la phase de test et de promotion- sont partagées par tous les organisateurs. Les thématiques proposées sont très diverses : historiques, insolites, mythologiques, artistiques ou inspirées des minorités culturelles passées ou actuellement présentes à Barcelone. Cette diversité va de pair avec la complexité de l'après-touriste, avec des intérêts éclectiques et en quête d'expériences. Précisément pour cela, les organisateurs cherchent à proposer une valeur ajoutée à leurs visites, notamment pour se distinguer de la concurrence dans un contexte de saturation de l'offre.

La promotion se fait par tous les moyens existants, même si les réseaux sociaux et la vente en ligne constituent les moyens les plus efficaces. Il n'y a pas de stratégie commune de promotion. Chaque organisateur réalise son plan communication et teste des outils, sans avoir encore identifié ce qui fonctionne réellement. Le Tableau 27 synthétise les idées principales :

Tableau 27. Différences dans le rapport des organisateurs au public d'ici et au public d'ailleurs

	Public local	**Public touristique**
Contenus	Rigueur et profondeur	Superficialité
Récit	Proximité culturelle (directe aux contenus)	Besoin de contexte
Approche	Redécouverte	Découverte
Thématiques	Histoire, gastronomie, artistes, styles artistiques et architectoniques, minorités	Histoire, gastronomie, artistes, styles artistiques et architectoniques
Coproduction	Coproduction du discours	Coproduction de l'expérience
Temps	Peu de temps et divertissement mérité	En vacances, temps disponible
Accès au public	Difficultés pour démarrer, saturation	Secteur structuré (grandes entreprises)
Technique de vente	Vente en ligne/Tickets cadeau	Office de tourisme/Vente en ligne
Répétition	Proximité géographique (clients habituels)	Peu de répétition
Stratégies	Innovation constante des thématiques	Valeur ajoutée
Guide	Guide conférencier	Guide conférencier

Source : auteure, 2018.

Chapitre 7. Ancrage des visites guidées de proximité de Barcelone dans l'espace et le temps de la ville

C'est vrai que la ville des touristes n'est pas la ville réelle. Mais aucune ville ne l'est. Les touristes ont construit des itinéraires urbains qu'ils suivent comme des rituels, malgré leur perception de liberté. C'est vrai qu'ils consomment un fragment de la ville et le considèrent la partie et le tout : les touristes parcourant Barcelone ne parcourent que quelques rues. Mais les Barcelonais ont également créé leur géographie urbaine particulière, et si on suit leurs pas, on verra un grand vide, des espaces ignorés par les résidents. Toutes les villes vécues sont nécessairement une partie minuscule de la ville réelle, qui n'existe pas en réalité. Elle n'est même pas la somme de ses fragments[88].

J. A. Donaire (2010), La efervescencia de la "turismofobia", blog Barcelona Metrópolis.

[88] Es verdad que la ciudad de los turistas no es la ciudad real. Pero es que ninguna ciudad lo es. Los turistas han construido unos itinerarios urbanos que siguen como un ritual, a pesar de su percepción de libertad. Es cierto que consumen un fragmento de la ciudad y la toman por un todo: los turistas que transitan por Barcelona en realidad solo transitan por unas pocas calles. Pero los barceloneses han creado también su geografía urbana particular, y si vamos siguiendo sus pasos, veremos un gran vacío, espacios ignorados por los propios residentes. Todas las ciudades vividas son necesariamente una minúscula parte de la ciudad real, que en realidad no existe. Ni siquiera es la suma de sus fragmentos.

1. Introduction

Visiter est une forme d'interaction entre l'individu qui visite et les lieux visités, avec tout ce qui se trouve dans ces lieux (architecture, urbanisme, culture, histoire, vie quotidienne, résidents, visiteurs, travailleurs, flore et faune urbaines…). La visite conditionne la manière dont le visiteur et le monde entrent en relation. Le visiteur, pendant la durée de sa visite, intègre ce monde, le transformant et transformant le monde pour les autres. L'espace public permet cette dynamique : dans l'espace public « on est, individuellement ou collectivement, et […] on se déplace » (Pinon 1991, 8).

Ce chapitre se penche sur la place des visiteurs de proximité dans la ville. Nous nous intéressons sur ce chapitre au visiteur comme un être inséré dans un espace et un temps précis, confronté à des situations et en relation avec d'autres usagers de l'espace public barcelonais. Après tout, l'espace public est vécu « d'abord comme *espacement*, comme espace social régi par la distance (distance dans la coprésence) » (Joseph 1995, 12).

Avant de présenter les résultats de nos observations, nous introduirons le contexte actuel de la ville de Barcelone, une ville profondément touristifiée, où des mouvements de rejet de la massification touristique se développent depuis quelques années.

Premièrement, les plans et politiques mises en place à Barcelone en lien avec le secteur touristique seront brièvement présentés, notamment ceux et celles propulsés par la maire Ada Colau depuis son entrée à la mairie en 2015. Ensuite, nous nous intéressons à la distribution spatiale et temporelle de l'offre de visites de proximité, mettant en évidence les différences et les similitudes entre les zones classées comme touristiques (au sens classique) et celles proposées dans l'offre de visites ici. Finalement, l'ambiance observée autour des visites, l'impact identifié de ces visiteurs locaux sur l'espace public et les interactions entre le groupe et les différents usagers de l'espace feront l'objet de la dernière partie de ce chapitre.

2. La place du tourisme à Barcelone : plans stratégiques et perceptions

Des questions telles que l'utilisation intensive de zones très spécifiques du centre-ville, la concurrence dans l'utilisation de l'espace public, la dégradation de ces espaces, le déplacement de la population, etc. ont provoqué un sentiment d'impuissance de la part de la population locale, dont

nous avons perçu la croissance pendant notre étude. Ce sentiment a atteint un niveau tel que le terme *tourismophobie* (Donaire 2008) est fréquemment utilisé dans les médias, et quotidiennement des mouvements de riverains et d'autres types d'associations de citoyens expriment leur colère et le rejet de la massification touristique.

Des enquêtes annuelles menées par la Mairie depuis 2007 rendent compte de la perception du tourisme à Barcelone. Leur objectif est de connaître les impressions des résidents concernant le tourisme. Entre autres questions, elle porte sur les rapports personnels ou professionnels des résidents de Barcelone avec les touristes, sur les pratiques de loisirs des résidents dans Barcelone et sur leurs perceptions concernant les impacts du secteur. En 2013, dans la génèse de cette recherche, les remarques négatives concernaient surtout l'incivisme, mais la plupart des répondants considérait que le tourisme était globalement positif pour la ville. Cette opinion était notamment liée à la perception que les infrastructures étaient en bon état parce qu'elles étaient entretenues pour le tourisme (Departament d'Estudis d'Opinió, Gerència Adjunta de Projectes Estratègics, et Gerència Municipal 2013). Au fil des années, ces enquêtes révèlent que le sentiment de rejet envers le phénomène touristique n'est pas encore majoritaire parmi les habitants de la ville, même s'il s'intensifie chaque année dans les zones les plus sensibles (les perceptions les plus négatives concernent naturellement Ciutat Vella).

Ces tensions s'expliquent notamment par la rapidité du développement touristique à Barcelone, dont le nombre de touristes dépassait les cinq millions et demi en 2005, les huit millions en 2015 (voir Tableau 2) et les neuf millions en 2016 (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona 2016b). Cette évolution a été accompagnée de différents plans, dotés d'objectifs très ambitieux qui ont été en partie dépassés par la portée du phénomène.

Le diagnostic réalisé en 2009 dans le cadre du Plan Stratégique de Tourisme de la ville de Barcelone 2015 (Plan BCN2015) attribuait le succès touristique de Barcelone à ses contrastes, à la diversité d'attraits qu'elle peut offrir et à la pluralité de publics auxquels elle peut intéresser (Mairie de Barcelone et Turisme de Barcelona 2010). Ce diagnostic alertait cependant que le processus de développement touristique à Barcelone se déroule à un rythme rapide de croissance. D'après ce document, ce phénomène arrive dans une ville avec une densité élevée de population, en manque de gouvernance touristique. Il alerte que ces éléments peuvent provoquer le risque pour Barcelone de périr de son succès (Ribera 2010). Ce risque se traduit par des éléments très précis : le

dépassement de la capacité de charge dans des zones très précises de la ville, l'impact négatif sur la qualité de vie des citoyens, la perte d'identité par la transformation du centre-ville en parc thématique et le rejet des touristes de la part des résidents (Ajuntament de Barcelona et Barcelona Turisme 2009).

Le Plan BCN2015 se penchait, entre autres, sur la question de l'ancrage du tourisme dans la ville, en tant qu'espace public, privé et scène de la vie quotidienne. L'un de ses principaux objectifs était de garantir la qualité de vie des citoyens comme un élément clef du futur de Barcelone. C'est en ce sens qu'une action stratégique consistait en l'augmentation des zones piétonnes afin de favoriser les interactions sociales dans l'espace public (Ribera 2010, 33).

Avec l'objectif de construire une destination durable, ce plan visait à intégrer les citoyens dans la consommation de produits touristiques et d'encourager les visiteurs à profiter de la ville en tant que citoyens. Ces pratiques et attitudes devaient contrecarrer la mauvaise image du phénomène touristique et contribuer à conserver le caractère hospitalier des résidents. D'après le rapport d'évaluation du plan, cet objectif a été développé à 50% sous la forme de différents agendas d'activités, structures et initiatives destinées aussi bien aux touristes (nommés dans ce plan des « citoyens temporels ») qu'à la population locale (des « visiteurs permanents »), à l'instar de Time Out, Meet Barcelona, le Conseil du vivre-ensemble, Hola BCN! et Barcelovers (Direcció de Turisme i Esdeveniments et Gerència d'Empresa i Turisme 2015).

« Faire que le citoyen redécouvre sa ville avec le regard du touriste » (Ribera 2010, 63) est l'un des objectifs évoqués, ce qui confirme que les visites guidées faisant l'objet de notre étude pourraient intégrer une action stratégique en faveur d'une meilleure acceptation du touriste de la part des résidents. Néanmoins, les professionnels que nous avons interviewés ne se sentaient pas particulièrement épaulés par l'Administration. Ils ne se voyaient pas comme partie prenante d'un plan. Ils ont presque tous affirmé que leurs activités ont rarement été promues avec l'ensemble de produits touristiques et de loisirs de la ville. Toujours d'après ces témoignages, les visites qu'ils proposent n'intéressent ni Turisme de Barcelone ni la Mairie, tant d'un point de vue fonctionnel que promotionnel. Seul Abel affirme que son entreprise a été repérée par la Mairie, et ce comme un commerçant de plus du quartier où son local est situé. À la différence d'autres professionnels interviewés, l'entreprise d'Abel a un local, elle a une adresse postale, elle est située. C'est parce qu'il est un acteur physiquement ancré dans un quartier que son entreprise a reçu un prix

honorifique et qu'Abel a personnellement été invité à des tables rondes dans le cadre du Plan BCN2015.

Nous nous intéressons dans ce chapitre à la manière dont les différents visiteurs en visite guidée investissent les lieux et les temps de la ville. En ce sens, le Plan BCN2015 vise à « décongestionner » le centre-ville, à distribuer les flux touristiques entre les différents quartiers de la ville afin de soulager Ciutat Vella. Les plans précédents ne se penchaient pas sur cette question, privilégiant « le renforcement de l'attractivité barcelonaise et l'amélioration de la desserte » (Clarimont et Vlès 2010, 25). Un plan publié en 2013 a été consacré à la gestion des flux touristiques (Ajuntament de Barcelona 2013). Ce plan sera utilisé ultérieurement dans ce chapitre lorsque nous nous pencherons sur la distribution spatiale des lieux d'intérêt identifiés lors des visites de proximité analysées.

Dans le cadre du Plan BCN2015, un document vise à consolider un Pacte Local pour la gestion durable et responsable du tourisme (Abellanet i Meya 2015). Sept défis sont définis comme devant être relevés afin de garantir la durabilité de la destination Barcelone (*ibid.*, 21) :

1) Gestion et distribution intelligente des flux touristiques dans la ville et dans le territoire.
2) Reduction des impacts négatifs générés par le tourisme dans la ville.
3) Aménagement, régulation et contrôle de l'activité touristique et des actes d'incivilité.
4) Définition d'un nouveau modèle de gouvernance et de financement du tourisme.
5) Promotion de l'identité et de la singularité de Barcelone en tant que destination durable, compétitive et d'excellence.
6) Distribution plus égalitaire et transversale des recettes générées par le tourisme.
7) Sensibiliser sur les bénéfices du tourisme et favoriser la participation de la citoyenneté.

Nous pouvons constater que la plupart de ces défis concernent les rapports entre touristes et résidents, ce qui confirme qu'il s'agit d'une question majeure pour les différents acteurs de la ville depuis quelques années. En effet, le tourisme est ici présenté comme un phénomène transversal, ayant des conséquences sur tous les aspects de la société et de l'espace de la destination. Les actions proposées adoptent donc une perspective intégrale. Ce pacte a également motivé la création d'un

observatoire du tourisme afin de surveiller l'évolution du phénomène et prendre des décisions en accord aux observations.

Malgré toutes ces bonnes intentions, la situation du phénomène touristique à Barcelone n'a cessé de s'intensifier et de se concentrer. Ciutat Vella reste la zone la plus visitée, et les quartiers en dehors de Ciutat Vella qui commencent à avoir du succès (comme Gracia ou Sant Antoni), présentent déjà des problèmes typiquement attribués à la massification touristique : le dépassement de la capacité de charge ; l'augmentation des prix des logements (loyer et achat) du fait de la prolifération d'appartements touristiques ; l'homogénéisation des commerces ; et la perte d'identité, notamment provoquée par le remplacement de la population locale par une population plus aisée (gentrification).

Dans ce climat, en mai 2015, l'activiste Ada Colau devient Maire de Barcelone avec son groupe *Barcelona en comú* [Barcelone en commun] et annonce la régulation du tourisme comme l'un des objectifs principaux de son mandat. En juillet 2015, une nouvelle mesure gouvernementale entre en vigueur pour l'impulsion d'un processus participatif sur le modèle touristique de Barcelone (Ajuntament de Barcelona et Quarta tinència d'Alcaldia Ecologia, Urbanisme i Mobilitat 2015). Ce document intègre un diagnostic sur la situation du phénomène à ce moment-là :

- Le tourisme est responsable de 14% du PIB.
- Ciutat Vella concentre presque la même quantité d'hôtels et de lits que l'Eixample, alors que la surface et la morphologie de ces deux districts sont très différentes.
- Barcelone est le 4ème port de croisières à l'échelle mondiale et trois-mille visiteurs débarquent en moyenne chaque jour et se promènent dans les zones les plus touristiques.
- L'offre d'hébergements touristiques dans des immeubles résidentiels représente un problème grave pour la qualité de vie de la population, son accès au logement et le vivre-ensemble.
- La population flottante à Ciutat Vella dépasse de 25% la population permanente et le district perd des résidents depuis 2006.
- Dans la logique de décongestion du centre-ville, d'autres zones de la ville ont été promues et commencent à développer les mêmes tensions que Ciutat Vella.

Devant ces constats, la mesure présentée en 2015 suspend les licences d'ouverture de nouveaux hébergements touristiques (hôtels, pensions, auberges, appartements touristiques et habitations d'usage touristique) (Ajuntament de Barcelona et Quarta tinència d'Alcaldia Ecologia, Urbanisme i Mobilitat 2015, 2) en attente de l'élaboration d'un nouveau plan d'urbanisme. Depuis 2014, le plan d'urbanisme en vigueur pour la régulation des logements d'usage touristique à Barcelone favorisait la concentration de ces logements dans des immeubles entiers (ou l'occupation partielle d'immeubles à condition qu'ils n'aient pas de résidents à l'intérieur) et suspendait les nouvelles licences des hébergements touristiques.

La mesure proposée par Colau en juillet 2015 prolonge cette suspension pour une période initiale d'un an, avec le support dans un premier temps du secteur hôtelier et des appartements touristiques (Blanco-Romero et Blázquez-Salom 2017). L'objectif de ce moratoire est de faire un diagnostic de l'offre existante en termes d'impacts « économiques et sociaux en lien avec l'accès au logement, l'occupation de l'espace public, la mobilité, la diversité d'usages et la production et la gestion de résidus » (Quarta tinència d'Alcaldia et Ecologia, Urbanisme i Mobilitat 2015, 6). Cette mesure déclenche un processus participatif pour la rédaction d'un Plan Spécial de régulation d'hébergements touristiques (PEUAT). Ce processus est ouvert à tous les acteurs touristiques et citoyens. Les objectifs de ce plan sont néanmoins très similaires aux défis prévus dans le Plan Stratégique BCN2015 : une meilleure distribution des recettes touristiques entre les différents quartiers, décongestion, maintien de l'identité de chaque quartier, ainsi que le maintien du commerce de proximité. La proposition initiale était prévue pour le premier trimestre de 2016.

Un an après la date de la première prolongation du moratoire, il est à nouveau prolongé jusqu'à la date d'approbation du PEUAT. Le secteur hôtelier s'oppose à cette suspension, inquiet par les effets de la décroissance sur les investissements (Blanco-Romero et Blázquez-Salom 2017). Il a été approuvé le 27 janvier 2017 et est entré en vigueur le 6 mars 2017. La suspension continue à être appliquée à Ciutat Vella et soumet la possibilité d'ouverture de nouveaux hébergements en dehors de cette zone à certaines conditions.

Suivant les idées proposées dans le cadre du Plan BCN2015 précédemment évoqué, la nouvelle équipe municipale a créé un Conseil Tourisme et Ville. Il s'agit d'une structure transversale (toute la société et tous les acteurs touristiques sont représentés). Il conseille et offre du support aux politiques et stratégies mises en place par la Mairie. La mesure gouvernementale de juillet 2015

encourage l'administration locale à récupérer intégralement la taxe de séjour (IEET), afin d'investir ces fonds pour faire face aux impacts du tourisme dans les quartiers. Elle envisage également un contrôle plus efficace des logements touristiques illégaux.

Sur ce dernier point, les efforts d'identification des appartements loués sans licence se sont multipliés, de nombreuses procédures pénales ont été déclenchées et les plateformes de location temporaire d'appartements touristiques AirBnB et HomeAway ont été sanctionnées en novembre 2016 (Blanco-Romero et Blázquez-Salom 2017). Cette question est cruciale dans la lutte contre la gentrification. En effet, la meilleure rentabilité des loyers touristiques par rapport aux loyers résidentiels a provoqué une augmentation de plus de 15% (par rapport à 2007) des prix, ce qui a contribué à la perte de population permanente dans certaines zones, notamment à Ciutat Vella.

La mesure gouvernementale de juillet 2015 prévoit finalement une mise à jour du Plan Stratégique pour la période 2015-2020. Ce nouveau plan renforce l'idée du tourisme comme une « partie inhérente d'une ville qui souhaite maintenir la pluralité de son économie, qu'elle soit compatible avec le développement de la vie quotidienne de ses résidents » (Arias 2017, 5).

L'ancrage du tourisme dans la vie urbaine constitue donc toujours la première priorité. Ce plan insiste sur la consolidation d'une gouvernance basée sur la participation la plus large possible et le consensus, à travers le Conseil Tourisme et Ville précédemment présenté. D'autres questions clefs sont l'équilibre entre les différents usages et pratiques, la durabilité (garantir que la création de richesse ne détruise pas la destination et les différentes manières dont elle peut être vécue) et placer le tourisme dans la position de moteur d'autres activités (le transformer en moteur économique pour d'autres secteurs).

À l'échelle de l'aire métropolitaine (AMB), l'implémentation des plans stratégiques de tourisme de la ville reprend des actions proposées dans le Plan Stratégique Métropolitain (Guàrdia 2010). Ce plan concerne l'intégralité des secteurs de l'AMB, le tourisme étant un secteur parmi d'autres. En cohérence avec les objectifs des plans spécifiques de tourisme, ce plan général considère le phénomène touristique comme une activité en interaction avec le territoire et la population locale.

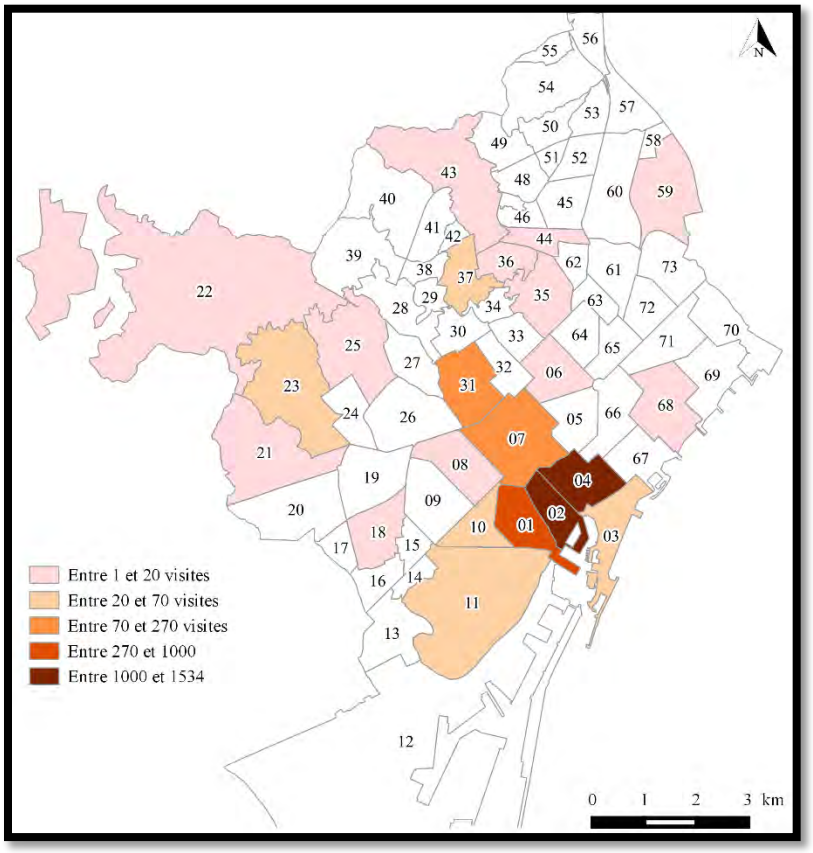
Ces informations introduisent le cadre normatif sur lequel les activités et les expériences analysées se développent. Ainsi, nos observations en lien notamment avec la congestion de certaines zones et les interactions entre différents usagers de l'espace public prennent un nouveau sens. Elles sont situées dans un contexte d'expansion touristique conditionnée par des flux mondialisés et par des

initiatives globales parfois inadaptées dans leur mise en place à l'échelle locale (comme AirBnb). Elles sont également déterminées par les politiques locales et par les plans que les autorités ont imaginés pour le futur de Barcelone à court et moyen terme.

3. Les espaces d'intérêt touristique de Barcelone

Les visites guidées de proximité sont situées à un point XY, dans un lieu et à un moment, ici et maintenant, tel jour, telle heure, à tel endroit. Les pages suivantes se penchent sur la description de ce cadre. Dans un souci de clarté, les quartiers seront suivis entre parenthèses du code qui leur a été attribué dans la Carte 14[89].

Carte 14. Distribution spatiale des visites guidées analysées entre 2014 et 2016[90].



Source : auteure sur les bases cartographiques téléchargées de CartoBcn (Mairie de Barcelone 2017) et les informations extraites des lettres d'informations et des calendriers en ligne, 2018.

[89] La liste complète des codes est dans l'Annexe I.
[90] Analyse réalisée partir des données collectées auprès de cinq entreprises (Androna Cultura, Cultruta, GoBcn, Literat Tours et Materia Bcn) à travers leurs calendriers en ligne et leurs lettres d'information (Annexes II et III).

Pendant la période de l'enquête de terrain, entre 2014 et 2016, un échantillon de 2794 visites différentes[91] a été analysé. Parmi ces visites, 29 proposent la découverte d'espaces en dehors de la ville de Barcelone. Nous nous intéressons à celles proposées dans le périmètre de la ville où ces visites parcourent 21 quartiers différents. La plupart se concentre dans le district de Ciutat Vella et notamment dans les quartiers Gòtic (02) et Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera[92] (04).

Cette distribution spatiale est intéressante car ces quartiers forment également la zone la plus touristique de la ville. Elle est surprenante car on pourrait espérer que les visiteurs locaux s'intéressent plutôt à des quartiers moins fréquentés et, par conséquent, plus méconnus du grand public. Certains professionnels pensaient intéresser davantage le public local en proposant la découverte des quartiers en dehors du centre-ville mais ils ont fait erreur :

> Notre idée était que Ciutat Vella était déjà très visitée, que tout le monde faisait des visites à Ciutat Vella et qu'on offrirait des visites dans d'autres quartiers, ou à l'Eixample… mais des visites guidées un peu différentes. Ça, c'était l'idée avec laquelle l'entreprise est née. Après, bien sûr, cela a évolué dans un autre sens. […] On s'est rendu compte qu'on devait se pencher sur Ciutat Vella parce que les gens, finalement, demandent toujours Ciutat Vella. Par conséquent, on a commencé à faire des itinéraires dans le quartier Gòtic, dans le Raval, dans le Born… C'est ce que les gens demandaient, tout en continuant à chercher à être originaux. Dans notre programmation, il y a toujours une visite ou bien à Gracia, ou à Poblenou, Sants, Les Corts, pouvant être différente des autres entreprises de visites culturelles (Carla).

La Carte 15 montre que la zone la plus fréquemment proposée dans le cadre des visites guidées de proximité est effectivement le district de Ciutat Vella et ses trois quartiers : le quartier Gòtic (02), le Born (04) et le Raval (01).

Ces quartiers sont suivis de la Dreta de l'Eixample (07) et de Gracia (31), deux zones également très investies par le tourisme. D'un côté, l'Eixample contient les bâtiments modernistes les plus connus, des points d'intérêt touristique incontestable. A titre d'exemple, la Casa Milà (aussi connue comme La Pedrera) a attiré plus d'un million deux-cent mille visiteurs en 2016 (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona 2016b). De l'autre côté, Gracia devient de plus en plus populaire pour le tourisme. Cela entraine des manifestations de rejet du tourisme, telles que le tag de l'Image 22.

[91] Ce calcul a été réalisé à partir de l'analyse des calendriers en ligne et des lettres d'information de cinq entreprises organisatrices entre 2014 et 2016 : Androna Cultura, Cultruta, GoBcn, Literat Tours et MateriaBcn (voir Annexe III).
[92] Le quartier Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera est souvent nomé par les individus interrogés comme le *Born*.

En définitive, l'axe Ciutat Vella-Eixample-Gracia concentre le plus grand nombre de visites guidées de proximité. Ces informations résultent de l'échantillon analysé. Ces résultats sont cohérents avec ce qui est commercialisé à travers la principale plateforme de vente d'activités culturelles Atrapalo.

Image 22. Tag sur la porte d'un parking avec l'inscription : "Gracia, où les touristes [au féminin] sont accueillies et les retraitées expulsées".

Source : auteure, 2017.

4. L'espace et le temps des visites guidées de proximité

Les espaces les plus touristiques, parfois source de conflits, coïncident apparemment avec les espaces d'intérêt du public local (voir Carte 15). Afin de visualiser la manière dont les groupes en visite guidée de proximité occupent précisément la ville, une analyse cartographique a été réalisée à partir d'un échantillon de plus de quatre mille visites guidées organisées les week-ends (vendredi, samedi et dimanche) entre 2014 et 2016[93]. Différents constats ont été réalisés et seront détaillés dans les paragraphes suivants. Comme dans le point précédent, chaque quartier sera suivi du code qui lui a été attribué dans la Carte 14, p. 313.

[93] Voir Annexe XII.

Par rapport au samedi et au dimanche, vendredi reste une journée tranquille, où quelques visites sont proposées le matin dans des zones très centrales, dans le quartier de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born) (04) tout au long de l'année, ou la Barceloneta (03) essentiellement en été. Ce dernier point est logique si l'on tient compte de la situation privilégiée de ce quartier maritime avec des atouts typiquement mis en valeur en été, comme la plage ou la promenade au bord de la mer.

Vendredi soir, l'offre est stable tout au long de l'année du point de vue des quartiers visités, même si les thématiques évoluent, bien sûr, en fonction des saisons. Seuls les quartiers de Poblenou (68) (une zone également proche de la mer) et de Sant Antoni (10) (limitrophe de Ciutat Vella) sont proposés principalement en été. Toute l'année, le quartier le plus visité le vendredi soir est le quartier Gòtic (02). Ces résultats montrent que le visiteur de proximité se rapproche des espaces touristiques classiques. Néanmoins, des visites dans un quartier en dehors de la zone la plus prisée par le tourisme (le Carmel) sont organisées par les entreprises analysées pendant cette tranche horaire toute l'année sauf en hiver. Le Carmel (37) est un quartier installé sur une colline, caractérisé par de rudes pentes mais aussi par des vues privilégiées sur la ville. Ces vues sont notamment mises en valeur dans le cadre de ces propositions, ainsi que les batteries anti-aériennes placées sur cette élévation depuis la Guerre Civile.

Image 23. Groupe en visite guidée à Las Ramblas un samedi matin

Source : auteure, 2014.

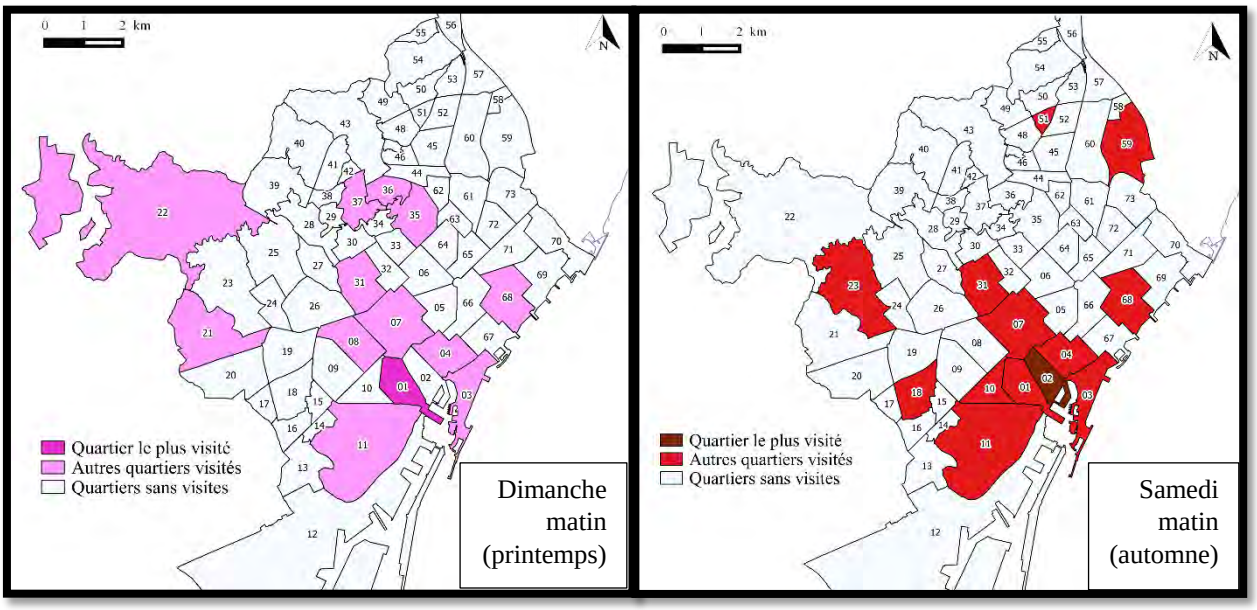
Samedi et dimanche, l'offre est plus variée que le vendredi du point de vue temporel et des visites sont également proposées le matin et l'après-midi. Il y a une plus grande diversité de quartiers proposés que le vendredi. Samedi matin, le district de Ciutat Vella est intensément visité (Image 23) par ces visiteurs de proximité, principalement le quartier Gòtic (02) et le Born (04). Le Raval (01) reste nettement derrière ces deux importants espaces d'intérêt. Une fois de plus, les quartiers de Gracia (31) et l'Eixample (08 et 09) restent secondaires par rapport aux quartiers de Ciutat Vella malgré un nombre non négligeable de visiteurs, stable tout au long de l'année.

Sants (18) intègre l'offre de quartiers à visiter. Ce quartier abrite la principale gare de trains de Barcelone (centre névralgique des transports aussi bien touristiques que quotidiens), située à proximité de la Place d'Espagne et de la montagne de Montjuïc (la première localisation accueille de nombreuses foires et des expositions internationales ; la deuxième, les installations olympiques et différents musées). En plus de Sants, dont une partie du quartier est parcourue quotidiennement par des touristes classiques, des quartiers plus périphériques et plus méconnus des visiteurs d'ailleurs sont occasionnellement proposés le samedi matin dans l'offre de visites de proximité (voir Figure 30). Le Bon Pastor (59), Verdun (51), Sarrià (23) ou Vilapicina et la Torre Llobeta (44) illustrent bien cette idée de périphérie par rapport à un centre touristique établi et accepté, voire recherché, aussi bien par des visiteurs d'ici que d'ailleurs.

La mise en valeur de ces quartiers périphériques dans l'offre de visites de proximité correspond à l'idée que nous avions au moment d'initier cette recherche. Nous nous attendions à un plus grand intérêt pour ces quartiers méconnus, où les visiteurs ne font pas encore partie du paysage quotidien. Ces quartiers sont effectivement proposés de temps en temps, mais leur présence dans les catalogues analysés est rare. Aucun de ces quartiers ne fait l'objet d'une visite régulière dans la période analysée.

Le dimanche matin est dans la lignée du samedi et reproduit une offre principalement focalisée sur le quartier Gòtic (02) mais avec une certaine déviation des flux vers des quartiers habituellement éloignés des circuits touristiques. Dans ce cas, nous avons identifié la Font d'en Fargues (36), Pedralbes (21) ou Vallvidrera (22) comme des quartiers indiscutablement à la périphérie (voir Figure 30) géographique et à la périphérie de la ville ludique (Burgel 1995), celle qui est officiellement mise en valeur dans les circuits touristiques conventionnels.

Figure 30. Les quartiers à la périphérie de la ville physique et ludique.



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Le dimanche matin, en été, nous avons constaté que le quartier de la Sagrada Familia (06) est exceptionnellement proposé. Cette exceptionnalité est intéressante parce qu'il s'agit du quartier avec le monument le plus touristique de la ville (celui qui reçoit le plus grand nombre de visiteurs chaque année), mais son apparition dans les catalogues de visites de proximité est anecdotique. Contrairement au quartier Gòtic, très visité par les touristes classiques et très demandé par les visiteurs de proximité, la Sagrada Familia et son quartier reste une enclave éminemment touristique (classique). Il est ainsi perçu par certains professionnels :

> Nos visites ne sont pas non plus touristiques. Je veux dire, si on nous demande une Sagrada Familia, on le fait, mais on ne s'occupe pas de ça (Carla).

***

> Quand je me formais à Barcelona Activa j'ai dit « Tiens, il y a beaucoup d'entreprises de tourisme et elles sont très grandes et très puissantes et ça fait longtemps qu'elles travaillent ». Moi, à ce moment-là, je venais d'un autre secteur qui n'avait rien à voir, et j'aurai pu difficilement mieux gérer des autocars de 50 touristes, des croisières, des Sagrades Familles, etc. (Abel).

En 2014, quatre visites sont toutefois proposées autour de ce monument.

Samedi et dimanche après-midi, les visites se focalisent essentiellement sur le district de Ciutat Vella : le quartier Gòtic (02) et le Born (04) ; le Raval (01) plutôt samedi (voir Image 24) ; et la Barceloneta (03) plutôt dimanche. Le choix des jours proposant la découverte du Raval et de la

Barceloneta peut être expliqué par les atouts mis en valeur dans les propositions de visite de ces quartiers. Il est probablement plus attirant de visiter le Raval samedi, quand les magasins sont tous ouverts, que dimanche, quand l'impression des visiteurs peut être toute autre, très distincte de l'image dynamique du quartier. A contrario, l'attrait principal de la Barceloneta est sa proximité avec la mer. La fermeture des commerces permet une occupation apaisée de l'espace public, sans tensions avec certains usagers de l'espace, tels les livreurs et les clients de ces magasins, ce qui a un effet positif sur l'ambiance du quartier maritime le dimanche.

Image 24. Bal de bâtons au Raval un samedi après-midi

Source : auteure, 2015.

Les quartiers visités le samedi soir sont surtout ceux du centre-ville (voir Image 25), largement étiquetés comme touristiques. Ces espaces sont cependant partagés avec des usagers très divers. Une foule d'individus de différente nature -des flâneurs, des acheteurs, des passants s'adonnant à leurs activités habituelles ou de loisir- se concentre sur ces mêmes rues et places au centre de Barcelone. Les visiteurs d'ici et d'ailleurs forment deux entités supplémentaires s'additionnant à cet énorme puzzle, doté d'une grande complexité. Nous évoquerons les interactions entre les différents usagers ultérieurement. Il est question ici de mettre en évidence l'inévitabilité de ces

rencontres et des confrontations au sein de l'espace public dû à la spatialité de l'offre proposée. L'offre précède l'expérience, car c'est à partir de l'offre que l'expérience est possible et, en même temps, les professionnels adaptent leur offre aux demandes détectées.

Image 25. Groupe en visite guidée dans la rue Ferran (Gòtic) un samedi soir

Source : auteure, 2015.

Les visites nocturnes, définies comme celles débutant après 21h30, restent minoritaires, même si elles sont stables tout au long de l'année, notamment dans le quartier Gòtic (02) et le Raval (01). Dans d'autres quartiers, comme le Poble Sec (11) ou le Born (03), elles sont organisées essentiellement en été, même si, sur ce dernier quartier, des visites nocturnes ont lieu tout au long de l'année.

L'analyse cartographique réalisée nous a permis de constater une correspondance entre les quartiers concentrant la plupart des visites de proximité et les quartiers perçus comme étant très (parfois trop) touristiques. Selon les principes définis dans les différents plans précédemment évoqués, la décongestion du centre-ville constitue un objectif essentiel de la gestion du tourisme de Barcelone.

Le plan consacré à la question de la décongestion (Ajuntament de Barcelona 2013) détermine des districts **touristiques** (Ciutat Vella, l'Eixample), des districts **touristiques polarisées** qui ont des attraits certains mais ne sont pas encore consolidés (celui du quartier de Gracia, Sant Martí et Sants-Montjuïc), des districts avec un **potentiel touristique** (Les Corts, Sarrià-Sant Gervasi et Horta-Guinardó) et des districts **non touristiques** (Nou Barris et Sant Andreu). Les deux premières catégories se retrouvent dans notre analyse cartographique. En revanche, entre les zones avec un potentiel touristique et celles qualifiées de non touristiques, nous n'avons pas remarqué de différences significatives. Tous les quartiers concernés par ces deux catégories font éventuellement l'objet de visites occasionnelles. Tous sont périphériques au sens géographique et au sens de la mise en valeur de points d'intérêt pour la visite. Du point de vue des visites de proximité, d'après ces résultats, il n'y aurait pas a priori de quartier sans potentialité, seulement des zones générant plus ou moins d'envie que d'autres d'être (re)découvertes.

En ce qui concerne les espaces proposés en dehors de Barcelone, vingt-neuf visites ont été inventoriées (huit en 2014, huit en 2015 et treize en 2016). Vingt d'entre elles concernent la montagne de Montserrat, située à une soixantaine de kilomètres de Barcelone, très célèbre grâce à son monastère, sa Vierge noire et à ses paysages lunaires. Cette montagne attire de nombreux visiteurs : deux millions et demi en 2016 (Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona 2016b). Il s'agit évidemment d'un point d'intérêt touristique consolidé, ce qui confirme encore une fois que visiteurs d'ici et d'ailleurs partagent un intérêt pour certains espaces. Seules trois visites concernent des villes à l'intérieur de l'aire métropolitaine de Barcelone (AMB). Cela est logique si l'on réfléchit à la concentration de ces activités sur le district de Ciutat Vella. Autrement dit, si les organisateurs ont des difficultés pour construire des activités au-delà du centre-ville, il est raisonnable de penser que l'extension de leur offre à l'échelle métropolitaine n'est pas envisageable à court terme.

Les visites ailleurs restent exceptionnelles. Elles proposent, soit des espaces encore assez méconnus de la population locale, comme la Cité ouvrière Güell (un projet de Gaudí situé à une quinzaine de kilomètres de Barcelone), soit des excursions ponctuelles vers des destinations entre cinquante (Canet de Mar) et cent vingt kilomètres (Verdú) avec des attraits très précis (le Modernisme ou le peintre et sculpteur Joan Miró). L'un des professionnels interviewés nous a expliqué les raisons pour lesquelles il organise très rarement ces visites en dehors de Barcelone :

> Moi, en Catalogne… je travaille peu. Au début, je proposais ces sorties, pour essayer d'attirer plus… Mais c'est compliqué parce que travailler ici [à Barcelone] c'est plus confortable, je connais bien, j'apprends chaque jour un truc nouveau. A d'autres endroits, comme Tarragone ou Gérone, c'est n'est pas chez moi. J'y ai travaillé et j'y suis allé mais… Je ne me sens pas si à l'aise. C'est aussi plus compliqué, parce que pour remplir [un bus], au moins 15 personnes… c'est compliqué. Au final, je l'ai abandonné parce que ça ne valait pas le coup. N'importe qui de Gérone ou Tarragone peut le faire aussi bien ou mieux que moi parce qu'il connait tout. La seule que je maintiens c'est celle du Penedès, mais, pour celle-là, j'ai besoin d'un groupe, plus ou moins, de 10 personnes, ok ? Il s'agit de nous retrouver tous dans le Penedès, voir une de ses caves, faire une dégustation de vin, l'explication, on nous fait tout là-bas, les autres [visites] je ne les fais pratiquement plus, depuis longtemps (Ernest).

Ce témoignage soulève une question intéressante : la capacité du guide en termes de compétences pour expliquer une destination dans laquelle il ne réside pas. Ernest organisait des visites vers d'autres villes mais la logistique était compliquée, car il lui fallait un nombre minimum d'inscrits. Il a finalement abandonné ce produit. Lorsqu'il organise exceptionnellement des visites ailleurs, il agit en qualité d'organisateur et contacte des guides locaux pour qu'ils s'occupent d'expliquer le site.

En définitive, peu d'entreprises de visites guidées de proximité à Barcelone proposent des activités à l'extérieur de la ville. L'aire métropolitaine de Barcelone fait occasionnellement l'objet de ces visites, mais ce n'est pas fréquent. L'exemple de Montserrat est peu représentatif, car toutes les visites sont organisées par la même entreprise sur la même thématique (la quête du Graal de la part des Nazis). Les visites à cette « montagne magique » sont régulières, ce qui confirme un intérêt du public local. Il est probable que cet intérêt ne soit pas uniquement lié aux atouts universellement reconnus de Montserrat, mais plutôt à la thématique proposée.

Concernant la temporalité, nous avons précédemment affirmé que ces visites avaient essentiellement lieu le weekend. L'un des professionnels interviewés fait référence à ce phénomène comme la « semainalité » (instabilité au sein d'une même semaine). À l'échelle de l'année, la temporalité reste assez stable en termes de fréquentation :

> Nous avons fait notre pari et… on l'aura fait plus ou moins bien... On a fait le pari, en voyant ce qui se faisait, de le centrer le week-end et on a toujours fait comme ça. Travailler le week-end. Nous, c'est plutôt la *semainalité*. Parce que ce n'est pas une temporalité, si tu le regardes tout au long de l'année, la vérité c'est que c'est assez stable, on fait des montées et des descentes, il n'y a pas un mois où tu te dis « Ce n'est pas possible de travailler parce qu'il n'y a personne intéressé ». Ce qui varie est le week-end ou la semaine. Quelqu'un de la concurrence a essayé de travailler

> pendant la semaine et a arrêté de le faire parce qu'il n'y avait pas assez de monde ou le monde qu'il y avait n'avait pas le pouvoir d'achat pour payer le prix demandé, 10 ou 12€ par personne. Alors, depuis toujours, nous, […] en ce qui concerne l'activité des particuliers, on la fait le week-end (Abel).

Pour cette raison, même si l'inventaire réalisé intègre tous les jours de la semaine, notre analyse cartographique s'est centrée sur les visites organisées pendant le weekend (vendredi compris). D'après les professionnels interrogés, des groupes privés ou d'autres types d'activités qu'ils proposent leur permettent quand-même de travailler toute la semaine :

> Oui, [je travaille] de lundi à dimanche essentiellement (elle rit). De mardi à dimanche. Lundi est la journée la plus tranquille et [permet] de se repositionner. Bon, on a des écoles, les écoles peuvent réserver de mardi à vendredi, essentiellement le matin. On a des maisons de quartier, on va faire des ateliers[94] pendant la semaine, mais les visites, par exemple, on les fait le samedi matin. Et après on a les particuliers, qui viennent de vendredi à dimanche. Par conséquent, des jours de la semaine, on travaille de mardi à dimanche. Toute l'année (Carla).

Nous avons également constaté qu'il y a des visites tous les jours de la semaine pendant les vacances. C'est à ce moment-là que ces activités attirent des touristes classiques.

5. L'ambiance autour des visites guidées de proximité

La visite guidée, malgré les apparences, n'est pas une expérience insularisée (Schmidt 1979) où un groupe se déplace derrière un guide, sans savoir ce qu'il veut réellement voir, hermétique à tout ce qui se passe autour de lui. Au contraire, elle est le produit d'un choix thématique du visiteur, la volonté de satisfaction de ses envies, le dispositif matérialisant son intentionnalité. Par la visite, le visiteur est immergé dans un environnement (voir Image 26) qu'il transforme par sa présence et qui conditionne ses actions et représentations. Le visiteur impacte l'expérience spatiale des autres acteurs présents sur cet espace, de la même manière que les autres conditionnent sa propre expérience des lieux qu'il visite.

Des éléments précis en lien avec la question de l'ambiance ont été précédemment décrits (voir Chapitre 5), tels que les « interactions externes », les « conflits », ou « d'autres groupes en visite guidée ». Ces différents éléments agissent en tant que catégories à l'intérieur desquelles les différentes situations observées ont été rangées.

[94] Voir la diversification de l'offre de ces entreprises (Chapitre 6, p. 282).

Image 26. Groupe en visite guidée à Gracia

Source : auteure, 2014.

Ainsi, les interactions externes concernent toutes les rencontres avec des individus à l'extérieur du groupe. Les organisateurs d'un marché, des serveurs essayant de nous attirer dans leur restaurant à l'heure du déjeuner, des mendiants, des personnes placées justement à l'endroit où l'on s'arrête, des vendeurs ambulants avec leurs gadgets, des fêtards nous invitant à les rejoindre ou même la foule insouciante ont un impact sur la qualité de la visite et sur l'expérience des participants. Ces rencontres peuvent être directes, sous la forme d'une interpellation, comme les serveurs, par exemple. Elles peuvent également être indirectes, lorsque les actions d'un individu en dehors du groupe sont remarquées, soit par la totalité du groupe, soit par certains de ses membres. Le fait que

des individus en dehors du groupe disent bonjour à quelques membres de ce groupe peut être interprété comme un aspect propre aux visites de proximité, car cela indique que non seulement les lieux de la visite sont familiers, mais les passants peuvent aussi l'être.

Ces interactions sont possibles quand les différentes parties se situent dans un même cadre spatio-temporel. Nous avons constaté précédemment que les propositions offertes par les catalogues des visites guidées des entreprises analysées favorisaient la rencontre entre touristes classiques et visiteurs de proximité. Des touristes se déplaçant en autonomie ont été identifiés mais, ce qui a fait l'objet d'annotations spécifiques lors de l'observation, c'est la quantité de groupes en visite guidée que nous avons croisés.

Image 27. De nombreux groupes de visiteurs à la Place du Rei (Barcelone)

Source : auteure, 2014.

Nous n'avons pas réussi à identifier avec certitude l'origine de chaque visiteur ou de chaque groupe (d'ici ou d'ailleurs), ni la nature de la visite (payante ou gratuite, organisée par des entreprises ou par des associations). Nous n'avons pas pu déterminer à première vue si les guides des groupes

croisés étaient attitrés ou bien s'ils travaillaient sans le permis requis. Nous avons néanmoins remarqué qu'à certains moments, et notamment lors des observations le samedi matin, on n'apercevait que des groupes. L'Image 27, très évocatrice, illustre parfaitement cette idée. Cette image peut renforcer certains stéréotypes généralement attribués au touriste, notamment celui du manque d'autonomie. Sur le plan des rapports à la ville et à l'espace public, le déplacement en groupe soulève des questions de partage de l'espace et de désaffection d'un lieu pour cause de massification perçue.

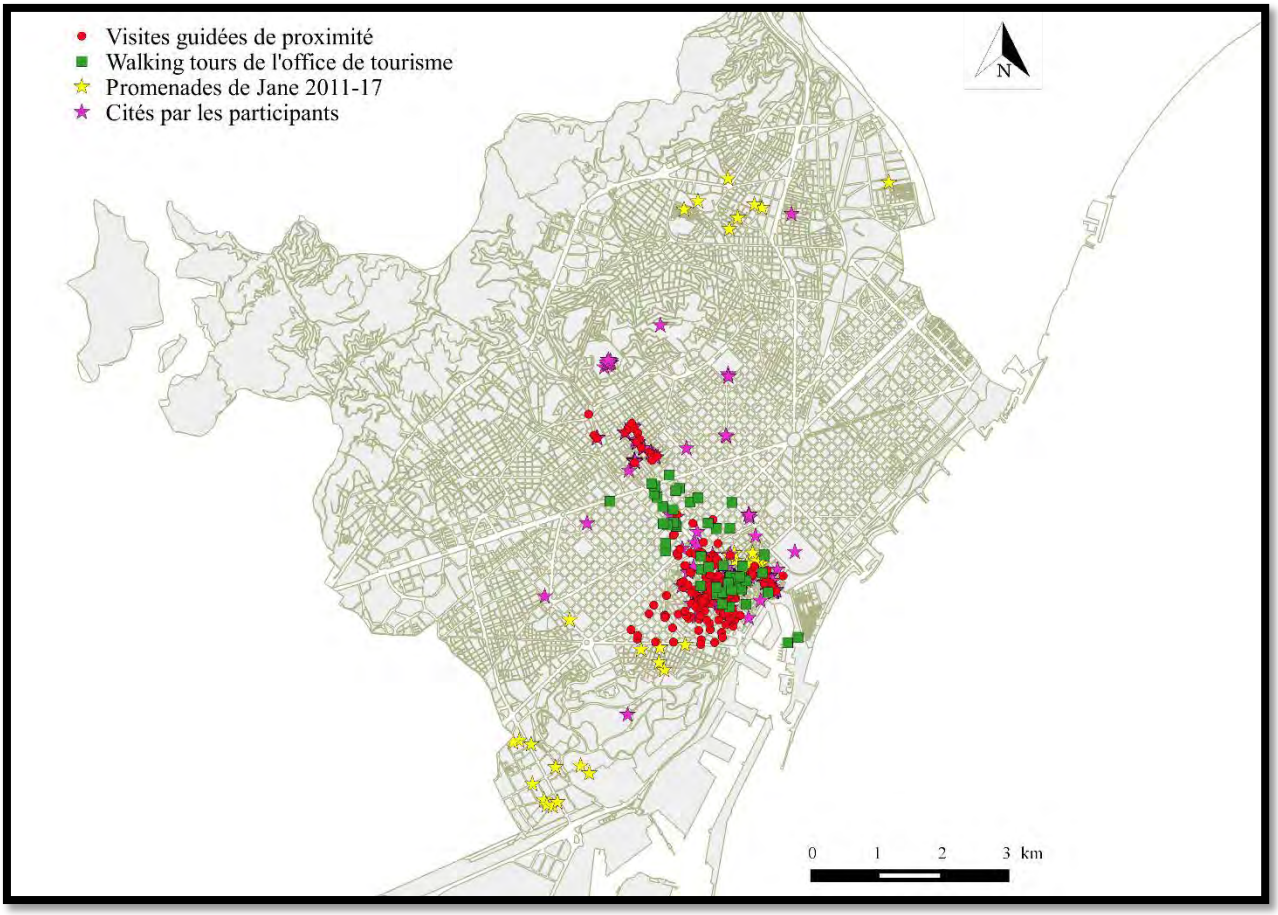
Se déplacer en groupe nécessite un minimum d'espace disponible et de la souplesse de la part des autres usagers, notamment lorsqu'il s'agit de parcourir le quartier Gòtic, car les déplacements se compliquent dans la ville médiévale et ses petites ruelles. Lorsque les groupes se multiplient, la fluidité du passage et l'occupation de l'espace sont mises à mal. Ce type de problématiques contribuent à renforcer une image négative de la visite et du visiteur, en nourrissant les tensions préexistantes. Ce qui est intéressant ici c'est que ces actions sont typiquement attribuées au touriste, perçu comme la personne qui vient d'ailleurs. Cette fois c'est le résident devenu visiteur de sa propre ville qui se déplace ainsi et bloque le passage aussi bien de touristes que de ses propres concitoyens.

Les conflits recensés concernent non seulement les nuisances du groupe vers l'extérieur, mais aussi celles de l'extérieur vers le groupe. Par exemple, lorsqu'un bruit est tellement fort qu'il empêche l'activité de se dérouler tranquillement, lorsque les participants n'arrivent pas à entendre le guide à cause de ce bruit extérieur, nous avons considéré qu'il s'agissait d'un conflit entre le groupe et son environnement. Un autre exemple issu de nos observations se situe dans une visite nocturne où l'on doit traverser Las Ramblas et, juste avant d'arriver, le guide nous rappelle qu'il faut se méfier des voleurs et nous demande de faire attention. Ce danger potentiel auquel sont également confrontés les visiteurs d'ailleurs conditionne le rapport des participants au lieu, qu'ils traversent méfiants.

6. La Barcelone qui attire les visiteurs d'ici et d'ailleurs

Différents types de points d'intérêt de la ville de Barcelone ont été identifiés dans les témoignages des participants (chapitre 5) et lors de l'analyse de l'offre (chapitre 6). Ils ont permis la réalisation d'une carte visant à représenter ce qui est attirant pour les visiteurs de proximité (voir Carte 15).

Carte 15. Points d'intérêt pour la visite de Barcelone identifiés dans différents types de dispositifs.

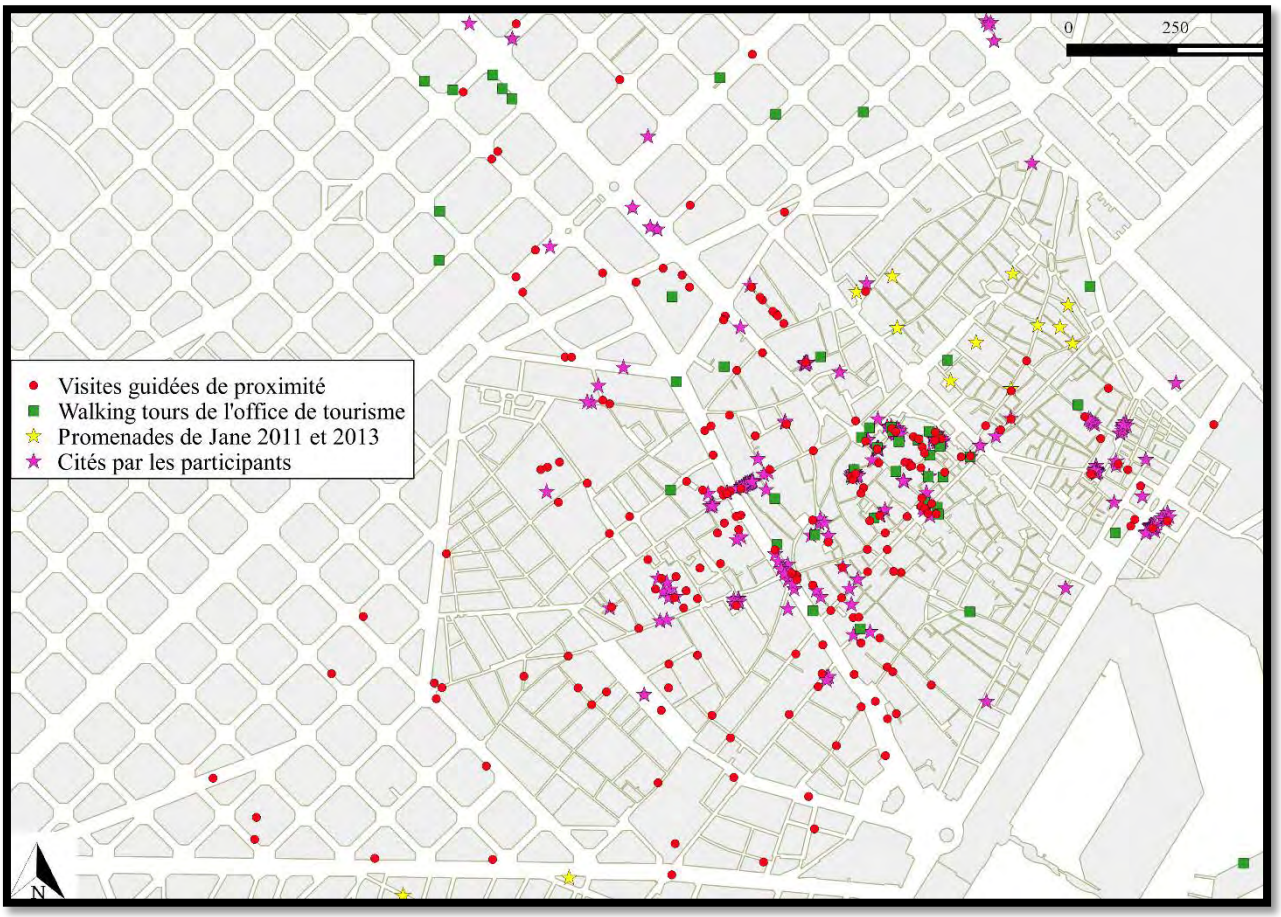


Source : auteure, utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (Mairie de Barcelone 2017), 2018.

Les points proposés dans le cadre des visites destinées essentiellement à un public local (catalogue analysé) et les points mémorables pour les visiteurs de proximité (entretiens) ont été cartographiés à côté des points proposés par deux autres types de visites : d'un côté, celles organisées par l'office de tourisme (les *Walking Tours*) ; de l'autre, les promenades de Jane (entre 2011 et 2017), des balades urbaines organisées annuellement autour de questions urbaines. Cet exercice a pour objectif d'observer les différences dans la spatialité des trois types de visites, en intégrant les lieux retenus par les participants et les lieux mémorables pour eux.

Une intense concentration a été constatée dans l'axe allant du quartier de Gracia à la mer, en passant par l'Eixample et Ciutat Vella. Tous les types de points sont représentés sur cette zone, tous les types de visites s'y intéressent.

Carte 16. Points d'intérêt à Barcelone. Détail sur Ciutat Vella.



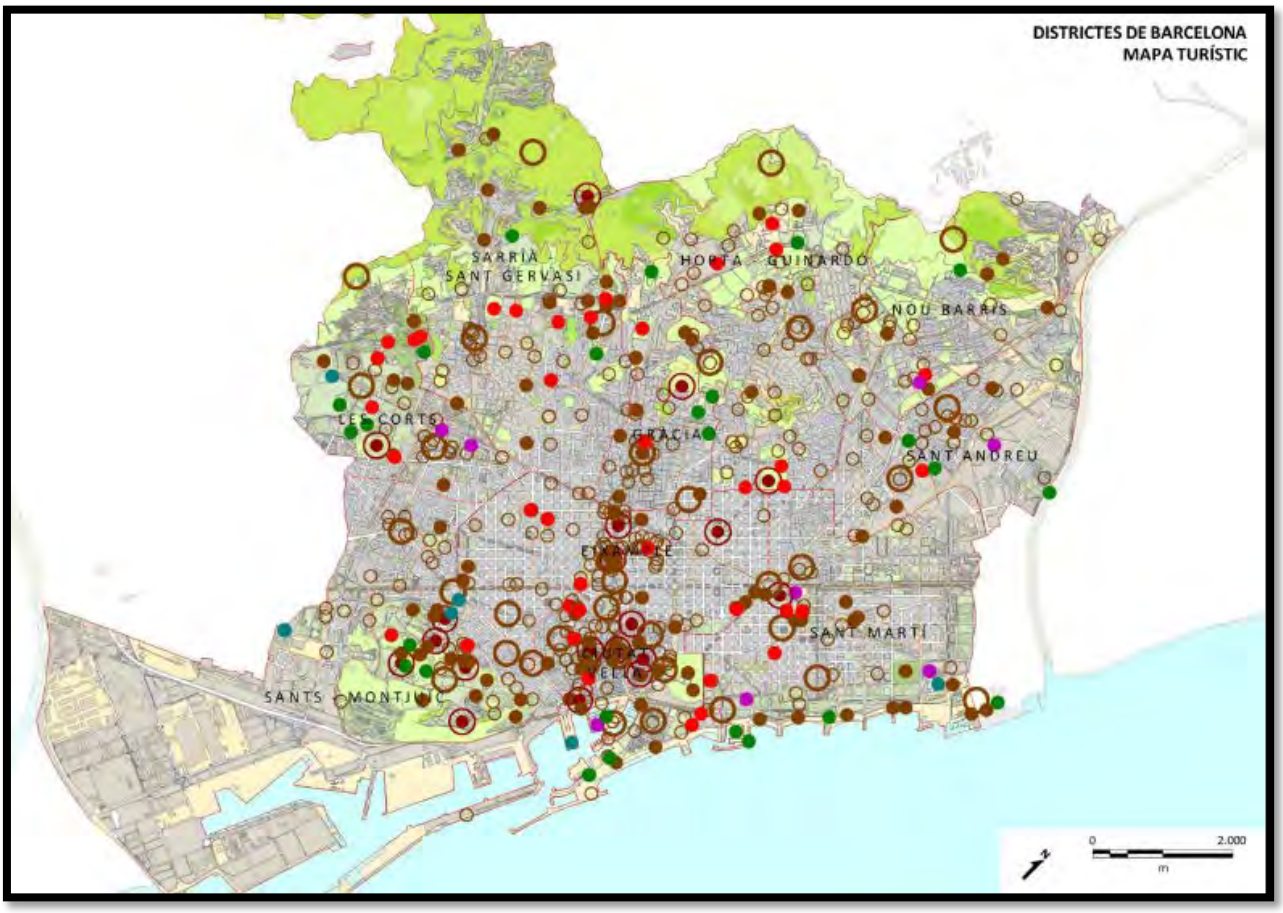
Source : auteure, utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (Mairie de Barcelone 2017), 2018.

Les lieux proposés par l'office de tourisme se focalisent notamment sur le quartier Gòtic et plus particulièrement autour de la zone de la Cathédrale (voir Carte 16). Ces visites permettent de découvrir des rues très précises du quartier de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born). Elles donnent également la possibilité d'aller jusqu'au bout du port de pêcheurs de la Barceloneta. Finalement, elles proposent la découverte du Modernisme à Barcelone à travers une balade sur l'Eixample, autour du Passeig de Gracia et jusqu'à l'Avenue de la Diagonal. Les *Walking Tours* se rapprochent très timidement du quartier du Raval, où seul le marché de la Boqueria et les alentours du MACBA[95] sont proposés.

[95] Musée d'art contemporain de Barcelone.

En réalité, si l'on regarde la carte touristique de Barcelone telle qu'elle est présentée dans le Plan stratégique de 2015 (voir Carte 17), la volonté de combattre la massification par la mise en place d'un plan de décentralisation touristique dirigeant les touristes vers l'ensemble de districts (Ajuntament de Barcelona 2013) est évidente. Néanmoins, nous pouvons constater sur notre carte (Carte 15) qu'au niveau des visites guidées cet objectif est loin d'être atteint.

Carte 17. Carte touristique des districts de Barcelone.



Source : Plan de tourisme des districts (Ajuntament de Barcelona 2013, 78).

Nous avons longuement montré la distribution spatiale de l'offre de visites de proximité tout au long de l'année dans la partie dédiée au cadre spatio-temporel (Chapitre 7, point 4). La Carte 15 (p. 327) montre que cette offre est plus harmonieusement distribuée que celle de l'office de tourisme, même s'il existe également une concentration dans les zones les plus touristiques de la ville. Quelques différences sont immédiatement observables entre ce qui est proposé au visiteur en visite guidée d'ici ou d'ailleurs : des quartiers comme le Raval ou Sant Antoni sont proposés plutôt au visiteur local. Sant Antoni appartient au deuxième niveau de développement touristique

(touristique polarisé) (voir Carte 17) d'après la classification faite par le Plan de tourisme des districts (Ajuntament de Barcelona 2013).

L'offre de proximité est ici observée par l'étude des points cités par les participants. Ces points sont issus des réponses collectées et représentent des lieux importants pour les participants aux visites : soit parce que le lieu évoqué a été parcouru lors de la visite guidée et le visiteur s'en souvient pour une raison ou une autre, soit parce que ce sont des lieux avec lesquels ce visiteur entretient un lien émotionnel, vécu dans son imagination pendant la visite. Cette partie de l'information est très subjective. Notre objectif est simplement de montrer que les lieux quotidiens ou les lieux du passé restent dans la mémoire du visiteur et reviennent lorsqu'il les visite.

Les envies du visiteur de proximité sont très diverses. L'une des envies identifiées dans le chapitre 5 est de mieux connaître les lieux que ce même individu pratique quotidiennement, de les découvrir autrement. Ainsi, la prise en compte du point de vue initial (des rapports préexistants entre l'individu et les espaces visités) provoque des conséquences non seulement sur les envies de participation, mais elle permet d'orienter le regard vers ces points, qui ne sont peut-être importants que pour lui et restent invisibles pour le reste du groupe. D'un point de vue spatial, les lieux cités se concentrent surtout autour des lieux proposés par les organisateurs, ce qui est logique. Ils sont pour la plupart proches des lieux touristiques classiques, ce qui est compréhensible, car la plupart des visites parcourent ces mêmes lieux.

En ce qui concerne la localisation des points visités dans le cadre des promenades de Jane par rapport aux visites de proximité ou de l'office de tourisme, nous avons observé qu'ils se situent aussi bien au centre[96] qu'à la périphérie[97]. Tel qu'il a été évoqué précédemment, l'édition de 2016 des promenades de Jane a même été organisée à Santa Coloma de Gramanet, une commune voisine[98]. La distribution éparse des promenades de Jane n'est pas si surprenante. Ces promenades émanent des envies des acteurs d'un quartier de prendre en charge l'organisation de l'activité. Le choix du quartier est donc assez arbitraire, car il dépend de la volonté des acteurs locaux, à l'instar des associations de riverains.

[96] En centre-ville, les éditions de 2011 et 2013 furent dédiées au quartier de Santa Caterina, à Ciutat Vella, et au Poble Sec respectivement (voir Carte 16).
[97] En périphérie, les quartiers concernés sont Porta (2012), Sants-Hostafrancs (2014), la Mina (2015) et la Marina del Prat Vermell (2017) (voir Carte 15).
[98] Cette visite ne figure pas sur les Cartes 15 et 16.

En définitive, cet exercice nous a permis de situer clairement les atouts mis en valeur pour chaque type de public. Les résultats montrent que les touristes classiques et les visiteurs de proximité se concentrent essentiellement sur le district de Ciutat Vella, confirmant l'existence d'une « centralité symbolique » (Stock et Lucas 2012) de l'imaginaire touristique de Barcelone. En revanche, les visiteurs des promenades de Jane s'intéressent aussi bien aux zones centrales de la ville qu'à des quartiers périphériques. La cartographie des points cités par les visiteurs de proximité nous permet de mieux saisir l'ampleur géographique de leurs expériences, un peu au-delà du parcours strict de la visite, même si les points cités restent proches de ce parcours car leur souvenir a été déclenché par l'itinéraire et le discours de la visite guidée.

7. Conclusions

La visite guidée est une pratique ancrée dans l'espace et le temps. Elle a été présentée dans la littérature scientifique comme le produit d'une coproduction entre le guide et les participants. Elle est ici montrée comme une pratique spatialisée et *spatialisante*, impactée par l'ambiance où elle se déroule et productrice des lieux et de l'expérience associée à ces lieux et à cette pratique.

Le Plan Stratégique de Turisme de la Ville de Barcelone 2015 et les différents plans et mesures créés et adoptés par l'équipe municipale d'Ada Colau à partir de juillet 2015 souhaitent résoudre la même question : la gestion durable de Barcelone comme destination touristique et comme lieu de vie. La principale problématique à laquelle les différentes actions stratégiques proposées souhaitent répondre est celle de la place du tourisme dans la vie urbaine. En ce sens, d'un point de vue spatial, l'offre des visites guidées de proximité se concentre dans les zones considérées comme les plus touristiques de la ville. D'un point de vue temporel, elle se développe essentiellement le week-end, alors que l'offre de visites guidées pour un public touristique classique existe toute la semaine. Le tourisme traditionnel subit une saisonnalité tandis que le tourisme de proximité subit une *semainalité*.

Nous avons également constaté que les groupes de proximité, d'un point de vue de leur apparence et pratique, ne montrent pas de différences notables avec le reste des groupes présents dans l'espace public. Dans un espace réduit, cette forme de déplacement en groupe devient inadaptée et crée des tensions avec d'autres usagers de l'espace. Les tensions et d'autres types d'interactions entre les participants observés et la ville, ainsi que différents aspects liés à l'ambiance et à la mise en scène

de la visite, ont été analysés favorisant la compréhension du contexte dans lequel ces visiteurs s'insèrent ; le cadre spatio-temporel de la visite dans lequel les participants interviewés ont vécu leurs expériences de visite.

Finalement, nous avons situé sur un plan différents points représentant quelques attraits de cette offre de visites. L'ensemble formé par les arrêts proposés dans les différents itinéraires et les points évocateurs pour les participants constituent des lieux vécus, détenteurs de sens. Ces différents lieux sont intéressants pour le public local, soit parce que le professionnel a identifié un intérêt (culturel, historique, architectural, social, etc.), soit parce qu'il a intéressé le participant (connaissances, émotions, souvenirs, etc.). Le professionnel a décidé qu'il valait la peine de s'arrêter sur ce point. Le participant s'est arrêté mentalement et/ou émotionnellement sur le point proposé et sur d'autres au long du parcours.

L'occupation de la ville dans le cadre des visites de proximité a été confrontée, d'un côté, à celle des visites guidées proposées aux touristes par l'office de tourisme et, de l'autre, aux quartiers visités lors des promenades de Jane à Barcelone. Cet exercice montre que les groupes de touristes classiques sont essentiellement conduits à Ciutat Vella et l'Eixample, alors que les groupes de visiteurs de proximité visitent essentiellement Ciutat Vella, mais vont régulièrement vers d'autres districts. Les promenades de Jane parcourent les quartiers périphériques, même si cela peut arriver qu'une promenade soit organisée en centre-ville. D'après cet exercice, il semblerait que, plus le groupe est considéré touristique, plus la visite est centrale. Plus la visite s'éloigne de l'optique touristique (en termes d'origine des participants ou de l'approche donnée à la visite), plus les lieux visités sont éparpillés dans la ville et l'aire métropolitaine.

Chapitre 8. Visiter sa propre ville, une expérience touristique ? Réflexions finales

« Le centre historique existe toujours mais les fameuses Ramblas de Barcelone sont devenues un parc thématique, et ne représentent plus un centre urbain. Peu de Barcelonais vont dans les Ramblas. C'est surtout un espace pour des touristes, […]. La ville des visiteurs n'est pas la ville réelle, la ville des résidents avec des espaces publics partagés et pratiqués au quotidien, mais une ville construite pour le tourisme par les municipalités, à la manière de Disney World ».

M. Castells (2009). « The networked city : réseaux, espace, société ».
EspacesTemps.net, Travaux

1. Introduction

Las Ramblas sont « la ville des visiteurs », elles ne sont pas « la ville réelle », écrit Castells. Quelle est ici la ville réelle ? Si les visiteurs sont des résidents et si ces résidents visitent Las Ramblas, visitent-ils alors la ville réelle ? Visiter n'implique-t-il pas visiter quelque chose, et donc partager l'espace avec ce qu'on visite pendant le temps de cette visite ? Que peut-on dire du résident qui « occupe » la « ville touristique » ?

Nous avons constaté dans les deux chapitres précédents l'intérêt croissant pour la découverte de Barcelone de la part des résidents de sa région métropolitaine. Le développement du secteur de visites guidées destinées à un public essentiellement local en est la preuve. L'analyse spatiale et

temporelle de l'offre montre également que l'intérêt concerne notamment les mêmes quartiers qui intéressent les touristes classiques. Nous avons également analysé ce que représente pour une même personne (dans sa trajectoire de vie, ses représentations, ses émotions, ses idées, son imaginaire) l'expérience d'être visiteur dans sa propre ville en comparaison avec l'expérience d'être visiteur ailleurs. Il est temps maintenant de rassembler les résultats et définir exactement ce que ces deux expériences ont en commun.

La redécouverte de l'espace quotidien peut-elle être qualifiée de touristique ? Si on ne tient pas compte de la distance entre l'origine du visiteur et le lieu de la visite, l'expérience de la visite ici est-elle comparable à l'expérience d'être visiteur ailleurs, à l'expérience touristique ?

Nous avons défini la manière dont les professionnels suscitent l'intérêt en créant constamment de la nouveauté et nous avons vu que cela est possible notamment à Barcelone, grâce à son histoire, longue et mouvementée, et à une vie urbaine dynamique. Certains visiteurs peuvent avoir l'impression qu'il n'est pas possible de se surprendre dans un espace quotidien (« ce n'est pas nouveau parce qu'on habite ici » disait Martí au chapitre 5). Comment les visiteurs trouvent-ils attractive cette ville à redécouvrir que les professionnels ont identifié et exploité pour eux ?

Le visiteur souhaitant découvrir des aspects inconnus des lieux où il habite doit donc dépasser cette impression et mettre en valeur ce qu'il apprend, ce qui est nouveau pour lui. Autrement dit, il doit apprendre à regarder autrement. Cette idée constitue la première composante commune que nous avons identifiée entre l'expérience de la visite ici pour les visiteurs analysés et l'expérience du voyage ailleurs.

Nous allons développer les idées partagées entre les différents visiteurs, celles que nous avons identifiées comme super-thèmes à partir de l'analyse réalisée au chapitre 5 (voir Tableau 26). Ensuite, les onze composantes identifiées de la visite ici et du voyage ailleurs seront présentées et nous reviendrons vers la question de cette recherche : (comment) peut-on devenir touriste dans sa propre ville ?

La deuxième partie de ce chapitre correspond aux conclusions générales où les principales idées présentées seront repositionnées dans le contexte de la recherche en tourisme aujourd'hui, les limites des différentes méthodes seront évoquées et des pistes pour des recherches futures seront proposées.

2. Visiter ici, voyager ailleurs. De l'existence d'un tourisme de proximité à l'échelle micro-locale

Visiter sa propre ville ou visiter des destinations lointaines : ces deux types d'expérience ont-ils une essence commune ? Considérant la manière dont les visiteurs vivent leurs expériences de voyage (communément acceptées comme étant touristiques), (en quoi) peut-on affirmer que la visite des espaces de proximité est touristique ? La distance est-elle une composante essentielle de l'expérience touristique ? Est-il possible devenir touriste dans la proximité ? Comment ce processus s'opère-t-il ?

Les expériences collectées sont très diverses. Cette diversité est palpable entre individus, mais également dans la trajectoire de visiteur de chaque individu, en cohérence avec les conclusions de Cohen (1979) et Uriely et al. (2002). Parmi les quinze visiteurs analysés, de grands voyageurs (comme Beni et Marc) participent de temps en temps aux visites guidées de proximité. Inversement, d'autres (comme Carlos et Gloria) se définissent comme peu voyageurs mais sont de grands habitués de ces visites à Barcelone. La visite guidée peut être une pratique récurrente chez soi et occasionnelle en voyage (comme pour Miguel). La définition de l'expérience de la visite guidée à travers la compréhension de l'expérience touristique classique est ici proposée parce que tous ces visiteurs en visite guidée dans leur propre ville sont, à un moment ou un autre, touristes ailleurs. Cela permet de mettre en parallèle les deux situations vécues par un même individu.

Après la réalisation d'un travail micro-géographique (chapitre 5), nous changeons ici d'échelle, passant de l'individu (défini par un corps, une biographie, un contexte spatial et temporel, un imaginaire) aux visiteurs de proximité (condition partagée par l'ensemble des individus visitant leur propre ville ou région). Si, comme l'affirme Berque (Berque 2000), chaque individu est constitué par un corps physiologique individuel (unique) et par un corps médial (fait des sens partagés avec d'autres individus), nous nous intéressons ici à la médiance (au partage de sens) relative à l'expérience de la visite, aux sens exprimés de la même manière par différents visiteurs.

Les pages suivantes regroupent donc les thèmes évoqués par les visiteurs interviewés et mettent en évidence les composantes de l'expérience de la visite les plus largement partagées par les individus analysés. La réflexion ici proposée se nourrit des résultats obtenus par l'analyse de l'offre de visites guidées de proximité (chapitre 6) et de leur ancrage dans l'espace-temps de la ville de Barcelone (chapitre 7).

Cinq super-thèmes émergent à la suite de l'application de notre méthode tirée de l'analyse phénoménologique interprétative (IPA) (chapitre 5). Des sous-catégories permettent de structurer les super-thèmes les plus denses (voir Annexe IX).

2.1. Le déplacement et la distance

La question de ce que chacun perçoit comme un déplacement et le rôle de la distance dans l'expérience de visiter apparaît dans chaque témoignage. Le déplacement fait partie de la définition même du tourisme (Organisation Mondiale du Tourisme 2018), depuis ses origines (Muñoz 2015) jusqu'aux recherches les plus récentes sur l'expérience touristique (Decroly 2015b). Le contexte contemporain du tourisme, entre mobilités multiples, distances et proximités nouvelles, contribue à créer une distorsion entre ce qui est proche et ce qui est lointain. Les mobilités physiques, favorisées par le développement des moyens de transport et leur démocratisation, et les mobilités virtuelles, favorisant l'instantanéité des échanges (Hoyaux 2009a), ont fait évoluer les notions de proximité et de distance dans un contexte mondialisé.

C'est dans ce contexte que les visiteurs ici analysés s'interrogent sur ce qui signifie pour eux **se dépayser**, quel est le sens de la **proximité** dans leurs expériences de visite ici ou ailleurs, comment mesurent-ils la **profondeur** de ces expériences et quelle est la place du **quotidien** dans tout cela.

2.1.1. Dépaysement et changement

Le dépaysement a été décrit comme une perte de repères, comme une sortie de la zone de confort de l'individu lui permettant d'accéder au monde autrement (Urbain 2002; Verlomme 2008). Pour les visiteurs interrogés, chacun inséré dans son contexte et son intentionnalité et non-intentionnalité, cette notion prend différents sens :

1) Un déplacement psychologique (la différence privilégiée face à la distance)
2) Un voyage multidirectionnel : dans l'espace, dans le temps, vers soi-même
3) Un changement de rythme
4) La création de nouveaux repères

Les trois derniers points ont été évoqués uniquement dans le cadre des voyages ailleurs. Arrêtons-nous sur le premier : la question du déplacement, au-delà de la distance parcourue. Martí, Carolina, Valérie et Jose évoquent les notions de dépaysement et de distance dans le cadre du voyage ailleurs. Néanmoins, pour eux, le voyage est plus lié au déplacement psychologique, à l'adoption d'un

regard différent, qu'à la distance parcourue. Autrement dit, un voyage ne consiste pas seulement à changer de lieu, mais aussi à changer de perspective, d'idées. Il suppose une déconnexion de la vie quotidienne. Même Martí, qui exprime avec plus d'emphase que le reste son goût pour le voyage vers des destinations lointaines, préfère la rencontre de la nouveauté aux longs déplacements géographiques.

L'épanouissement, l'ouverture et le fait de se changer les idées sont les éléments dépaysants évoqués par ces quatre visiteurs. Valérie parle de décompression en référence au processus de relâcher la pression associée à la sphère professionnelle.

De la même manière, Gloria défend que le simple geste de sortir de chez soi (de la maison et du travail) implique une déconnexion, ce qui s'accorde à la définition de voyage de Valérie : changement d'ambiance, d'idées, éloignement psychologique du quotidien. Ce dernier aspect est important pour Carolina et Jose. À la différence de Martí, Valérie, Carolina et Jose, Gloria attache l'idée de la déconnexion à son expérience des visites guidées de proximité, comme Carlos, qui « voyage » régulièrement pour le travail, et ne peut pas déconnecter en se limitant à changer de lieu, il a besoin de changer de rythme (Condamines 2006). Les visites guidées de proximité sont donc, pour Carlos et Gloria, une manière de se changer les idées, comme les voyages ailleurs le sont pour Valérie. Cecilia considère qu'un voyage a lieu quand on regarde différemment les lieux qu'on parcourt et cela lui arrive aussi bien en visitant sa propre ville qu'en voyageant en vacances.

Le **dépaysement** est donc dans la différence de regard sur les lieux, dans la différence de rythme, dans la différence des pratiques réalisées, dans l'attitude adoptée (comme l'ouverture) ou dans les sentiments éprouvés (comme l'épanouissement).

Dans le cadre des visites de proximité, la différence de regard est notamment conditionnée par la construction des visites. Ce processus n'est pas très simple lorsqu'il s'agit d'attirer un public local. Pour pouvoir rendre possible la découverte d'un espace déjà connu (redécouverte), un effort supplémentaire d'identification des aspects inconnus se révèle nécessaire. Les acteurs derrière la création de cette offre doivent imaginer des manières innovatrices de présenter un même espace et cela n'est pas simple. L'histoire, les légendes, l'art, les minorités, tous les éléments de la ville sont susceptibles de devenir un atout pour ces visites.

2.1.2. La proximité, destination et outil

Proximité et distance se structurent autour de valeurs subjectives fondées sur des perceptions socioculturelles et personnelles (Hoyaux 2009a). Pour Guedon (2005) la proximité a trois définitions : « ontologique (ce que l'objet est) », « fonctionnelle (ce que l'objet fait) » et « génétique (ce que l'objet devient) ». La première fait référence au rapport distance-proximité. Dans l'espace, la distance représente pour Guedon « une vision quantitative du rapport entre des objets, exprimée en unité de mesure » (*ibid*, 3). Les visites analysées sont de proximité parce qu'elles se déroulent à peu de kilomètres de l'origine des visiteurs, parce que leur public est essentiellement local. La définition « fonctionnelle » fait référence à la différence de réponse de l'individu face à un phénomène, selon qu'il lui soit proche ou lointain. La définition « génétique » fait référence à la manière dont la distance est perçue.

La proximité est comprise différemment par chaque visiteur :

1) Elle peut être un week-end loin chez des amis ou seulement à 30km de chez soi (Valérie)
2) Elle peut se limiter aux déplacements en Espagne et en France (Cecilia, Carlos)
3) Elle incite la répétition (Pau)
4) Une proximité minimale peut-être nécessaire pour comprendre les lieux et les sociétés visités (Carlos ici, Mamadou ailleurs)
5) Elle constitue une opportunité de mettre en valeur des lieux et favoriser la fierté et le sentiment d'appartenance (Meritxell et Laura ici ; Carlos, Gloria et Valérie ailleurs ; Martí ici et ailleurs)

Les quatre premiers points concernent essentiellement les voyages ailleurs. Concernant la dernière question, celle de l'intérêt des espaces de proximité comme lieux de visite, Laura considère que les visites guidées de proximité sont une opportunité pour que l'individu soit immergé dans la ville et comprenne plus facilement la place qu'il occupe. Meritxell explique que ces visites permettent la prise de conscience de l'existence de certains éléments, ce qui contribue au renforcement du sentiment de fierté vis-à-vis de son propre territoire. Ainsi, elles considèrent la proximité comme un outil d'appropriation et comme une opportunité de consolider les liens avec leur lieu de vie. L'espace visité n'est pas ici seulement à proximité « ontologique », il est également proche du point de vue « fonctionnel » (Guedon 2005), car l'expérience de la visite a des conséquences

immédiates sur la manière dont cet espace est vécu après l'expérience. Il est aussi proche du point de vue « génétique », car l'espace devient encore plus familier après être visité.

Ce dernier aspect concerne aussi bien les visites ici que les voyages ailleurs. Lorsque l'individu voyage, il tisse des liens avec les lieux, ils deviennent familiers. Mamadou revendique la proximité comme un vecteur de communication, comme un outil de compréhension sans lequel la découverte ne serait pas possible, faute de moyens d'interpréter les éléments rencontrés. La rupture avec le quotidien est souvent conceptualisée comme une composante essentielle du voyage touristique (Bessière 2000; Christin 2008; Rémy 2000). L'idée évoquée par Mamadou est à l'encontre de cette notion de rupture et la proximité devient pour lui l'outil permettant la découverte.

Sans suivre tout à fait l'idée de Mamadou, certains auteurs (Celhaiguibel 2013; Condamines 2006) présentent également la proximité comme une opportunité pour le développement touristique. Pour Martí, Carlos et Gloria, la proximité représente une opportunité aussi bien dans le cadre de la visite ici que du voyage ailleurs. Martí explique qu'il est aussi important de s'intéresser aux espaces proches qu'aux espaces lointains. Il est conscient de l'intérêt potentiel des espaces à proximité (« ontologique », physique), pour lui encore méconnus et dépourvus pour beaucoup de monde d'intérêt face aux destinations lointaines.

Gloria et Carlos insistent sur l'accessibilité et la répétition. Pour eux, la proximité est culturelle (ils préfèrent être en capacité de communiquer et choisissent des destinations où ils comprennent la langue), en cohérence avec l'idée proposée par Mamadou. Lors de leurs nombreuses expériences de visite de Barcelone, la proximité facilite l'accès à l'activité, ce qui favorise la répétition. La répétition arrive toutefois lorsque le souvenir d'expériences passées est agréable et les émotions vécues sont positives (Pazini et al. 2015).

Pour les professionnels, travailler avec un public local est une opportunité. Quand le professionnel travaille avec un public avec lequel il partage un bagage culturel, il n'a pas besoin de contextualiser certains éléments et peut aller directement aux contenus. Cette facilité lui permet de se sentir plus à l'aise et, pour les professionnels provenant d'autres secteurs (comme Abel ou Irene), de se sentir compétents. Ce sentiment émane d'une identification entre le professionnel et son public.

En revanche, la proximité n'est pas toujours un avantage, notamment pour les entrepreneurs. Au moment où l'entrepreneur crée son entreprise, l'accès au public n'est pas évident. En effet, ce secteur n'est pas structuré, contrairement au secteur touristique (classique). Cela rend difficile

l'appropriation des outils dont il dispose au moment d'initier l'activité. Dans ce contexte, démarrer n'est pas facile, même si ces outils existent (comme les plateformes de vente en ligne de produits culturels). Par ailleurs, contrairement au public touristique classique, le public local permet la fidélisation de clients. Ces clients habitués testent les nouvelles visites. Ils obligent également aux professionnels à innover constamment en termes de thématiques afin de conserver leur public.

2.1.3. La profondeur de l'expérience du voyage et de la visite

De toutes les catégories identifiées, la profondeur de l'expérience est le plus souvent citée, dans les deux contextes (visites ici ou ailleurs), et par le plus d'individus. Dans les cas analysés, cette profondeur se manifeste de différentes formes :

1) Les émotions éprouvées et la transcendance vers les lieux où elle est vécue
2) Les sensations ressenties
3) L'immersion
4) La combinaison déplacement physique - déplacement imaginaire (comprendre)
5) Sortir hors des sentiers battus et découvrir à son propre rythme
6) Accéder aux lieux fermés, voir de ses propres yeux (curiosité)
7) La singularité de l'expérience
8) Longue durée et des pratiques signifiantes

Douze parmi les quinze visiteurs interviewés ont détaillé des **émotions** ressenties pendant l'expérience de la visite. Dans tous les cas, cela concerne les voyages ailleurs. Miguel est le seul à évoquer directement des émotions vécues lorsqu'il visitait Séville (son lieu de résidence) par le biais d'une visite guidée.

Les différents témoignages illustrent le pouvoir des émotions éprouvées dans le processus permettant de rendre une expérience mémorable. La puissance des sentiments tels que le regret, la liberté ou l'admiration contribue à renforcer le souvenir de ces expériences qui dépassent la mémoire épisodique pour rejoindre la mémoire autobiographique (Bachimon, Decroly, et Knafou 2016). C'est ainsi que Carolina se souvient d'avoir été très impressionnée en Australie et Marc est encore ému lorsqu'il repense à sa visite en Inde, chez le Dalai Lama. Comme Tung et Ritchie

(2011) l'avaient constaté, l'affectivité est un paramètre clef dans la construction des moments mémorables, car elle nourrit le souvenir, même longtemps après.

Cette idée rejoindrait la théorie de la non-intentionnalité (Henry 1995) selon laquelle ce sont bien les émotions qui nous lient au monde. D'après les expériences analysées, cela se confirme pour l'expérience remémorée après un laps de temps. Autrement dit, lorsque l'individu y repense, il peut à nouveau éprouver ces émotions, ce qui lui permet de revivre cette expérience. Les émotions éprouvées peuvent être interprétées comme des mécanismes par lesquels l'expérience attachée à ces émotions rejoint le schéma de référence de l'individu (Schütz 1993) sur lequel il construit ses expériences futures (Bossé 2010).

Un autre mécanisme renforçant la mémorabilité de l'expérience repose sur le fait qu'elle est insérée là (Salanskis 1997), dans un lieu et un temps. Les émotions éprouvées lors de l'expérience du voyage (réussi ou raté) dépassent le dispositif de médiation par lequel l'expérience a lieu (l'activité) (Vergopoulos 2013) pour s'attacher aux lieux où elle se déroule. Ainsi, le Mexique est pour Martí intrinsèquement lié à l'expérience de la liberté, Pompéi est pour Valérie un lieu idéalisé, exceptionnel, où « il faut » aller et le quartier de Gracia est attaché pour Miguel à un caractère dynamique et social, à un espace public perçu comme un lieu de débat (Habermas 1992), ce qu'il apprécie particulièrement.

Aussi bien ici qu'ailleurs, le **corps** est un acteur sensible de l'expérience vécue (Seamon 2015). Le sujet est situé (Hoyaux 2002), il incarne un corps et une conscience. Il est acteur et spectateur, conditionné par un cadre préexistant qu'il modifie en existant.

Au-delà du cadre individuel de sa conscience (longuement détaillé pour chacun des visiteurs interrogés), le cadre spatial, temporel et institutionnel dans lequel les visites guidées à Barcelone se développent depuis 2008 est celui d'une ville cherchant à mieux gérer les flux de visiteurs. La promenade (« le passeig ») est une pratique inscrite dans l'ADN de Barcelone, ce qui se matérialise par un urbanisme favorisant les espaces piétons et la balade (Borja et Muxí 2001; Vlès, Berdoulay, et Clarimont 2005). Aujourd'hui, cette pratique devient de plus en plus difficile dans certains lieux (Bailly 2013), notamment à Ciutat Vella, mais également dans les quartiers devenus récemment populaires (comme Gracia ou Sant Antoni). Il est évident après la lecture des différents plans stratégiques depuis 2010 que la congestion est l'un des principaux problèmes de l'espace public barcelonais. La visite en tant qu'expérience corporelle à pied et comme déplacement en groupe est

donc conditionnée par tous ces éléments, qui se rajoutent à la personnalité du visiteur, à sa biographie, à son imaginaire. Toutes ces questions conditionnent finalement ses rapports du visiteur aux lieux, à la manière dont il habite la ville.

Dans ce contexte barcelonais, Mamadou, Meritxell et Jose citent directement des sensations physiques lors des visites réalisées. Mamadou et Meritxell ont visité le métro et tous les deux font référence au bruit comme un obstacle à l'expérience (impossibilité d'entendre le guide). Jose évoque l'humidité à l'intérieur de la tour des eaux qu'il a visitée. Laura évoque une sensation absente : elle croyait qu'elle serait angoissée par la foule dans la rue commerçante Portal del Àngel, mais finalement elle ne l'a pas été. L'absence de cette sensation a également participé à son expérience.

Lors des voyages ailleurs, Carolina décrit notamment le toucher du sable blanc des plages australiennes (« du talc »), Beni se remémore son dégout en pensant aux cafards de la chambre d'hôtel où elle est restée au Maroc.

Presque tous les visiteurs interrogés s'accordent pour dire que **la marche** est un moyen optimal d'**immersion** dans la destination. Pour Carlos et Gloria, marcher est un moyen d'acquérir des connaissances. Pour Pedro, c'est le principal moyen par lequel il accède aux lieux. C'est une manière pour lui de se repérer (ici et ailleurs). Cecilia et Jose insistent sur la promenade autour de chez eux ou dans les forêts ailleurs et envisagent chaque promenade comme un voyage. Miguel adore se fondre dans la vie de la destination et se déplacer à pied lui permet de saisir une expérience « avec » la ville (Thibaud 2010).

Carlos, Laura et Pau considèrent que la profondeur de l'expérience touristique réside dans l'**équilibre entre parcours et discours**. Lorsque cet équilibre n'est pas respecté, le visiteur peut ressentir de l'ennui. Pour Carlos, le discours doit permettre de **comprendre** les raisons et le développement de toutes les questions urbaines. Toutes les références à cette question du discours concernent la visite ici, probablement parce qu'ils ne sont pas nombreux les participants ayant partagé avec nous l'expérience de la visite guidée ailleurs. Lors du voyage ailleurs, presque la moitié des participants assimilent la profondeur de l'expérience de voyage à la **sortie hors des sentiers battus** et à l'adoption d'un **rythme** propre à chacun.

Tous les témoignages collectés, à un moment ou un autre, ont identifié la **curiosité** comme la base aussi bien de la participation aux visites guidées de proximité que du départ en voyage.

L'intentionnalité a été précédemment définie comme le lien entre l'individu et le monde. Pour nos visiteurs, cette intentionnalité prend souvent la forme de la curiosité.

Beni et Marc, deux voyageurs expérimentés, affirment que leur seul moteur est la curiosité. Lorsqu'ils participent aux visites guidées à Barcelone, ils sont très curieux de la thématique, avec laquelle ils ont un lien personnel (ils ont failli joindre les francs-maçons dans le passé). Cecilia est également très curieuse de la thématique de la visite à laquelle elle a participé (l'eau). Ce n'est pas sa première visite sur cette thématique, ce qui prouve son intérêt. Valérie affirme participer à ce type de visites guidées par curiosité pour l'insolite. Connaître des éléments insolites lui permet de renforcer ses rapports avec sa ville d'adoption et d'être ensuite capable de la montrer à ses visiteurs. Pedro souhaite voir de ses propres yeux des situations dont on lui a parlé. Cette envie de regarder par lui-même est directement provoquée par la curiosité. Meritxell souhaite **accéder** aux espaces du métro où elle n'a pas d'accès. Elle est curieuse de voir de ses propres yeux ces lieux interdits, ce qui renvoie à l'idée du guide comme *chercheur de chemins* (Cohen 1985), grâce auquel le visiteur pénètre l'inaccessible. Carolina évoque cette question lors de ses voyages ailleurs, dans des pays « exotiques », où elle a le sentiment qu'elle ne pourrait pas arriver ni accéder à certains endroits sans un guide.

Curiosité et découverte entretiennent d'après nos visiteurs une relation rétroactive : la curiosité est derrière les envies de découverte, les découvertes lors des visites et des voyages renforcent la curiosité. Laura et Pau ont suscité la curiosité des passants dans la rue, au moment où tout le groupe de la visite guidée regardait une façade a priori banale. Leur regard a éveillé la curiosité des autres individus sur place, qui ont regardé dans la même direction.

La **singularité** de l'expérience est l'un des éléments les plus cités en tant que composante essentielle d'un voyage en profondeur. Chaque voyage et chaque visite est unique et non reproductible, comme un spectacle vivant, car les circonstances où il se déroule et les acteurs qui interviennent ne peuvent jamais être exactement les mêmes (Colbert et Cuadrado 2003). La visite est en construction permanente, en fonction des rapports entre visiteur et visité (Gellereau 2005b).

La dimension exceptionnelle de l'expérience est citée dans le cadre des visites ici (Meritxell), des voyages ailleurs (Pedro, Carolina, Jose, Laura et Mamadou) ou dans les deux cas (Marc, Beni, Martí, Cecilia et Miguel). Ainsi, non seulement la singularité est une composante de l'expérience

de la visite, mais la plupart des individus interrogés en sont conscients et considèrent que cet aspect fournit une certaine profondeur à la visite ou au voyage.

Martí et Cecilia s'accordent pour dire que pour voyager en profondeur, il faut partir longtemps et intégrer la vie quotidienne de la destination par le biais de **pratiques signifiantes** (étudier, faire un stage…). Cette affirmation a été évoquée uniquement dans le cadre du voyage ailleurs. Elle est conforme aux idées des auteurs (Callot 2013; Verlomme 2008) qui, dans un contexte marqué par les questions environnementales, préconisent un retour à l'expérience profonde du voyage : utilisation de moyens de transport doux (voyager moins loin vers des espaces de proximité) ; lors de longs déplacements, prolongation des séjours.

2.1.4. Visite, voyage et quotidien

La rupture avec le quotidien est l'un des éléments traditionnellement associés à la pratique touristique (Poulain 2000). La mondialisation et la compression de l'espace et du temps grâce à l'accélération des mobilités réelles et virtuelles (Hoyaux 2009a) a entraîné un processus de dé-différenciation (Lash 1990), d'hybridation des lieux et des pratiques (Bourdeau 2013).

Exceptionnalité et routine ne sont pas des conditions facilement identifiables. D'après les visiteurs interrogés, le quotidien joue un rôle dans leurs expériences de découverte. Pour Marc, Pedro, Martí, Carolina, Meritxell et Miguel, lorsqu'ils visitent leur propre ville, leurs **expériences quotidiennes participent** d'une manière ou d'une autre à donner du sens à ce qu'ils visitent. Miguel est ému en passant par la Place Maria Luisa (à Séville) se remémorant sa vie étudiante. En parcourant de bout en bout le long couloir du métro pour passer de la ligne 3 vers les lignes 2 et 4 (à l'arrêt « Passeig de Gracia »), Meritxell pense qu'elle a toujours vécu ce trajet comme si elle marchait dans le « tunnel de l'enfer ». Carolina pense à ce qu'elle transmet à ses élèves dans les cours qu'elle dispense à l'université. Elle compare ses connaissances aux informations du discours du guide. Martí réfléchit à ce qu'il peut utiliser pour les visites qu'il organise pour son entreprise. Pedro et Marc, grands connaisseurs de Barcelone, se souviennent de leurs balades dans la ville, d'avoir passé par tel ou tel endroit.

Cecilia et Jose sont conscients du mélange entre exceptionnalité et quotidien de leurs voyages ailleurs. Ils vont jusqu'à admettre qu'ils ont choisi leur lieu de résidence (à côté d'une forêt) parce que c'est le type d'endroit qu'ils aiment visiter. Ils indiquent également que les pratiques qu'ils réalisent en voyage ne sont pas très différentes de ce qu'ils font chez eux. Ces affirmations sont

cohérentes avec l'idée de l'**hybridation** et des migrations d'agrément précédemment développées (Martin, Bourdeau, et Daller 2012). Valérie fait référence directement à des éléments quotidiens présents dans son imaginaire pendant la visite guidée de Barcelone (elle pense au trajet domicile-travail) et lors de ses voyages ailleurs (ses habitudes quotidiennes d'avoir résidé dans ces destinations dans le passé reviennent et se reproduisent).

Le métier de Martí le poursuit dans ses voyages, mais son métier est sa passion et il n'est pas gêné par ce mélange « travail-plaisir ». Pour d'autres, le quotidien est parfois cité comme quelque chose dont il faut s'éloigner lorsqu'on voyage : pour Carlos, Gloria et Valérie, le voyage en vacances doit être synonyme de déconnexion.

Presque tous les visiteurs interrogés s'accordent sur le fait que les visites guidées de proximité permettent de **regarder autrement** la ville où ils résident, de la redécouvrir et de se surprendre. Ce sentiment est également présent pour Marc, Cecilia et Jose lorsqu'ils voyagent ailleurs. Ils adoptent ainsi le regard du touriste (Urry et Larsen 2011) aussi bien ici qu'ailleurs.

2.2. Destination et lieux visités

La notion de destination en tourisme est traditionnellement associée aux lieux où l'expérience touristique se déploie, là où le visiteur arrive à la suite du déplacement (d'où le terme « destination » comme synonyme de finalité). La destination constitue un produit touristique qui fait l'objet d'actions de marketing territorial très variées (labels, campagnes de mise en valeur de tel ou tel élément, etc.). En ce sens, elle est décrite comme « l'artificialisation des lieux » (Christin 2008, 25), le résultat d'une mise en scène où seuls certains éléments sont valorisés pour le visiteur (Vlès 2010a, 2010b).

La ville est un espace de sociabilités, elle nourrit l'imaginaire, elle est tangible, elle est virtuelle, il s'agit un espace « révélé ou à venir, naturel ou artificiel, qui s'offre spontanément ou mis en scène » (Amirou 2003; cité dans Vlès, Berdoulay, et Clarimont 2005, 6). Cette complexité explique son attractivité pour la visite. Dans un contexte postmoderne, la destination ne concerne plus les lieux, mais plus précisément l'expérience qui peut être vécue sur ces lieux (Laliberté 2009) : les professionnels organisant des visites guidées dans le quartier Gòtic ne promeuvent pas le quartier tel quel, mais l'expérience de le connaitre en profondeur, de le redécouvrir, de tisser des liens émotionnels avec lui, de compléter et de nuancer ses propres connaissances en les confrontant au

récit du guide. La ville, dans sa complexité, fournit de nombreuses possibilités. Elle peut être vécue à travers différentes expériences, la visite guidée en est une.

Les quinze visiteurs interrogés évoquent la destination et les lieux visités à travers différentes questions. Les idées recueillies de ces témoignages sont ici agencées selon qu'elles ont été citées uniquement lors des expériences de la visite ici, des voyages ailleurs ou dans les deux cas :

- La visite ici :
    - Les possibilités infinies de découverte dans une grande ville
    - Les préjugés
    - L'importance du guide et la structure de la visite guidée à partir de la rue/du quartier
- Le voyage ailleurs :
    - Des lieux incontournables
    - Le sentiment de ne pas avoir des lieux rêvés
    - Les conséquences de l'homogénéisation des lieux et des sociétés
    - La construction spontanée de la destination
    - Choisir des lieux en fonction du ressenti plutôt que pour ses attributs
    - Des destinations avant exceptionnelles, aujourd'hui accessibles
    - La liberté de se déplacer
    - Les destinations imposées
    - La catégorisation des destinations selon qu'elles soient perçues comme faciles ou compliquées
    - Les destinations de proximité
    - Le *flow*[99] entre le visiteur et les lieux visités.

[99] Voir Tableau 12. « Un niveau optimal de *flow* fournit une intense satisfaction marquée par "un sens d'euphorie, un sens profond de plaisir qui est longuement chéri et dévient un point de repère d'à quoi devrait ressembler la vie" [An optimal level of flow will bring intense satisfaction marked by "a sense of exhilaration, a deep sense of enjoyment that is long cherished and that becomes a landmark in memory for what life should be like"] » (Csikszentmihalyi 1990, 3; cité dans Tung et Ritchie 2011, 1370).

- Les deux (ici et ailleurs) :
    - L'inaccessibilité comme un attrait pour la visite
    - La quête de destinations diverses et différentes (quête de l'insolite)
    - L'intérêt pour les zones non touristiques
    - La mise en valeur du moche et les arguments des promoteurs touristiques
    - La perception de la massification ici et ailleurs
    - *Collectionner* de lieux

Nous pouvons constater que les questions concernant uniquement la visite ici sont beaucoup moins nombreuses que les questions évoquées dans le cadre des expériences ailleurs. Cet exercice montre une segmentation importante entre des aspects perçus uniquement dans un cadre ou dans l'autre. Quelques questions concernent les deux contextes, tantôt pour différents visiteurs, tantôt pour le même individu. À titre d'exemple, Beni revendique sa curiosité et affirme chercher la nouveauté aussi bien ici qu'ailleurs. L'intentionnalité de Beni se manifeste notamment dans sa soif de connaissances. Meritxell parle de sa perception du problème de la massification touristique à Barcelone (elle exprimait ses doutes de la faisabilité de la visite un autre jour que le dimanche et considère cette question comme le défi le plus important auquel la ville de Barcelone est actuellement confrontée). Elle en parle également dans le cadre de son voyage à Madrid où, même si le centre-ville est également massifié, elle n'a pas vécu ce phénomène comme un problème parce qu'il n'interfère pas dans sa vie quotidienne.

L'envie d'éviter les zones les plus touristiques est invoquée aussi bien ici (Jose) qu'ailleurs (Marc, Beni, Martí). L'inaccessibilité comme attrait touristique est également évoquée dans le cadre des voyages (Marc) comme dans les deux contextes (Meritxell). En effet, Meritxell affiche son envie de voyager vers les lieux les plus infranchissables de la planète. Lors de la visite guidée du métro, elle visait à accéder aux espaces interdits de la Barcelone souterraine. C'est à travers **la quête de nouveauté** et **de l'inaccessible** que Barcelone devient pour ces visiteurs une destination à explorer.

2.3. Le visiteur, envies, attitudes, intérêts

Le visiteur est l'élément central de la visite. Il représente dans cette recherche le « point zéro de la spatialité » (Merleau-Ponty 1985; cité dans Hoyaux 2016, 2) : c'est lui qui mesure et prend la

mesure de son monde et du monde des autres. Ainsi, nous sommes rentrée dans le détail de la biographie de chaque visiteur analysé (chapitre 5) afin de contextualiser son rapport à ce monde dont il est « englobé » (Merleau-Ponty 1985). Le travail de mise en contexte visait à mieux comprendre pour chacun ses choix et ses intérêts notamment en lien avec le fait d'être visiteur, ses attributs et ses rapports (réels et imaginaires) aux lieux visités. Les envies, les attitudes adoptées et les intérêts constituent des composantes essentielles de l'intentionnalité de chacun. Ces éléments propres à chaque individu se manifestent parfois de manière similaire pour d'autres individus vivant une expérience comparable.

Il s'agit maintenant d'extraire des conclusions à partir des éléments partagés. Différentes questions évoquées par les individus interviewés informent des caractéristiques et des attributs de ce qu'ils considèrent comme un visiteur ici, ailleurs ou dans les deux contextes :

- Visiteur ici : accord entre les intérêts personnels et l'offre existante.
- Voyageur ailleurs :
  - Sentiments contradictoires (plaisir-stress)
  - Une situation négative peut imprégner tout un voyage
  - L'insouciance
  - Voyager en saison à cause des contraintes professionnelles
  - Être organisé pour limiter les coûts
- Les deux (ici et ailleurs) :
  - Voyager est un besoin humain primitif de quête de plaisir et de tranquillité
  - L'origine et le bagage culturel du visiteur conditionnent l'expérience
  - « J'y ai été, j'ai fait ça »

La plupart des éléments ici évoqués concernent les expériences vécues en lien avec les voyages ailleurs. La **contradiction des émotions** éprouvées est évoquée par Martí, Mamadou et Miguel au sein d'un même voyage. Martí garde le souvenir d'avoir eu une bonne expérience en Bolivie, malgré le temps qu'il a passé sur les hauts plateaux à prendre soin de sa copine quand elle était malade. Mamadou a été à la fois effrayé et enchanté dans le bus qui le transportait de l'aéroport de

Funchal jusqu'à son hôtel dans la montagne. Miguel adore Berlin, malgré la mauvaise expérience vécue avec les amis qui l'ont accompagné. D'après ces témoignages, un voyage n'est pas une ligne droite, c'est une expérience qui comporte des hauts et des bas, des fois ces deux états émotionnels coïncident dans le temps et concernent une même situation. Les émotions ne sont pas intentionnelles, elles relèvent plutôt de la non-intentionnalité (Henry 1995), mais lient un individu, doté d'une personnalité déterminée (et évolutive) à une situation ancrée dans un espace et un temps.

L'insouciance de Carlos lors de son expérience avec les moustiques de Doñana (après avoir ignoré les conseils du guide qui l'accompagnait) est un élément qui le caractérise comme voyageur. Il se laisse aller et ne mesure pas correctement la gravité des situations. Cet attribut coïncide avec des préjugés prêtés aux touristes, en tant que personnage **inconscient et détaché** des lieux qu'il visite. Cette idée apparaît fréquemment dans les enquêtes de perception des barcelonais par rapport au tourisme à Barcelone (chapitre 7). Les répondants à cette enquête soulèvent notamment l'incivisme de certains touristes dans leur usage et occupation de l'espace public.

Les derniers points concernant le visiteur dans le cadre du voyage ailleurs sont liés aux questions logistiques et organisationnelles : l'impossibilité pour Carolina de voyager hors saison et sa conviction (partagée par Laura et Meritxell) que la préparation d'un voyage en amont peut limiter les coûts.

La seule composante de la visite évoquée par plusieurs visiteurs uniquement dans le contexte de la proximité porte sur l'**intérêt thématique**, ce qui rejoint la réflexion précédemment réalisée autour de la question de la curiosité. Cette curiosité, dans le cadre des visites guidées de proximité, se concrétise notamment par l'objet thématique de l'activité (histoire, art, mythologie, minorités, religions, etc.). La **diversité thématique** offerte par la ville de Barcelone et par le format de ces visites (chapitre 6) ouvre ce dispositif à une grande partie de la population locale : tout le monde trouvera sûrement une visite dont la thématique pourra l'intéresser. Comme l'un des professionnels interviewés l'avait affirmé, Barcelone a la capacité de développer ce type d'activités parce qu'il y a le **potentiel thématique** et un **public** intéressé.

Une idée qui concerne pour certains la visite ici et pour d'autres la visite ailleurs est le rôle des origines et du **bagage culturel** dans la **compréhension de l'expérience** de la visite. Martí et Mamadou font référence à cette question dans le cadre des voyages ailleurs. Leurs idées seront expliquées dans le point suivant lors des rapports du visiteur à l'Autre. Dans le contexte de la visite

ici, Valérie et Carolina font directement référence à cette question (Valérie du fait d'être française et Carolina parce qu'elle est enseignante d'histoire à l'université).

L'autre question évoquée dans les deux types de visite est liée aux envies du visiteur d'**être le protagoniste** de son expérience. Dans le cadre des visites de Barcelone, Marc explique notamment qu'il trouve ridicule que les touristes connaissent la ville mieux que lui et qu'il participe à ces visites pour pouvoir dire lui aussi « j'ai été ici, j'ai fait ça ». Marc, Beni, Pedro, Carlos, Valérie et Cecilia expliquent des anecdotes similaires lorsqu'ils voyagent ailleurs. Carlos s'exprime ainsi lorsqu'il parle des lieux où il rêve d'aller (« une île […] pour pouvoir dire, moi aussi je l'ai fait »).

2.4. Le visiteur et ses interactions avec l'Autre

Le visiteur n'est pas un organisme flottant dans l'espace, seul et à la dérive. Il a été déjà établi qu'il est ancré quelque part, qu'il devient visiteur dans un lieu et un moment précis. La visite est une expérience mettant le visiteur en relation avec le monde et les gens qui l'habitent. Nous ne considérons pas cette expérience comme insulaire (Schmidt 1979) et isolée. Au contraire, le visiteur est inséré dans un monde peuplé et interagit directement ou indirectement avec tous les habitants présents (et même absents) de son monde.

La question des interactions avec l'Autre se structure selon qu'elles concernent la population locale ou d'autres acteurs (autres visiteurs, groupe touristique, personnes en dehors de la destination).

2.4.1. « Touriste » et population locale

Les rapports entre touristes et population locale font l'objet de nombreux travaux, notamment de l'anthropologie du tourisme (Dann 2002; V. L. Smith 1989). Ces rapports sont perceptibles pour nos visiteurs aussi bien ici qu'ailleurs. Naturellement, le recours à un **guide** est directement cité pour la plupart de ces visiteurs dans le cadre des visites guidées de proximité : la professionnalité (Laura et Pau), sa performance (Carlos), la qualité de son discours (Carolina), sa clarté (Valérie) ou la proximité avec le guide (Cecilia et Jose) constituent quelques éléments évoqués. Dans le cadre du voyage ailleurs, Marc, Beni et Carolina ont eu recours à des guides locaux, pour mieux se déplacer dans des destinations exotiques (Carolina), parce que c'était obligatoire dans le cadre des voyages de pêche (Beni) ou pour accéder à certains endroits (Marc).

Parfois, ce sont eux-mêmes qui se placent dans la population locale dans leur récit. Cela arrive lorsqu'ils expliquent qu'ils **font visiter** leur pays (Mamadou) ou Barcelone (Marc, Carolina,

Valérie) à des visiteurs d'ailleurs, utilisant ou non les informations apprises dans les visites guidées. Marc évoque cette question aussi bien pour ses visites ici que pour ses voyages ailleurs. Il considère que le visiteur a un avantage par rapport au résident dans la manière de regarder les lieux. Il dit avoir été dans des endroits où même des gens qui résidaient à côté ne savaient pas qu'ils existaient. Il avoue son ignorance en tant que résident concernant Barcelone, par rapport à des visiteurs d'ailleurs qui lui font découvrir des détails inconnus pour lui. Cette question a également été évoquée par un visiteur lors d'un échange informel dans le cadre de sa participation à une visite guidée de proximité observée :

> C'est la première fois que je fais ça à Barcelone. Je l'ai fait à Berlin, où je suis allé voir ma fille, et j'ai pensé « Pourquoi ne le ferais-je ici ? ».

En tant que résidents ayant une histoire et des liens avec la ville, Marc, Beni et Carlos admettent qu'ils peuvent **compléter, contredire ou nuancer** le récit du guide dans les visites de Barcelone. Pau évoque la place du groupe en visite guidée dans l'espace public barcelonais lorsqu'il explique comment il s'est senti **observé et jugé** comme s'il était un touriste d'ailleurs dans le quartier Gòtic. Nous avons remarqué ce regard dont il parle lors de nos observations. Lors de la visite nocturne sur les affaires criminelles à Barcelone, en face du Palau Güell (proche des Ramblas), un jeune nous a proposé de nous joindre à lui pour faire la fête :

> « Deux jeunes passants écoutent le guide. Un groupe de gens passe dans la rue. L'un d'entre eux nous prend pour des étrangers et nous dit, en anglais : "voulez-vous vous amuser ? Venez après avec moi, on va faire la fête !" » (RBP07, 27/06/2014).

Il nous a pris pour des touristes (des visiteurs d'ailleurs), ce qui montre le regard que les passants portent sur ces groupes de visiteurs locaux. La distinction entre visiteurs d'ici ou d'ailleurs lorsqu'ils se déplacent **en groupe** (chapitre 7) n'est pas simple. Dans un contexte de rejet du tourisme de masse à Barcelone, cette difficulté n'est pas anodine.

Les autres thèmes concernent uniquement les expériences vécues ailleurs. Observer la vie quotidienne (Carolina, Valérie, Laura, Miguel) ou partager des moments avec des résidents (Martí, Cecilia, Jose, Meritxell), cela confirme l'intérêt que beaucoup d'entre eux portent à leur participation dans la vie quotidienne des destinations comme un élément de réussite du voyage et leur volonté de **comprendre les lieux visités à travers** la manière dont **les gens qui les habitent** interagissent avec eux.

Les rapports aux hôtes des expériences d'hébergement via AirBnB sont également soulignés par ces visiteurs : certaines expériences sont ratées (Cecilia), d'autres sont à l'origine du souvenir d'un **voyage mémorable** (Pau).

2.4.2. Partager l'expérience : les autres visiteurs, le groupe touristique et autres

À part la population locale, le visiteur est en contact avec d'autres individus (avant, pendant et après l'action du voyage ou de la visite). Les plus représentatifs sont les autres visiteurs, les membres du groupe touristique et d'autres individus déconnectés de la destination.

Le groupe touristique

Les participants interviewés voyagent (ailleurs) essentiellement en couple ou avec des amis. Peu de participants interviewés ont partagé leurs expériences en tant que voyageurs solitaires, seul Miguel y fait référence lorsqu'il raconte son deuxième voyage à Berlin, qu'il a réalisé justement suite à une mauvaise expérience dans un voyage en groupe. Dans les visites de proximité (ici), Pedro a participé tout seul, les autres ont tous participé à deux (en couple ou avec un/e ami/e), sauf Martí, qui est allé avec un groupe d'une dizaine d'amis.

En quelques occasions, l'individu ne fait pas lui-même les choix concernant l'organisation de la visite (ici comme ailleurs). Il arrive que ces choix lui soient proposés par quelqu'un d'autre et l'individu en question se contente de suivre cette initiative extérieure. Cela ne signifie pas qu'il n'est pas intéressé. Le fait de se joindre à l'autre est révélateur d'un certain intérêt. Néanmoins, sans la personne organisatrice, celle qui joue le **rôle moteur du groupe**, la visite n'aurait probablement jamais lieux. C'est le cas de Mamadou ou de Valérie lors de leur participation aux visites de Barcelone. Pour Beni, cela arrive ici et ailleurs. Elle s'autoproclame le « sac à dos » de Marc car, à chaque fois qu'il se passionne pour une activité, elle le suit aussi bien à proximité de chez eux qu'à l'autre bout du monde.

Miguel, à Barcelone (pour lui ailleurs), a participé à la visite du quartier de Gracia sur l'initiative de son ami, organisateur de visites de ce type (« alternatives, culturelles ») à Séville. Il met alors l'accent sur sa propre passivité en ce qui concerne, d'un côté, la prise de décision de participer à l'activité et, de l'autre, les questions logistiques.

Être en bonne compagnie, avoir une **harmonie au sein du groupe** est très importante pour Martí, Carlos et Miguel, notamment lorsqu'ils voyagent ailleurs. Pour Martí, on connait vraiment les gens

lorsqu'on voyage avec eux. L'expérience positive ou négative de partager un voyage avec quelqu'un peut donc, pour lui, conditionner sa relation avec cette personne après le voyage. Pour Marc et Miguel, voyager avec un grand groupe peut éloigner le visiteur de la destination. Un grand groupe isolerait donc le voyageur, qui vit alors une expérience insulaire, comme celle décrite par Schmidt (1979).

Une idée que Laura et Mamadou ont fait émerger est la question du plaisir de voir l'Autre découvrir quelque chose pour la première fois. Pour Laura, cela lui est arrivé lorsqu'elle redécouvrait New York avec Pau, qui n'y était jamais allé auparavant (elle, si). Mamadou s'exprime plutôt sur le **plaisir** qu'il prend **à montrer** son pays (le Sénégal) à ses copines et amis. Expérimenter la destination à partir de l'expérience de l'autre est, d'après ces témoignages, une source de plaisir associée au voyage.

Dans le cadre des visites ici, il est intéressant d'évoquer le témoignage de Gloria concernant son expérience « amplifiée ». Lorsqu'elle participe à une visite guidée, elle écoute le guide d'une oreille et Carlos de l'autre. Le guide fait son discours, Carlos le complète avec ses connaissances.

Les autres visiteurs

Marc, Martí et Valérie expriment directement qu'ils souhaitent être tranquilles quand ils voyagent ailleurs et préfèrent ne pas rencontrer d'autres visiteurs. Beni apprécie la rencontre ponctuelle avec ces visiteurs, notamment dans des endroits inopinés.

Au-delà de la rencontre physique, **les autres visiteurs contribuent à construire les expériences** de nos visiteurs lorsqu'ils partagent leurs avis sur les **réseaux sociaux**. Pour Valérie et Laura, les recommandations sur TripAdvisor ou sur les différents sites Internet des services et des activités de la destination conditionnent leur perception de ces services et activités et leurs prises de décision. Elles représentent la porte d'entrée à la destination, qui se fait alors à distance, lorsque l'expérience est au stade d'action projetée. Pour Jose et Cecilia, les recommandations des autres ne sont pas aussi importantes. Ils les écoutent, mais, une fois sur place, ils les suivent rarement, sans regrets.

Les visiteurs n'ont pas évoqué cette question dans le cadre des visites ici, mais les professionnels certifient que les réseaux sociaux fonctionnent et conditionnent ce secteur. TripAdvisor, Atrapalo et les sites de chaque organisateur constituent des moyens par lesquels d'autres visiteurs s'expriment et présentent l'activité avant qu'elle ne se déroule. En ce sens, il s'agit également d'une porte d'entrée virtuelle aux visites pour le public local.

Reprenant l'expérience de Pau, où il explique que le guide était en train de montrer des éléments sur une façade (à son avis) banale et que les passants s'arrêtaient pour regarder, nous constatons que le visiteur peut parfois **inspirer le regard** des autres visiteurs. Dans cet exemple, Pau insiste sur le fait que ce ne sont pas uniquement des résidents qui les regardent en se demandant ce qu'ils regardent. Parmi les personnes autour, il y a également des « touristes » cherchant à trouver ce qui était si intéressant.

Autres individus

Valérie et Laura expliquent qu'elles ont l'habitude de partager leurs expériences via les réseaux sociaux. Elles se mettent alors à la place des visiteurs qui ont laissé les avis qui les ont inspirées dans leurs voyages ailleurs. Valérie va plus loin, car elle explique qu'elle partage ses photos depuis la destination (sur Facebook) et obtient des **réponses instantanées**, des commentaires qui participent à son expérience du voyage, de la part d'individus qui ne sont pas sur place. C'est une façon pour ces individus de **découvrir virtuellement la destination** et de participer au voyage en faisant des blagues ou des remarques.

Cette dynamique est cohérente avec le contexte précédemment développé de la distorsion entre voyage et vie quotidienne, dans l'instantanéité des échanges d'information et dans la manière dont les individus construisent aujourd'hui leur imaginaire des lieux.

2.5. Rentrer/Fin

Le retour est une composante essentielle du voyage (Muñoz 2015). La définition officielle de tourisme limite traditionnellement cette pratique à la durée d'un an. S'il n'y a pas de fin, les statistiques considèrent le déplacement comme une migration. Pour nos visiteurs, le retour permet de mettre en perspective l'expérience vécue. À travers les photos, les souvenirs et d'autres traces tangibles, le voyage peut se prolonger.

2.5.1. Mise en perspective de l'expérience vécue

Martí explique que le **retour** chez soi, la fin du voyage, est nécessaire pour pouvoir **donner du sens** à l'expérience. Il affirme qu'il est important de déconnecter de voyager. Ce processus s'opère pour certains à travers une évaluation de l'acte par rapport à l'action projetée (Schütz 1993), de l'expérience finalement vécue par rapport aux attentes préexistantes. Marc, Beni, Mamadou et Meritxell ont expérimenté une **déception** lors de leur expérience de la visite de Barcelone. Cecilia

exprime une déception de son voyage à Porto. Ces déceptions sont le résultat d'un écart négatif entre les attentes et l'expérience telle qu'elle a été finalement perçue. Si l'écart est positif, le visiteur est surpris agréablement. La **surprise**, positive et négative, contribue également à rendre l'expérience mémorable et de se remémorer et s'émouvoir après le temps, comme cela est arrivé à Marc, Laura, Meritxell et Miguel.

La réflexion autour de l'expérience vécue peut mettre en perspective non seulement le voyage, mais également la vie chez soi. Valérie et Cecilia utilisent ce qu'ils apprennent lors des visites guidées de Barcelone pour **mieux comprendre leur ville**. Elles indiquent directement que comprendre le passé de la ville leur permet de mieux la décoder au présent. Pour Miguel, cela lui est arrivé quand il a visité Gracia (ailleurs, pour lui), un quartier qu'il a comparé aux quartiers qu'il connait en Andalousie (chez lui).

Les visites de proximité constituent pour tous les visiteurs un moyen de connaître l'histoire de la ville, de l'apprécier, de renforcer leurs liens avec elle et de pouvoir ensuite l'expliquer. Certains visiteurs l'ont indiqué directement, d'autres (comme Beni, Martí, Laura, Pau et Miguel) l'ont fait de manière indirecte, mais ils s'accordent tous pour dire qu'elles permettent d'apprendre et de **découvrir** des détails ignorés auparavant. Pour Marc, Pedro, Carlos, Gloria et Cecilia, des individus qui affirment bien connaître la ville, ces visites permettent la **confirmation d'informations** qu'ils avaient déjà. Cecilia évoque cette idée aussi bien pour les visites ici que lors des voyages ailleurs.

2.5.2. Traces tangibles de l'expérience du voyage

Cette partie concerne presque exclusivement les voyages ailleurs. Pour la plupart, les visiteurs interrogés prennent des photos quand ils voyagent. Dans le cadre de la visite ici, Carolina, par exemple, explique qu'elle n'a même pas pensé à prendre des photographies car elle connait très bien les lieux visités. Pour Carolina, ce n'est pas la peine de prendre des photos de lieux qui sont accessibles parce qu'ils sont **proches** et elle **peut y retourner** quand elle veut. Gloria et Carlos ne prennent des photos ni ici ni ailleurs (ou très peu), car ils considèrent qu'après ils ne les regardent pas et que tout le monde fait les mêmes photos de toute façon. Ils préfèrent vivre intensément le voyage quand ils sont sur place, plutôt que de passer le temps à regarder la destination à travers l'appareil photo en pensant seulement aux traces tangibles que ce voyage va laisser. Ni Marc ni

Beni ne prennent de photos, que ce soit ici ou ailleurs. D'après Beni, ils en prenaient quand ils étaient « jeunes et beaux », mais plus maintenant.

Marc et Carolina prennent des notes. Marc en a pris dans la visite sur la Guerre Civile, parce qu'il trouvait la thématique intéressante. Carolina note des détails pratiques et logistiques de ses voyages quand elle est ailleurs et elle a l'habitude de dessiner. Dessiner lui permet de se poser quelque part et regarder « la vie se passer » devant elle. Elle n'a pas fait mention de ces dessins comme un souvenir. Elle a uniquement parlé de leur fonction sur place, au moment de l'action (Schütz 1993).

Finalement, seulement dans le cadre des voyages ailleurs, différents visiteurs évoquent l'achat de souvenirs comme des traces tangibles du voyage. Martí indique que le collectionnisme de souvenirs est une **pratique égocentrique** visant à montrer où « j'ai été ». Pour Valérie, Pau et Laura, les souvenirs sont plutôt des objets qu'ils peuvent utiliser au quotidien (comme des vêtements) ou des ingrédients culinaires avec lesquels ils peuvent faire des plats typiques des lieux visités. Comme la préparation de l'album photo pour Carolina ou Martí, ces éléments permettent de **prolonger le voyage**, même longtemps après qu'il ait eu lieu.

2.6. Quels sont les éléments en commun entre l'expérience de la visite ici et celle du voyage ailleurs ? Définition de l'expérience touristique.

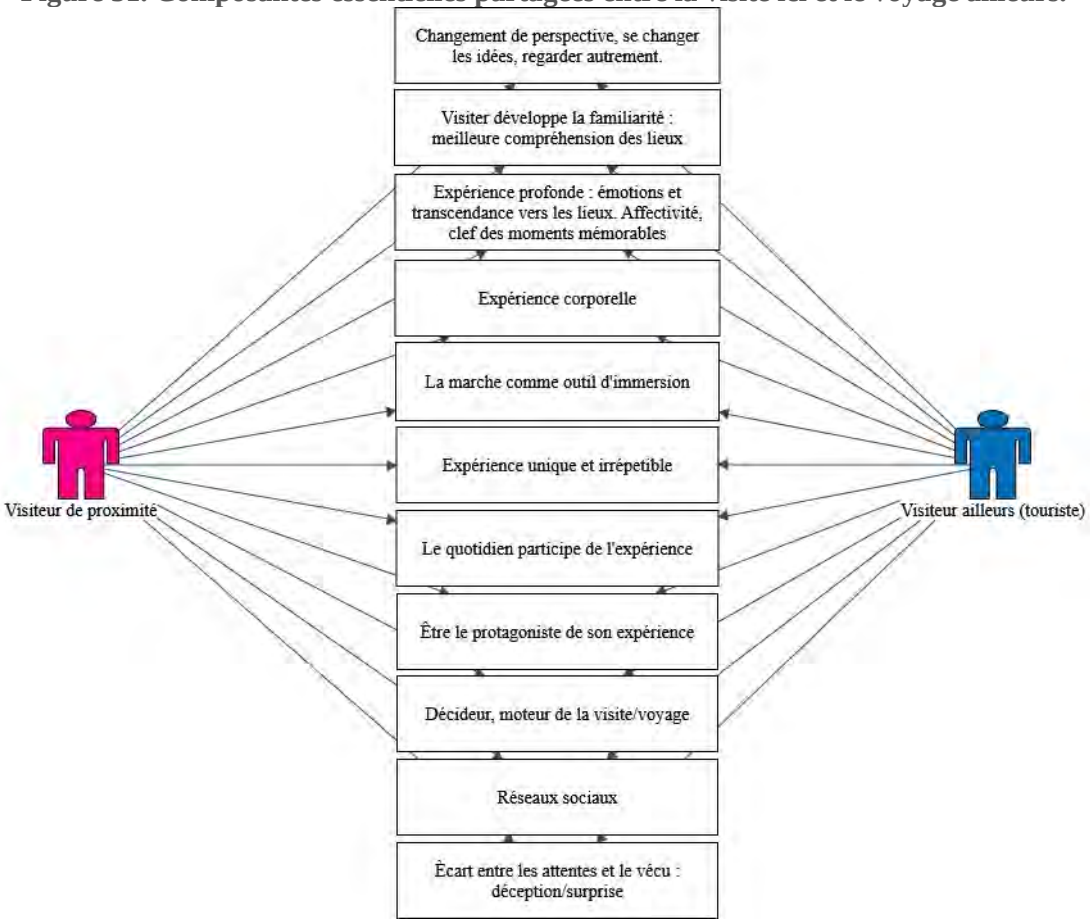
À la suite des éléments présentés sur ce chapitre, onze composantes essentielles ont été identifiées comme faisant partie des deux types d'expérience de visite (ici/ailleurs) (voir Figure 31).

Ces composantes identifiées comme étant communes aux visites guidées de proximité et aux expériences touristiques classiques émanent essentiellement du vécu des visiteurs analysés. Pour les professionnels du secteur, les éléments communs entre travailler avec un public local ou avec un public touristique (classique) concernent notamment les thématiques (la différence réside dans la profondeur du discours), la vente en ligne et le statut des guides atitrés (le même titre est utilisé pour le public local ou étranger) (voir Tableau 27, p. 304).

Concernant l'ancrage des visites guidées de proximité dans l'espace et le temps de Barcelone, elles se déroulent principalement dans le district de Ciutat Vella, celui qui est le plus touché par la pression touristique. Elle peuvent également être proposées régulièrement dans d'autres districts. La comparaison des différents itinéraires avec, d'un côté, les visites proposées par l'office de tourisme et, de l'autre, les balades citoyennes organisées annuellement pour les promenades de Jane à Barcelone, semble montrer que, plus les visites s'adressent à un public touristique, plus elles

sont centrales dans la ville ; plus elles ont une thématique citoyenne et un public local, plus elles sont éparpillées. Les visiteurs locaux interrogés ont placé sur la carte les points les plus mémorables pour eux à la suite de leur participation à une visite (Carte 15, p. 333). Les points identifiés concernent des détails mémorables du parcours ou des lieux attachés à des émotions issues d'expériences passées, réveillées lors de cette activité.

Figure 31. Composantes essentielles partagées entre la visite ici et le voyage ailleurs.



Source : auteure, 2018.

Ces onze composantes de l'expérience ici communes avec l'expérience touristique classique sont-elles suffisantes pour dire que la visite guidée ici est une expérience touristique ? Du point de vue pratique, elles sont effectivement très similaires (l'organisation par des professionnels, les espaces et les thématiques proposés, l'utilisation de réseaux sociaux, etc.).

Du point de vue de la perception individuelle, le visiteur de proximité se considère-t-il comme un touriste dans sa ville lorsqu'il participe à ces activités ? Aucun des visiteurs interviewés ne l'a directement nié. Seul Jose a vraiment souhaité faire une distinction entre sa visite et ce que font les

touristes : il a visité un quartier en dehors de la zone touristique, il était seul avec Cecilia et la guide, et les lieux n'étaient pas aménagés.

Certains (comme Marc ou comme des visiteurs dont les propos ont été recueillis dans des échanges informels lors des observations) affirment directement qu'ils ont participé à ce type de visites parce que les touristes les font et ils ont parfois l'impression que les touristes connaissent la ville mieux qu'eux, alors qu'ils sont des habitants permanents.

D'autres (comme Carolina ou Valérie) n'en parlent pas directement, mais disent participer à cette activité pour ensuite montrer la ville aux touristes qui viennent les voir. De la même manière, Martí organise des visites de ce type pour des touristes, mais cette fois il faisait partie du public. Il s'inspire de son expérience comme participant pour ensuite construire ses propres activités. Lorsque Carolina et Valérie visiteront Barcelone avec leurs amis d'ailleurs elles feront du tourisme (Griffin 2017). Elles réaliseront le même parcours et raconteront les mêmes histoires que le guide. Pourquoi ne seraient-elles alors pas des touristes ? Si les visiteurs que Martí accompagne sont des touristes et il leur explique les mêmes informations qu'il a apprises lors des visites auxquelles il a participé, pourquoi ne serait-il pas touriste à son tour quand il est du côté du public ?

Carlos et Gloria participent à ce type de visites très souvent, en partie parce qu'ils ne voyagent pas trop ailleurs. Ils expérimentent ces visites comme un passe-temps, comme un moyen de déconnecter de la routine (en plus d'apprendre et de se faire plaisir). Cette intentionnalité concorde avec le mode diversion du touriste de Cohen (1979). Il s'agit évidemment d'un loisir pour ces deux individus. Il est toutefois intéressant de noter que ce loisir remplace pour eux les voyages et le tourisme classique, qu'ils ne pratiquent que ponctuellement.

Les composantes présentées dans ce chapitre et synthétisées dans la Figure 31 sont cohérentes avec le contexte que nous avons présenté dans l'introduction et les deux premiers chapitres de cette recherche. Ce contexte postmoderne est basé sur le relativisme. Nous avons constaté que l'expérience des visites guidées ici et des voyages ailleurs ont en commun le fait de donner l'opportunité au visiteur (au-delà de la distance) de regarder autrement, de changer de perspective, de privilégier la différence face à la distance.

Ce processus s'inscrit complètement dans une vision relativiste du monde, car chacun change de perspective en fonction de là où il est. Pour cette raison, nous nous sommes penchée sur le positionnement de chaque individu dans son monde. Nous avons tenté de contextualiser au mieux

les expériences de chacun par rapport à ce qui compte pour lui (sa biographie, son imaginaire, les représentations qu'il a souhaité partager avec nous).

La place des émotions dans ces expériences de visite ici ou ailleurs semble confirmer les théories d'un touriste qui cherche l'authenticité dans le seul domaine où il peut la trouver : dans la manière dont l'individu ressent l'expérience, dans les émotions qu'il éprouve, qui relèvent de la non-intentionnalité et c'est précisément pour cela qu'elles sont sincères.

Compte tenu de nos résultats, nous définissons l'**expérience touristique** comme le moyen à travers lequel l'individu se déplace dans sa subjectivité et devient visiteur. Elle décrit également ce que le visiteur éprouve lorsqu'il se rend corporellement et émotionnellement disponible pour ce changement. Être visiteur est une condition temporaire. Pendant un temps défini l'individu joue un rôle différent de celui de tous les jours. Ce rôle est caractérisé par un rythme, un point de vue, des pratiques, des idées, des émotions propres à chacun, mais différents de ce qu'il adopte, réalise, éprouve en dehors de la visite, qu'elle soit à proximité ou à distance de chez lui.

3. Le touriste, une forme d'être-au-monde. Implications dans le cas d'un espace de proximité

L'objectif principal de cette recherche porte sur la compréhension de la condition du visiteur. Il s'agissait ici de décoder ce que veut dire être touriste et déterminer si cela était possible à une échelle micro-locale, dans des espaces proches, familiers et pour un lapsus très court de temps (le temps d'une visite guidée).

À partir des témoignages de différents professionnels liés au secteur des activités touristiques pour un public essentiellement local (sans être fermées au public touristique classique), nous avons défini le rôle de la proximité dans le développement de ce secteur. Nous avons observé le processus de construction de l'offre, son cadre spatio-temporel et les impacts sur la ville, notamment lorsque la spatialité de ces propositions coïncide en grande partie avec celle des activités proposées au touriste classique par les acteurs officiels (office de tourisme), et cela dans un contexte de massification touristique et de refus du tourisme.

Le touriste est un personnage difficile à cerner. D'un côté, il s'agit de l'élément palpable résultant de l'ouverture de la pratique du voyage, auparavant réservée aux scientifiques, aux commerçants, aux pèlerins, aux membres de l'élite dans son Grand Tour. De l'autre côté, il est stigmatisé en tant

que personnage ridicule, égocentrique, *idiot*, sans initiative, sans aucun intérêt pour la rencontre de l'Autre et sans aucun respect de l'environnement visité. Il a été ainsi conceptualisé comme un élément détaché de la destination, visiteur d'une mise en scène élaborée rien que pour lui. Un consommateur d'inauthenticité. Pourtant, le visiteur de proximité est ici présenté comme un inspirateur du regard.

Lorsque le touriste visite une ville, il ne passe pas inaperçu. Il inspire à la fois envie et refus. À la croisée des deux, il est perçu par certains représentants de la population locale comme un personnage détenteur d'un accès privilégié à la ville. Cette perception peut expliquer en partie l'envie croissante de découverte de l'espace quotidien, même si elle n'a été démontrée que pour une partie des cas analysés. Le développement d'une offre de (re)découverte de la ville où le public réside est d'autant plus surprenant lorsqu'on constate qu'être touriste, en général, n'est pas un statut recherché. Le touriste lui-même ne veut pas porter cette étiquette, tel qu'il a été théorisé dans la littérature touristique et confirmé dans cette recherche lors des récits concernant les expériences ailleurs (Marc, Martí, Jose, Cecilia…). Le développement de cette offre et le succès auprès des Barcelonais prouvent que cette forme d'être-au-monde qu'est le touriste, même si elle est par principe rejetée, est tout de même enviée. Elle constitue une porte d'accès à la ville insolite, elle permet de la regarder autrement, de réécrire la ville et de la réactualiser (Bailly 2013), de renouer les liens avec elle lorsqu'elle redevient l'espace quotidien.

Dans un contexte mondialisé, où les déplacements vers des territoires lointains sont accessibles au plus grand nombre grâce aux progrès des moyens de transports (et à la baisse de prix des billets d'avion) et où les moyens de communication permettent l'accès quotidien et immédiat à des réalités lointaines, les éléments conditionnant la construction des perceptions de l'individu concernant ce qui est familier ou étranger, proche ou distant, ont été profondément bouleversés. Cette confusion de repères a contribué à la genèse de l'envie consciente de redécouvrir les espaces de proximité. En effet, le tourisme vers des espaces géographiquement proches du visiteur est aussi vieux que le tourisme en général. Néanmoins, l'envie d'expérimenter autrement des lieux déjà connus et proches du lieu de résidence, sous le prisme d'une quête de la nouveauté, de connaissances et de redécouverte, est plus récente. Dans un contexte après-touristique caractérisé par l'hybridation des espaces et des temporalités, où le touriste est motivé par d'innombrables raisons, les dichotomies classiques du tourisme sont mises en question et des notions telles que la proximité ou le quotidien ont intégré la sphère touristique. Dans ce cadre, le touriste est aussi intéressé par les aspects banals

de l'exotique que par l'exotique du quotidien. Les expériences présentées dans cette recherche s'inscrivent dans ce schéma.

L'envie consciente de découverte de l'espace quotidien est accompagnée d'un effort de construction de l'étrangeté, au sens où le visiteur cherche l'inconnu dans des lieux qu'il connait. Cet effort est réalisé aussi bien par les responsables de l'offre d'activités proposées, lorsqu'ils s'apprêtent à identifier les atouts potentiellement exploitables pour un public local, que par le visiteur, lorsqu'il reste ouvert aux détails et accessible à la découverte. Pour un public touristique classique, en principe cela vient de soi. Face à la destination, le touriste classique est a priori plus facilement confronté à la nouveauté. Dans un tourisme local, cette nouveauté doit être recherchée et parfois créée dans une sorte de mise en scène pour le visiteur de proximité.

Le visiteur est ici présenté comme une forme particulière de positionnement face à un espace à la fois connu et inconnu. Elle a été analysée parallèlement à l'expérience touristique classique au sein du même individu et pour l'ensemble des visiteurs analysés. Ces différentes échelles d'analyse ont permis la mise en évidence de contradictions et de paradoxes concernant les représentations liées aussi bien au touriste (quand c'est moi, quand c'est l'Autre) qu'à l'espace quotidien comme destination.

Il a été constaté dans la littérature que faire du tourisme à proximité de chez soi est souvent associé non seulement à l'éveil d'une conscientisation environnementale, mais également à des valeurs sociales et culturelles positives, de renforcement de l'identité locale et de mise en valeur du patrimoine. Dans un contexte de protestations anti-touristiques, le tourisme de proximité à l'échelle micro-locale (la visite de sa propre ville dans le but de mieux la connaître et de tisser des liens avec elle) est envisagé comme une solution possible de rapprochement entre résidents et touristes (Ribera 2010).

En réalité, ce personnage hybride entre l'ici et l'ailleurs, entre le quotidien et l'extraordinaire, entre l'habitant et le touriste, partage avec le touriste classique une intentionnalité basée essentiellement sur la curiosité, la perspective différenciée face au regard adopté dans la vie quotidienne et l'importance des émotions dans l'authenticité de l'expérience. Pour autant, la nature commune des composantes identifiées dans l'expérience de la visite ici et du voyage ailleurs n'a pas d'impact sur les représentations négatives que ces visiteurs d'ici ont des autres visiteurs (les visiteurs d'ailleurs dans leur propre ville et les autres visiteurs lorsqu'ils sont ailleurs).

La pratique de la visite de proximité n'implique pas une meilleure appréciation du touriste ni une mise en question de ses propres actions en tant que visiteur. La confrontation caricaturale du voyageur face au touriste est bien présente dans l'imaginaire collectif et la pratique de la visite de proximité, loin de combattre ces stéréotypes, les renforce. Cela peut s'expliquer parce que cette forme de production de l'espace participe à la massification de certains points de la ville et ces visiteurs y sont confrontés directement lors de leurs visites. Faire du tourisme de proximité est associé à des valeurs positives et ces visites pourraient être considérées par ces visiteurs comme une forme intelligente de visiter, en opposition avec d'autres formes perçues comme plus nuisibles.

La distinction entre une ville « réelle » et une ville « touristique » ne s'est donc pas effacée par ce partage d'envies, de curiosité et d'utilisation de l'espace public. Une disparition de ces limites, la construction d'une ville réelle pour tous, procurant un bon cadre de vie pour les résidents et attirante pour les touristes grâce à la présence quotidienne des résidents (garantissant l'authenticité) sont les seules solutions que nous aurions à proposer pour la consolidation d'une destination touristique urbaine durable.

Quoi qu'il en soit, le touriste n'est pas réhabilité dans ce contexte, contrairement à l'espace quotidien. Nos résultats confirment que lorsque l'individu devient visiteur de sa propre ville, il renforce sa relation avec celle-ci.

Afin d'accéder à ces visiteurs, nous nous sommes centrée sur la visite guidée, car elle fait partie de l'imaginaire de l'offre touristique. Des touristes, partout dans le monde, choisissent cette formule pour accéder d'une manière efficace et cohérente aux principaux attraits d'une destination. En tant que pratique incarnée, d'un côté, l'individu coproduit la visite guidée par sa présence et ses actions lors du déroulement de l'activité. De l'autre côté, il construit l'espace parcouru en lui attribuant de nouveaux sens grâce aux éléments appris du récit mais également aux événements rencontrés lors du parcours et aux souvenirs déclenchés par le passage par certains endroits émotionnellement significatifs. Cela est valable pour l'expérience classique lorsqu'il s'agit de visiter des lieux familiers (des lieux où le visiteur a résidé dans le passé, des lieux de l'enfance, une seconde résidence…), mais c'est encore plus déterminant dans le cadre d'une expérience de proximité où les lieux investis de nouveaux sens restent accessibles quotidiennement pour le visiteur.

L'approche idiographique adoptée dans l'analyse des visiteurs n'a pas pour objectif la représentativité ni l'énonciation de lois universelles. La méthode appliquée pour analyser les

visiteurs, tirée de l'analyse phénoménologique interprétative, permet cependant l'accès à des individus réellement existants, dans leurs contextes réels. Elle ne vise pas à montrer l'incidence d'un élément, mais son existence. Elle fait émerger des idées qui passent souvent inaperçues dans les statistiques et qui conditionnent néanmoins la manière dont chaque visiteur approche et transforme le monde qui l'englobe.

La limite la plus importante de cette méthode relève à notre avis de la dimension interprétative. En effet, elle permet à l'individu interviewé une certaine liberté par rapport à ce dont il veut parler (dans les limites posées par des questions très générales). Cela provoque inévitablement un déséquilibre entre le temps qu'il consacre à parler de ses visites *ici* et de ses voyages *ailleurs*. Après avoir réalisé le cycle interprétatif, de nombreux thèmes et super-thèmes émergent et le chercheur doit toujours faire un choix en lien avec les questions de recherche initialement posées ou bien faire évoluer ces questions. Nos questions de recherche ont effectivement évolué au long du parcours doctoral. Des choix ont dû être réalisés et, face à un matériel très riche, nous n'avons cité que les parties qui nous ont semblées le plus en rapport avec l'objet de la recherche.

Cette démarche analytique, combinée avec des sources d'information et des outils complémentaires, visait à l'identification de questions intrinsèquement associées à l'expérience touristique classique et à l'expérience de la visite de proximité. L'analyse thématique et l'analyse cartographique ont fait également l'objet de différents choix. Ces choix ont été vécus comme étant plus simples, car ces deux méthodes ciblaient plus directement la thématique des visites guidées de proximité, alors que la méthode tirée de l'IPA est très ouverte et les données collectées concernent tout ce qui compte pour l'individu (ce qui peut être très large et divers).

Cette recherche propose un nouveau regard sur la condition de visiteur et de touriste aujourd'hui. Nous nous sommes installée dans une échelle micro-locale. De prochaines recherches pourraient se pencher sur cette même question à d'autres échelles, comme l'échelle régionale. Elles pourraient approfondir les relations entre les différents usagers de l'espace public sans oublier ces visiteurs de proximité, s'intéresser à ces pratiques en termes d'image ou d'engagement ou analyser ces visiteurs dans la durée, identifiant de nouvelles méthodes qui pourraient permettre ce suivi. En définitive, l'exploration de l'espace quotidien est une aventure qui n'en est qu'à ses débuts.

Table des matières

Remerciements **3**

Avertissement **5**

Petite aide au lecteur… **7**

Sommaire **9**

Introduction générale **11**

1. Redécouverte du « proche » et expérience touristique : questions et hypothèses 12

2. Barcelone, ville touristique à (re)découvrir 20

3. Structure et chapitres 25

Chapitre 1. Le contexte contemporain du tourisme, entre mobilités multiples, distances et proximités nouvelles **33**

1. Introduction 33

2. Le développement des moyens de transport, une histoire de proximité et distance 35

2.1. Le train 35

2.2. La voiture 37

2.3. L'avion 40

2.4. Pétrole-apocalypse et tourisme de proximité 45

3. Tourisme, dépaysement et la question de l'environnement habituel 49

4. Conclusions 55

Chapitre 2. L'expérience touristique à travers la visite guidée **57**

1. Introduction 57

2. Postmodernisme et expérience touristique 58

3. L'expérience de l'espace à travers la visite guidée 70

3.1. Pratiquer la visite guidée : suivre ou participer ? 70

3.2. Le guide et autres notions associées à la visite guidée 78

4. Conclusions 83

Chapitre 3. Phénoménologie et expérience de l'espace 85

1. Introduction 85

2. L'approche phénoménologique : faire apparaître l'essence du monde vécu 87

3. Notions liées à l'expérience géographique de l'être humain dans le monde 91

4. Approches autour de la construction de l'expérience 94

5. Conclusions 101

Chapitre 4. Méthodologie 103

1. Introduction 103

1.1. Le choix de la visite guidée 103

1.2. Le choix d'une méthodologie qualitative 104

1.2.1. Techniques d'enquête et méthodes analytiques 105

1.3. Les difficultés liées à l'interprétation et les apports de l'herméneutique 106

2. Écouter les professionnels de la (re)découverte de Barcelone 108

2.1. Les profils analysés 109

2.2. Préparer les entretiens 111

2.3. Préparer l'analyse du récit des professionnels 112

2.4. Le processus analytique : traitement des données sur NVivo et analyse de contenu 114

Phase 0 : Retranscription et importation sur NVivo 114

Phase 1 : Codage automatique 114

Phase 2 : Vérification manuelle du codage automatique. Questionnements interprétatifs. 115

Phase 3 : Les super-thèmes : analyse de fréquence 116

3. Identifier l'offre de visites guidées pour un public local 118

3.1. Le catalogue de l'offre des visites guidées pour le public local 119

3.2. Les thématiques des visites analysées 120

4. Observer l'offre de la (re)découverte de Barcelone 120

4.1. La grille d'observation 122
4.2. Traitement analytique du journal de terrain 126
4.3. Échanger avec les visiteurs pendant et après l'observation 128
5. Accéder à l'expérience de la (re)découverte ici et ailleurs à travers une méthode tirée de l'analyse phénoménologique interprétative 129
5.1. Pourquoi l'analyse phénoménologique interprétative ? 130
5.2. L'échantillon et le choix de l'entretien dans le cadre de l'IPA 136
5.3. L'analyse interprétative phénoménologique, un processus circulaire 141
Phase 1 : Lecture active de chaque cas 141
Phase 2 : Codification manuelle des thèmes émergents 143
Phase 3 : Analyse par regroupement cas par cas 143
Phase 4 : Analyse par regroupement général des thèmes émergents 146
5.4. Apports et limites de l'IPA 146
6. Cartographier la (re)découverte de la ville de Barcelone 148
6.1. Analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées 149
6.1.1. Comparer les espaces et les temps au sein de l'offre de visites de proximité 149
6.1.2. Comparer les offres permettant la découverte de Barcelone à différents publics 153
6.2. Cartographier l'ambiance et l'expérience vécue 154
6.2.1. Cartographier l'expérience de chaque visite guidée 155
6.2.2. Cartographier les points d'attrait pour un public local 157
7. Conclusions 158

Chapitre 5. Visiter 159

1. Introduction 159
2. Marc 160
2.1. La visite *ici* : « C'est ridicule quand t'as des gens de dehors qui te disent "ah moi je suis allé là" » 161
2.2. Le voyage *ailleurs* : « On a bien crapahuté » 165
3. Beni 169

3.1. La visite *ici* : « On y est allés tellement de fois… c'est fou ! » 170

3.2. Le voyage *ailleurs* : « Je suis son sac à dos » 172

4. Pedro 175

4.1. La visite ici : « Même certaines choses je ne les savais même pas » 176

4.2. Le voyage *ailleurs* : « Le chemin est tracé » 180

5. Martí 182

5.1. La visite ici : « Ce n'est pas nouveau parce qu'on habite ici » 183

5.2. Le voyage ailleurs : « T'as parfois besoin de déconnecter des voyages » 187

6. Carolina 192

6.1. La visite *ici* : « Je peux ensuite moi-même expliquer bien mieux ma ville » 194

6.2. Le voyage *ailleurs* : « S'assoir quelque part et regarder passer la vie » 197

7. Carlos 201

7.1. La visite *ici* : « On a fait tous les quartiers de Barcelone et tous les thèmes » 202

7.2. Le voyage *ailleurs* : « je connais beaucoup de monde qui […] va à beaucoup d'endroits et, moi, ces voyages, je ne peux pas les faire » 206

8. Gloria 209

8.1. La visite *ici* : « Toutes les choses qui te font sortir de la maison te changent » 210

8.2. Le voyage ailleurs : « Le plaisir, l'amitié, tout ça se mélange » 212

9. Valérie 214

9.1. La visite ici : « Elles m'ont aidé à faire mienne cette ville » 215

9.2. Le voyage ailleurs : « Pas forcément loin géographiquement, mais loin psychologiquement du quotidien » 218

10. Cecilia 225

10.1. La visite *ici* : « Il y a un monde entier à découvrir, un apprentissage ludique important » 226

10.2. Le voyage ailleurs : « Le voyage est quotidien » 229

11. Jose 231

11.1. La visite ici : « Des choses qu'on m'avait transmises oralement, qu'on récupère » 232

11.2. Le voyage ailleurs : « un regard vers l'intérieur de soi-même » 235

12. Laura 237

12.1. La visite ici : « C'est important de savoir qui tu es, où tu es » 239

12.2. Le voyage *ailleurs* : « Quand tu *fais* le touriste, c'est intéressant de voir les habitudes des gens » 242

13. Pau 244

13.1. La visite *ici* : « On était là, en groupe avec nos écouteurs, et les gens nous regardaient » 245

13.2. Le voyage *ailleurs* : « Je me sens peut-être pareil partout » 248

14. Mamadou 251

14.1. La visite ici : « Si je l'explique à une personne et cette personne l'explique à quelqu'un d'autre, ça finit par faire le tour du monde » 251

14.2. Le voyage ailleurs : « Visiter, connaître les gens, connaître la terre, le manger, regarder les différences entre les personnes » 253

15. Meritxell 257

15.1. La visite *ici* : « ça nous rapproche, ça nous donne une idée de ce qui nous entoure » 257

15.2. Le voyage *ailleurs* : « Connaître le patrimoine culturel et humain d'une zone où tu n'es jamais allé, pour toi inconnue » 260

16. Miguel 264

16.1. La visite *ici* (à Séville) : « Ça fait vachement plaisir parce que tu connais plus en profondeur » 266

16.2. La visite guidée de Barcelone (*ailleurs*) 267

16.3. Le voyage *ailleurs* : « Je préfère essayer de me confondre avec les gens qui habitent par là » 271

17. Conclusions 275

Chapitre 6. Faire visiter Barcelone 277

1. Introduction 277

2. La construction des visites guidées de proximité 278

2.1. La proximité comme opportunité professionnelle 278
2.2. Visites guidées de proximité : point de vue original, construction classique 289
3. La visite guidée comme un voyage dans le temps : les thématiques proposées 294
3.1. Barcelone, des histoires source d'inspiration thématique 294
3.2. Une grande diversité thématique 301
4. Promouvoir et commercialiser la redécouverte de la ville 304
5. Conclusions 309

Chapitre 7. Ancrage des visites guidées de proximité de Barcelone dans l'espace et le temps de la ville 311

1. Introduction 312
2. La place du tourisme à Barcelone : plans stratégiques et perceptions 312
3. Les espaces d'intérêt touristique de Barcelone 319
4. L'espace et le temps des visites guidées de proximité 321
5. L'ambiance autour des visites guidées de proximité 329
6. La Barcelone qui attire les visiteurs d'ici et d'ailleurs 333
7. Conclusions 337

Chapitre 8. Visiter sa propre ville, une expérience touristique ? Réflexions finales 339

1. Introduction 339
2. Visiter ici, voyager ailleurs. De l'existence d'un tourisme de proximité à l'échelle micro-locale 341
2.1. Le déplacement et la distance 342
2.1.1. Dépaysement et changement 342
2.1.2. La proximité, destination et outil 344
2.1.3. La profondeur de l'expérience du voyage et de la visite 346
2.1.4. Visite, voyage et quotidien 350
2.2. Destination et lieux visités 351
2.3. Le visiteur, envies, attitudes, intérêts 353
2.4. Le visiteur et ses interactions avec l'Autre 356

2.4.1. « Touriste » et population locale 356
2.4.2. Partager l'expérience : les autres visiteurs, le groupe touristique et autres 358
2.5. Rentrer/Fin 360
2.5.1. Mise en perspective de l'expérience vécue 360
2.5.2. Traces tangibles de l'expérience du voyage 361
2.6. Quels sont les éléments en commun entre l'expérience de la visite ici et celle du voyage ailleurs ? Définition de l'expérience touristique. 362
3. Le touriste, une forme d'être-au-monde. Implications dans le cas d'un espace de proximité 365

Table des matières 371

Table des figures 381

Tableaux 384

Images 386

Cartes 387

Bibliographie générale 389

Annexes 403

I. Codes des quartiers de Barcelone 404
II. Lettres d'info analysées 405
III. Inventaire de l'offre de visites guidées de proximité 406
IV. Récapitulatif des thématiques 407
V. Visites observées 408
VI. Guide d'entretien pour les visiteurs 409
VII. Cycle 1 de l'IPA 410
VIII. Cycle 2 de l'IPA 411
IX. Tableau récapitulatif des résultats (cycle 3 de l'IPA) 426
X. Cartogrammes 434
Cartogramme de Beni 434

Cartogramme de Carlos 437
Cartogramme de Carolina 440
Cartogramme de Cecilia 443
Cartogramme de Gloria 446
Cartogramme de Jose 449
Cartogramme de Laura 452
Cartogramme de Mamadou 455
Cartogramme de Marc 458
Cartogramme de Martí 461
Cartogramme de Meritxell 463
Cartogramme de Miguel 466
Cartogramme de Pau 469
Cartogramme de Pedro 471
Cartogramme de Valérie 474
XI. Citations originales du chapitre 5 477
Citations de Beni 477
Citations de Carlos 479
Citations de Carolina 481
Citations de Cecilia 483
Citations de Gloria 485
Citations de Jose 485
Citations de Laura 487
Citations de Mamadou 489
Citations de Marc 490
Citations de Martí 493
Citations de Meritxell 496

Citations de Miguel 498
Citations de Pau 500
Citations de Pedro 501
Citations de Valérie 503
XII. Analyse cartographique temporelle 506
Analyse des visites de vendredi 506
Vendredi matin 506
Vendredi soir 511
La nuit de vendredi 516
Analyse des visites de samedi 521
Samedi matin (10h-14h) 521
Samedi après-midi (15h30-19h) 526
Samedi soir (19h-21h30) 531
La nuit de samedi (après 21h30) 536
Analyse des visites de dimanche 541
Dimanche matin (10h-14h) 541
Dimanche après-midi (15h30-19h) 546
Dimanche soir (19h-21h30) 551
La nuit de dimanche (après 21h30) 556
Resumen 561
Resum 563

Table des figures

Figure 1. L'environnement habituel, une sélection de lieux. 14
Figure 2. Transport aérien, passagers transportés (1970-2015). 41
Figure 3. Les vols directs les plus longs au monde. 42
Figure 4. Phénoménologie des modes d'expérience touristique. 60
Figure 5. Mécanismes de la mémoire. 68
Figure 6. Schéma sur la construction de l'expérience de Tuan. 96
Figure 7. Nuage de mots résultant de la recherche des cent mots les plus fréquemment utilisés par les professionnels de la (re)découverte de Barcelone concernant leurs activités. 117
Figure 8. En haut : métadonnées de la visite. En bas : exemple de la grille d'observation pendant un arrêt du parcours *Secrets de Ciutat Vella*. 123
Figure 9. Croquis de l'arrêt « Pla de Palau » de l'itinéraire « La Barcelone des francs-maçons ». 124
Figure 10. Thématiques (nœuds) codées sur le journal de terrain selon le nombre de références. 127
Figure 11. Détail de l'échantillon de visiteurs analysés. 137
Figure 12. L'univers de Marc. 161
Figure 13. L'univers de Beni. 170
Figure 14. L'univers de Pedro. 176
Figure 15. L'univers de Martí. 183
Figure 16. L'univers de Carolina. 193
Figure 17. L'univers de Carlos. 201
Figure 18. L'univers de Gloria. 209
Figure 19. L'univers de Valérie. 214
Figure 20. L'univers de Cecilia. 226
Figure 21. L'univers de Jose. 232
Figure 22. L'univers de Laura 238
Figure 23. L'univers de Pau. 245
Figure 24. L'univers de Mamadou. 251
Figure 25. L'univers de Meritxell. 257
Figure 26. L'univers de Miguel. 265
Figure 27. Processus de construction d'une visite guidée de proximité. 293
Figure 28. Thématiques identifiées dans l'offre touristique de proximité 301
Figure 29. Mots clefs sur la promotion et la vente des activités analysées. 305
Figure 30. Les quartiers à la périphérie de la ville physique et ludique. 324
Figure 31. Composantes essentielles partagées entre la visite ici et le voyage ailleurs. 363
Figure 32. Extrait de la prise d'annotations lors du premier cycle de traitement IPA de l'entretien de Martí.. 410
Figure 33. Beni. 411
Figure 34. Carlos. 412
Figure 35. Carolina. 413
Figure 36. Cecilia. 414
Figure 37. Gloria. 415

Figure 38. Jose. 416
Figure 39. Laura. 417
Figure 40. Mamadou. 418
Figure 41. Marc. 419
Figure 42. Martí. 420
Figure 43. Meritxell. 421
Figure 44. Miguel. 422
Figure 45. Pau. 423
Figure 46. Pedro. 424
Figure 47. Valérie. 425
Figure 48. Beni. Temporalité des références. 434
Figure 49. Beni. Topophilie et topophobie. 435
Figure 50. Beni. Contexte des références. 436
Figure 51. Carlos. Temporalité des références. 437
Figure 52. Carlos. Topophilie et topophobie. 438
Figure 53. Carlos. Contexte des références. 439
Figure 54. Carolina. Temporalité des références 440
Figure 55. Carolina. Topophilie et topophobie. 441
Figure 56. Carolina. Contexte des références. 442
Figure 57. Cecilia. Temporalité des références. 443
Figure 58. Cecilia. Topophilie et topophobie. 444
Figure 59. Cecilia. Contexte des références. 445
Figure 60. Gloria. Temporalité des références. 446
Figure 61. Gloria. Topophilie et topophobie. 447
Figure 62. Gloria. Contexte des références. 448
Figure 63. Jose. Temporalité des références. 449
Figure 64. Jose. Topophilie et topophobie. 450
Figure 65. Jose. Contexte des références 451
Figure 66. Laura. Temporalité des références. 452
Figure 67. Laura. Topophilie et topophobie. 453
Figure 68. Laura. Contexte des références. 454
Figure 69. Mamadou. Temporalité des références. 455
Figure 70. Mamadou. Topophilie et topophobie. 456
Figure 71. Mamadou. Contexte des références. 457
Figure 72. Marc. Temporalité des références. 458
Figure 73. Marc. Topophilie et topophobie. 459
Figure 74. Marc. Contexte des références. 460
Figure 75. Martí. Temporalité des références. 461
Figure 76. Martí. Topophilie et topophobie. 462
Figure 77. Martí. Contexte des références 462
Figure 78. Meritxell. Temporalité des références 463
Figure 79. Meritxell. Topophilie et topophobie. 464
Figure 80. Meritxell. Contexte des références 465
Figure 81. Miguel. Temporalité des références. 466
Figure 82. Miguel. Topophilie et topophobie 467

Figure 83. Miguel. Contexte des références. 468
Figure 84. Pau. Temporalité des références. 469
Figure 85. Pau. Topophilie et topophobie. 469
Figure 86. Pau. Contexte des références. 470
Figure 87. Pedro. Temporalité des références. 471
Figure 88. Pedro. Topophilie et topophobie. 472
Figure 89. Pedro. Contexte des références. 473
Figure 90. Valérie. Temporalité des références. 474
Figure 91. Valérie. Topophilie et topophobie. 475
Figure 92. Valérie. Contexte des références. 476

Tableaux

Tableau 1. Objectifs, questions de recherche et hypothèses. 19
Tableau 2. Classement des principales villes touristiques européennes. 22
Tableau 3. Présentation des propositions touristiques dans un cadre après-pétrole. 46
Tableau 4. Organisateurs interrogés 110
Tableau 5. Guide d'entretien pour les organisateurs. 112
Tableau 6. Thématiques des questions aux organisateurs. 115
Tableau 7. Différentes questions, différentes approches qualitatives en psychologie 134
Tableau 8. Les visiteurs interviewés. 138
Tableau 9. Extrait de la base de données concernant les lieux mémorables pour les visiteurs. 155
Tableau 10. Récapitulatif des outils de collecte de données et des méthodes d'analyse. 158
Tableau 11. Expérience de Marc ici et ailleurs 169
Tableau 12. Expérience de Beni ici et ailleurs. 174
Tableau 13. Expérience de Pedro ici et ailleurs 182
Tableau 14. Expérience de Martí ici et ailleurs 192
Tableau 15. Expérience de Carolina ici et ailleurs 200
Tableau 16. Expérience de Carlos ici et ailleurs 208
Tableau 17. Expérience de Gloria ici et ailleurs 214
Tableau 18. Expérience de Valérie ici et ailleurs 224
Tableau 19. Expérience de Cecilia ici et ailleurs 231
Tableau 20. Expérience de Jose ici et ailleurs 237
Tableau 21. Expérience de Laura ici et ailleurs 244
Tableau 22. Expérience de Pau ici et ailleurs 250
Tableau 23. Expérience de Mamadou ici et ailleurs 256
Tableau 24. Expérience de Meritxell ici et ailleurs 264
Tableau 25. Expérience de Miguel ici et ailleurs 274
Tableau 26. Synthèse des super-thèmes identifiés comme composantes de la visite ici (magenta) et du voyage ailleurs (bleu) 275
Tableau 27. Différences dans le rapport des organisateurs au public d'ici et au public d'ailleurs 310
Tableau 28. Codes attribués aux différents quartiers de Barcelone 404
Tableau 29. Extrait des lettres d'info analysées. 405
Tableau 30. Extrait de l'inventaire des visites guidées analysées. 406
Tableau 31. Synthèse des thématiques identifiées dans les sites internet des entreprises organisatrices de visites guidées pour un public essentiellement local à Barcelone (2014-2016). 407
Tableau 32. Récapitulatif de visites observées. 408
Tableau 33. Guide d'entretien destinée aux visiteurs. 409
Tableau 34. Codes attribués à chaque participant dans les tableaux récapitulatifs. 426
Tableau 35. Composantes de l'expérience vécue de la visite ici et du voyage ailleurs. 426
Tableau 36. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le vendredi matin (10h-14h). 506

Tableau 37. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le vendredi soir (19h-21h30). 511
Tableau 38. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de vendredi (après 21h30). 516
Tableau 39. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi matin (10h-14h). 521
Tableau 40. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi après-midi (15h30-19h00). 526
Tableau 41. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi soir (19h-21h30). 531
Tableau 42. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de samedi (après 21h30). 536
Tableau 43. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche matin (10h-14h). 541
Tableau 44. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche après-midi (15h30-19h00). 546
Tableau 45. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche soir (19h-21h30). 551
Tableau 46. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de vendredi (après 21h30). 556

Images

Image 1. Groupe visitant le quartier Gòtic. 1
Image 2. Le groupe regarde par la fenêtre d’un restaurant. 163
Image 3. Détail d’une façade de la rue Portaferrissa. 171
Image 4. Groupe de personnes faisant la queue devant la crèche de Noël à la Place Sant Jaume. 178
Image 5. Groupe immergé dans l’ambiance nocturne des rues de Ciutat Vella. 185
Image 6. Groupe touristique à vélo à Place Sant Jaume 203
Image 7. Autre groupe de visiteurs locaux devant la pâtisserie La Colmena 203
Image 8. Le magasin “El Ingenio” au quartier Gòtic depuis 1838 211
Image 9. Visite guidée au milieu de l’intense passage de véhicules à c/ Aragó. 216
Image 10. La *Tour des rêves* (Poblenou, Barcelone) 227
Image 11. L’intérieur de la tour 227
Image 12. Vue du quartier et de la mer depuis la tour 228
Image 13. Photographie exposée sur le mur à l’intérieur de la tour 233
Image 14. Panneau illustrant le schéma général des installations d’eau de Barcelone en 1925 234
Image 15. Groupes en visite guidée et passants entre la Cathédrale et c/ Bisbe (quartier Gòtic) 241
Image 16. Groupe passant devant le détail d’un mur de la Cathédrale 246
Image 17. Métro de Barcelone. 252
Image 18. Groupe en visite guidée dans un arrêt de métro (visite observée sur la thématique de la Guerre Civile) 258
Image 19. Géant croisant le chemin du groupe en visite guidée. 269
Image 20. Groupe avançant vers une place très animée de Gracia. 270
Image 21. Réfuge antiaérien de la place Revolució (Gracia) 299
Image 22. Tag sur la porte d’un parking avec l’inscription : "Gracia, où les touristes [au féminin] sont accueillies et les retraitées expulsées". 321
Image 23. Groupe en visite guidée à Las Ramblas un samedi matin 322
Image 24. Bal de bâtons au Raval un samedi après-midi 325
Image 25. Groupe en visite guidée dans la rue Ferran (Gòtic) un samedi soir 326
Image 26. Groupe en visite guidée à Gracia 330
Image 27. De nombreux groupes de visiteurs à la Place du Rei (Barcelone) 331

Cartes

Carte 1. La région métropolitaine de Barcelone et sa situation en Europe..... 21
Carte 2. Itinéraires observés à Barcelone. 121
Carte 3. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone au printemps. 150
Carte 4. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone le samedi soir selon les saisons. 151
Carte 5. Exemple d'analyse cartographique du cadre spatio-temporel des visites guidées de proximité à Barcelone un samedi de printemps. 152
Carte 6. Contexte des expériences de Beni et Marc dans la visite sur la Barcelone des francs-maçons (19/04/2014). 162
Carte 7. Contexte de l'expérience de Pedro dans la visite sur la Barcelone de 1700-1714 (21/12/2013)..... 177
Carte 8. Contexte de l'expérience de Martí dans la visite sur les affaires criminelles à Barcelone (27/06/2014) 184
Carte 9. Visite guidée à la Rambla et lieux cités par Carolina (visite non observée)..... 195
Carte 10. Contexte de la visite de Carlos et Gloria sur les commerces centenaires (18/07/2015) 202
Carte 11. Eléments de contextualisation de l'expérience de Valérie dans la visite sur les agents nazis à Barcelone (26/09/2015). 215
Carte 12. Itinéraire parcouru par Laura et Pau lors de leur visite guidée (visite non observée) (23/10/2016). . 240
Carte 13. Contexte de la visite de Miguel à Gracia (10/05/2014). 268
Carte 14. Distribution spatiale des visites guidées analysées entre 2014 et 2016. 319
Carte 15. Points d'intérêt pour la visite de Barcelone identifiés dans différents types de dispositifs. 333
Carte 16. Points d'intérêt à Barcelone. Détail sur Ciutat Vella. 334
Carte 17. Carte touristique des districts de Barcelone. 335
Carte 18. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (hiver). 507
Carte 19. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (printemps). 508
Carte 20. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (été). 509
Carte 21. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (automne). 510
Carte 22. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (hiver). 512
Carte 23. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (printemps). 513
Carte 24. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (été). 514
Carte 25. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (automne). 515
Carte 26. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (hiver). 517
Carte 27. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (printemps). 518
Carte 28. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (été). 519
Carte 29. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (automne). 520
Carte 30. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (hiver). 522
Carte 31. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (printemps). 523
Carte 32. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (été). 524
Carte 33. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (automne). 525

Carte 34. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (hiver). 527
Carte 35. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (printemps). 528
Carte 36. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (été). 529
Carte 37. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (automne). 530
Carte 38. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (hiver). 532
Carte 39. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (printemps). 533
Carte 40. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (été). 534
Carte 41. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (automne). 535
Carte 42. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (hiver). 537
Carte 43. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (printemps). 538
Carte 44. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (été). 539
Carte 45. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (automne). 540
Carte 46. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (hiver). 542
Carte 47. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (printemps). 543
Carte 48. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (été). 544
Carte 49. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (automne). 545
Carte 50. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (hiver). 547
Carte 51. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (printemps). 548
Carte 52. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (été). 549
Carte 53. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (automne). 550
Carte 54. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (hiver). 552
Carte 55. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (printemps). 553
Carte 56. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (été). 554
Carte 57. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (automne). 555
Carte 58. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (hiver). 557
Carte 59. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (printemps). 558
Carte 60. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (été). 559
Carte 61. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (automne). 560

Bibliographie générale

Abellanet i Meya, Maria. 2015. « Barcelona, ciutat i turisme. Diàleg per a un turisme sostenible ». *Bases pour un Pacte Local pour la gestion et promotion d'un tourisme responsable et durable*. Barcelone : Ajuntament de Barcelona.

Académie Française. 2016. « Le dictionnaire 9ème édition ». *Académie française*.

Aguas, Jean-Christophe, et Bruno Gouyette. 2011. « L'invention d'un tourisme de l'ordinaire. L'exemple des Promenades urbaines ». *Espaces, tourisme et loisirs*, n° 292 : 8-13.

Ajuntament de Barcelona. 2013. *Desconcentració territorial de l'activitat turística. Plans de turisme de districte.* Barcelone : Mairie de Barcelone.

Ajuntament de Barcelona, et Barcelona Turisme. 2009. *Diagnosi estratègica. Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona*. Barcelone : Ajuntament de Barcelona.

Ajuntament de Barcelona, et Quarta tinència d'Alcaldia Ecologia, Urbanisme i Mobilitat. 2015. « Mesura de Govern "Impuls del procés participatiu sobre el model turístic de Barcelona" ». *Plan d'actuation*. Barcelone : Ajuntament de Barcelona.

Albareda, Joaquim. 2017. « De la revuelta de los Barretines (1687-1689) a la resistencia catalana de 1713-1714 contra Felipe V: Constitucionalismo, republicanismo ». Dans *Soulèvements, révoltes, révolutions : Dans l'empire des Habsbourg d'Espagne, XVIe-XVIIe siècle*, édité par Alain Hugon et Alexandra Merle, 267-84. Collection de la Casa de Velázquez. Madrid: Casa de Velázquez.

Allen, J. Scott, et Frédéric Leriche. 2005. « Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial ». *L'espace géographique* 3 (34) : 207-22.

Alonzo, Chloé. 2011. « Découvrir l'Inde à moto avec Vintage Rides ». *Espace, tourisme & loisirs*, Cahiers Espaces, n° 108 : 3.

Amirou, Rachid. 2003. « De l'image à l'imaginaire : phénoménologie du sujet touristique ». Dans *Le tourisme au XXIe siècle*, par Jacques Spindler, 177-96. Paris : L'Harmattan.

Amirou, Rachid, et Philippe Bachimon. 2000. *Le tourisme local*. Paris : L'Harmattan.

Andriotis, Konstantinos. 2009. « Sacred Site Experience ». *Annals of Tourism Research* 36 (1) : 64-84.

Angelino, Lucia. 2008. « L'a priori du corps chez Merleau-Ponty ». *Revue internationale de philosophie* 2 (244) : 167-87.

Antoine, P., et J.A. Smith. 2016. « Saisir l'expérience : présentation de l'analyse phénoménologique interprétative comme méthodologie qualitative en psychologie ». *Psychologie Française* [en ligne].

Àrea metropolitana de Barcelona. 2017. « Conèixer l'àrea metropolitana » [en ligne].

Arias, Albert. 2017. « Turisme 2020 Barcelona. Una estratègia col·lectiva per un turisme sostenible ». *Plan stratégique*. Barcelone: Direcció de Turisme. Gerència d'Empresa i Turisme, Ajuntament de Barcelona [en ligne].

Arrieta Urtizberea, Iñaki, Elodia Hernández León, et Agustí Andreu Tomàs. 2016. « Patrimonio local en un mundo global: procesos de patrimonialización cultural en contextos locales de Andalucía y el País Vasco ». *Memória em Rede* 8 (14) : 41-57.

Arrom Munar, Joana Maria, Mateu Picornell Cladera, et Catalina Irene Ramis Cirer. 2008. « Cambios de usos del territorio en el medio rural de las Islas Baleares ». Dans *Los espacios rurales españoles en el nuevo siglo*, 233-46. Murcia : Service de Publications.

Ascher, François. 2000. *La société hypermoderne*. La Tour d'Aigues : L'Aube.

Assis, Lenilton Francisco de. 2012. « Entre o turismo e o imobiliário: velhos e novos usos das segundas residências sob o enfoque da multiterritorialidade - Camocim/CE ». Doctorat en géographie humaine. Faculté de Philosophie, Lettres et Sciences Humaines, Université de Sao Paulo [en ligne].

ATOUT-France. 2015. *Tourisme de proximité: mythes et opportunités*. Paris : Éditions Atout France.

Augé, Marc. 1992. *Non-lieux introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris : Editions du Seuil.

Babou, Isabel, et Philippe Callot. 2007. *Les dilemmes du tourisme*. Paris : Vuibert.
Bachimon, Philippe, Jean-Michel Decroly, et Rémy Knafou. 2016. « Expériences touristiques et trajectoires de vie. Rapports à la nostalgie ». *Via@*, nº 10 [en ligne].
Bachimon, Philippe, Pierre Dérioz, et Vincent Vlès. 2015. « Résidence secondaire ou dédoublement résidentiel ? ». *Espaces*, nº 326 : 4 [en ligne].
Bailly, Jean-Christophe. 2013. *La phrase urbaine: essai*. Fiction & Cie. Paris : Éditions du Seuil.
Barbier, Bernard. 1965. « Méthodes d'étude des résidences secondaires. L'exemple des Basses-Alpes ». *Méditerranée* 6 (2) : 89-111.
Barbot, Cristina. 2006. « Low-Cost Airlines, Secondary Airports, and State Aid: An Economic Assessment of the Ryanair–Charleroi Airport Agreement ». *Journal of Air Transport Management* 12 (4) : 197-203.
Bardin, Laurence. 2007. *L'analyse du contenu*. Paris : Presses Universitaires de France.
Barrett, Sean D. 2004. « The Sustainability of the Ryanair Model ». *International Journal of Transport Management* 2 (2) : 89-98.
Baudrillard, Jean. 2007. *La société de consommation : Ses mythes, ses structures*. Paris : Gallimard.
Baudrillard, Jean, et Marc Guillaume. 1994. *Figures de l'altérité*. Paris : Descartes&Cie.
Beaucham-Aligny, Marjorie, Florence Houvenaghel, et Sophie Wilhelm. 2011. « Rallyes urbains à Roubaix. De la réappropriation du territoire à l'émergence d'un tourisme alternatif ». *Espaces, tourisme et loisirs*, nº 292 : 21-24.
Belattaf, A., et A. Mouloud. 2012. « Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique : Pour un tourisme durable ». Faculté des sciences économiques, de gestion et commerciales, Laboratoire d'économie et développement, Université de Béjaia, [en ligne].
Benveniste, Emile. 1966. *Problèmes de linguistique générale*. Paris : Gallimard.
Berger, Ève, et Pierre Paillé. 2011. « Écriture impliquée, écriture du Sensible, écriture analytique : de l'implication à l'ex-plication ». *Recherches qualitatives* Hors Série (11) : 68-90.
Berque, Augustin. 2000. *Ecoumène, introduction à l'étude des milieux humains*. Paris : Belin.
———. 2010. « Logique des lieux de l'écoumène ». *Communications* 87 (2) : 17.
Berthelot, Libéra. 2012. « Vers un après- tourisme ? : la figure de l'itinérance récréative pour repenser le tourisme de montagne : études des pratiques et de l'expérience de l'association Grande Traversée des Alpes ». Grenoble : Laboratoire UMR PACTE/Territoires, École Doctorale 54 Sciences de l'Homme, du Politique et du Territoire, Université de Grenoble [en ligne].
Bertrand, Magali, Frédéric Blot, Juhane Dascon, Mélanie Gambino, Johan Milian, et Géraldine Molina. 2007. « Géographie et représentations : de la nécessité des méthodes qualitatives ». Dans *Recherches qualitatives – Hors-Série*, 3 : 316-34. Association pour la recherche qualitative.
Bessière, Jacinthe. 2000. « Valeurs rurales et imaginaire touristique ». Dans *Le tourisme local*, par Rachid Amirou et Philippe Bachimon, 71-92. Paris : L'Harmattan.
Blancheton, Bertrand, et Jean-Jacques Marchi. 2011a. « Le développement du tourisme ferroviaire en France depuis 1870 ». *Histoire, économie & société* 30e année (3) : 95-113.
———. 2011b. « Le tourisme ferroviaire en France, une mise en perspective historique de 1870 à nos jours ». *Cahiers du GREThA*, nº 2011-16.
Blanco-Romero, Asunción, et Macià Blázquez-Salom. 2017. « Barcelona, marca turística y antagonismo ciudadano ». présenté au Colloque international *Enjeux urbains et modalités de l'action publique locale en Espagne*, Madrid, 22 mars.
Blondy, Caroline, Luc Vacher, et Didier Vye. 2016. « Les résidents secondaires, des acteurs essentiels des systèmes touristiques littoraux français ? » *Territoire en mouvement - Revue de géographie et aménagement*, nº 30 [en ligne].
Bogdan, Robert. 1972. *Participant Observation in Organizational Settings*. Syracuse, N.Y. : Syracuse University Press.
Bonneau, Michel. 1983. « L'analyse géographique des loisirs. Présentation ». *Noiris*, nº 120 : 479-80.
Boorstin, Daniel J. 1961. *The image: a guide to pseudo events in America*. New York : Harper Colophon.
Borja, Jordi. 2010. *Llums i ombres de l'urbanisme de Barcelona*. Barcelone : Editorial Empúries.

Borja, Jordi, et Zaida Muxí. 2001. *L'espai públic: ciutat i ciutadania*. Espai públic urbà 2. Barcelone : Diputació de Barcelona, Àrea de Cooperació, Oficina Tècnica de Cooperació.
Bossé, Anne. 2010. « L'expérience spatiale de la visite ». Tours: Université François-Rabelais [en ligne].
Boudelaire, Christelle, et Bernard Cova. 2008. « Attiser le feu du jeu postmoderne : le cas du geocatching et de ses zones liminoides ». *Sociétés*, n° 4 : 69-82.
Bourdeau, Philippe. 2013. « Interroger les mutations et recompositions en cours ». Dans *Fin et confins du tourisme: interroger le statut et les pratiques de la récréation contemporaine*, par Hugues François, Philippe Bourdeau, et Liliane Perrin-Bensahel, 17-39. Paris : Harmattan.
Bourdeau, Philippe, et Libéra Berthelot. 2009. « La Décroissance pour repenser le tourisme ». *L'autre voie*, n° 5 [en ligne].
Brachet, Julien. 2008. « Géographie du mouvement, géographie en mouvement. La mobilité comme dimension du terrain dans l'étude des migrations » présenté au Colloque *À travers l'espace de la méthode : les dimensions du terrain en géographie*, Arras, 18-20 juin, 13 p. [En ligne].
Brown, Lorraine. 2009. « The Transformative Power of the International Sojourn: An Ethnographic Study of the International Student Experience ». *Annals of Tourism Research* 36 (3) : 502-21.
Brunet, Roger, Robert Ferras, et Hervé Théry. 1992. *Les mots de la géographie: dictionnaire critique*. Montpellier : Reclus.
Bryon, Jeroen. 2012. « Tour guides as storytellers: from selling to sharing ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 27-43.
Burgel, Guy. 1995. *La ville aujourd'hui*. Paris : Hachette.
BUSINESS, BFM. 2016. « 18 heures 30 sans escale, le vol le plus long du monde signé Qatar ». *BFM Business* (blog), 29 janvier.
Buttimer, Anne. 1980. *Home, reach, and the sense of place*. Abingdon, Oxon New York, NY : Routledge.
Callot, Philippe. 2013. « Tourisme après-pétrole : des préférences au scénario le plus probable. Une tentative d'exploration ». *Mondes en développement* 3 (163) : 131-42.
Celhaiguibel, Claudine. 2013. « Mobilité temporaire de temps libre : évènement exceptionnel ou routine ? » Paris : Paris Est [en ligne].
Ceriani, Giorgia, Philippe Duhamel, Rémy Knafou, et Mathis Stock. 2005. « Le tourisme et la rencontre de l'autre. Voyage au pays des idées reçues ». *L'Autre* 6 (1) : 71 [en ligne].
Certeau, Michel de. 2010. *L'invention du quotidien*. Paris : Gallimard.
Chante, Alain. 2016. « La géographie et le qualitatif : des rapports constants et obligatoires ». *Recherches qualitatives* Hors-série (18) : 131-41.
Chapuis, Amandine, et Sébastien Jacquot. 2014. « Le touriste, le migrant et la fable cosmopolite ». *Hommes et migrations*, n° 1308 : 75-84 [en ligne].
Chen, Jingfu, et Ningning Chen. 2017. « Beyond the Everyday? Rethinking Place Meanings in Tourism ». *Tourism Geographies* 19 : 9-26.
Chevalier, Jacques. 1975. « Le village et les migrants. Mutation professionnelle des jeunes agriculteurs et perception de l'espace rural ». *Études rurales* 58 (1) : 63-82.
Christin, Rodolphe. 2000. *L'imaginaire voyageur ou l'expérience exotique*. Paris : L'Harmattan.
———. 2008. *Manuel de l'antitourisme*. Paris : Yago.
———. 2011. « Le tourisme enfermé ». Dans *Le tourisme : émancipation ou contrôle social ?*, par Rodolphe Christin et Philippe Bourdeau. Broissieux : Editions du Croquant.
Ciattoni, Annette, et Yvette Veyret. 2013. *Les fondamentaux de la géographie*. Paris : Armand Colin.
Clarimont, Sylvie, et Vincent Vlès. 2010. « Espaces publics touristiques urbains et développement durable : principes d'aménagement, usages et tensions. Une analyse à partir du cas de Barcelone (Espagne) ». *Urbia - Les Cahiers du développement urbain durable*, n° 10 : 11-28.
Clarimont, Sylvie, Vincent Vlès, et Kildine Leichnig. 2013. « Les politiques de patrimonialisation des espaces fluviaux urbains : une approche comparée Pau / Saragosse » présenté dans le Colloque *Fleuves et territoires*, 13-14 septembre. Mâcon: Institut de recherche du Val de Saône-Mâconnais [en ligne].

Clarke, Jackie, et David Bowen. 2015. « Familiar tourists and familiar places: initial findings from the Mawddach ». Dans *2015 Academy of Marketing Conference – The Magic in Marketing*. Limerick : Lisa O'Malley [en ligne].
Cócola Gant, Agustín. 2010. « El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del pasado e imagen de marca ». Histoire de l'art, Barcelona : Universidad de Barcelona.
Coëffé, Vincent, Mathis Stock, et Philippe Violier. 2017. *Les enjeux contemporains du tourisme: une approche géographique*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
Cohen, Erik. 1972. « Toward a sociology of international tourism ». *Social Research* 39 (1) : 164-82.
———. 1979. « A phenomenology of tourist experiences ». *Sociology* 13 (2) : 179-201.
———. 1985. « The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role ». *Annals of Tourism Research* 12 (1) : 5–29.
Colbert, François, et Manuel Cuadrado. 2003. *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona : Ariel.
Comissió d'ordenació territorial metropolitana de Barcelona. 2010. « Pla territorial metropolità de Barcelona - Annex II. Cartogràfic » [en ligne].
Condamines, Elisabet. 2006. « Du côté de chez soi… Les vacanciers fidèles de la proximité, une espèce en voie de disparition ? » Sociologie, Versailles : Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines.
Condevaux, Aurélie, Géraldine Djament-Tran, et Maria Gravari-Barbas. 2016. « Avant et après le(s) tourismes(s). Trajectoires des lieux et rôles des acteurs du tourisme « hors des sentiers battus ». Une analyse bibliographique ». *Via Tourism Review*, n° 9.
Convery, Ian, Ian Soane, Tom Dutson, et Helen Shaw. 2010. « Mainstreaming LEADER Delivery of the RDR in Cumbria: An Interpretative Phenomenological Analysis ». *Sociologia Ruralis* 50 (4): 370-91.
Corneloup, Jean. 2011. « La forme transmoderne des pratiques récréatives de nature ». *Développement durable et territoires*, n° Vol. 2, n° 3 (décembre).
———. 2017. « Transition récréative et écologie corporelle ». Billet. *Les carnets du LabEx ITEM* (blog). 7 février 2017 [en ligne].
Cosce, Cristina. 2014. « 200 Years of Alcatraz History - Guided Walking Tour ». Voyage. *mapsofworld.com* (blog). 26 novembre 2014 [en ligne].
Cossette, Pierre. 2008. « La cartographie cognitive vue d'une perspective subjectiviste : mise à l'épreuve d'une nouvelle approche ». *M@n@gement* 11 (3) : 259-81.
Cousin, Saskia. 2003. « L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel ». Doctorat en anthropologie sociale et ethnologie. Paris : Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS).
Cousin, Saskia, et Bertrand Réau. 2016. « Introduction / Un nouvel objet pour les sciences sociales françaises ». Dans *Sociologie du tourisme*. Paris : La Découverte, p. 3-4.
Crola, Jean-François. 2011. « Le touriste et l'automobile. Du mariage d'amour au mariage de raison ? ». *Espaces, tourisme et loisirs*, Cahiers Espaces, n° 108 : 8 [en ligne].
Csikszentmihalyi, Mihaly. 1990. *Flow: The Psychology of Optimal Experience: Steps Toward Enhancing the Quality of Life*. New York : Harper & Row.
Cuche, Denys. 2016. *La Notion de culture dans les sciences sociales*. 5e éd. Repères. Paris : La Découverte.
Dann, Graham M.S. 2002. « The tourist as a metaphor of the social world ». Dans *The tourist as a metaphor of the social world*, par Graham M.S. Dann, 1-17. New York : CABI Pub.
Dardel, Eric. 1990. *L'homme et la terre: nature de la réalité géographique*. Paris: Editions du CTHS.
Darroch-Lozowski, Vivian, et Ronald J. Silvers, éd. 1982. *Interpretive human studies: an introduction to phenomenological research*. Washington, D.C: University Press of America.
Davis, Andrew. 2016. « Experiential places or places of experience? Place identity and place attachment as mechanisms for creating festival environment ». *Tourism management*, n° 55: 49-61.
De Maistre, Xavier. 2004. *Voyage autour de ma chambre*. [en ligne].
Decroly, Jean-Michel, éd. 2015a. « Introduction ». Dans *Le tourisme comme expérience: regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, 1-20. Québec (Québec) : Presses de l'Université du Québec.

———, éd. 2015b. *Le tourisme comme expérience: regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*. Québec (Québec): Presses de l'Université du Québec.
Dedieu, Jean-Pierre, Gilbert Larguier, et Jean-Paul Le Flem. 2013. « La guerre de succession d'Espagne ». Dans *Les monarchies espagnole et française au temps de leur affrontement : milieu XVIe siècle - 1714. Synthèse et documents.*, 191-98. Études. Perpignan : Presses universitaires de Perpignan.
Dehoorne, Olivier, Philippe Duhamel, Jean-Christophe Gay, Rémy Knafou, Olivier Lazzarotti, Isabelle Sacareau, et Philippe Violier. 2003. *Le tourisme, acteurs, lieux et enjeux*, par Mathis Stock. Paris : Belin.
Devanne, Anne-Sophie. 2005. « Marcheurs en montagne et expérience de l'espace ». Thèse en Sciences de l'environnement, Paris : École Nationale du génie rural, des eaux et des forêts.
Di Méo, Guy. 1990. « De l'espace subjectif à l'espace objectif : l'itinéraire du labyrinthe ». *Espace géographique*, 19-20 (4) : 359-73.
Diputació de Barcelona. 2012. « Província de Barcelona. Pla de màrqueting turístic. Informe executiu ». Barcelone : Diputació de Barcelona [en ligne].
Direcció de Turisme i Esdeveniments, et Gerència d'Empresa i Turisme. 2015. « Pla estratègic de turisme de la ciutat de Barcelona. Avaluació del programa d'actuació 2010-2015 ». Rapport final d'un plan stratégique sectoriel. Barcelona : Mairie de Barcelone [en ligne].
Dobruszkes, Frédéric. 2005. « Compagnies low cost européennes et aéroports secondaires: quelles dépendances pour quel développement régional ». *Les cahiers scientifiques du transport* 47 : 39–59.
Dubois, Ghislain, et Jean-Paul Ceron. 2001. « Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain ». *Revue d'économie régionale & urbaine*, n° 5 : 831-60.
Dubois, Ghislain, Paul Peeters, Jean-Paul Ceron, et Stefan Gössling. 2011. « The future tourism mobility of the world population: Emission growth versus climate policy ». *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 45 (10) : 1031-42.
Duchêne-Lacroix, Cédric. 2013. « Éléments pour une typologie des pratiques plurirésidentielles et d'un habiter multilocal ». *e-Migrinter*, n° 11 (septembre) : 151-67.
Duhamel, Anne. 2014. « Corps, espace, monde. enjeu(x) de l'objet de la géographie ». *L'Information géographique* 78 (1) : 27-43.
Duhamel, Philippe. 2003. « Au fondement du tourisme : Habiter autrement le Monde ». *Travaux de l'Institut Géographique de Reims* 29 (115) : 75-90.
Dumazedier, Joffre. 1963. *Vers une civilisation du loisir ?* Paris : Editions du Seuil.
Dupré, Sophie. 2006. « Perceptions et représentations géographiques : un outil pour aménager les forêts touristifiées ? ». *Théoros* 25 (2) : 53-61.
Ealham, Chris. 2014. *Barcelone contre ses habitants: 1835-1936, quartiers ouvriers de la révolution*. Toulouse : Collectif des métiers de l'édition.
Edensor, Tim. 2001. « Performing tourism, staging tourism. (Re)producing tourist space and practice ». *Tourist studies* 1 (1) : 59-81.
Elias, Norbert, et Eric Dunning. 1994. *Sport et civilisation: la violence maîtrisée*. Paris : Fayard.
Equipe MIT. 2005. *Tourismes 2. Moments de lieux*. Paris : Belin.
Esteban, Juli. 2003. « La Regió Metropolitana de Barcelona ». *Papers*, n° 39 : 31-41.
Eurostat. 2015. « NUTS - Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques ». Institutionnel. Site de la Commision Européenne [en ligne].
Fabry, Nathalie, Virginie Picon-Lefebvre, et Benjamin Pradel. 2015. « Introduction ». Dans *Narrations touristiques et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*, par Nathalie Fabry, Virginie Picon-Lefebvre, et Benjamin Pradel, 5-18. Critiques & Cités. Paris : L'oeil d'or.
Fallery, Bernard, et Florence Rodhain. 2007. « Quatre approches pour l'analyse de données textuelles : lexicale, linguistique, cognitive, thématique ». Dans XVIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), 1-16. Montréal (Canada) [en ligne].

Feifer, Maxine. 1985. *Going places: the ways of the tourist from Imperial Rome to the present day*. London : Macmillan.
Flowers, Paul, Barbara Duncan, et Christina Knussen. 2003. « Re-Appraising HIV Testing: An Exploration of the Psychosocial Costs and Benefits Associated with Learning One's HIV Status in a Purposive Sample of Scottish Gay Men ». *British Journal of Health Psychology* 8 (2) : 179-94.
Frémont, Armand. 1974. « Recherches sur l'espace vécu ». *Espace géographique* 3 (3) : 231-38.
Fricau, Baptiste. 2008. « La mise en scène à des fins touristiques des espaces publics urbains : Bordeaux, Marseille et Montpellier ». Thèse en Géographie et aménagement du territoire, Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour.
Fullana, Pere, et Silvia Ayuso. 2002. *Turismo sostenible*. Barcelona : Rubes.
Gale, Tim. 2009. « Urban Beaches, Virtual Worlds and "The End of Tourism" ». *Mobilities* 4 (1) : 119-38.
Gambiasi, Blandine, et Delphine Vialle. 2011. « La Rochelle, terre d'expérimentation de nouvelles expériences touristiques ». *Espaces, tourisme et loisirs*, n° 292 : 14-20.
Gamblin, Sandrine. 2006. « Trois expériences égyptiennes de la rencontre touristique ». *Autrepart* 4 (40) : 81-102.
Gay, Jean-Cristophe. 2006. « Transport et mise en tourisme du monde ». *Cahiers de géographie* 4 : 11-22.
Gellereau, Michèle. 2005a. « Entre récit scientifique et récit de fiction : le discours sur le « pays noir » dans l'accompagnement des visiteurs sur les sites miniers ». *Revue du Nord* 2 (360-361) : 545-54.
———. 2005b. *Les mises en scène de la visite guidée*. Communication et Civilisation. Paris : L'Harmattan.
Germain, Annick. 2002. « La redécouverte de l'espace public : regards d'architectes et de sociologues ». Dans *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*, par François Thomas, 25-31. Saint-Étienne : Publications de l'Université de Saint-Étienne.
Gilkinson, Laura Jane. 2009. « An Interpretative Phenomenological of Refugees' Experiences of Psychological Therapy for Trauma ». Psychologie clinique, Hertfordshire (Regne-Uni) : University of Hertfordshire.
Girod, André. 2011. « Retrouver le temps de la découverte par la route ». *Espace, tourisme & loisirs*, Cahiers Espaces, , n° 108 : 4 [en ligne].
Goffman, Erwing. 1996. *Les relations en public*. Vol. 2. La mise en scène de la vie quotidienne. Paris : Ed. de Minuit.
Gold, Jean-Philippe. 2010. « Le tourisme de proximité : intelligence collective et gouvernance partagée ». *Voyageons autrement* [en ligne].
Gombault, Anne. 2011. « Tourisme et création : les hypermodernes ». *Mondes du tourisme*, n° 4 : 18-35.
Gössling, Stefan, Carina Borgström Hansson, Oliver Hörstmeier, et Stefan Saggel. 2002. « Ecological Footprint Analysis as a Tool to Assess Tourism Sustainability ». *Ecological Economics* 43 (2-3) : 199-211.
Govers, Robert, Etienne Van Hecke, et Peter Cabus. 2008. « Delineating tourism. Defining the usual environment ». *Annals of tourism research* 35 (4) : 1053-73.
Graburn, Nelson. 1989. « Tourism : the Sacred Journey ». Dans *Hosts and guests : the Anthropology of Tourism*, par Valene L Smith, 21-36. Philadelphia : University of Pennsylvania Press.
———. 2002. « The ethnographic tourist ». Dans *The tourist as a metaphor of the social world*, par Graham M.S. Dann, 19-39. New York : CABI Pub.
Gravereau, Sophie. 2011. « Artistes et collectifs d'artistes à Belleville (1990-2006) ». Dans *Belleville, quartier populaire ?*, 95-108. Paris : Creaphis Editions.
Griffin, Tom. 2017. « Immigrant Hosts and Intra-Regional Travel ». *Tourism Geographies* 19 : 44-62.
Guàrdia, Lluisa. 2010. « Barcelona Visió 2020, una proposta estratègica ». Barcelona : Associació Pla Estratègic de Barcelona [en ligne].
Guedon, Jérôme. 2005. « Approches de la notion de proximité en sciences sociales ». Rapport, École de Management de Normandie, Le Havre.
Guibert, Christophe. 2016. « Les déterminants dispositionnels du "touriste pluriel". Expériences, socialisations et contextes. » *SociologieS*, 17 [en ligne].
Habermas, Jürgen. 1992. « "L'espace public", 30 ans après ». *Quaderni*, Les espaces publics, n° 18 : 161-91.

Haldrup, Michael, et Jorgen Ole Baerenholdt. 2011. « Tourist experience design ». Dans *Desing research: synergies from interdisciplinary perspectives*, par Jesper Simonsen, Jorgen Ole Baerenholdt, Monika Büscher, et John Damm Scheuer, 187-200. Londres, New York : Routledge.
Haldrup, Michael, et Jonas Larsen. 2009. *Tourism, performance and the everyday: consuming the Orient*. Londres : Routledge.
Hallin, Anette, et Peter Dobers. 2012. « Representation of Space. Uncovering the Political Dimension of Guided Tours in Stockholm ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 8-26.
Harvey, David. 1990. *The condition of postmodernity. An enquiry into the origins of cultural change.* Malden, Oxford et Carlton : Blackwell.
Hatt, Emeline. 2011. « Requalifier les stations touristiques contemporaines : une approche des espaces publics. Application à Gourette et Seignosse-Océan ». Thèse en aménagement et urbanisme, Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour.
Hatt, Emeline, Vincent Vlès, Sylvie Clarimont, et Gaëlle Deletraz. 2011. « Retour sur images. Les stations touristiques de Seignosse et Gourette sous le regard des touristes ». *EspacesTemps. net, Association Espaces Temps.net* [en ligne].
Hayton, Rachel Alicia. 2009. « Who Am I and What Do I Want? Using Interpretative Phenomenological Analysis to Investigate the Experiences of Young Men Growing up in a Rural Community: Reflections on Identity and Aspirations. » Psychologie éducative appliquée, Newcastle : Newcastle University.
Henry, Michel. 1995. « Phénoménologie non-intentionnelle : une tâche de la phénoménologie à venir ». Dans *L'intentionnalité en question. Entre phénoménologie et recherches cognitives*, par Dominique Janicaud, 383-97. Paris : Vrin.
Hernàndez, Xavier. 2001. *Barcelona, història d'una ciutat: aproximació didàctica*. Barcelone : Llibres de l'Index.
Holloway, J. Christopher. 1981. « The Guided Tour a Sociological Approach ». *Annals of Tourism Research* 8 (3) : 377-402.
Hom Cary, Stephanie. 2004. « The tourist moment ». *Annals of tourism research* 31 (1) : 64-71.
Honoré, Carl. 2005. *Elogio a la lentitud*. Barcelona : RBA.
Houssin, Didier. 2005. « Vers la fin du pétrole ? » *Etudes* 11 (403) : 463-474.
Hoyaux, André-Frédéric. 2002. « Entre construction territoriale et constitution ontologique de l'habitant : Introduction épistémologique aux apports de la phénoménologie au concept d'habiter ». *Cybergeo* [en ligne].
———. 2006. « Pragmatique phénoménologique des constructions territoriales et idéologiques dans les discours d'habitants ». *L'espace géographique* 35 (3) : 271-85.
———. 2009a. « Géographie et phénoménologie : Perspectives théoriques et méthodologiques autour de la proximité et de l'authenticité ». Dans *La phénoménologie à l'épreuve des sciences humaines*, par Bruno Frère et Sébastien Laoureux, 73-88. Bruxelles : Peter Lang.
———. 2009b. « Phénoménologie et géographie ». *Hypergéo*, n° à paraître [en ligne].
———. 2016. « Corps en place, place du corps ». *L'Information géographique* 80 (2) : 11.
Hughes, Georges. 1995. « The Cultural Constraints of Sustainable Tourism ». *Tourism Management*, n° 16 : 49-60.
Hughes, Karen. 1991. « Tourist satisfaction: A guided "cultural" tour in north queensland ». *Australian psychologist* 26 (3) : 166-71.
Husserl, Edmund. 1953. *Méditations cartésiennes : introduction à la phénoménologie*. Bibliothèque des textes philosophiques. Paris : Jean Vrin.
Ingold, Tim. 2011. *The perception of the environment: essays on livelihood, dwelling and skill*. London ; New York : Routledge.
Institut d'Estadística de Catalunya. 2018. « IDESCAT ». 2018 [en ligne].
Jackson, Mervyn, Gerard N. White, et Claire L. Schmierer. 1996. « Tourism experiences within an attributional framework ». *Annals of tourism research* 23 (4) : 798-810.

Jacobi, Daniel, et Anik Meunier. 1999. « Au service du projet éducatif de l'exposition : l'interprétation ». *La lettre de l'OCIM*, n° 61: 3-7.
Jeuring, Jelmer. 2015. « Discursive contradictions in regional tourism marketing strategies: the case of Fryslân, The Netherlands ». *Journal of destination marketing & management* 5 (2) : 65-75.
Jiménez, Sole, et Llorenç Prats. 2006. « El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro ». *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 4 (2) : 153-74.
Jodelet, Denise. 1989. *Folies et représentations sociales*. Les classiques des sciences sociales. Paris : PUF.
Jonasson, Mikael, et Nicolai Scherle. 2012. « Performing co-produced guided tours ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 55-73.
Joseph, Isaac. 1995. « Reprendre la rue ». Dans *Prendre place. Espace public et culture dramatique*, par Isaac Joseph, 11-35. Colloque de Cerisy. Paris : Recherches.
Juan, Salvador. 1999. *Méthodes de recherche en siences socio-humaines. Exploration critique des techniques*. Le Sociologue. Paris : PUF.
Juguet, Stéphane. 2009. « Qu'est-ce qu'une ville ludique et surprenante ? » Dans *Colloque Tourisme urbain, patrimoine et qualité urbaine en Europe*, 26-29. Rennes : Conférence Nationale Permenente du Tourisme Urbain et AVEC.
Jutant, Camille. 2011. « S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle. Approche communicationnelle de la visite muséale ». Avignon : Université d'Avignon et Pays de Vaucluse et Université du Québec à Montréal [en ligne].
Kaaristo, Maarja, et Steven Rhoden. 2017. « Everyday Life and Water Tourism Mobilities: Mundane Aspects of Canal Travel ». *Tourism Geographies* 19 : 78-95.
Kadri, Boualem, et Maria Bondarenko. 2015. « L'expérience touristique : la complexité conceptuelle et le pragmatisme de la mise en scène ». Dans *Le tourisme comme expérience: regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, par Jean-Michel Decroly, 1-20. Collection Tourisme. Québec (Québec) : Presses de l'Université du Québec.
Karrbom Gustavsson, Tina, et Anette Hallin. 2013. « Guiding in the city of tomorrow: materializing the future through future and present components ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 13 (2) : 127-38.
La Banque Mondiale. 2016. « Transport aérien, voyageurs transportés ». Institutionnel. DataBank. 2016 [en ligne].
Laliberté, Michèle. 2009. « Au lieu de penser produit, penser expérience ». *Réseau de Veille en Tourisme. La référence québécoise en information sur les tendances touristiques internationales* (blog). 2009 [en ligne].
Lambert, Emmanuelle, Jean-Thierry Julia, et Julie Deramond. 2015. « La ville en live. Itinéraires numériques et artistiques à travers le patrimoine urbain ». *Études de communication* (45) [En ligne].
Lanteri-Laura, Georges. 1968. *Phénoménologie de la subjectivité*. Paris : PUF.
Larsen, Jonas, et Jane Widtfeldt Meged. 2013. « Tourists co-producing guided tours ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 13 (2) : 88-102.
Lash, Scott. 1990. *Sociology of postmodernism*. Reprint. International library of sociology. London : Routledge.
Lash, Scott, et John Urry. 1994. *Economies of signs & space*. Londres, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE.
Lavadinho, Sonia. 2011. « Le renouveau de la marche urbaine. Terrains, acteurs et politiques ». Thèse en géographie, Lyon : Ecole Normale Supérieure Lettres et Sciences Humaines.
Lazzarotti, Olivier. 2015. « Habiter ». Science. *Hypergéo* [en ligne].
Lefebvre, André, et Andre Lefebvre. 1991. « Une visite guidée par les pairs dans le Vieux Montréal ». *Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation* 16 (3) : 313-30.
Leichnig, Kildine. 2015. « La patrimonialisation des espaces fluviaux urbains et l'expérience des usagers, visiteurs et habitants. Une approche comparée Pau (France) et Saragosse (Espagne) ». Géographie et aménagement du territoire, Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour et Université de Saragosse (Espagne) [en ligne].

Lenoir-Anselme, Caroline. 2008. « Mises en scènes des villes : métropolisation et construction de l'image de la ville. Analyse des théâtralités de l'espace public élargi de Toulouse ». Thèse en géographie et aménagement, Toulouse : Université de Toulouse II, le Mirail [en ligne].

Leroux, Stéphanie. 2008. « Le rapport à l'autre à travers le rapport à l'espace : l'exemple du tourisme français à Marrakech ». Géographie, Lille : Université des Sciences et Technologie - Lille 1 [en ligne].

« Les missions de l'association ». 2016. *Promenades Urbaines* [en ligne].

Lévêque, Claude. 2011. « Les camping-caristes, des touristes en quête de liberté ». *Espace, tourisme & loisirs*, Cahiers Espaces, n° 108 : 3 [en ligne].

Levitte, Agnès. 2010. « La perception des objets quotidiens dans l'espace urbain ». Doctorat en esthétique, Paris: Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS) [en ligne].

Lew, Alan A. 2010. « Nostalgia for the Family Holiday Vacation ». *Tourism Geographies* 12 (4) : 568-71.

Loubet del Bayle, Jean-Louis. 2000. *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Paris : L'Harmattan.

Lussault, Michel. 2007. « Le tourisme, un genre commun ». Dans *Mondes urbains du tourisme*, par Philippe Duhamel et Rémy Knafou, 333-49. Mappemonde. Paris : Belin.

MacCannell, Dean. 1973. « Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings ». *The American journal of sociology* 79 (3) : 589-603.

———. 1976. *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York : Schocken Books.

Mairie de Barcelone. 2017. « CartoBCN ». Institutionnel. CartoBCN [en ligne].

Mairie de Barcelone, et Turisme de Barcelona. 2010. *Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona: Mesura de Govern* [en ligne].

Malighetti, Paolo, Stefano Paleari, et Renato Redondi. 2009. « Pricing Strategies of Low-Cost Airlines: The Ryanair Case Study ». *Journal of Air Transport Management* 15 (4) : 195-203.

Mann, Eleanor, et Charles Abraham. 2006. « The Role of Affect in UK Commuters' Travel Mode Choices: An Interpretative Phenomenological Analysis ». *British Journal of Psychology* 97 (2) : 155-76.

Martin, Niels, Philippe Bourdeau, et Jean-François Daller. 2012. *Les migrations d'agrément, du tourisme à l'habiter*. Paris : l'Harmattan.

Massey, Doreen. 2005. *For space*. Los Angeles, Londres, New Delhi, Singapour, Washington DC : SAGE.

Merleau-Ponty, Maurice. 1945. *Phénoménologie de la perception*. Paris : Gallimard.

———. 1985. *L'OEil et l'Esprit*. Paris : Gallimard.

Meyor, Catherine. 2007. « Le sens et la valeur de l'approche phénoménologique ». *Recherches qualitatives*, Actes du colloque « Approches qualitatives et recherche interculturelle : bien comprendre pour mieux intervenir », Hors Série (4): 103-18.

Michel, Franck. 2012. « L'ailleurs chez soi : tourisme de proximité et exotisme à domicile ». *L'autre voie*, n° 8 [en ligne].

Miles, Matthew, et Alan Michael Huberman. 2007. *Analyse des données qualitatives*. Bruxelles : De Boeck Université.

Morera, Jean Claude. 1992. *Histoire de la Catalogne: au-delà et en deçà des Pyrénées*. Collection Horizons. Paris : L'Harmattan.

Morissonneau, Christian, et Denis Sirois. 1985. « La quête du sens et du vécu : la phénoménologie en géographie ». *Cahiers de géographie du Québec* 29 (77) : 317-24.

Muñoz, Francisco. 2015. « La epistemología y el turismo ». *Anuario Turismo y Sociedad* 15 : 187-203.

Nachouane, Nour Eddine. 2015. « La mise en tourisme du patrimonie immatériel: enjeux, contextes et logiques d'acteurs. Le cas de l'artisanat dans la médina de Marrakech á la lumière des experiences espagnoles, Murcie et Granade [La puesta en valor turística del patrimonio cultural inmaterial: retos, contextos y estrategias de intervención. El caso del artesanado tradicional en la medina de Marrakech a la luz de las experiencias españolas, Murcia y Granada] ». Sciences Humaines, Murcie (Espagne) : Universidad de Murcia [en ligne].

Norberg-Hodge, Helena. 2006. « De la dependencia mundial a la interdependencia local ». Dans *Objetivo decrecimiento*, par Colectivo Revista Silence, 80-139. Barcelona: Leqtor.

O'Brien, Paul, et Rachel Tribe. 2014. « Exploring Polish Migrants' Adaptation to Life in the UK: An Interpretative Phenomenological Analysis ». *International Journal of Culture and Mental Health* 7 (4) : 439-51.
Organisation Mondiale du Tourisme. 2018. « Comprende le tourisme: Glossaire de base ». Organisation Mondiale du Tourisme OMT [en ligne].
Origet du Cluzeau, Claude. 2011. « De l'auto-stop au covoiturage ». *Espace, tourisme & loisirs*, Cahiers Espaces, n° 108 : 3 [en ligne].
Overend, David. 2012. « Performing Sites: Illusion and Authenticity in the Spatial Stories of the Guided Tour ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 44-54.
Paillé, Pierre, et Alex Mucchielli. 2016. *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. 4e éd. Malakoff : Armand Colin.
Palou Rubio, Saida. 2016. *Destinació BCN: història del turisme a la ciutat de Barcelona*. Barcelona : Efadós.
Pamart, Emilie. 2011. « Territorialisation culturelle et poïétique d'un espace intercommunal. Le cas d'Ouest Provence et la régie culturelle Scènes et Cinés ». Avignon : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse [en ligne].
Pazini, Raquel, Franciele Cristina Manosso, Camila Bizinelli, et José Manoel Gonçalves Gândara. 2015. « Turismo receptivo: uma análise dos city tours de Curitiba ». *Turismo-Visão e Ação* 16 (3) : 599–628 [en ligne].
Pearce, Philip. 2012. « The experience of visiting home and familiar places ». *Annals of tourism research* 39 (2) : 1024-47.
Pearce, Philip, et Mi-hee Kang. 2009. « The effects of prior and recent experience on continuing interest in tourist settings ». *Annals of Tourism Research* 36 (2) : 172-90.
Peñarroja, Jordi. 2007. *Edificis viatgers de Barcelona*. 1. ed. Barcelona : Llibres de l'Índex.
Pereira, Ester M., et Reidar J. Mykletun. 2012. « Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 74-94.
Petiteau, Jean-Yves. 2006. « La méthode des itinéraires ou la mémoire involontaire ». Dans Augustin Berque ; Alessia De Biase ; Philippe Bonnin. Colloque *Habiter dans sa poétique première*, 1-8 septembre 2006, Cerisy-la-Salle. Paris : Donner Lieu, 16 p. Actes à paraître.
Petiteau, Jean-Yves, et Elisabeth Pasquier. 2001. « La méthode des itinéraires : récits et parcours ». Dans *L'espace urbain en méthodes*, par Michèle Grosjean et Jean-Paul Thibaud, 63-78. Eupalinos. Marseille : Parenthèses.
Pietkiewicz, Igor, et Jonathan A. Smith. 2012. « Praktyczny przewodnik interpretacyjnej analizy fenomenologicznej w badaniach jakościowych w psychologii (A practical guide to using Interpretative Phenomenological Analysis in qualitative research psychology) ». *Czasopismo Psychologiczne* 18 (2) : 361-69.
Pine, B. Joseph, et James H. Gilmore. 1998. « Welcome to the Experience Economy ». *Harvard Business Review* 76 (4): 97-105.
Pinon, Pierre. 1991. *Lire et composer l'espace public*. Paris : Les Editions du STU - Ministère de l'équipement, du logement, des transports et de la mer.
Poulain, Jean-Pierre. 2000. « Les patrimoines gastronomiques et leurs valorisations touristiques ». Dans *Le tourisme local*, par Rachid Amirou et Philippe Bachimon, 157-84. Paris : L'Harmattan.
Pradel, Benjamin, Gwendal Simon, et Dominique Lefrançois. 2015. « L'influence du tourisme sur l'expérience quotidienne de la mobilité. Le cas du RER A entre Paris et Disneyland ». Dans *Narrations touristiques et fabrique des territoires. Quand tourisme, loisirs et consommation réécrivent la ville*, par Nathalie Fabry, Virginie Picon-Lefebvre, et Benjamin Pradel, 181-202. Critiques & Cités. Paris : L'oeil d'or.
« Professionals Turisme de Barcelona ». 2017. Barcelona Turisme [en ligne].
Quarta tinència d'Alcaldia, Àrea, et Ecologia, urbanisme i mobilitat. 2015. *Impuls del procés participatiu sobre el model turístic de Barcelona: mesura de govern* [en ligne].
Ramírez Muro, Verónica, et Rocío Sierra Carbonell. 2008. *Barcelona insólita y secreta*. Tours : Jonglez.

« Recréation ». 2011. Géoconfluences. *Vocabulaire et notions générales*. 2011 [en ligne].
Rémy, Jean. 2000. « L'implication paradoxale dans l'expérience touristique ». Dans *Le tourisme local*, par Rachid Amirou et Philippe Bachimon, 29-50. Paris : L'Harmattan.
Retaillé, Denis. 2012. *Les Lieux de la mondialisation*. Paris : Le Cavalier Bleu.
Ribera, Joan Manel. 2010. « Bases estratègiques del Pla de Màrqueting turístic de Barcelona ». Turisme BCN2015. Plan Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona. Barcelone : Ajuntament de Barcelona et Barcelona Turisme.
Richards, Lyn. 2005. *Handling qualitative data: a practical guide*. London Thousand Oaks, CA : SAGE Publications.
Ritzer, George, et Allan Liska. 2002. « McDisneyization and Post-Tourism. Complementary perspectives on contemporary tourism ». Dans *Touring cultures: transformations of travel and theory*, par Chris Rojek et John Urry, 96-109. Londres : Routledge.
Rodríguez, Ramón. 1993. *Hermenéutica y subjetividad. Ensayos sobre Heidegger*. Madrid : Trotta.
Rogers, Judy. 2002. *Crossing an Administrative Boundary: A New Approach to Leaving the Usual Domestic Environment*. Ottawa : Canadian Tourism Commission.
Roura i Aulinas, Lluís. 2006. « Histoire nationale et histoire régionale en Espagne, XIXe et XXe siècles. Le cas de la Catalogne ». *HMiC* IV : 211-24 [en ligne].
Salanskis, Jean-Michel. 1997. *Heidegger*. Figures du Savoir 1. Paris : Les Belles Lettres.
Sanguin, André-Louis. 1981. « La géographie humaniste ou l'approche phénoménologique des lieux, des paysages et des espaces ». *Annales de Géographie*, n° 501 : 560-87.
Santos, Milton. 2000. *La Naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción*. Barcelona : Ariel.
Schmidt, Catherine J. 1979. « The Guided Tour: Insulated Adventure ». *Journal of Contemporary Ethnography* 7 (4) : 441-67.
Schrag, Calvin O. 1997. *The Self after Postmodernity*. New Haven, CT : Yale University Press.
Schütz, Alfred. 1993. *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona, Buenos Aires, Mexico : Paidós.
———. 1998. *Eléments de sociologie phénoménologique*. Paris : L'Harmattan.
———. 2008. *Le chercheur et le quotidien : Phénoménologie des sciences sociales*. Méridiens. Paris : Klincksieck.
Seamon, David. 1979. *A Geography of the Lifeworld: Movement, Rest, and Encounter*. New York : St. Martin's Press.
———. 2015. « Body-Subject, Time-Space Routines and Place-Ballets ». Dans *The Human Experience of Space and Place*, édité par Anne Buttimer et David Seamon, 148-65. Routledge Revivals. Abingdon, Oxon New York, NY : Routledge.
Sencébé, Yannick, Mohamed Hilal, Bertrand Schmitt, Estelle Bonnet, Beate Collet, et Béatrice Maurines. 2002. « Analyse des processus d'ancrage et des formes de territorialité des populations marquées par l'éclatement de leur lieu de travail et de résidence dans les communes à la périphérie des pôles urbains. » Working paper. Paris: Ministère de l'Equipement, des Transports et du Logement,Direction Générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction. PUCA. Plan Urbanisme Construction Architecture.
Shils, Edward. 1975. *Center and periphery: essays in macrosociology*. Reprint. Selected papers of Edward Shils 2. Chicago, Ill. : Univ. of Chicago Press.
Smith, J. A. 1999. « Towards a Relational Self: Social Engagement during Pregnancy and Psychological Preparation for Motherhood ». *The British Journal of Social Psychology* 38 (4) : 409-26.
Smith, Jonathan A. 2004. « Reflecting on the development of interpretative phenomenological analysis and its contribution to qualitative research in psychology ». *Qualitative Research in Psychology* 1 (1) : 39-54.
———. 2011. « Evaluating the Contribution of Interpretative Phenomenological Analysis ». *Health Psychology Review* 5 (1) : 9-27.

Smith, Jonathan A., Paul Flowers, et Michael Larkin. 2009. *Interpretative phenomenological analysis. Theory, method and research*. Los Angeles, Londres, New Delhi, Singapour, Washington DC : SAGE.
Smith, Jonathan A., et Mike Osborn. 2015. « History and theoretical background ». Dans *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods*, édité par Jonathan A. Smith, 25-52. Londres : Sage.
Smith, Melanie, Nicola MacLeod, et Margaret Hart Robenson. 2010. *Key concepts in Tourist Studies*. Londres : SAGE.
Smith, Stephen L. J. 1999. « How far is far enough? Operationalizing the concept of usual environment in tourism definitions ». *Tourism Analysis* 4 (3/4): 137-43.
Smith, Valene L. 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
Sogues, Marc. 2010. « Pla territorial parcial de la regió metropolitana de Barcelona ». *Territori* [en ligne].
Soja, Edward. 1996. *Thirdspace. Journeys to LA and other real-and-imagined places*. Oxford : Blackwell.
Sokoloff, Béatrice. 1999. *Barcelone ou comment refaire une ville*. Montréal : Presses Universitaires de Montréal.
Soulé, Bastien. 2007. « Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales ». *Recherches qualitatives* 27 (1) : 127–140.
Stock, Mathis. 2007. « Théories de l'habiter. Questionnements ». Dans *Habiter, le propre de l'humain. Villes, territoires et philosophie*, édité par Michel Lussault, Thierry Paquot, et Chris Younès, 103-25. Paris : La découverte.
Stock, Mathis, et Léopold Lucas. 2012. « La double révolution urbaine du tourisme ». *Espaces et sociétés*, Espaces et sociétés, 3 (151) : 15-30.
Szytniewski, Bianca B., Bas Spierings, et Martin Van der Velde. 2017. « Socio-Cultural Proximity, Daily Life and Shopping Tourism in the Dutch–German Border Region ». *Tourism Geographies* 19 : 63-77.
Talbot, Damien. 2009. « L'approche par la proximité : quelques hypothèses et éléments de définitions ». Dans la *XVIIIème conférence de l'AIMS*. Grenoble, 2-5 juin, 25 p.
Taylor, Stephen J., et Robert Bogdan. 1987. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, Buenos Aires, Mexico : Paidós.
Theros, Xavier. 2014. *Tots els meus carrers*. Primera edició. Barcelona : Comanegra.
Thibaud, Jean-Paul. 2010. « Des modes d'existence de la marche urbaine ». Dans *Marcher en ville : faire corps, prendre corps, donner corps aux ambiances urbaines*, par Rachel Thomas, 29-46. Paris : Editions des archives contemporaines.
Tizon, Philippe. 1996. « Qu'est-ce que le territoire ? » Dans *Les territoires du quotidien*, par Guy Di Méo, 17-34. Géographie sociale. Paris : L'Harmattan.
Tuan, Yi Fu. 1990. *Topophilia. A study of environmental perception, attitudes and values*. New York : Columbia University Press.
———. 2011. *Space and place. The perspective of Experience*. Minneapolis : University of Minnessota Press.
Tung, Vincent Wing Sun, et J. R. Brent Ritchie. 2011. « Exploring the essence of memorable tourism experiences ». *Annals of tourism research* 38 (4) : 1367-86.
Turisme de Barcelona, et Diputació de Barcelona. 2014. « Estadístiques de turisme a Barcelona i comarques. 2013. » Barcelone : Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
Turisme de Barcelona, Diputació de Barcelona, et Ajuntament de Barcelona. 2016a. « Estadístiques de turisme 2015. Barcelona: ciutat i entorn ». Barcelone : Mairie de Barcelone, Barcelona Turisme et Diputació de Barcelone.
———. 2016b. « Estadístiques de turisme 2016. Barcelona: ciutat i entorn » [en ligne].
« Turisme i Agenda a prop de Barcelona ». s. d. [en ligne].
Urbain, Jean-Didier. 2002. *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*. Paris : Payot.

Uriely, Nathan. 2005. « The tourist experience. Conceptual developments ». *Annals of tourism research* 32 (1) : 199-216.
Uriely, Nathan, Yuval Yonay, et Dalit Simchai. 2002. « Backpacking experiences: a type and form analysis ». *Annals of Tourism Research* 29 (2) : 520-38.
Urry, John, et Jonas Larsen. 2011. *The tourist gaze 3.0*. 3ème. Los Angeles, Londres, New Delhi, Singapour, Washington DC : SAGE.
Vacher, Luc. 2014. « Réflexion géographique sur la distance, une approche par les pratiques de tourisme ». Habilitation à Diriger des Recherches, Angers : Université d'Angers.
Valentin, Jérémie, Fanny Georges, Yasmine Boumenir, et Dresp Dresp-Langley. 2011. « Espaces virtuels et pré-expérience de l'espace géographique ». *Netcom* 25 (1/2): 9-32 [en ligne].
Vergopoulos, Hécate. 2010. « Tourisme et curiosités. Approche communicationnelle du légendaire dans les guides de voyage imprimés ». Thèse en anthropologie sociale et ethnologie. Avignon : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse [en ligne].
———. 2011. « L'insolite dans les guides touristiques : Voyage en 'Pataxie ». *Mondes du tourisme*, n° 4 : 77-91.
———. 2013. « Être touriste chez soi. Le tourisme comme modèle socioculturel d'appropriation du territoire quotidien ». Dans *Fin(s) et confins du tourisme*, par Hugues François, Philippe Bourdeau, et Liliane Perrin-Bensahel, 53-62. Paris : L'Harmattan.
Vergopoulos, Hécate, et Emilie Flon. 2012. « L'expérience touristique dans les guides : une subjectivité à lire, écrire et raconter ». *Belgeo*, n° 3 [en ligne].
Verlomme, Hugo. 2008. « Préface ». Dans *Manuel de l'antitourisme*, par Rodolphe Christin, 11-16. Paris : Yago.
Viard, Jean. 1999. « La richesse des vacances ». *Sciences Humaines*, n° 92 : 36-39.
Viollet, Marion. 2011. « Les comportements du spectateur comme enjeux de l'art contemporain ». Thèse en art et histoire de l'art Toulouse : Université de Toulouse 2 Le Mirail [en ligne].
Vlès, Vincent. 2010a. « Le tourisme dans la ville : de nouveaux défis pour l'urbaniste ». Dans *50 questions à la ville: comment penser et agir sur la ville : autour de Jean Dumas*, 419-24. Pessac : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
———. 2010b. « Nuovi scenari per l'attrattività delle città turistiche: un'azione limitativa per il progetto urbano ». Dans *Nuovi scenari per l'attrattività delle città e dei territori: dibattiti, progetti e strategie in contesti metropolitani mondiali*, édité par Patrizia Ingallina, 219-28. Urbanistica. Milan : Franco Angeli.
———. 2011. « Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique ». *Mondes du tourisme*, n° 3 : 14-25.
Vlès, Vincent, Vincent Berdoulay, et Sylvie Clarimont. 2005. « Espaces publics et mise en scène de la ville touristique ». Rapport final de recherche. Pau : Ministère délégué au Tourisme - Direction du Tourisme [en ligne].
Vlès, Vincent, Sylvie Clarimont, et Emeline Hatt. 2011. « Tourisme durable, ville durable. Une articulation à parfaire ». *Espaces*, n° 110 : 154-63.
Waldenfels, Bernhard. 2009. *Topographie de l'étranger : études pour une phénoménologie de l'étranger.* Paris : Van Dieren.
Wanlin, Philippe. 2007. « L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels ». *Recherches qualitatives* Hors Série (3) : 243-72.
Watremez, Anne. 2009. « Le patrimoine des Avignonnais : la construction du caractère patrimonial de la ville par ses habitants ». Thèse en sciences de l'information et de la communication. Montréal : Université du Québec à Montréal [en ligne].
Wickens, Eugenia. 2002. « The sacred and the profane ». *Annals of tourism research* 29 (3) : 834-51.
Widtfeldt Meged, Jane. 2010. « The guided tour: a co-produced tourism performance ». Thèse. Dinamarque : Roskilde University [en ligne].

Winkin, Yves. 1997. « L'observation participante est-elle un leurre ? » *Communication et organisation*, n° 12 [en ligne].
Wolff, Marion, J.-M. Burkhardt, et Concepción de la Garza. 2005. « Analyse exploratoire de " points de vue " : une contribution pour outiller les processus de conception ». *Le travail humain* 68 (3) [en ligne].
Zillinger, Malin, Mikael Jonasson, et Petra Adolfsson. 2012. « Guided tours and tourism ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12 (1) : 1-7.

Annexes

I. Codes des quartiers de Barcelone 404

II. Lettres d'info analysées 405

III. Inventaire de l'offre de visites guidées de proximité 406

IV. Récapitulatif des thématiques 407

V. Visites observées 408

VI. Guide d'entretien pour les visiteurs 409

VII. Cycle 1 de l'IPA 410

VIII. Cycle 2 de l'IPA 411

IX. Tableau récapitulatif des résultats (cycle 3 de l'IPA) 426

X. Cartogrammes 434

XI. Citations originales du chapitre 5 477

XII. Analyse cartographique temporelle 506

I. Codes des quartiers de Barcelone

Tableau 28. Codes attribués aux différents quartiers de Barcelone.

Code Quartier	Nom Quartier	Code Quartier	Nom Quartier
01	el Raval	**38**	la Teixonera
02	el Barri Gòtic	**39**	Sant Genís dels Agudells
03	la Barceloneta	**40**	Montbau
04	Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	**41**	la Vall d'Hebron
05	el Fort Pienc	**42**	la Clota
06	la Sagrada Familia	**43**	Horta
07	la Dreta de l'Eixample	**44**	Vilapicina i la Torre Llobeta
08	l'Antiga Esquerra de l'Eixample	**45**	Porta
09	la Nova Esquerra de l'Eixample	**46**	el Turó de la Peira
10	Sant Antoni	**47**	Can Peguera
11	el Poble Sec	**48**	la Guineueta
12	la Marina del Prat Vermell	**49**	Canyelles
13	la Marina de Port	**50**	les Roquetes
14	la Font de la Guatlla	**51**	Verdún
15	Hostafrancs	**52**	la Prosperitat
16	la Bordeta	**53**	la Trinitat Nova
17	Sants – Badal	**54**	Torre Baró
18	Sants	**55**	Ciutat Meridiana
19	les Corts	**56**	Vallbona
20	la Maternitat i Sant Ramon	**57**	la Trinitat Vella
21	Pedralbes	**58**	Baró de Viver
22	Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	**59**	el Bon Pastor
23	Sarrià	**60**	Sant Andreu
24	les Tres Torres	**61**	la Sagrera
25	Sant Gervasi - la Bonanova	**62**	el Congrés i els Indians
26	Sant Gervasi - Galvany	**63**	Navas
27	el Putxet i el Farró	**64**	el Camp de l'Arpa del Clot
28	Vallcarca i els Penitents	**65**	el Clot
29	el Coll	**66**	el Parc i la Llacuna del Poblenou
30	la Salut	**67**	la Vila Olímpica del Poblenou
31	la Vila de Gràcia (Gracia)	**68**	el Poblenou
32	el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	**69**	Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou
33	el Baix Guinardó	**70**	el Besòs i el Maresme
34	Can Baró	**71**	Provençals del Poblenou
35	el Guinardó	**72**	Sant Martí de Provençals
36	la Font d'en Fargues	**73**	la Verneda i la Pau
37	el Carmel		

Source : auteure avec les informations extraites de CartoBCN (2017), 2018.

II. Lettres d’info analysées

Extrait du tableau utilisé pour inventorier les visites guidées organisées entre 2014 et 2016 à travers l’analyse des lettres d’information envoyées par les organisateurs (3 entreprises) :

Tableau 29. Extrait des lettres d'info analysées.

	Lettres d’information	ID	Entreprise	Date
1	Newsletters\\MateriaBCN2013 - Novembre	NBP138	MateriaBcn	01/12/2013
2	Newsletters\\Cultruta2013 - Décembre	NBP001	Cultruta	01/04/2014
3	Newsletters\\MateriaBCN2013 - Décembre	NBP137	MateriaBcn	01/08/2014
4	Newsletters\\Cultruta2014 - Février	NBP005	Cultruta	01/12/2014
5	Newsletters\\MateriaBCN2014 - Février	NBP143	MateriaBcn	01/02/2014
6	Newsletters\\MateriaBCN2014 - Mars	NBP146	MateriaBcn	01/07/2014
7	Newsletters\\Cultruta2014 - Avril	NBP002	Cultruta	01/06/2014
8	Newsletters\\GoBCN2014_Graal-Avril	NBP038	GoBcn	01/11/2014
9	Newsletters\\GoBCN2014_Poble Sec-Avril	NBP043	GoBcn	01/10/2014
10	Newsletters\\MateriaBCN2014 - Avril	NBP139	MateriaBcn	01/09/2014
11	Newsletters\\MateriaBCN2014 – Avril spécial	NBP140	MateriaBcn	01/09/2014
12	Newsletters\\Cultruta2014 - June	NBP007	Cultruta	01/04/2015
13	Newsletters\\GoBCN2014_Graal-June	NBP039	GoBcn	01/08/2015
14	Newsletters\\MateriaBCN2014 - Eté	NBP142	MateriaBcn	01/12/2015
15	Newsletters\\MateriaBCN2014 - June	NBP145	MateriaBcn	01/02/2015
16	Newsletters\\Cultruta2014 - Juillet	NBP006	Cultruta	01/01/2015
17	Newsletters\\MateriaBCN2014 - Juillet	NBP144	MateriaBcn	01/06/2015
18	Newsletters\\Cultruta2014 - Août	NBP003	Cultruta	01/07/2015

Source : auteure, 2018.

III. Inventaire de l’offre de visites guidées de proximité

L’inventaire créé pour l’analyse temporelle et thématique de l’offre de visites pour un public essentiellement local à Barcelone pour la période 2014-2016 se compose d’informations issues des catalogues de cinq entreprises organisatrices.

Tableau 30. Extrait de l'inventaire des visites guidées analysées.

	Année	Nom	Type	Quartier	Fois/ an	Organisateur
1	2014	1714	Occ.	Born	3	GoBcn
2	2014	100% Paral·lel! Els feliços anys 20 a la Via del Pecat	Occ.	Raval	3	Androna
3	2014	1714: Bcn i la guerra de successió	Occ.	Gòtic-Born	3	Androna
4	2014	1714: La Guerra de Successió	Rég.	Born	30	Cultruta
5	2014	Ave Barcino!	Occ.	Gòtic	4	Androna
6	2014	Barcelona 1714: Barcelona captiva	Occ.	Gòtic-Born-Barceloneta	9	Matèria Bcn
7	2014	Barcelona 1714: El setge i l'ocupació	Occ.	Eixample-Born	14	Matèria Bcn
8	2014	Barcelona 1714: Entre els Àustries i els Borbons	Rég.	Gòtic-Born	21	Matèria Bcn
9	2014	Barcelona en lluita	Occ.	Raval	1	Androna
10	2014	Barcelona, ciutat d’òperes	Occ.	Gòtic-Born	1	Matèria Bcn

Source : auteure, 2018.

IV. Récapitulatif des thématiques

Tableau 31. Synthèse des thématiques identifiées dans les sites internet des entreprises organisatrices de visites guidées pour un public essentiellement local à Barcelone (2014-2016).

Nom	Année de fondation	Thématiques	Zones proposées
Androna Cultura	2010	Histoire, paysage, thématiques, gastronomie, insolites, mythologie	Ciutat Vella, els 3 turons, Gracia, Eixample
Cultruta	2008	Mythologie, thématiques, insolites, panoramiques, histoire	Ciutat Vella, métro, Eixample, Gracia
Go BCN	2011	Histoire, mythologie	Poble Sec, Ciutat Vella, Tibidabo, alrededores (Montserrat)
ICONO Serveis Culturals	1995	Littérature, thématiques, mythologie, gastronomie, art, théâtralisées	Tibidabo, Ciutat Vella, Gracia, Pedralbes, Poblenou, Eixample
Insolit BCN	2012	Insolites, histoire	Ciutat Vella, Barceloneta, Poble Sec, Poble Nou, Gracia, Eixample
Itinera Plus	2011	Histoire, gastronomie, littérature, art, insolites, mythologie, religion	Ciutat Vella, Poblenou, Montjuïc, Eixample, Gracia, Sant Gervasi, Sants, Tibidabo, Pedralbes, Barceloneta
Literat Plus	2008	Histoire	Ciutat Vella, Gracia, Barceloneta, 22@, alrededores (Penedés)
Materia BCN	2011	Histoire	Ciutat Vella, Eixample, Barceloneta, Gracia, Horta-Guinardó, Les Corts, Sant Andreu, Sant Martí, Sants-Montjuïc, Sarrià-Sant Gervasi
Via Barcelona	2012	Histoire, insolites	Ciutat Vella, Eixample, Tibidabo

Source : auteure, 2018.

V. Visites observées

Tableau 32. Récapitulatif de visites observées.

Nom	Date	Jour de la semaine	Heure	Ville	Public	Partici-pants
Balade au cimetière de Pau	14/08/2013	Mercredi	10:30	Pau (France)	--	21
La Barcelone des Austries : 1700-1714	21/12/2013	Samedi	10:00	BARCELONE	Essentiellement local	6
Secrets de Ciutat Vella	22/02/2014	Samedi	11:00	BARCELONE	Essentiellement local	19
Insolite : La Place Gramont	12/03/2014	Mercredi	12:30	Pau (France)	--	9
La Guerre Civile à Barcelone	15/03/2014	Samedi	11:00	BARCELONE	Essentiellement local	11
Insolite : La Place Gramont	18/03/2014	Mardi	18:00	Pau (France)	--	15
Insolite : L'hôtel du Département	09/04/2014	Mercredi	12:30	Pau (France)	--	20
La Barcelone des francs-maçons	19/04/2014	Samedi	10:00	BARCELONE	Essentiellement local	16
Gracia, bourgeoise et révolutionnaire	10/05/2014	Samedi	17:00	BARCELONE	Essentiellement local	12
Barcelone, nocturne et criminelle	27/06/2014	Vendredi	22:30	BARCELONE	Essentiellement local	17
La Barcelone des francs-maçons	29/06/2014	Dimanche	10:00	BARCELONE	Essentiellement local	8
Commerces centenaires	18/07/2015	Samedi	11:00	BARCELONE	Essentiellement local	8
Pasedu: Ravaleando	18/07/2015	Samedi	17:00	BARCELONE	Essentiellement local	2
Le quartier de Sant Antoni	25/07/2015	Samedi	18:00	BARCELONE	Essentiellement local	7
Walking Tours – La Barcelone médiévale	25/07/2015	Samedi	11:00	BARCELONE	Touristique étranger	11
Agents nazis à Barcelone	26/09/2015	Samedi	11:00	BARCELONE	Essentiellement local	5
Barcelone, insolite et secrète	26/09/2015	Samedi	17:00	BARCELONE	Essentiellement local	19
Les promenades de Jane à Saint-Sébastien : Gros	06/05/2017	Samedi	09:30	Saint-Sébastien	Essentiellement local (balade citoyenne)	40
Les promenades de Jane à Barcelone : la Marina del Prat Vermell	07/05/2017	Dimanche	11:00	BARCELONE	Essentiellement local (balade citoyenne)	30

Source : auteure, 2018.

VI. Guide d'entretien pour les visiteurs

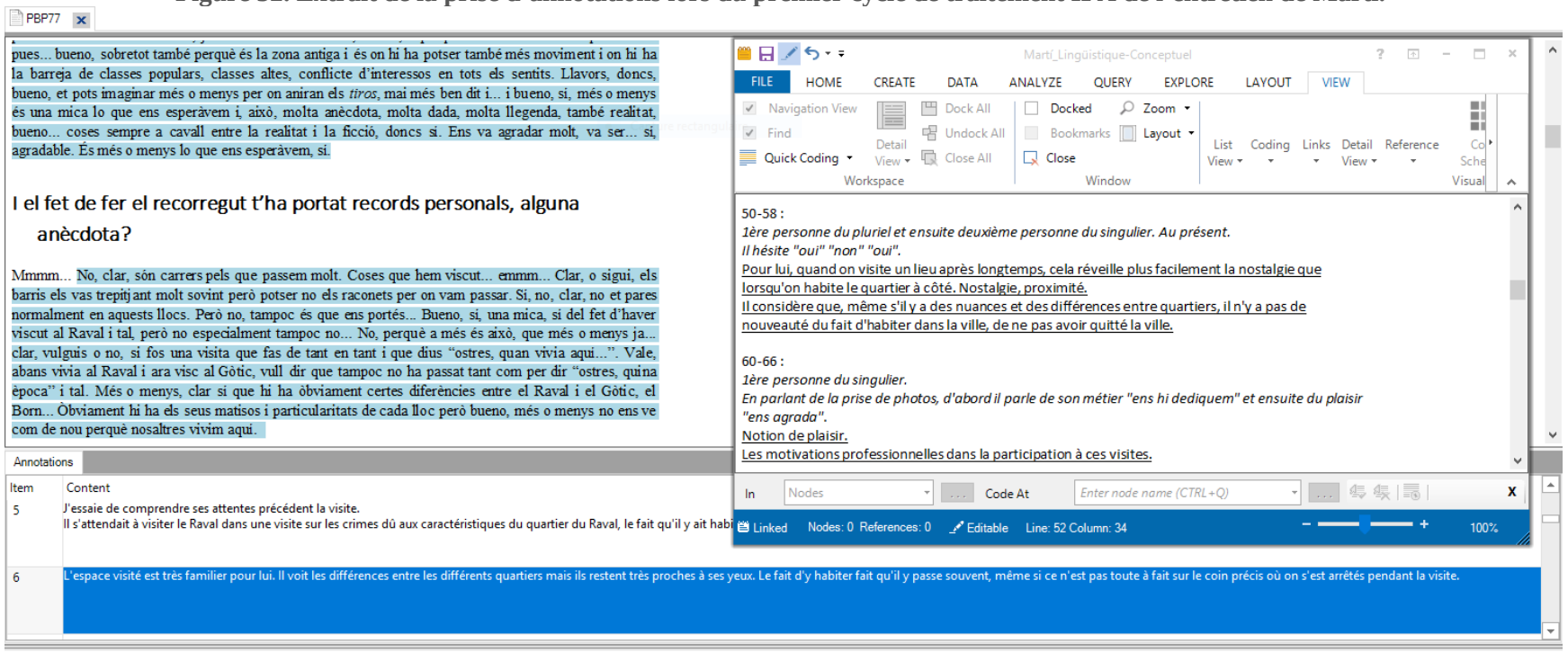
Tableau 33. Guide d'entretien destinée aux visiteurs.

A. La pratique de la visite guidée « de proximité »
1) Pouvez-vous me parler de la visite depuis le moment où vous avez pris la décision de la faire jusqu'au moment où vous l'avez faite ? 2) Pourriez-vous me parler de trois moments ou lieux dont vous vous rappelez ? *Répliaue : Pourquoi avez-vous choisi ces moments/lieux-là ?* 3) Aviez-vous des attentes particulières avant de faire la visite ? 4) Pouvez-vous me parler de ce que vous faites d'habitude dans les lieux que nous avons visités ? 5) La visite vous a-t-elle fait penser à une anecdote ou situation de votre vie ? 6) Comment avez-vous gardé le souvenir de la visite ? Pouvez-vous me parler d'autres visites du même type où vous avez participé ?
B. Les pratiques touristiques « classiques »
1) Pouvez-vous me parler de vous quand vous voyagez, quand vous faites du tourisme ? *Réplique : Comment choisissez-vous vos destinations, quels types de voyages faites-vous ?* 2) Pouvez-vous me parler d'un bon moment dont vous vous souvenez particulièrement de l'un de vos voyages ? 3) Pouvez-vous me parler d'un moment pour oublier ? 4) Comment gardez-vous le souvenir de vos voyages ? 5) Comment définiriez-vous, avec vos mots, un voyage ? 6) Pouvez-vous m'expliquer un jour de voyage idéal pour vous ?
C. Questions identitaires et familiarité envers les lieux
1) Parlez-moi de votre lieu préféré dans le monde. 2) Parlez-moi de l'endroit où vous vous sentez ou bien où vous vous êtes senti moins à l'aise, moins rassuré. 3) Y a-t-il un lieu où vous voudriez aller avant de quitter ce monde ? *Réplique : Pourquoi ?* 4) Quand on vous demande d'où vous êtes, qu'est-ce que vous répondez ? *Réplique : Pourquoi ?*

Source : auteure, 2018.

VII. Cycle 1 de l'IPA

Figure 32. Extrait de la prise d'annotations lors du premier cycle de traitement IPA de l'entretien de Martí.



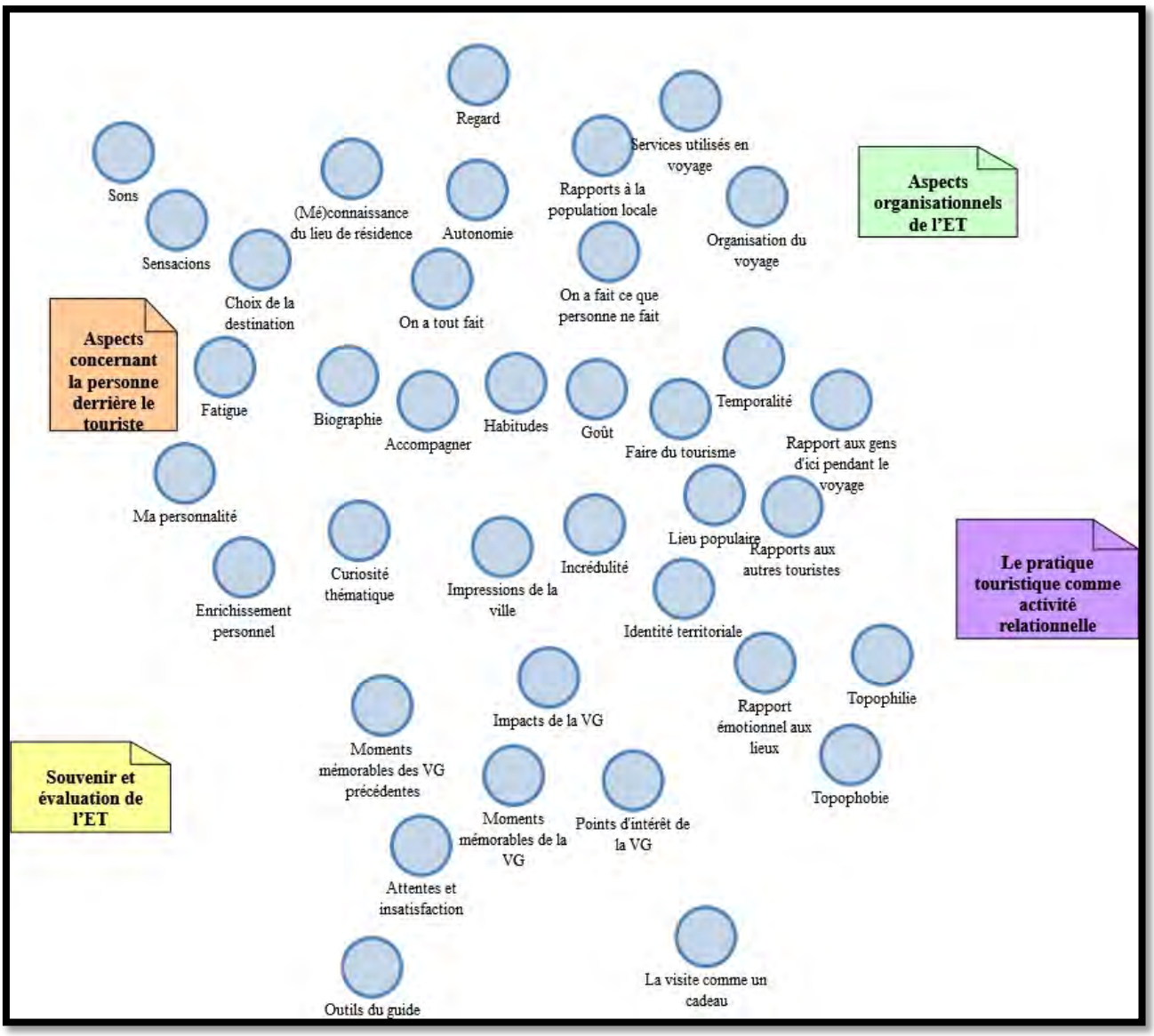
Source : auteure sur NVivo 11 Pro, 2018.

À gauche de l'écran, nous pouvons lire le texte original de l'entretien, en catalan. Il s'agit d'un entretien individuel mais, lorsque l'analyse porte sur un couple, les propos de l'un d'entre eux sont surlignées pour les différencier. En bas, nous pouvons observer l'espace des annotations, où nous avons réalisé les observations descriptives. Celle qui apparaît en bleu foncé appartient au paragraphe sur lequel nous avons mis le curseur. A droite, sur une fenêtre détachée, un mémo sert de support pour les observations linguistiques (en italique) et l'identification de thèmes émergents (soulignée) (J. A. Smith 1999; Antoine et Smith 2016).

VIII. Cycle 2 de l'IPA

Cartes conceptuelles des différents participants dans l'ordre alphabétique.

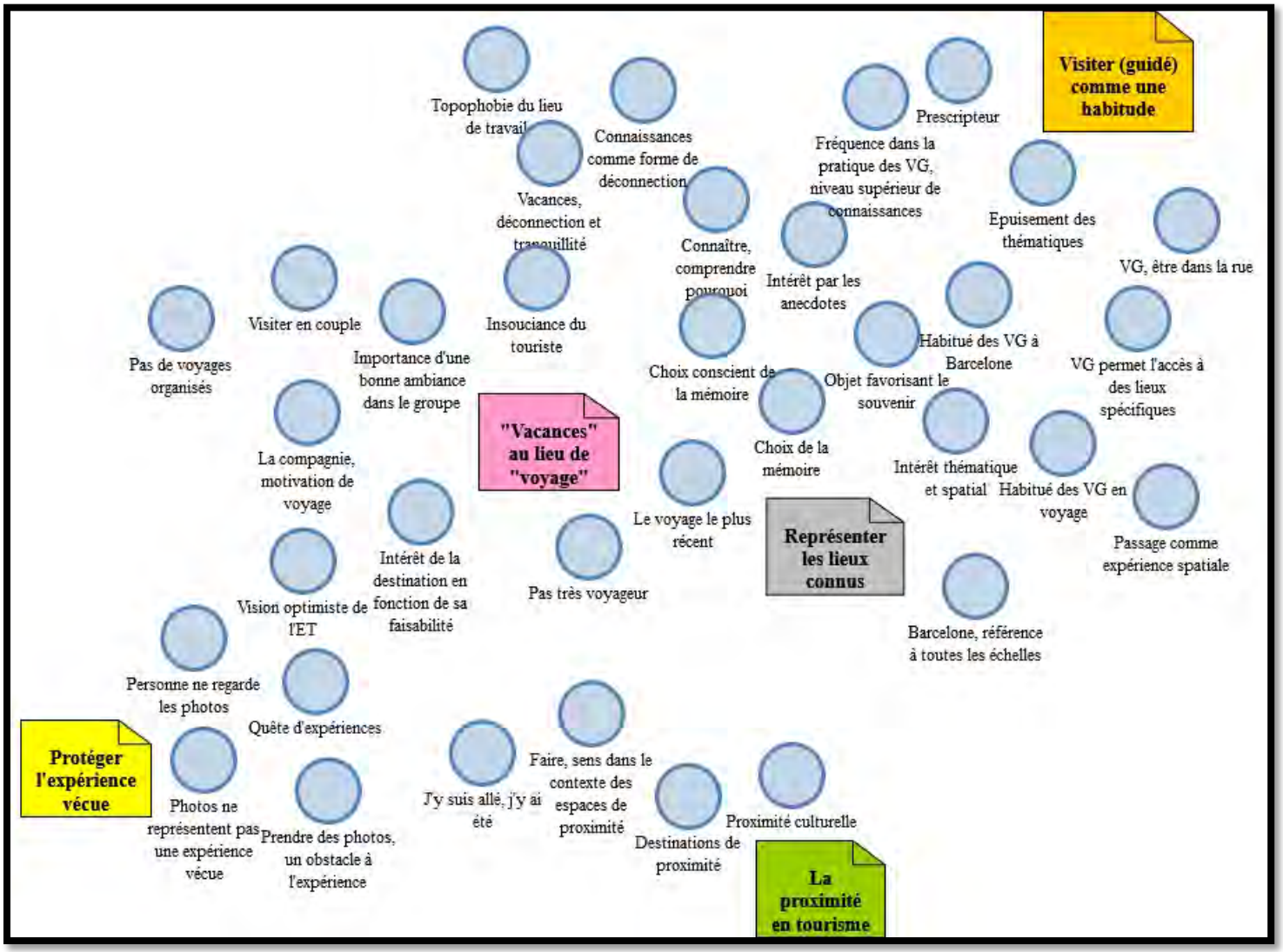
Figure 33. Beni[100].



Source : auteure, 2018.

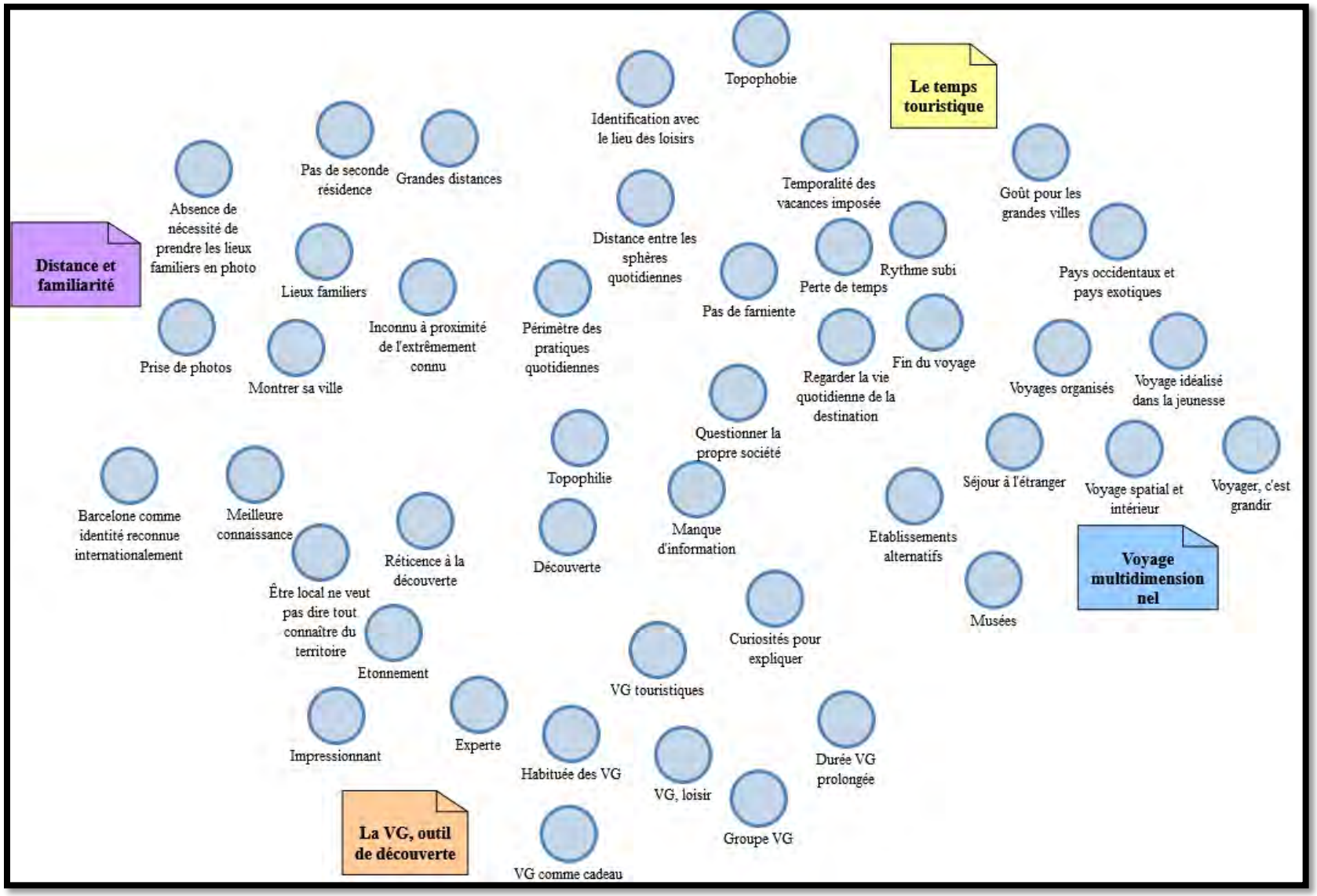
[100] Toutes les cartes conceptuelles ont été réalisées à l'aide du logiciel NVivo 11 Pro.

Figure 34. Carlos.



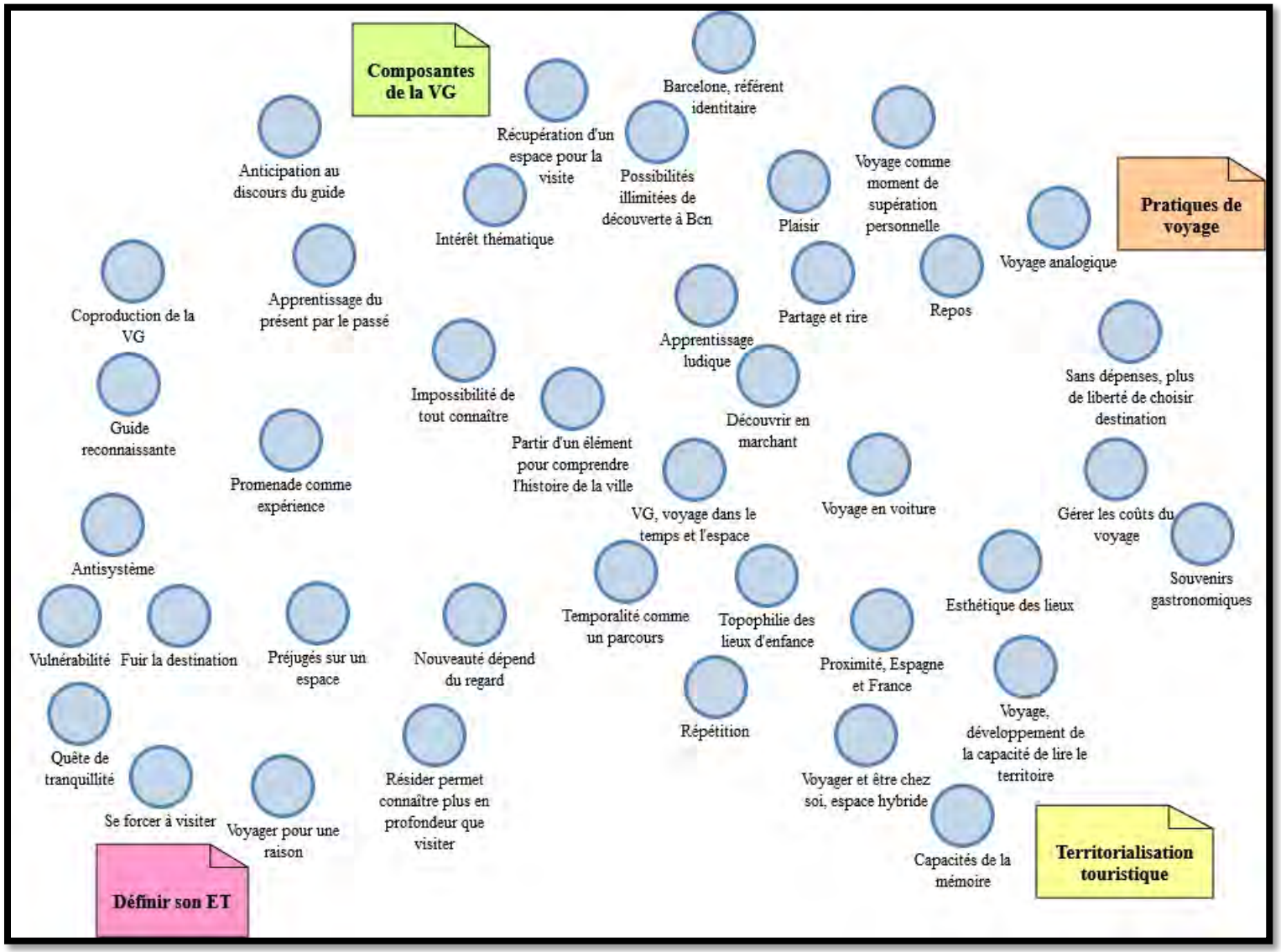
Source : auteure, 2018.

Figure 35. Carolina.



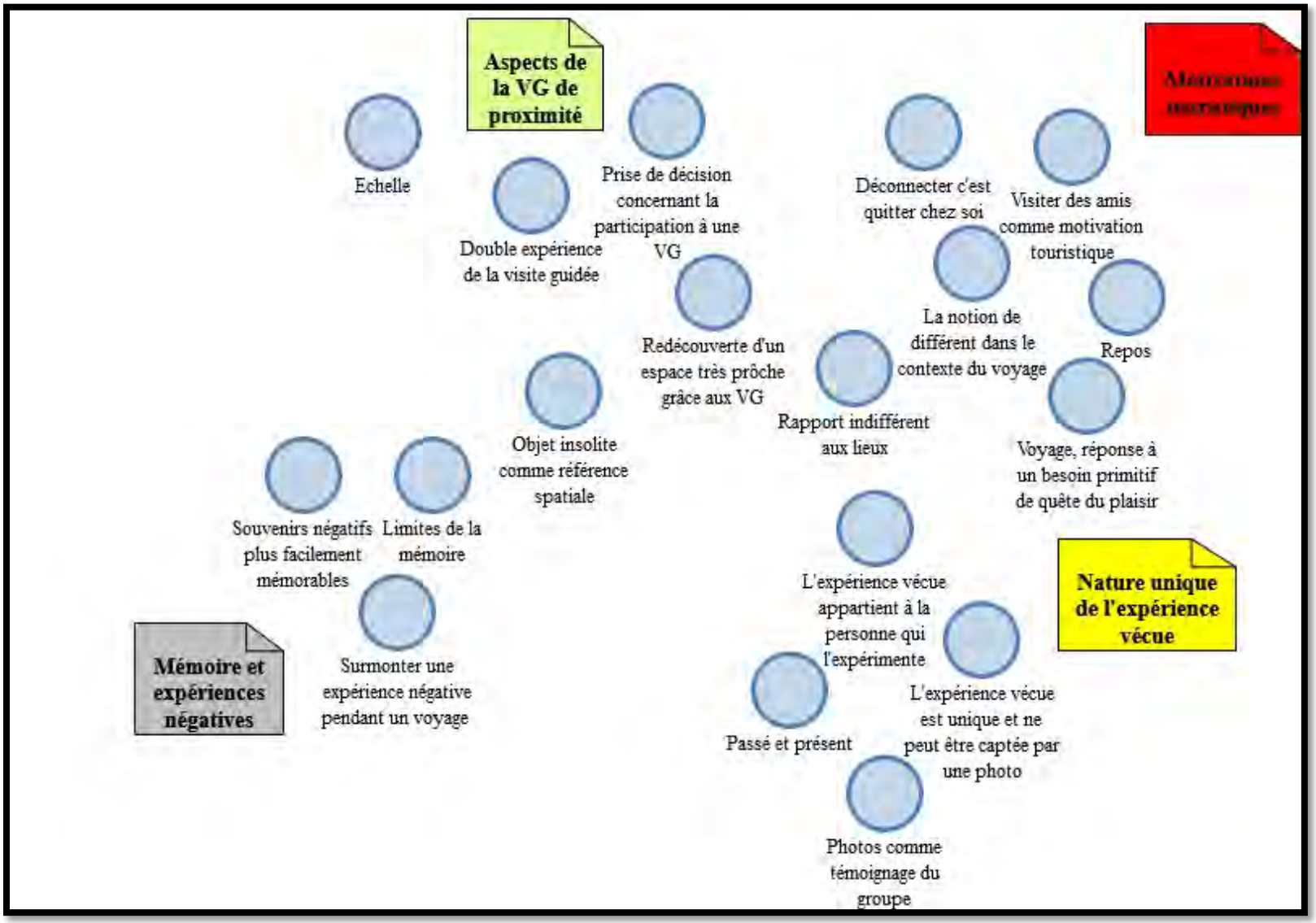
Source : auteure, 2018.

Figure 36. Cecilia.



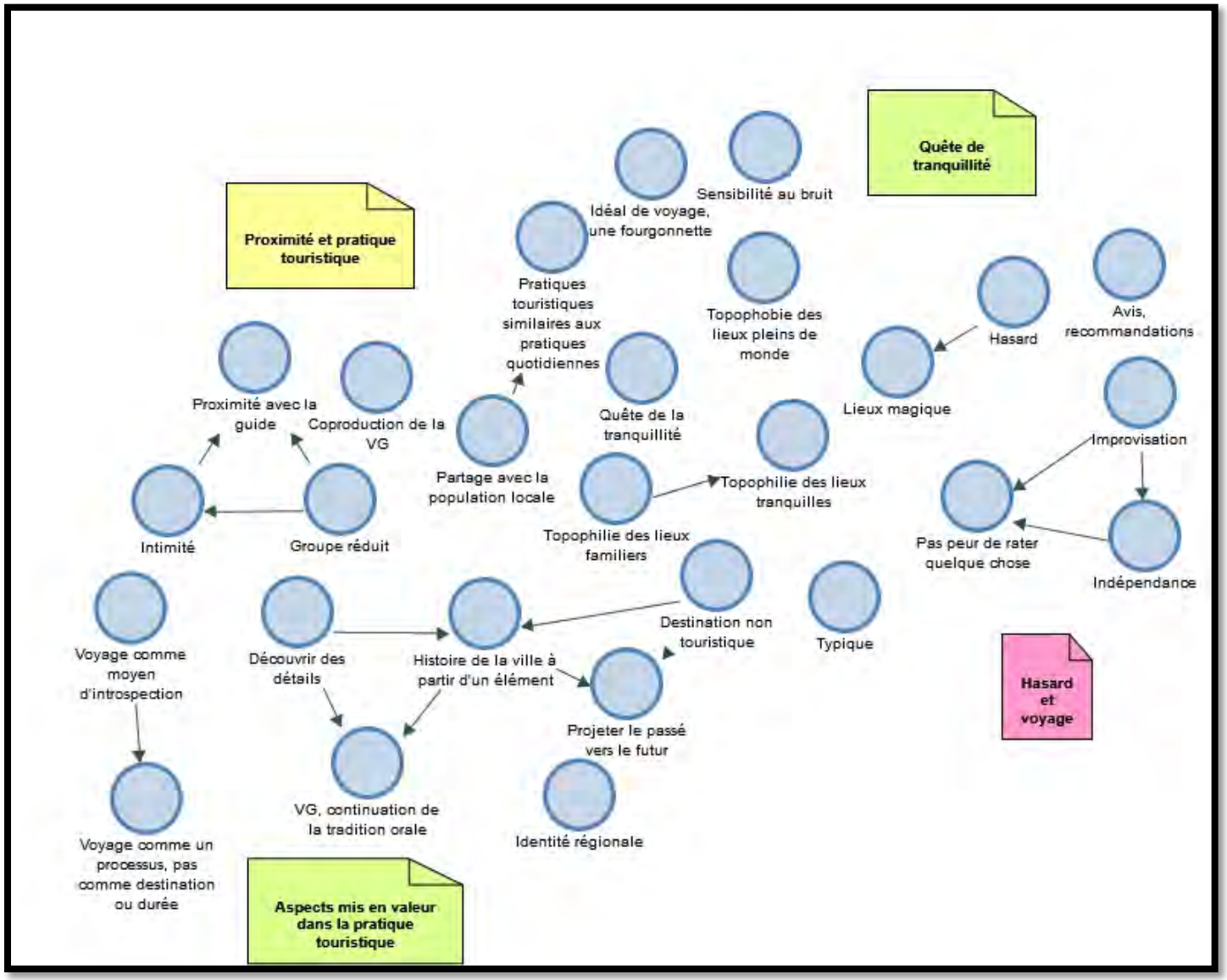
Source : auteure, 2018.

Figure 37. Gloria.



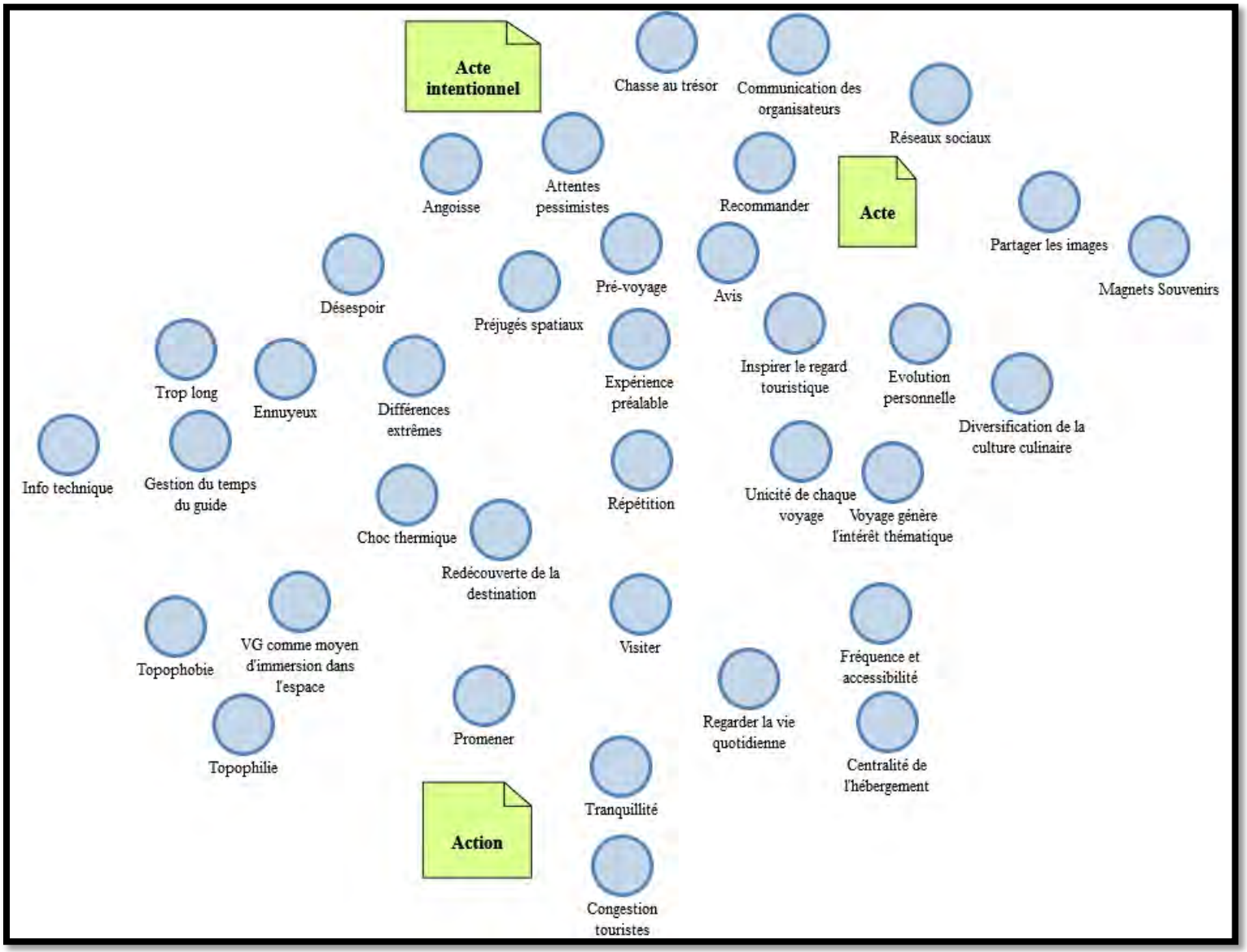
Source : auteure, 2018.

Figure 38. Jose.



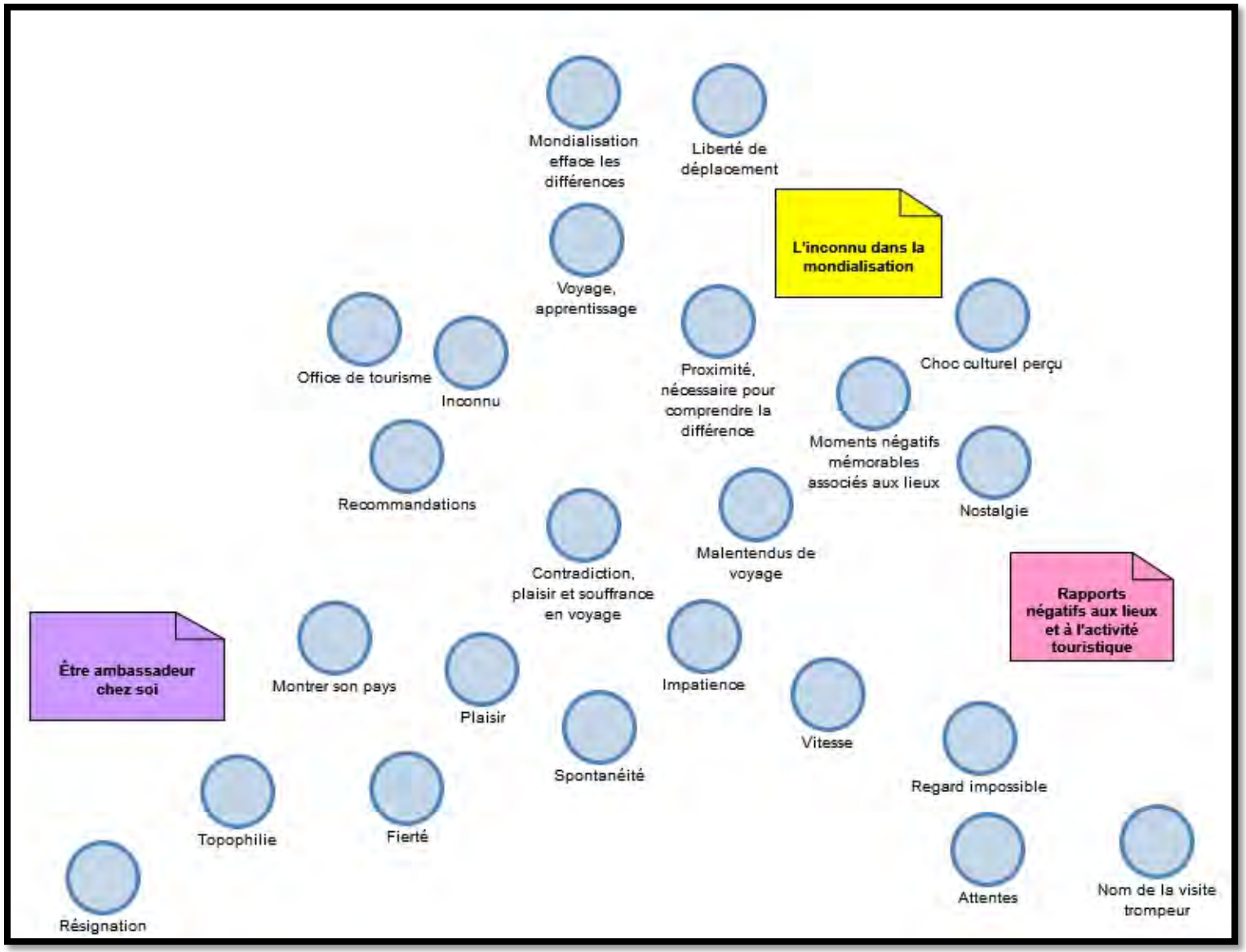
Source : auteure, 2018.

Figure 39. Laura.



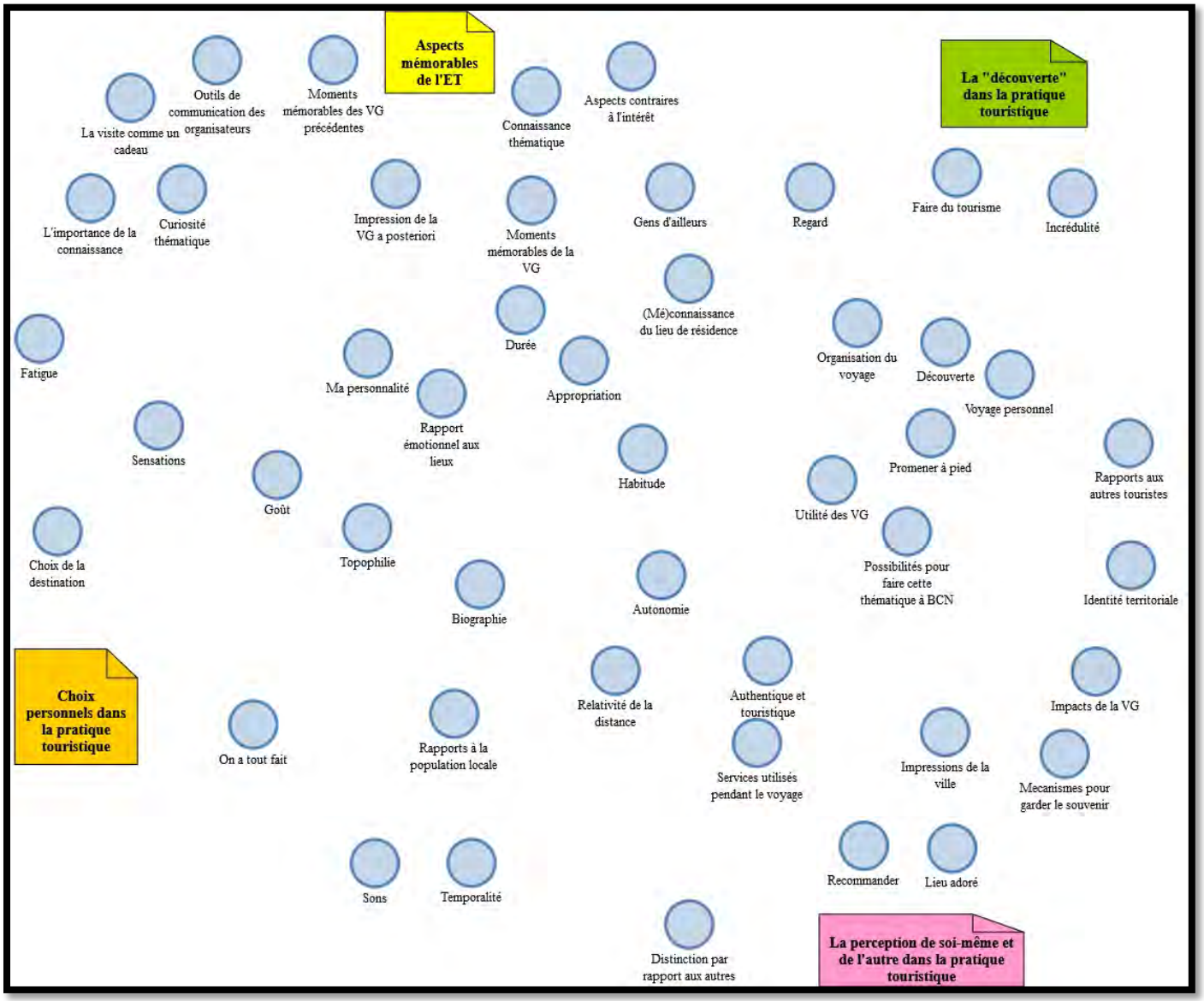
Source : auteure, 2018.

Figure 40. Mamadou.



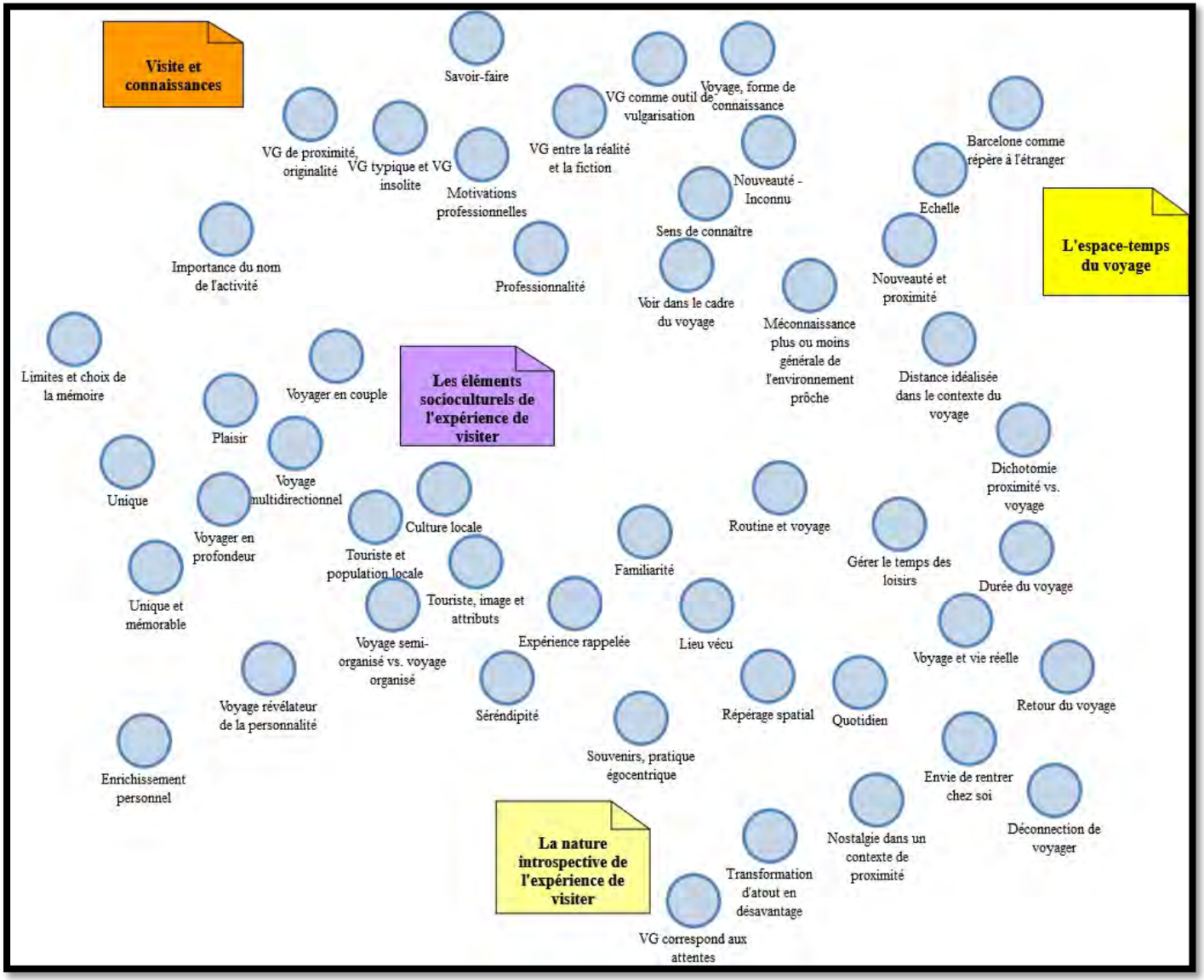
Source : auteure, 2018.

Figure 41. Marc.



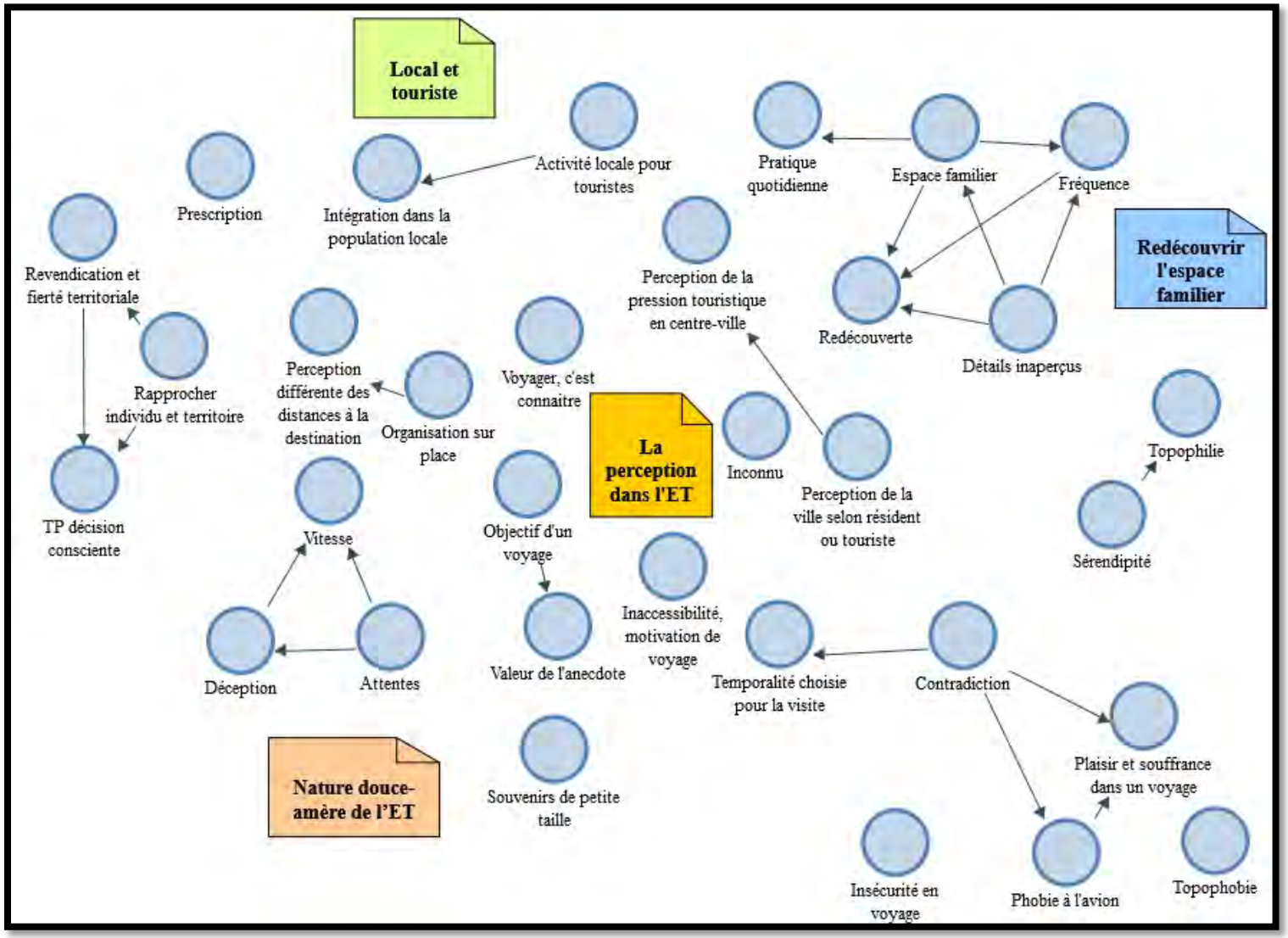
Source : auteure, 2018.

Figure 42. Martí.



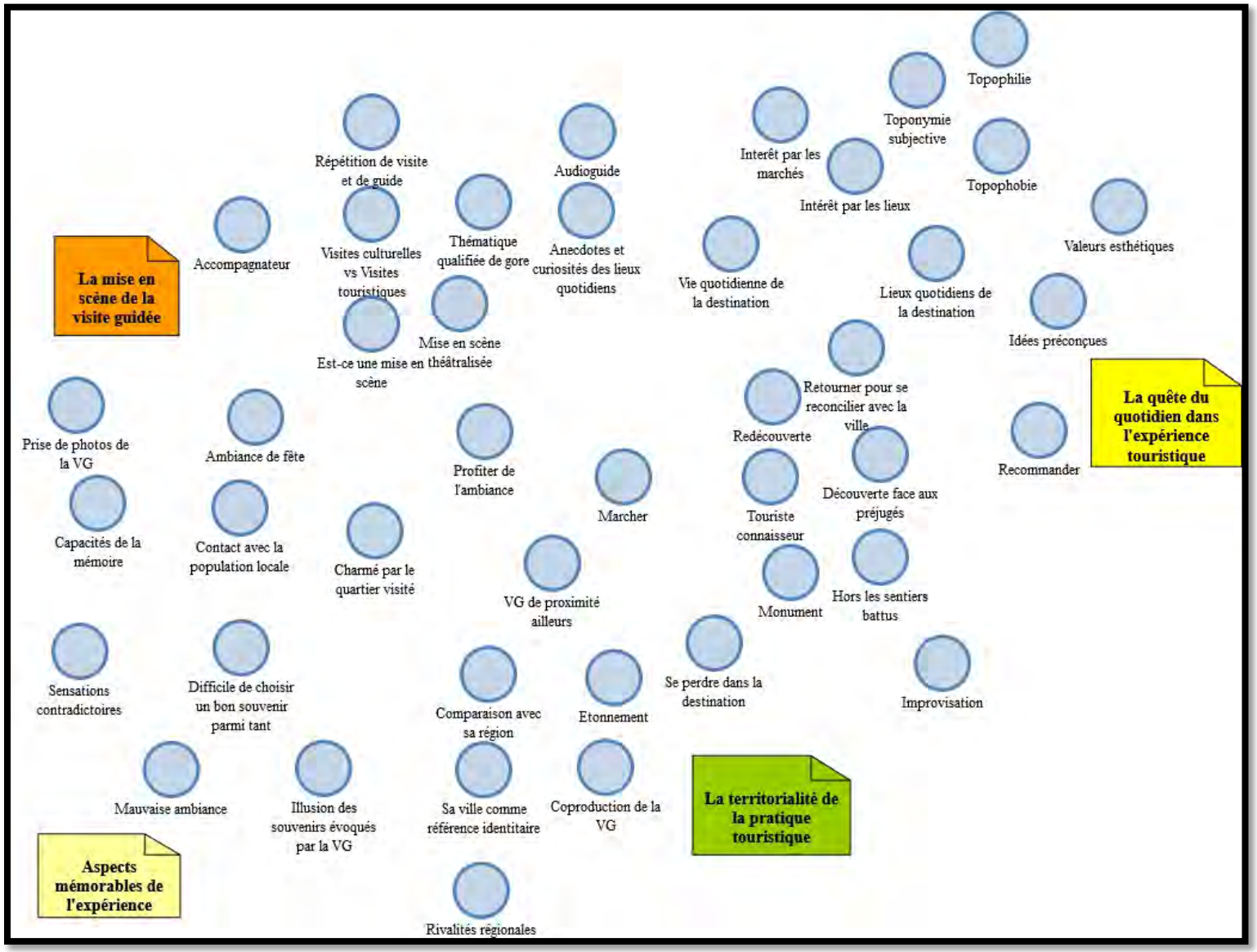
Source : auteure, 2018.

Figure 43. Meritxell.



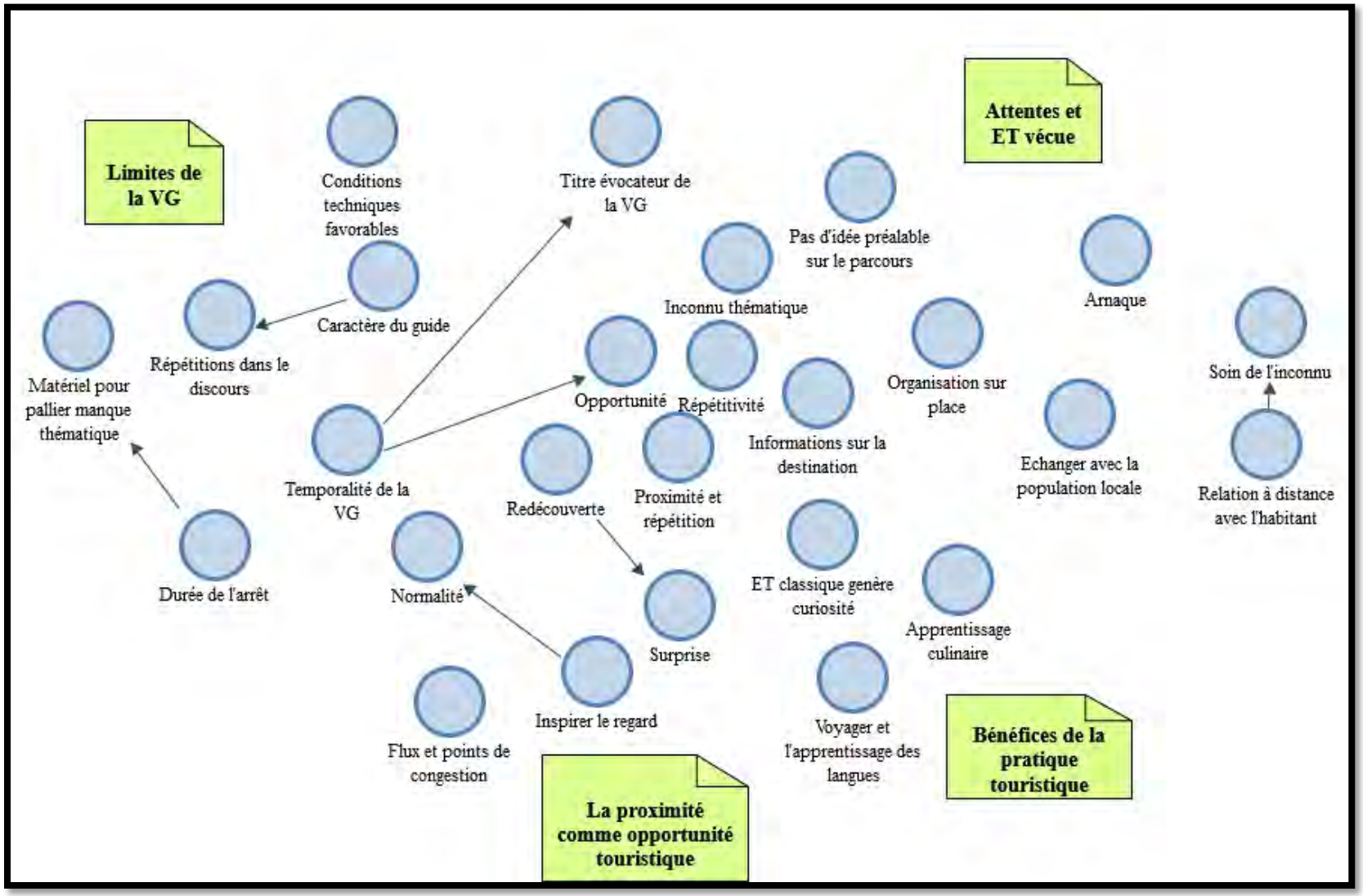
Source : auteure, 2018.

Figure 44. Miguel.



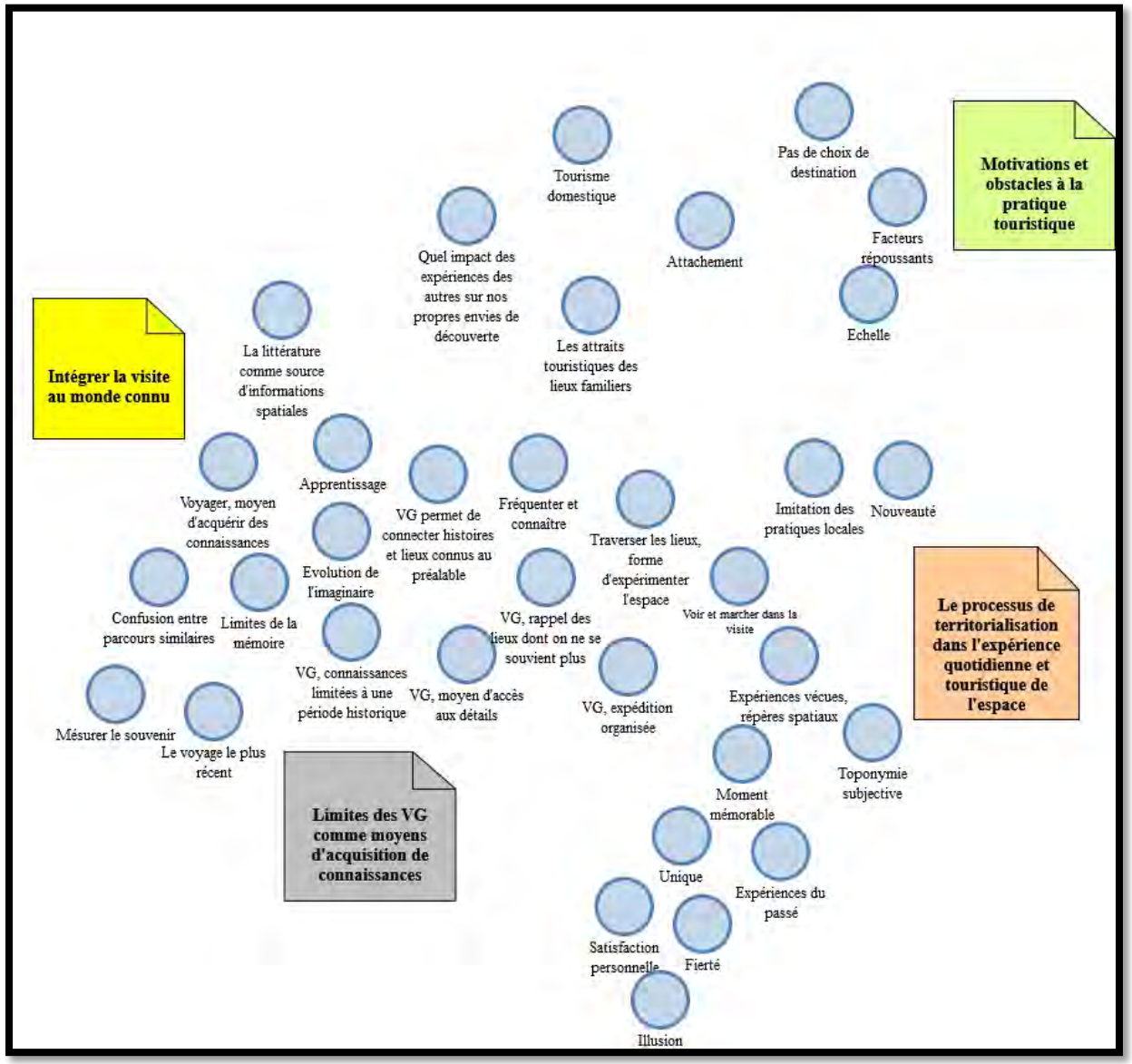
Source : auteure, 2018.

Figure 45. Pau.



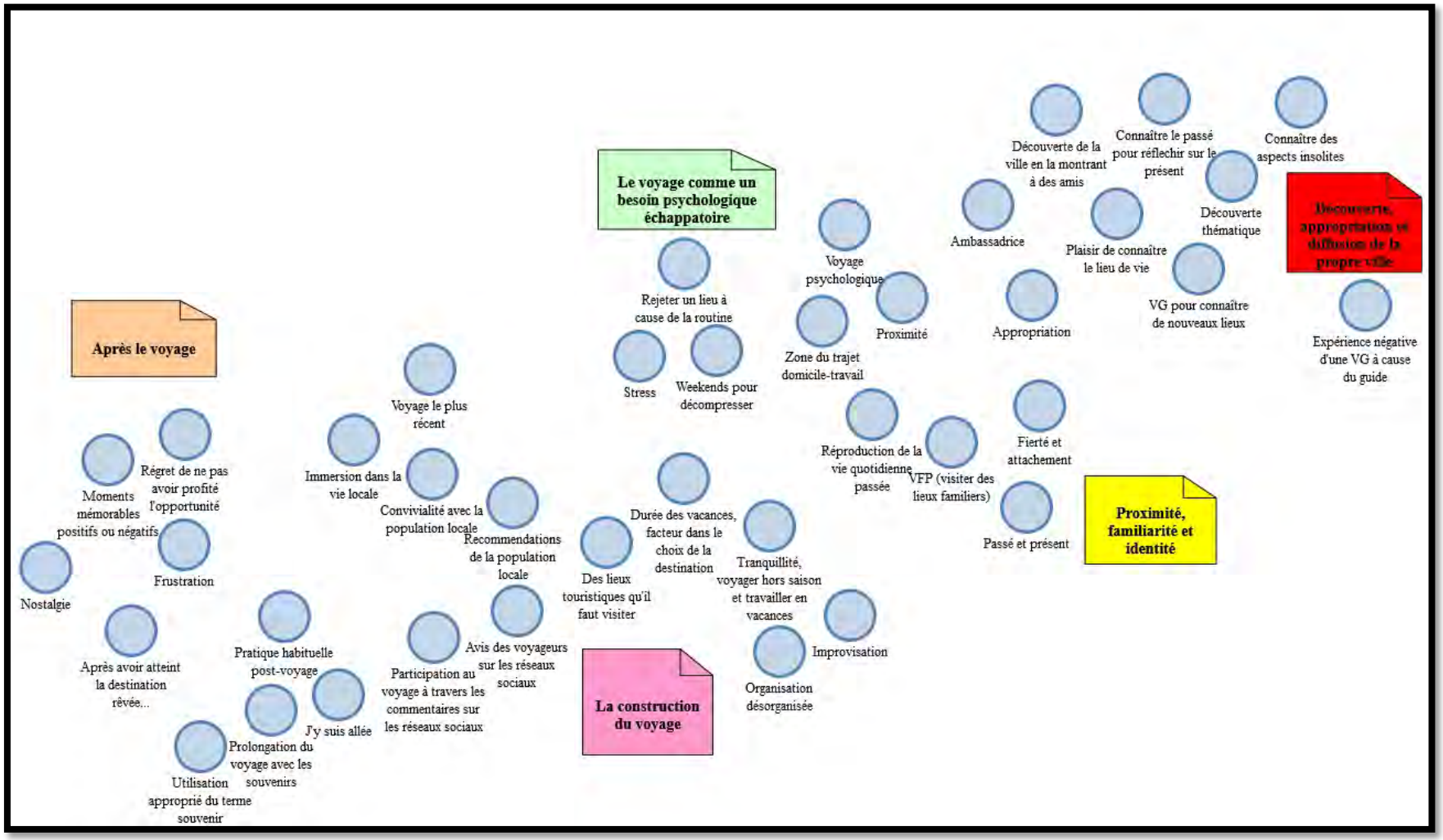
Source : auteure, 2018.

Figure 46. Pedro.



Source : auteure, 2018.

Figure 47. Valérie.



Source : auteure, 2018.

IX. Tableau récapitulatif des résultats (cycle 3 de l'IPA)

Le Tableau 35 montre en détail les thèmes identifiés dans les différents récits, ceux qui sont partagés entre différents participants et ceux appartenant à un seul participant. Pour réduire la taille du tableau et l'ajuster à la page, nous avons attribué un code pour chaque participant (voir Tableau 34). Les super-thèmes identifiés sont les suivants :

1) Déplacement et distance :
    1.1.Dépaysement et changement
    1.2.La proximité, destination et outil
    1.3.La profondeur de l'expérience du voyage et de la visite
    1.4.Visite, voyage et quotidien
2) Destination et lieux visités
3) Le visiteur, envies, attitudes, intérêts
4) Le visiteur et ses interactions avec l'Autre :
    4.1.« Touriste » et population locale
    4.2.Partager l'expérience : les autres visiteurs, le groupe touristique et autres
5) Rentrer/Fin :
    5.1.Mise en perspective de l'expérience vécue
    5.2.Traces tangibles de l'expérience du voyage

Tableau 34. Codes attribués à chaque participant dans les tableaux récapitulatifs.

Nom	Code	Nom	Code	Nom	Code
Marc	1	Carlos	6	Laura	11
Beni	2	Gloria	7	Pau	12
Pedro	3	Valérie	8	Mamadou	13
Martí	4	Cecilia	9	Meritxell	14
Carolina	5	Jose	10	Miguel	15

Source : auteure, 2018.

Tableau 35. Composantes de l'expérience vécue de la visite ici et du voyage ailleurs.

(Voir page suivante)

Composantes du voyage comme expérience vécue			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Déplacement et distance	1.1. Dépaysement par le changement	Le voyage est un déplacement psychologique par le dépaysement (différence valorisée face à la distance). Épanouissement, ouverture. Aller se changer les idées. Changement de perspective.															
		Voyage multidirectionnel : dans l'espace, dans le temps, vers soi-même. Processus introspectif (se regarder soi-même lorsqu'on regarde des lieux).															
		En vacances, plutôt que changer de lieu, changer de rythme.															
		Organisation des grands traits en amont, détails du planning sur place, après la mesure des distances et la création de repères.															
	1.2. La proximité, destination et outil	Proximité, week-end chez des amis ou à 30km.															
		Espagne et France, destinations de tourisme de proximité.															
		La proximité incite la répétition.															
		Proximité minimale nécessaire pour saisir les lieux, pour comprendre l'objet de la visite.															
		Conscience de l'intérêt des espaces de proximité. Fierté et intérêt touristique.															
	1.3. La profondeur de l'expérience du voyage et de la visite	Une expérience inoubliable repose sur les émotions éprouvées et transcende vers les lieux où elle est vécue. Souvenirs émouvants.															
		Expérience corporelle (sensations).															
		La marche, moyen d'immersion.															
		Promenade, valeur ajoutée de l'explication (ennui).															
		Improvisation et autonomie. Sortir hors des sentiers battus (sans regrets). Découverte à son propre rythme (rejet du voyage organisé).															
		Le voyageur en voyage organisé : à la fois contraint et libéré. Accès aux lieux fermés.															
		Le voyage stimule la curiosité, la curiosité nourrit le voyage. Voir de ses propres yeux. Convergence de regards animés de curiosité.															
		Chaque voyage est unique. Les éléments psychologiques et environnementaux (contexte personnel, mise en scène et ambiance) conditionnent l'expérience de visite.															
		Voyage en profondeur : longue durée et des pratiques signifiantes.															
		Connaître, comprendre pourquoi.															
		Expériences précédentes participent à l'expérience présente (imagination).															
		Passe-temps, loisir. Ludique.															

Composantes du voyage comme expérience vécue			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Déplacement et distance	**1.4. Visite, voyage et quotidien**	Le vécu quotidien participe à donner du sens aux lieux visités.															
		La différence dans le vécu d'une même pratique réalisée de manière habituelle ou exceptionnelle se mesure par le plaisir.															
		Le caractère du visiteur (impatience) impacte son quotidien et ses voyages.															
		Hors-saison, plus facile de vivre le rythme quotidien de la destination.															
		Déconnexion des préoccupations quotidiennes.															
		Visiteur hybride qui visite et travaille simultanément.															
		Lorsque le voyage devient routine, des tensions peuvent émerger. Routine selon la pratique soit ponctuelle ou quotidienne.															
		Visiter des lieux familiers, difficile d'adopter le regard du touriste. Reproduction de routines.															
		Apprendre à regarder autrement. Redécouverte. Surprise. Promenade (voyage quotidien).															
		Très habitué. Tous les quartiers et toutes les périodes historiques (répétition).															

Composantes du voyage comme expérience vécue		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
2. Destination et lieux visités	Lieux incontournables, où 'il faut aller' et destinations idéalisées. Motivation profonde pour visiter un lieu. Idéalisation des lieux ratés.															
	L'inaccessibilité comme attrait, comme source de curiosité.															
	Proximité et familiarité très intense avec les lieux, pas de nostalgie.															
	Pas de lieu rêvé. Être bien partout, jamais très bien.															
	Toujours des mystères cachés à découvrir dans une grande ville.															
	Destinations diverses et différentes. Quête de la nouveauté. Attention et curiosité.															
	Mondialisation, peu de différences entre les lieux, les gens...															
	Zone non touristique.															
	Construction du parcours à fur et à mesure (voiture).															
	Être quelque part où il est à l'aise (pas aller là où « il faut » aller).															
	Titre atypique (valorisation du moche).															
	Arguments touristiques des promoteurs, destinations irréelles. Le vécu est réel.															
	Généralisation du tourisme (destinations avant exceptionnelles). Massification (vécue chez soi, pas en voyageant ailleurs).															
	Tout individu est libre de se déplacer (biographie de migrant).															
	« Faire » une destination.															
	Même destination (famille), aimerait visiter ailleurs. Destination imposée vécue comme lieu préféré au monde (atouts touristiques).															
	Catégorisation des destinations (faciles/compliquées selon leur accessibilité).															
	Catégorisation des destinations (faciles/compliquées selon les risques).															
	Destinations de proximité culturelle.															
	Zone parcourue imaginée (préjugés).															
	Le guide permet de regarder là où il faut.															
	Les objets insolites restent dans la mémoire.															
	Visite guidée, enchaînement de curiosités et anecdotes diverses dont le tronc commun est la rue. Anecdotes attachées aux lieux. Insolite et banal.															
	Un visiteur visite un lieu au moment précis où il est prêt (flow).															

Composantes du voyage comme expérience vécue		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
3. Le visiteur, envies, attitudes, intérêts	Voyager, besoin humain primitif de quête de plaisir et de tranquillité															
	Voyage, sentiments contradictoires (plaisir-stress)															
	L'origine et le bagage culturel du visiteur conditionne l'expérience.															
	L'impuissance, l'insécurité, les phobies… problèmes qui imprègnent le reste du voyage.															
	J'y ai été, j'ai fait ça. Confiance en soi.															
	Insouciance (parenthèse dans sa vie quotidienne, se laisser aller).															
	Voyage en saison (contrainte de l'organisation du temps travail-vacances)															
	Intérêt par la thématique (accord entre les intérêts personnels et l'offre existante). Source complémentaire à la littérature. Intérêt inspiré par un voyage.															
	Très organisé (limiter les coûts).															

Composantes du voyage comme expérience vécue			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
4. Le visiteur et ses interactions avec l'Autre	4.1. « Touriste » et population locale	Immersion dans le mode de vie local. Dépassement du stigma du touriste (préjugés).															
		AirBnb chez l'habitant apprécié, pas d'appartement touristique.															
		Comprendre les lieux visités à travers la manière dont les gens qui les habitent interagissent avec ces lieux.															
		Visiteur, accès privilégié à la destination par rapport au résident. Les résidents passent à côté des détails extraordinaires.															
		Observer la vie quotidienne de la destination.															
		Adaptation au rythme local.															
		Rejet initial des contrastes. Besoin d'un temps d'adaptation.															
		Jouer le rôle du guide face aux visiteurs étrangers. Ambassadeur/Ambassadrice (fierté).															
		Engager un guide local. Accès direct à la source d'information (le guide). Professionnalité apparente de l'organisateur. Le jeu du guide conditionne l'expérience. Vitesse du parcours et du discours, difficultés pour observer et comprendre.															
		Groupe réduit : échange dynamique avec la guide, intimité.															
		Contredire/compléter le récit du guide.															

Composantes du voyage comme expérience vécue			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
4. Le voyageur et ses interactions avec l'Autre	4.2. Partager l'expérience : les autres visiteurs, le groupe touristique et autres	Tranquillité. Peu de sociabilité avec d'autres visiteurs.															
		Inspirer le regard et curiosité des passants.															
		Apprécie la rencontre (ponctuelle) avec d'autres visiteurs.															
		Être en bonne compagnie, essentiel pour une expérience de voyage réussie.															
		Prendre plaisir à voir l'autre découvrir une destination pour la première fois.															
		« Sac à dos ». Accompagner quelqu'un.															
		Voyager en famille (avec les enfants).															
		La situation personnelle (enfants) conditionne les possibilités.															
		Dans un grand groupe, le visiteur s'éloigne de la destination.															
		Se déplacer et suivre les explications au milieu de la foule (le système audio permet d'être éparpillé). Conflits d'occupation de l'espace, devoir s'arrêter ailleurs qu'à l'endroit prévu, passage intense.															
		Le voyage, mécanisme révélateur de la personnalité.															
		Avis des voyageurs.															
		Échanges pendant (instantanés) et après le voyage. Diffusion de l'image perçue de la destination. Expérience amplifiée.															
		Partage instantané d'expériences (réseaux sociaux).															
		Forme de transmission orale.															
		Visite comme cadeau, thématique choisie par curiosité.															

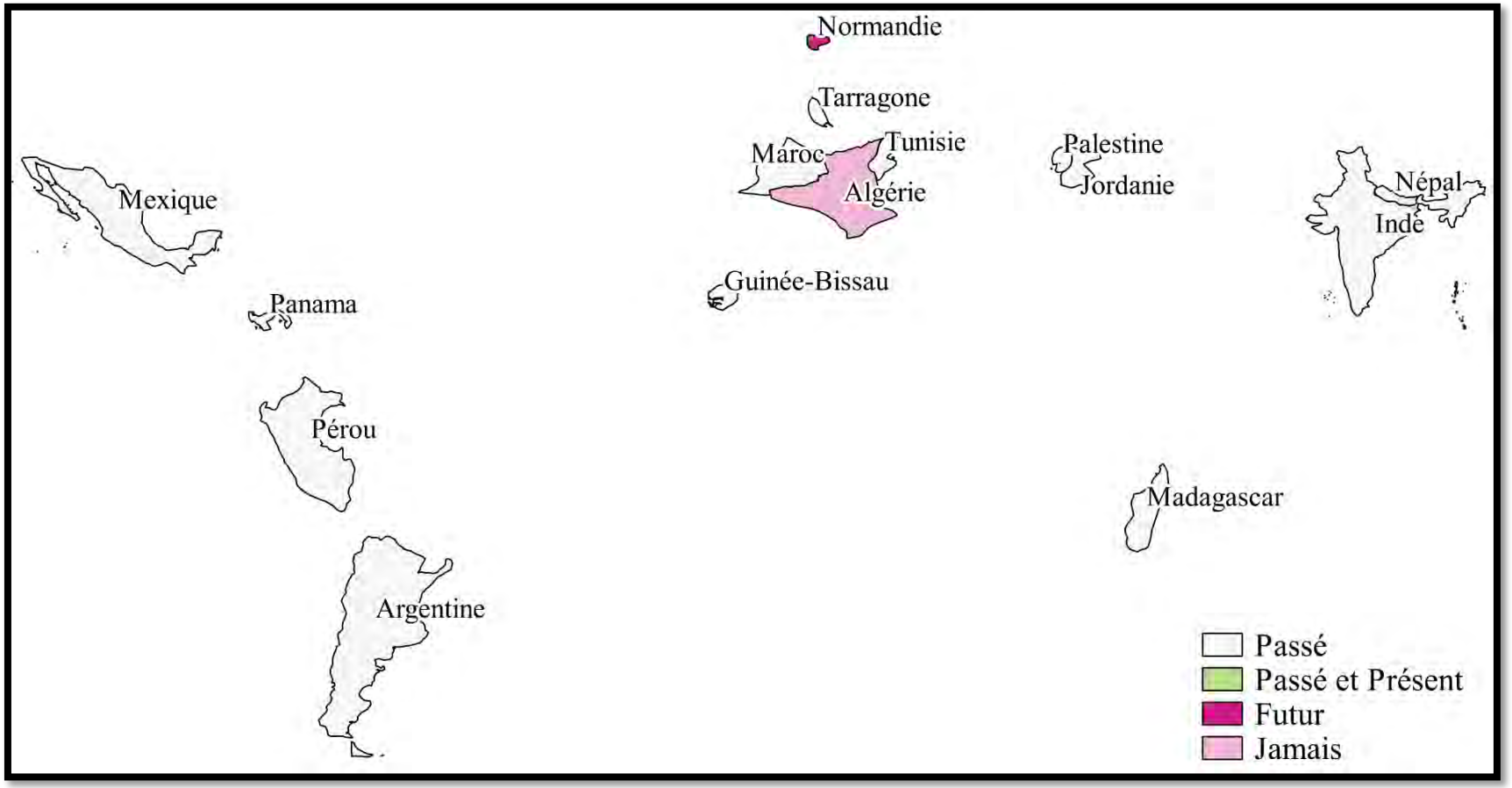
Composantes du voyage comme expérience vécue			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
5. Rentrer/Fin	5.1. Mise en perspective de l'expérience vécue	Retour, étape incontournable du voyage. Pour apprécier le voyage, il faut renouer avec la vie quotidienne.															
		Écart entre attentes et réalité, déception.															
		Écart entre attentes et réalité (surprise) favorise le souvenir de l'expérience après le temps.															
		Limites de la mémoire (mélange de différentes expériences).															
		Mise en perspective de la destination par rapport à chez soi. Connaître le passé pour réfléchir au présent.															
		Connaître l'histoire de la ville : l'apprécier, renforcer les liens et l'expliquer. Apprentissage de détails ignorés auparavant.															
		Confirmation des propres connaissances.															
		Expérience très enrichissante.															
		Création de liens émotionnels avec les lieux (appropriation).															
		Touriste, vecteur de transmission de la culture visitée.															
		Frustration : pas se souvenir clairement des lieux visités ; pas obtenir la réponse espérée															
		Deux visites la même journée, très fatigant (physiquement et mentalement). Plus jamais.															
		Envie de participer à d'autres visites.															
	5.2. Traces tangibles de l'expérience du voyage	Habitude de faire des photos comme souvenir. Prendre le temps de revivre l'expérience.															
		Profiter de l'expérience vécue sur le moment, plutôt que faire des photos pour se souvenir après.															
		Pas de photos, les lieux proches sont accessibles pour une visite ultérieure.															
		Souvenirs (objets), pratique égocentrique. 'J'y ai été'.															
		Les souvenirs (objets), continuation du voyage de retour à la maison. Objets quotidiens, gastronomie, langues.															

Source : auteure, 2018.

X. Cartogrammes

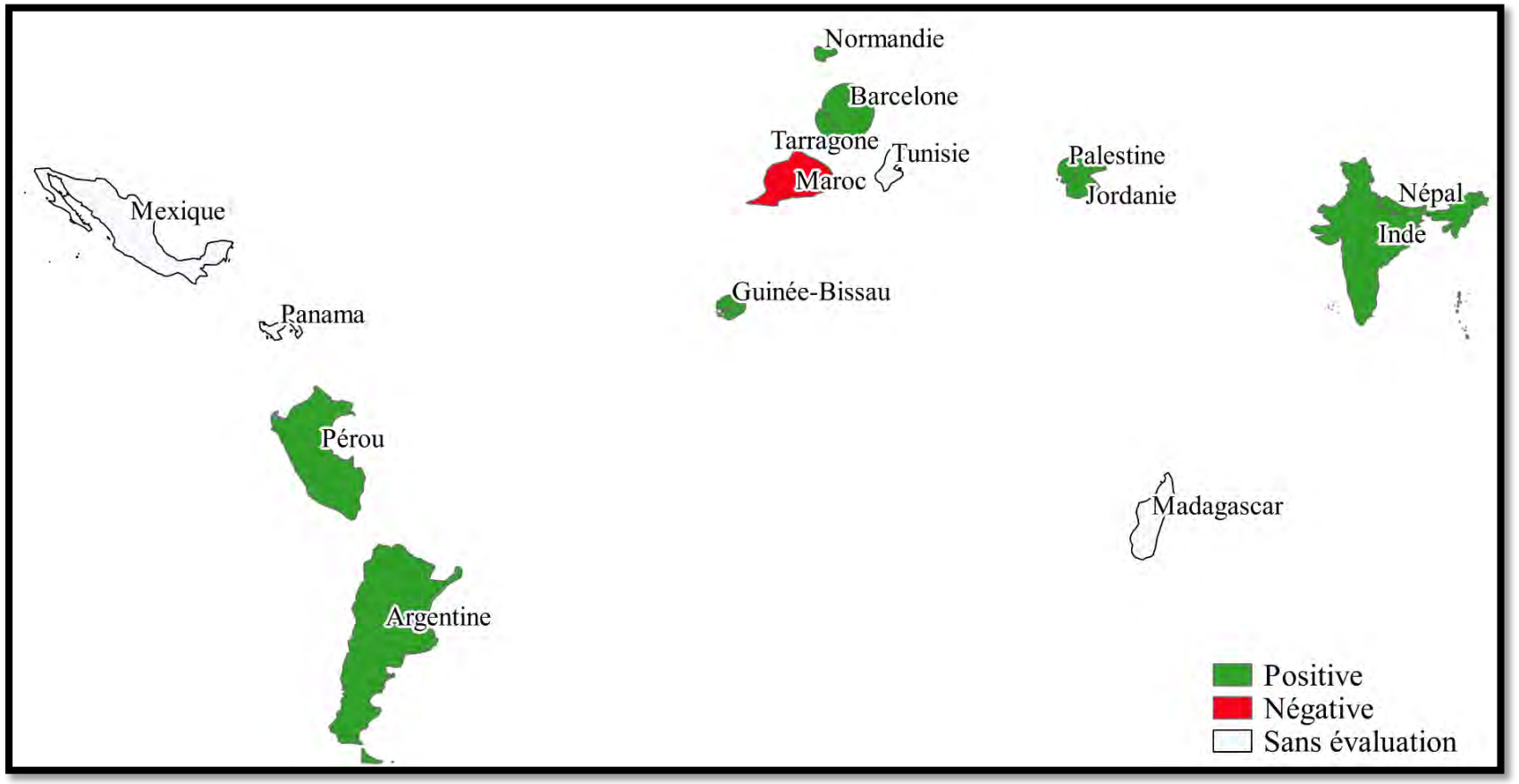
Cartogramme de Beni

Figure 48. Beni. Temporalité des références.



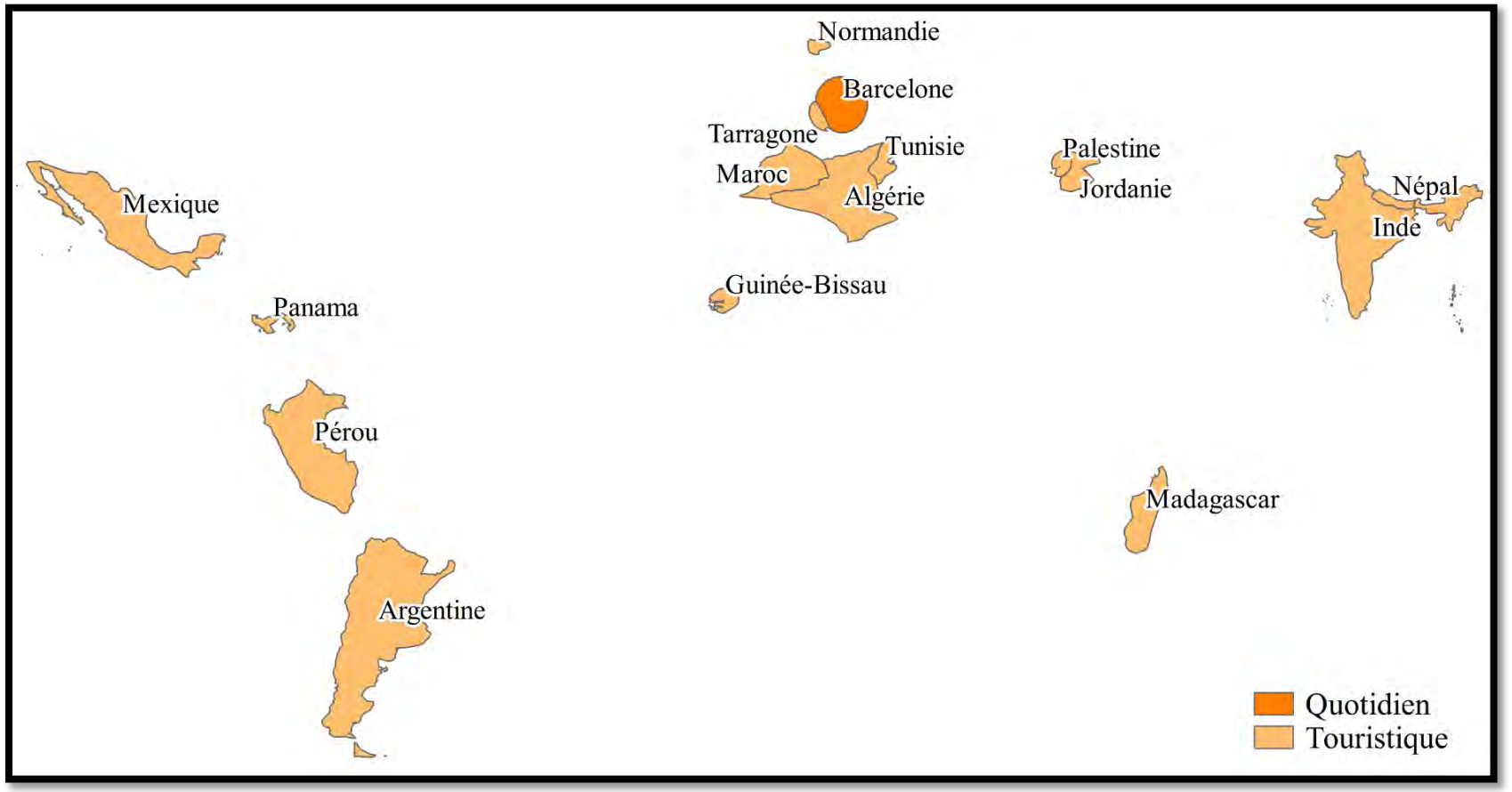
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 49. Beni. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

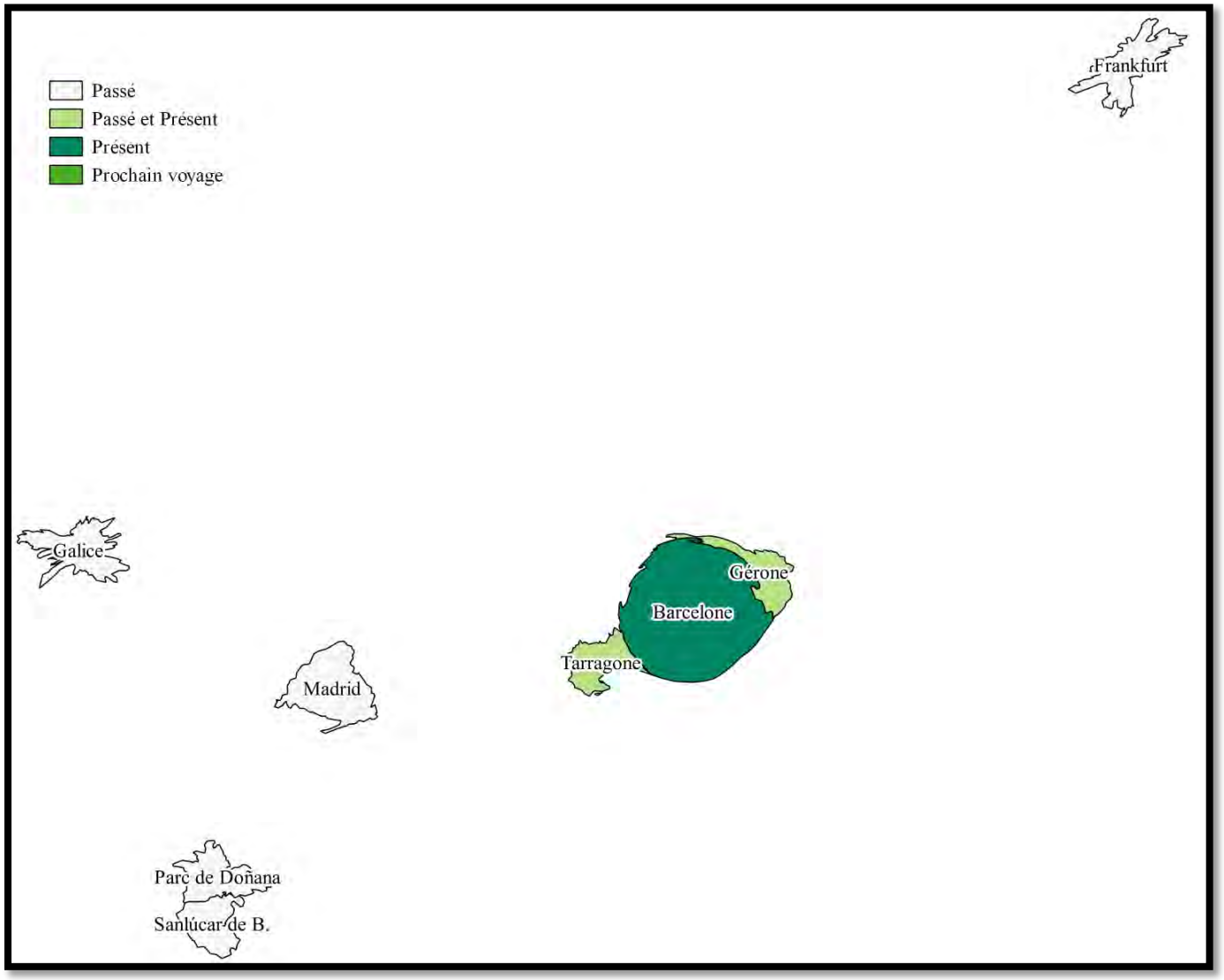
Figure 50. Beni. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

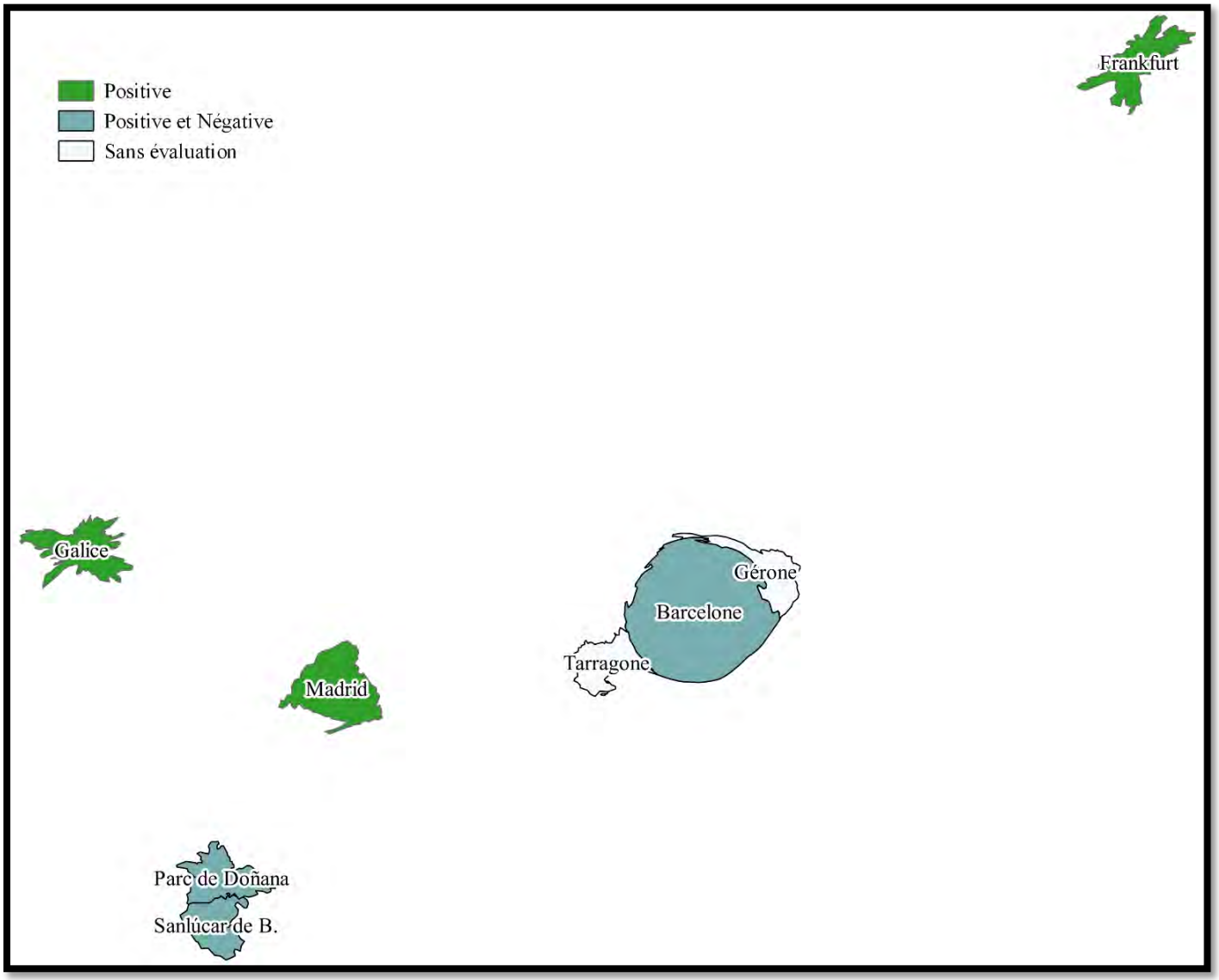
Cartogramme de Carlos

Figure 51. Carlos. Temporalité des références.



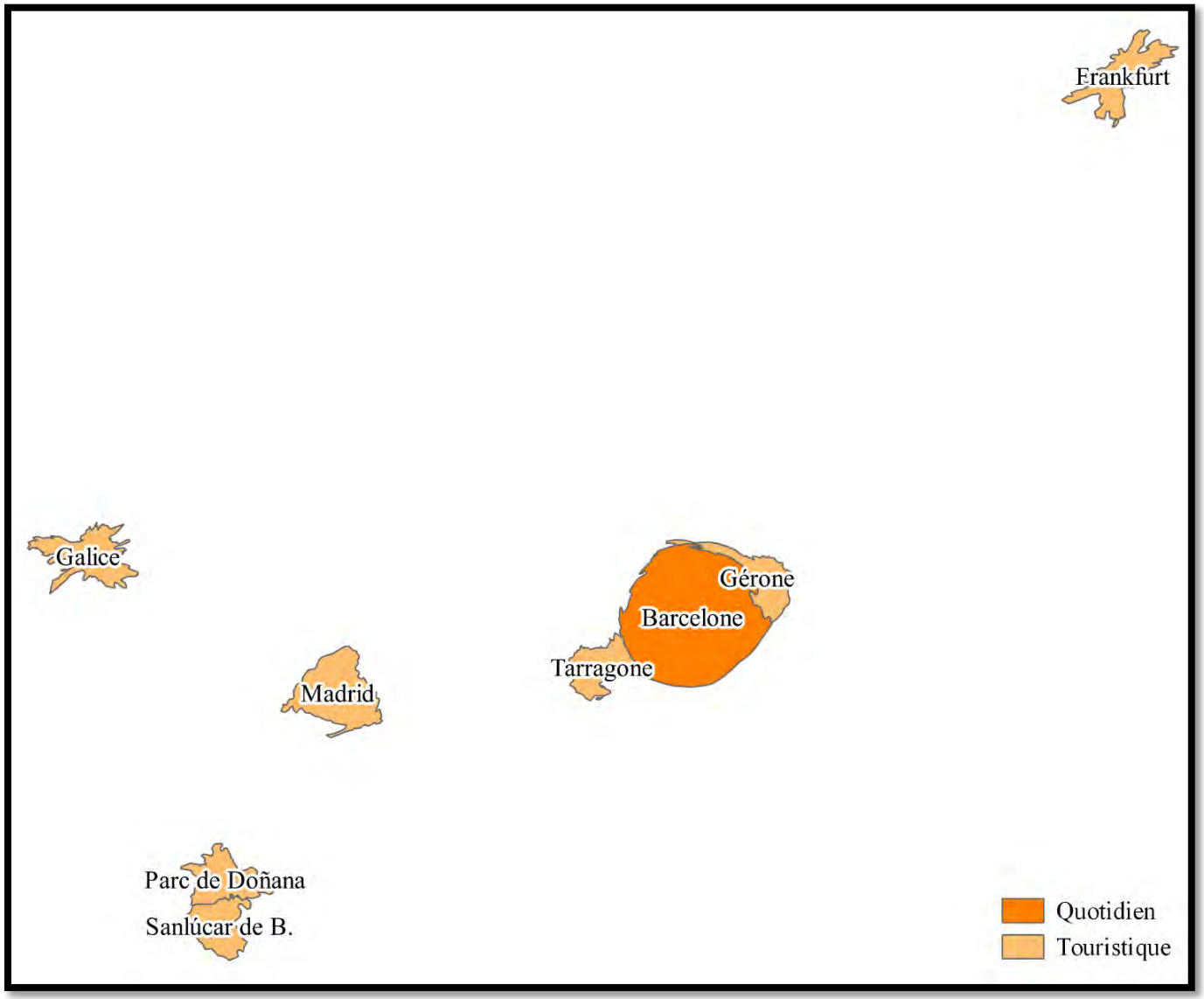
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

Figure 52. Carlos. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

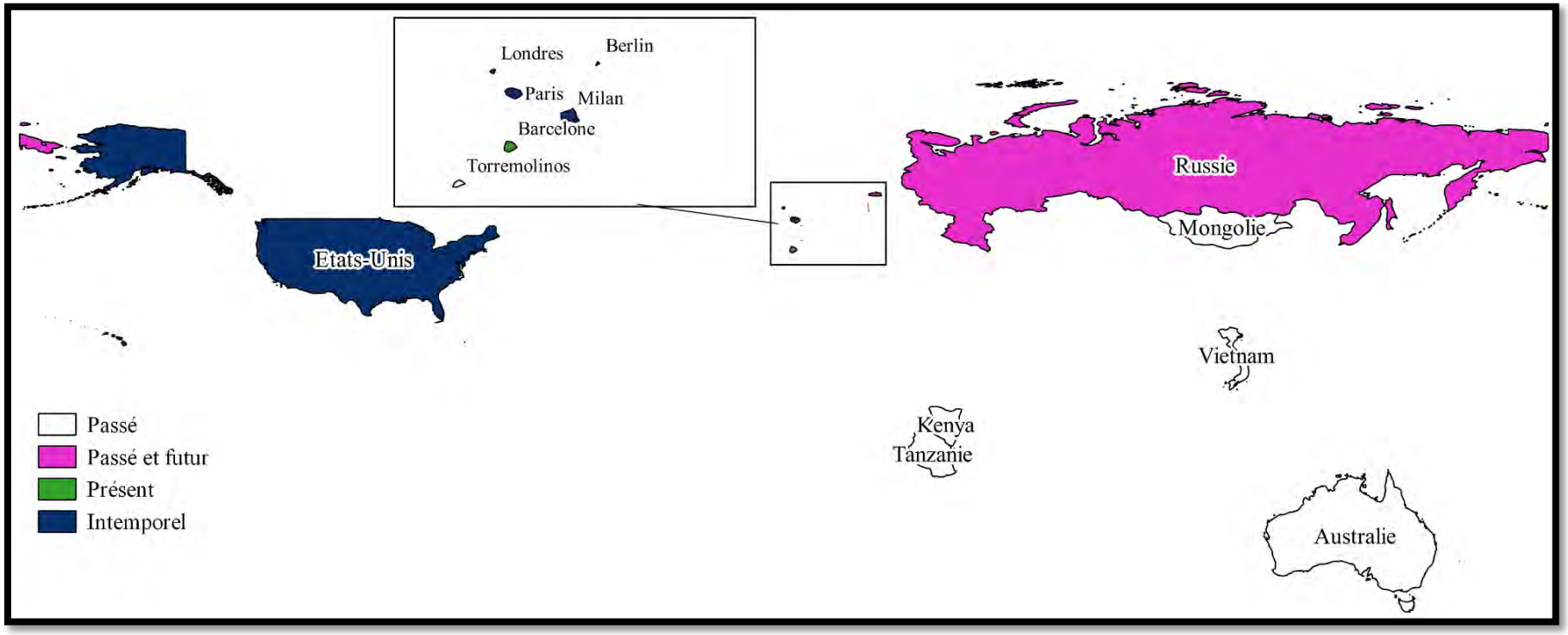
Figure 53. Carlos. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

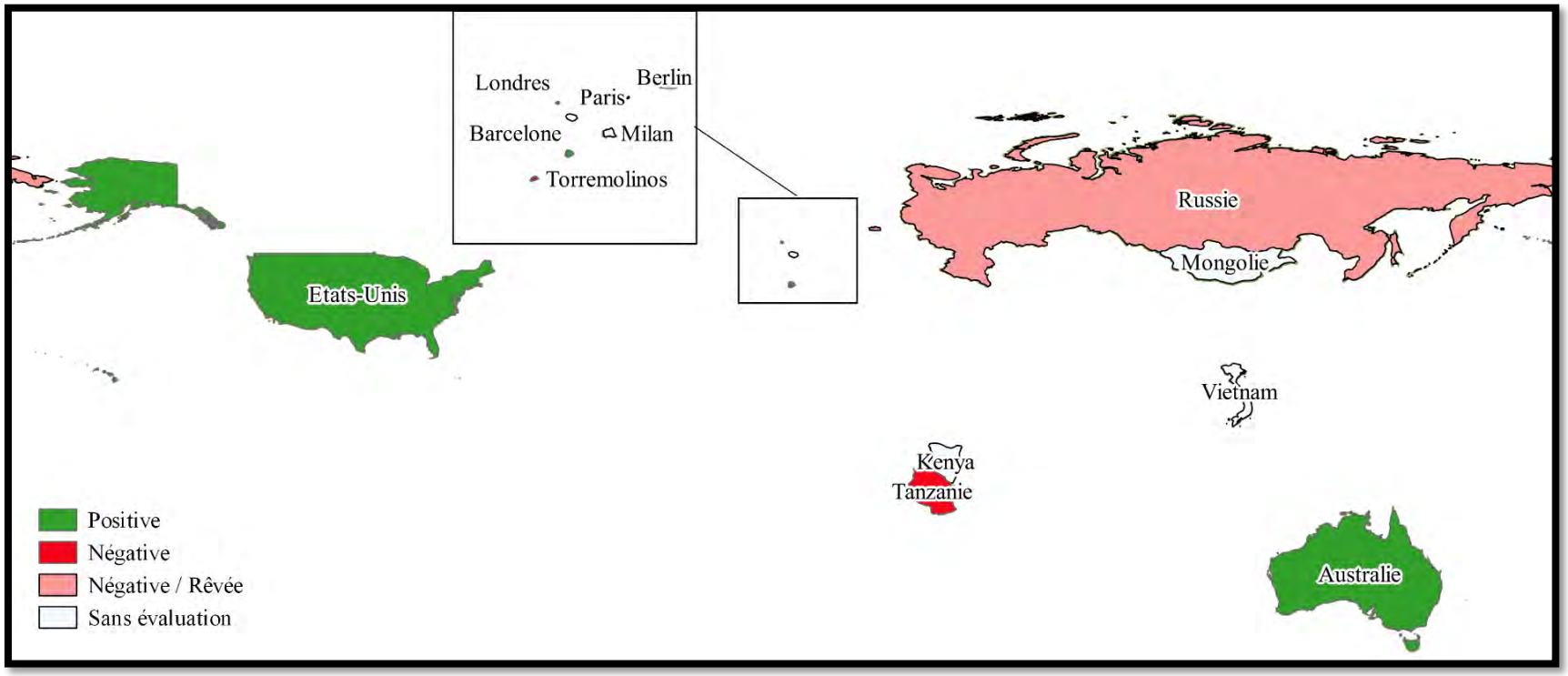
Cartogramme de Carolina

Figure 54. Carolina. Temporalité des références.



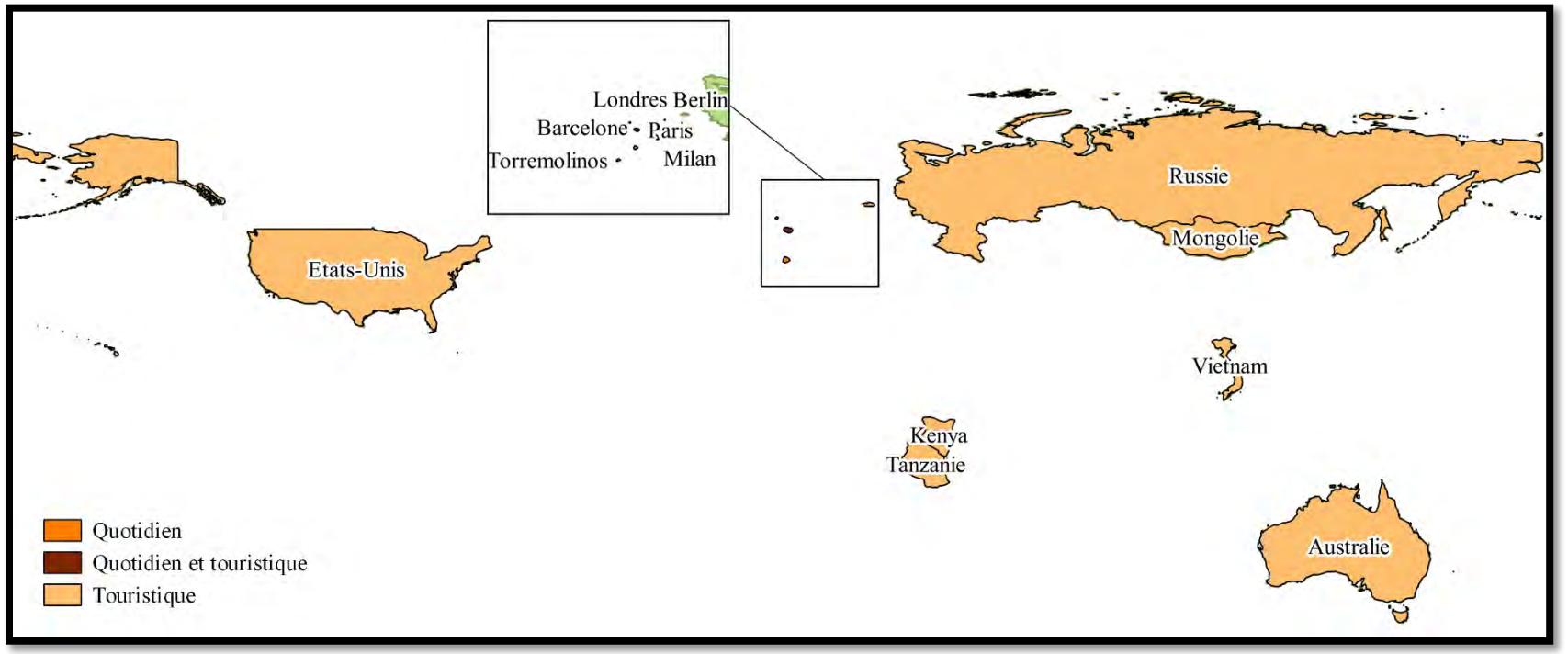
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 55. Carolina. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

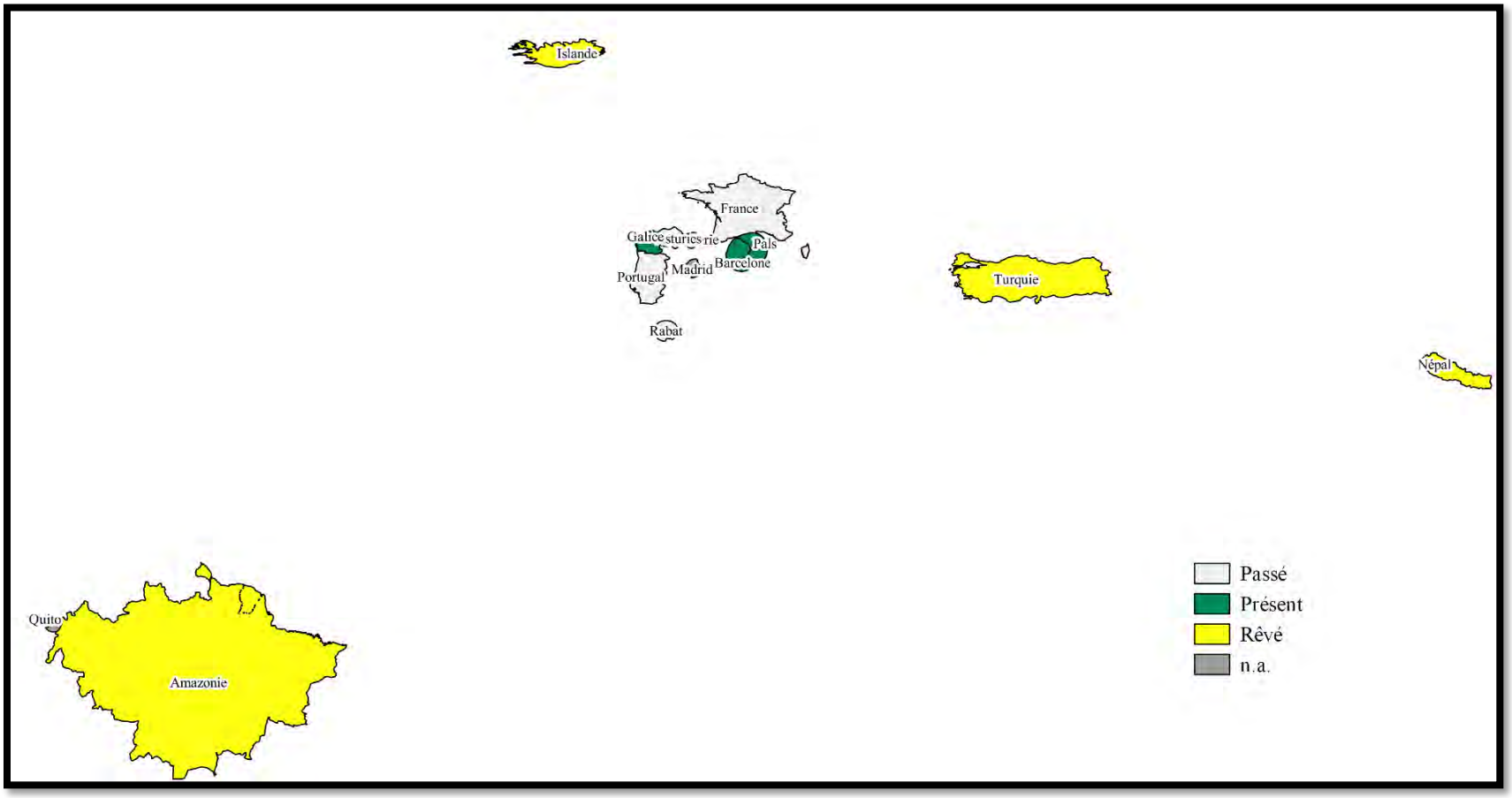
Figure 56. Carolina. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

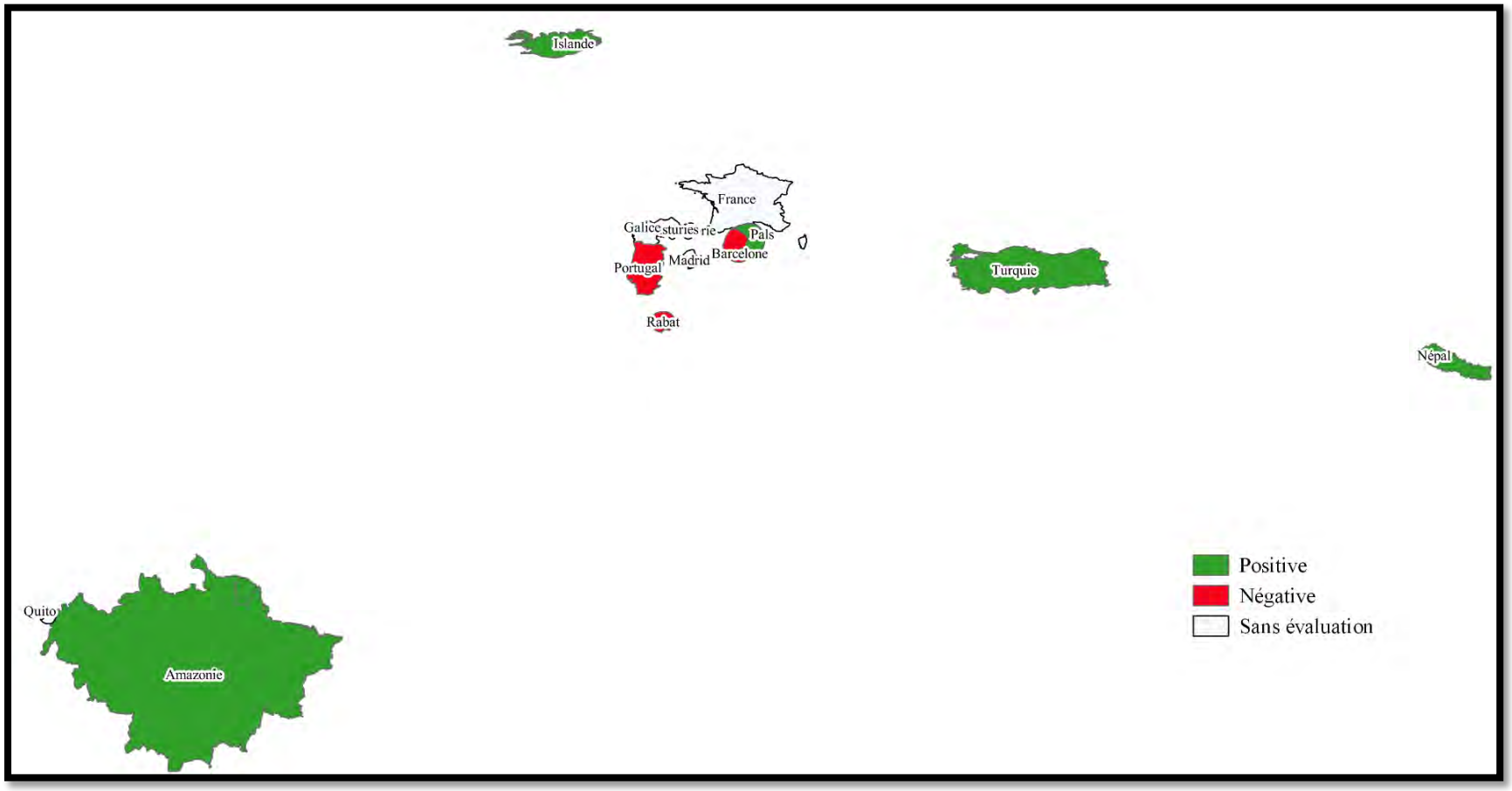
Cartogramme de Cecilia

Figure 57. Cecilia. Temporalité des références.



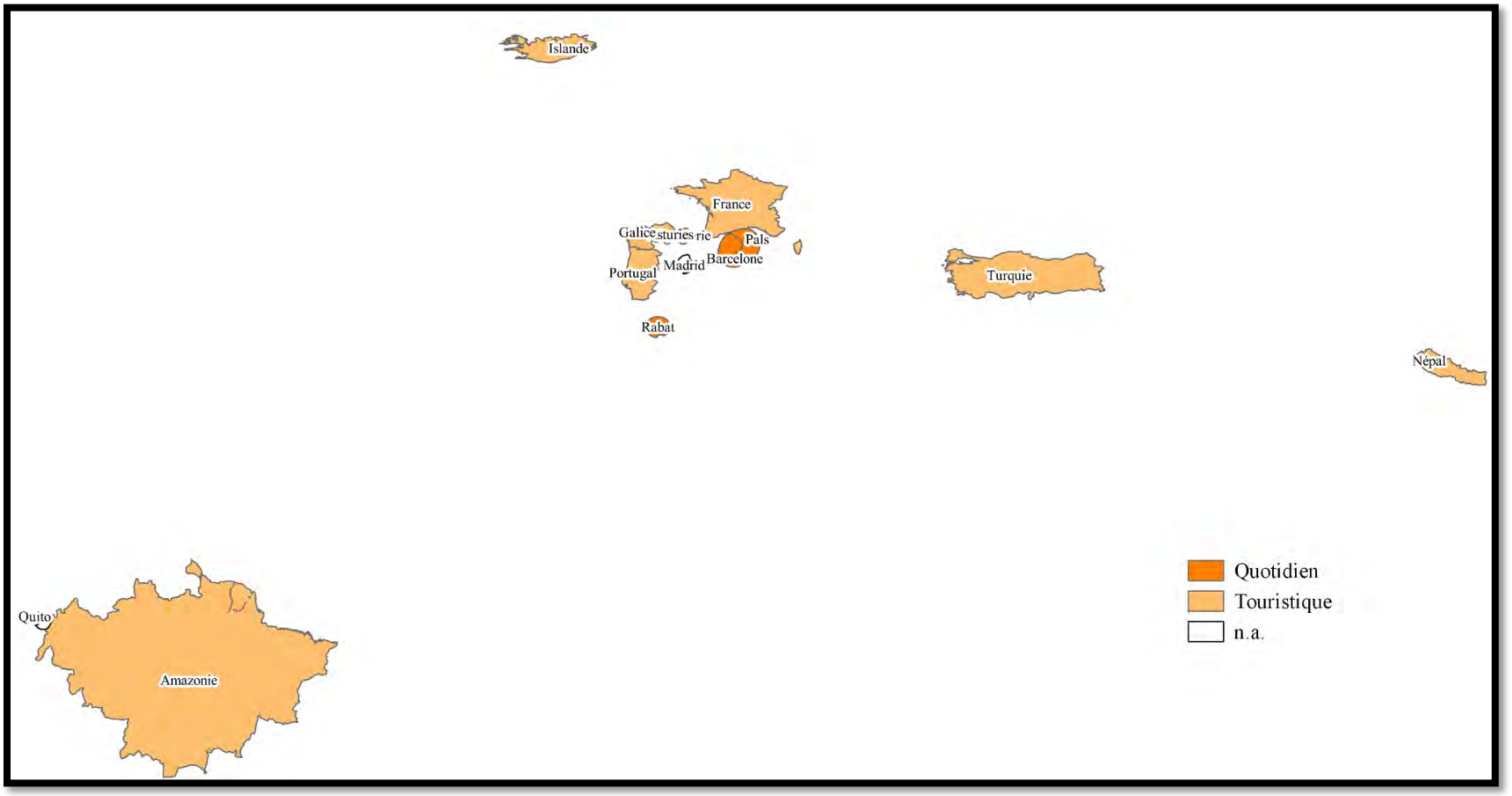
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 58. Cecilia. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

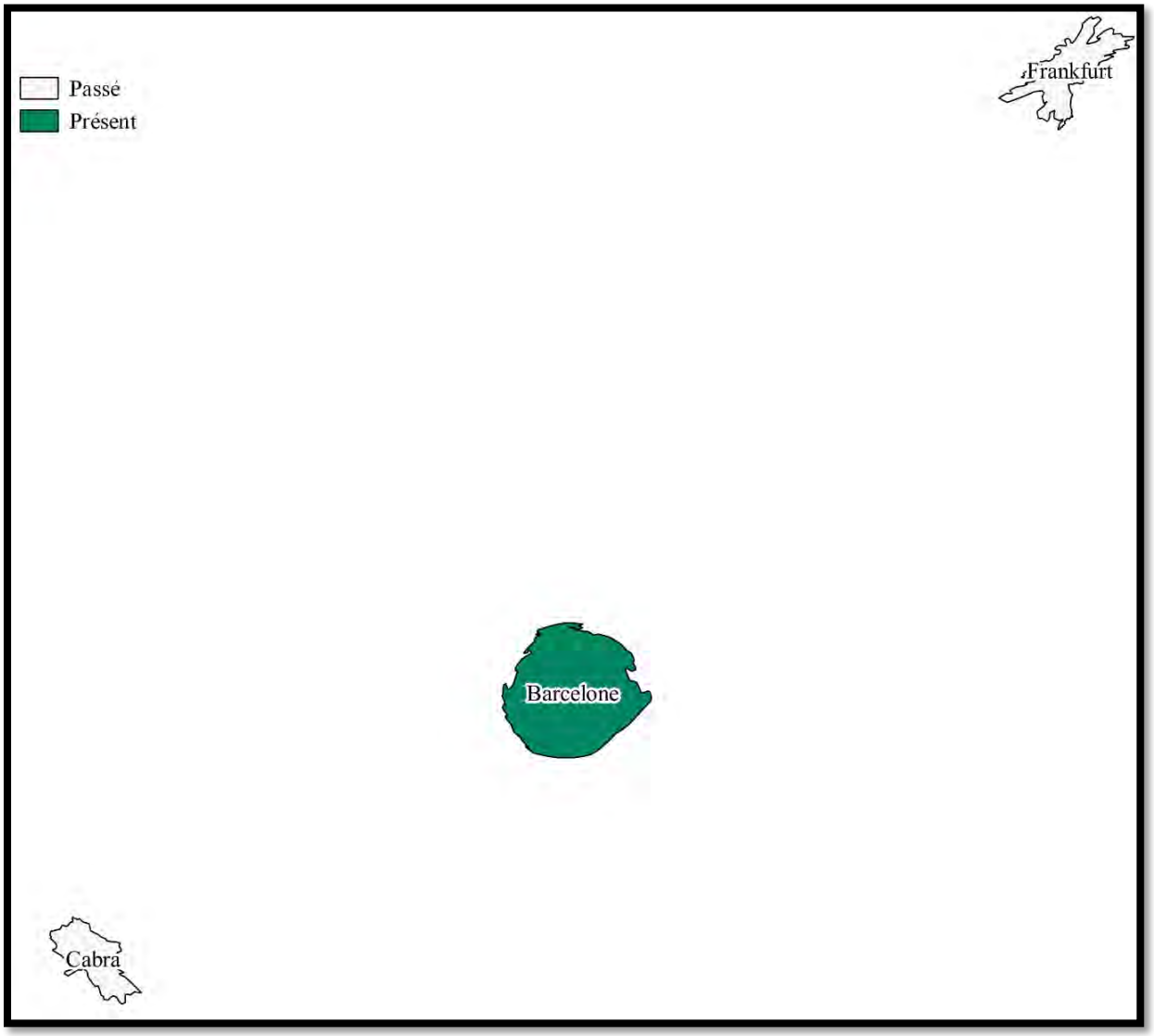
Figure 59. Cecilia. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

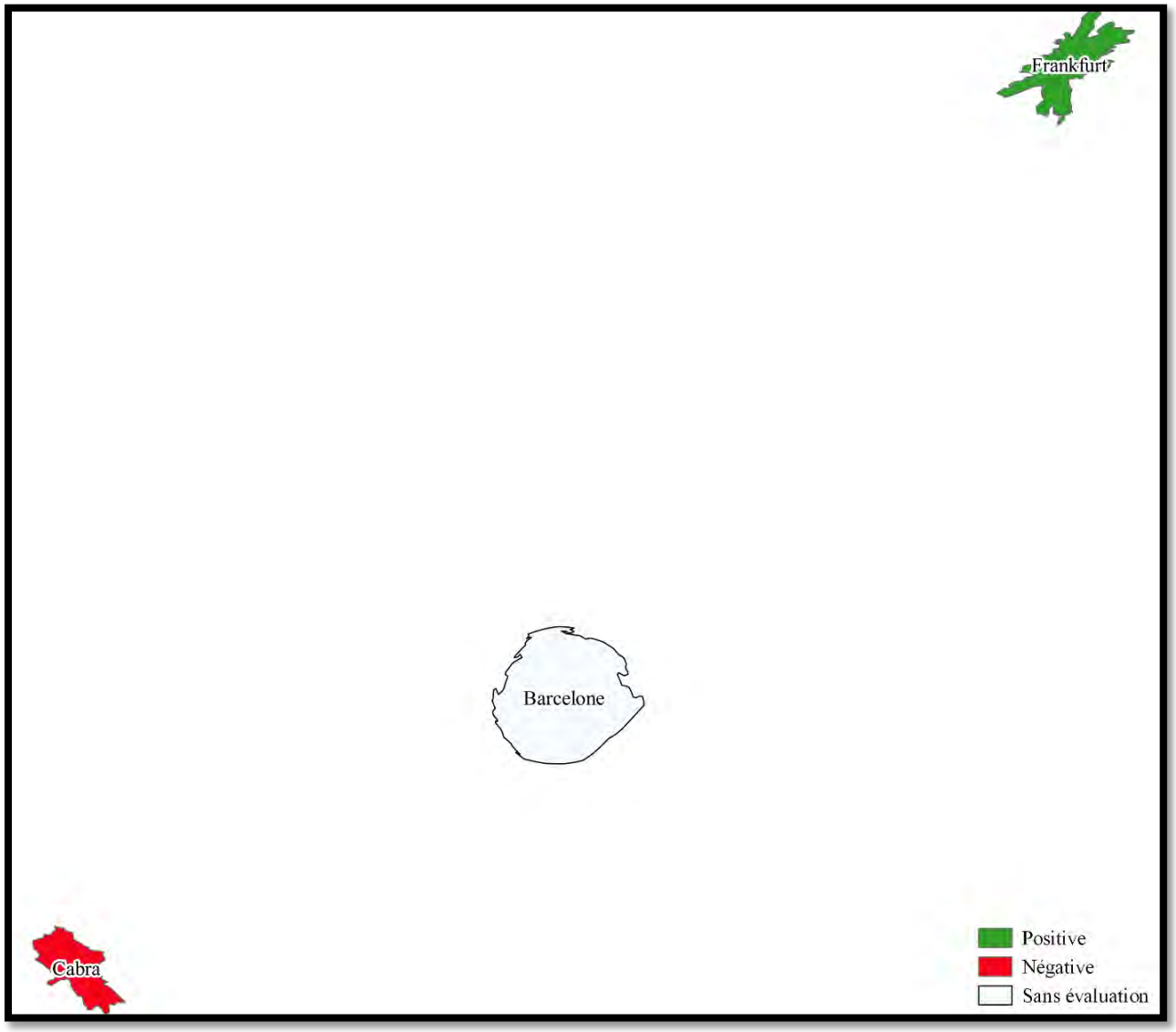
Cartogramme de Gloria

Figure 60. Gloria. Temporalité des références.



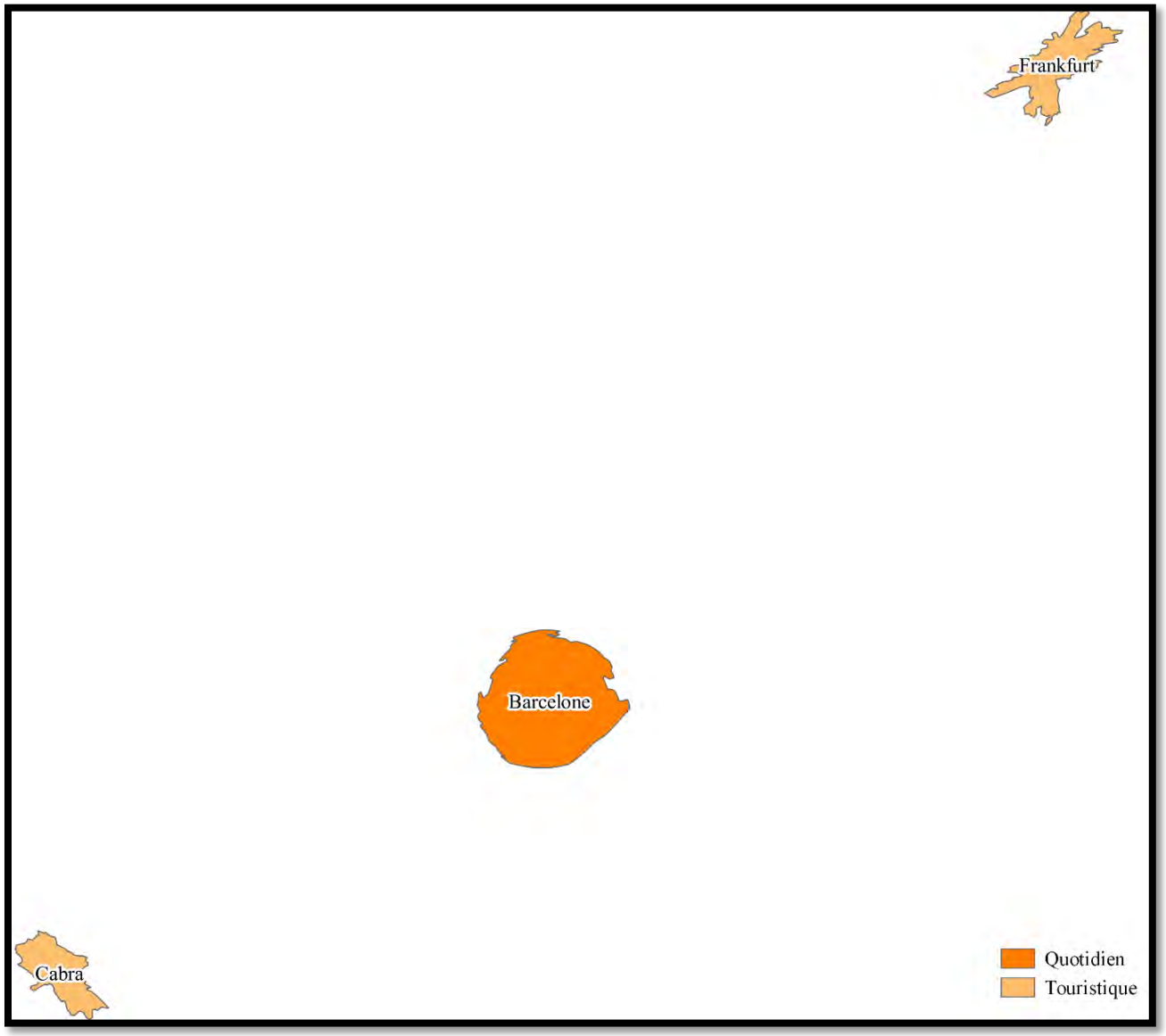
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

Figure 61. Gloria. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

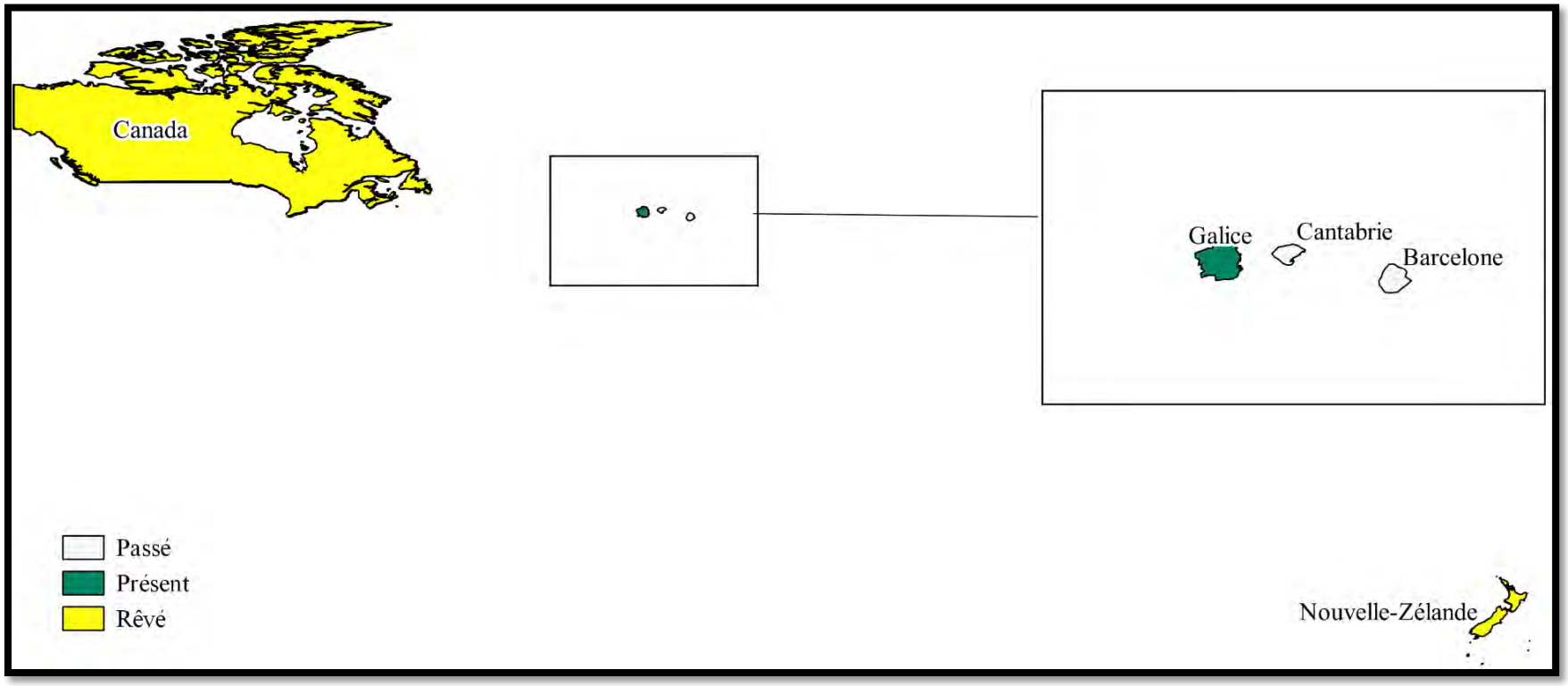
Figure 62. Gloria. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

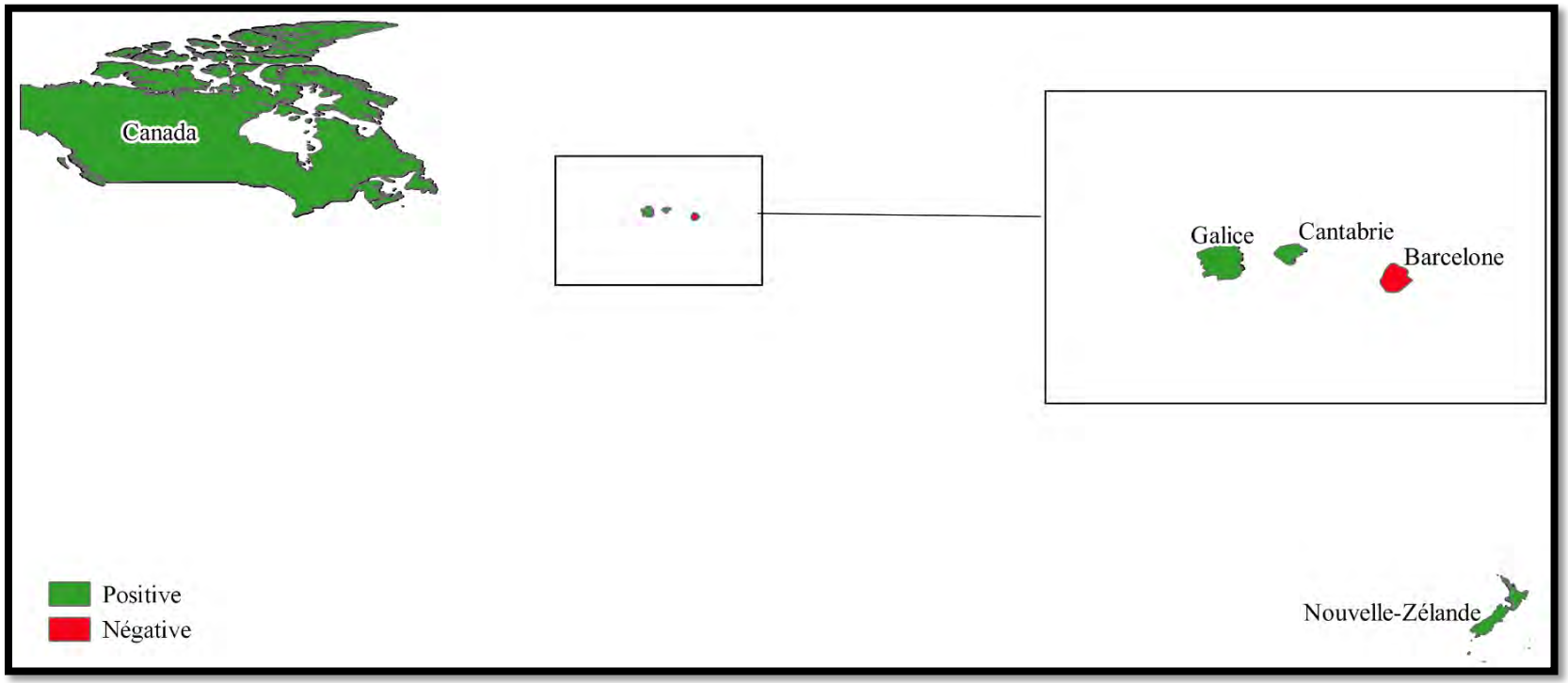
Cartogramme de Jose

Figure 63. Jose. Temporalité des références.



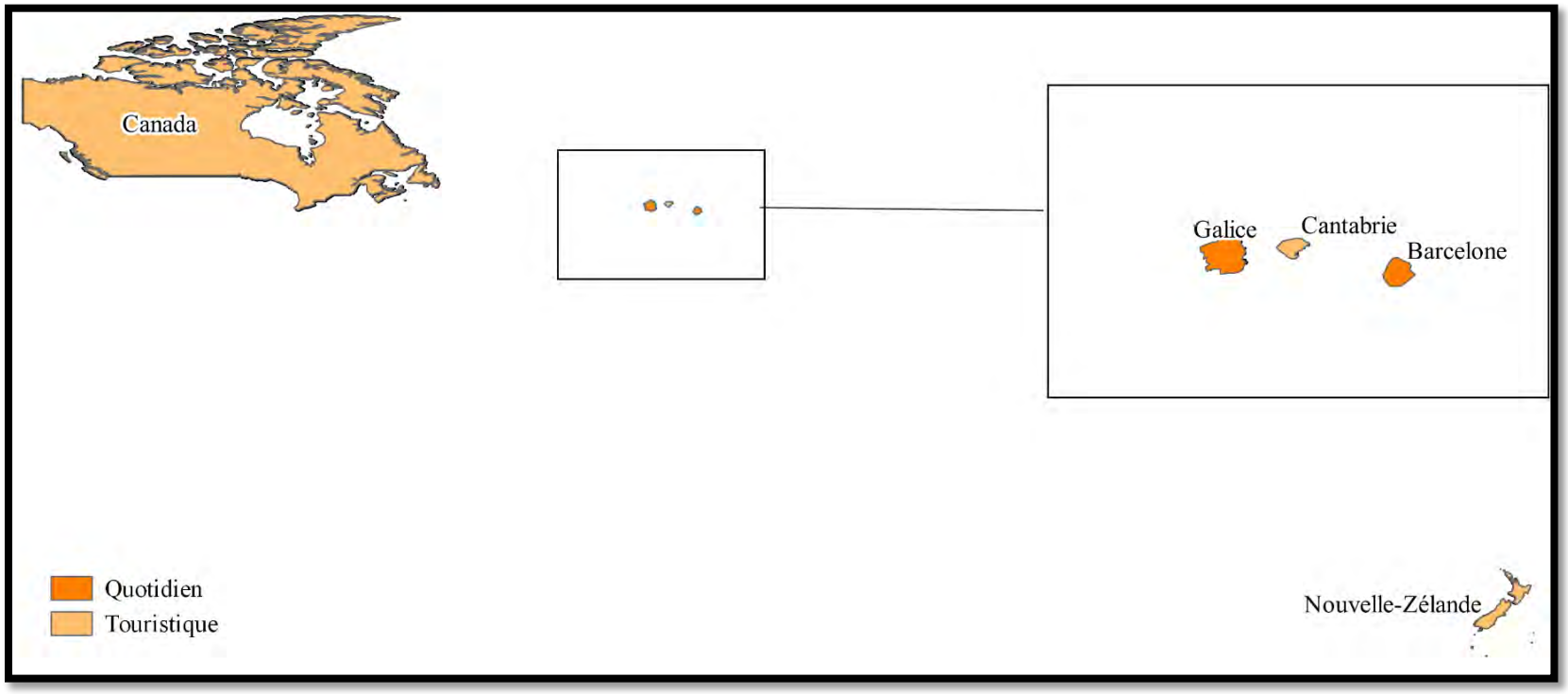
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 64. Jose. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

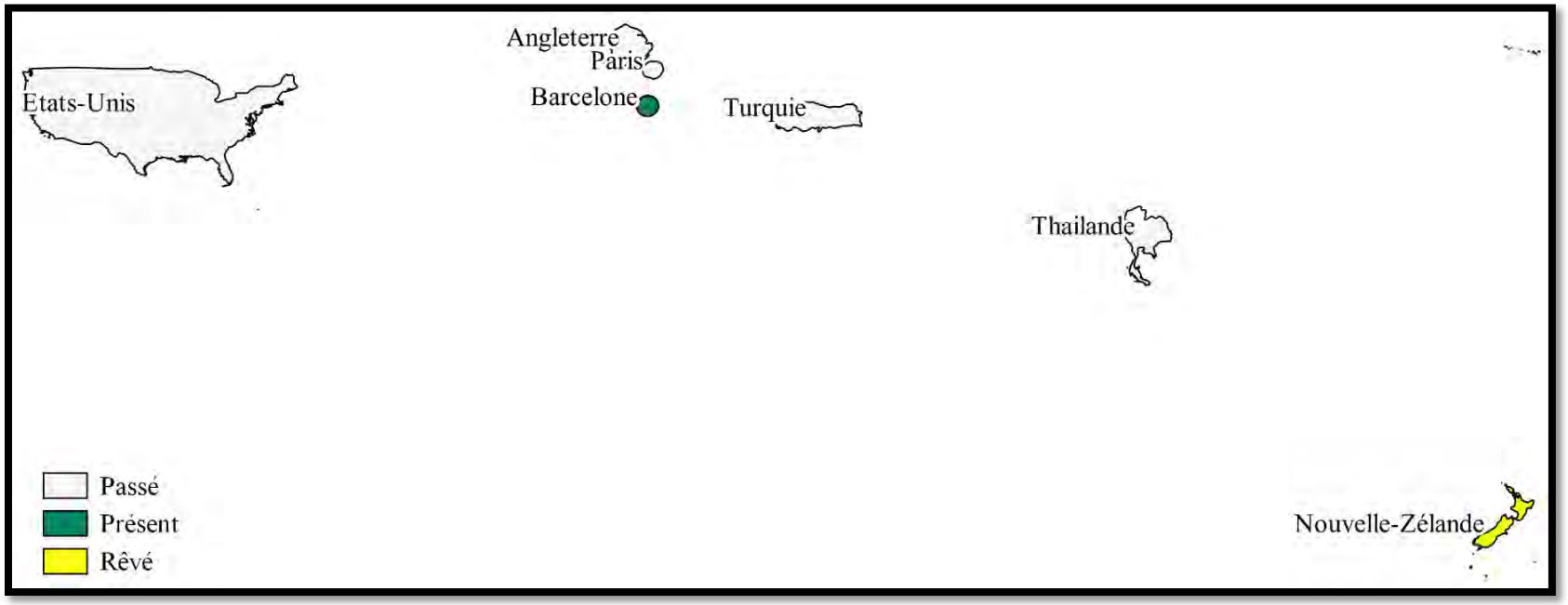
Figure 65. Jose. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Cartogramme de Laura

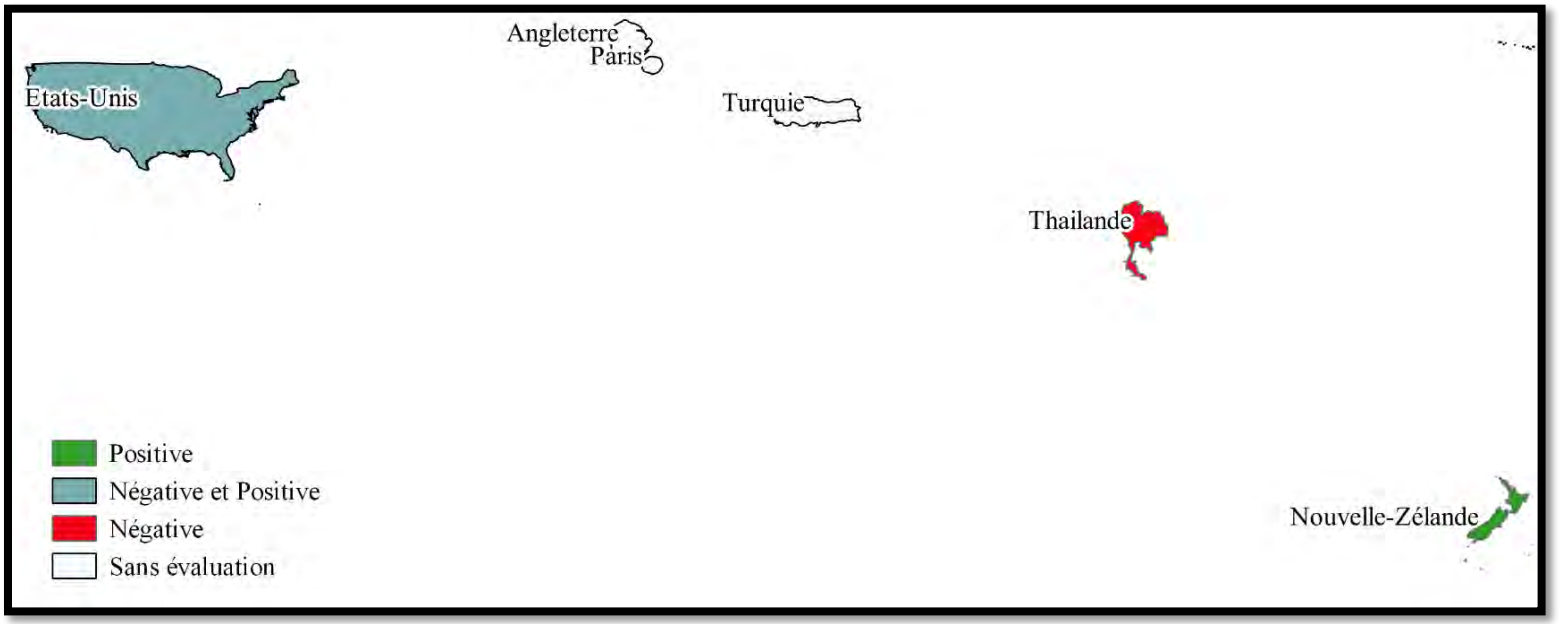
Figure 66. Laura[101]. Temporalité des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

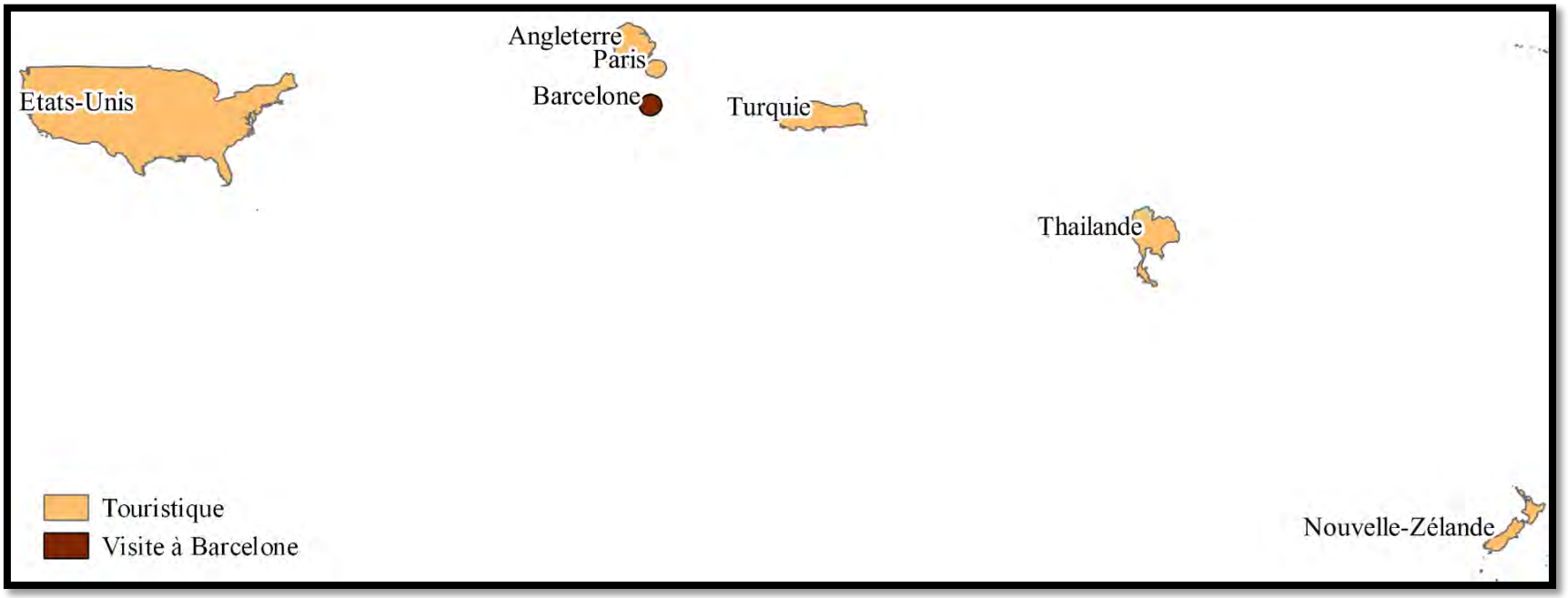
[101] Laura évoque un voyage à l'est des États-Unis (Boston, Philadelphia, New York). Alaska et Hawaii ne font pas partie du récit. Pour une question de lisibilité, ils ont été écartés de cette représentation graphique.

Figure 67. Laura. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 68. Laura. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Cartogramme de Mamadou

Figure 69. Mamadou. Temporalité des références.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 70. Mamadou. Topophilie et topophobie.

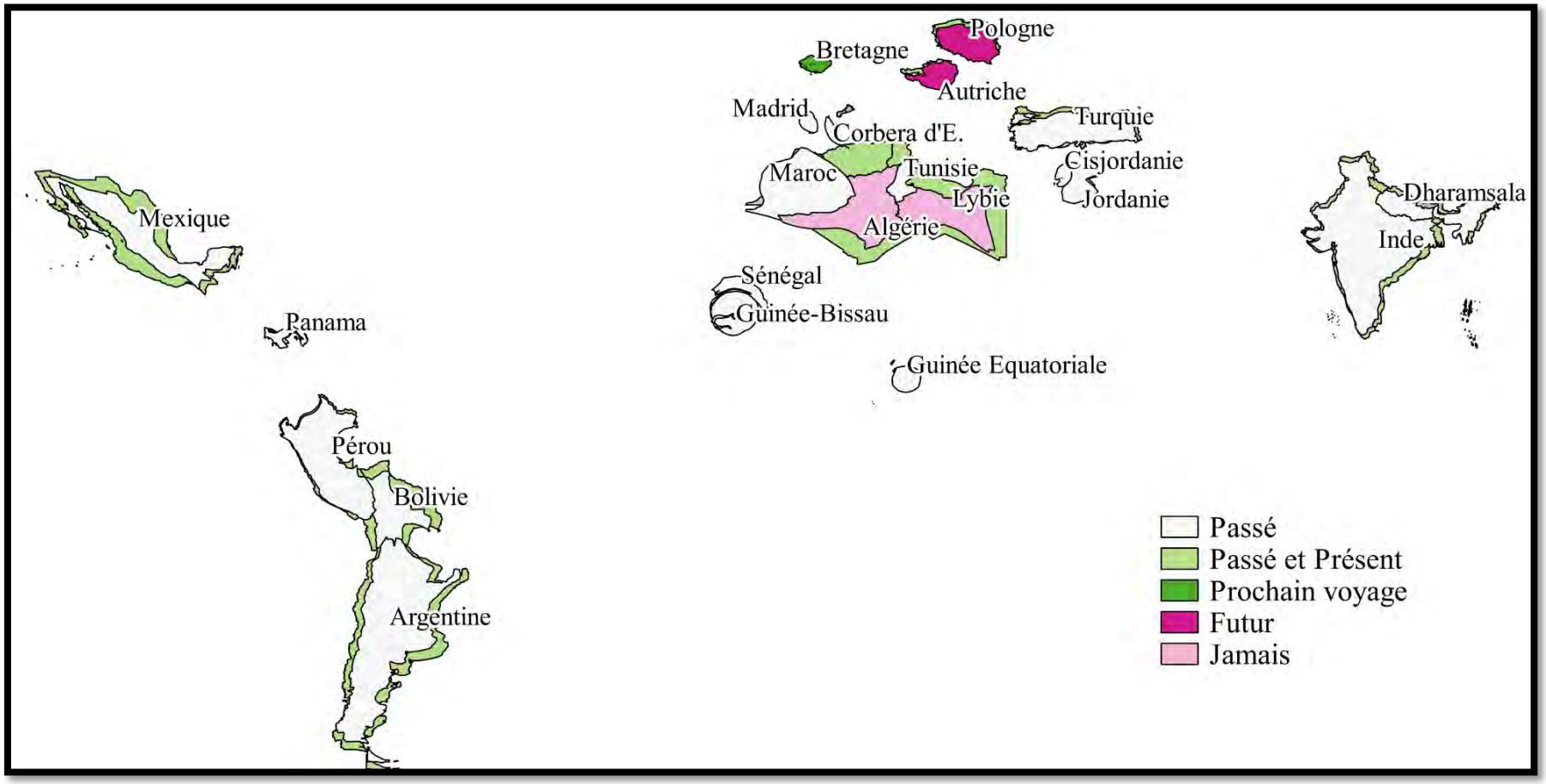
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 71. Mamadou. Contexte des références.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

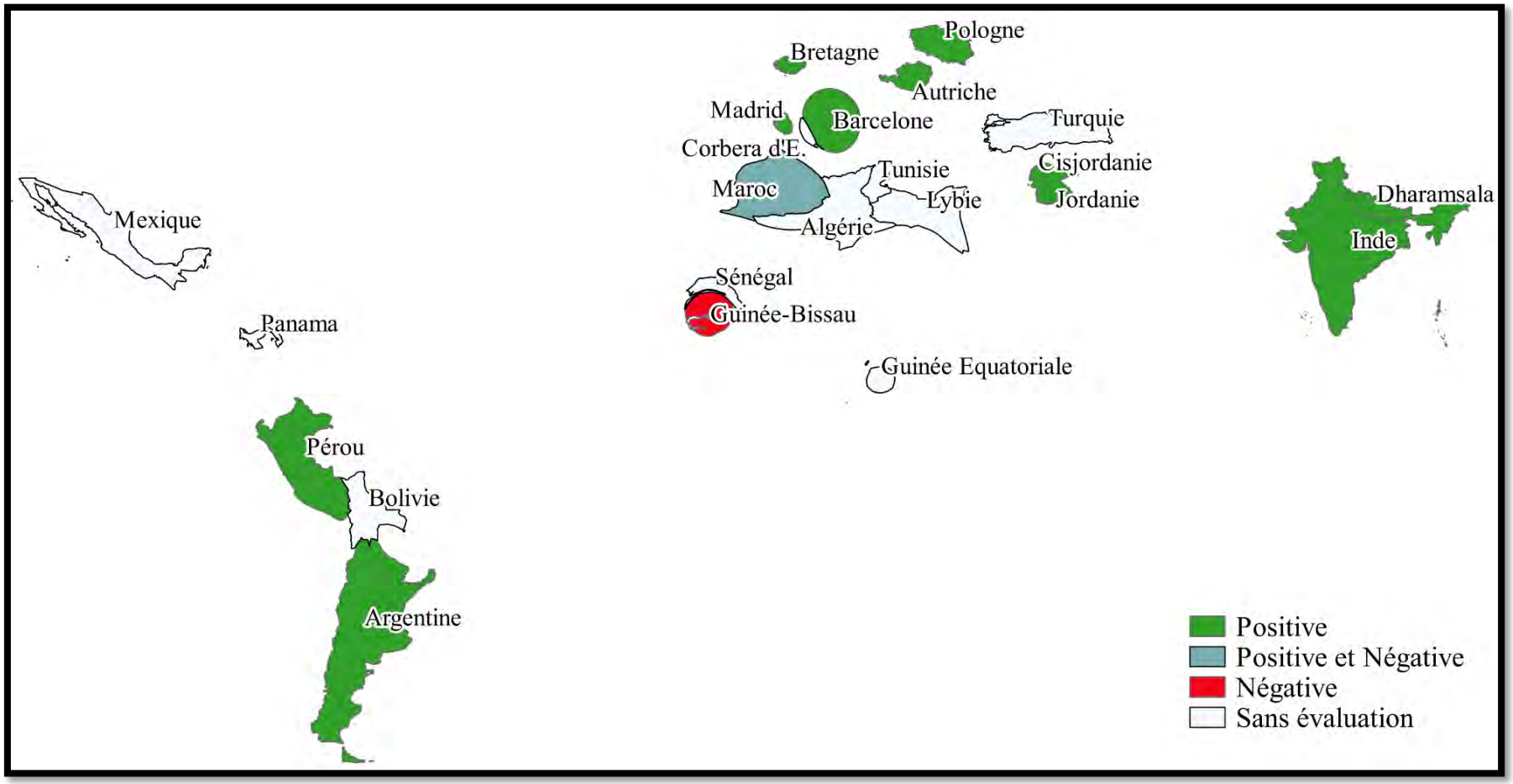
Cartogramme de Marc

Figure 72. Marc. Temporalité des références.



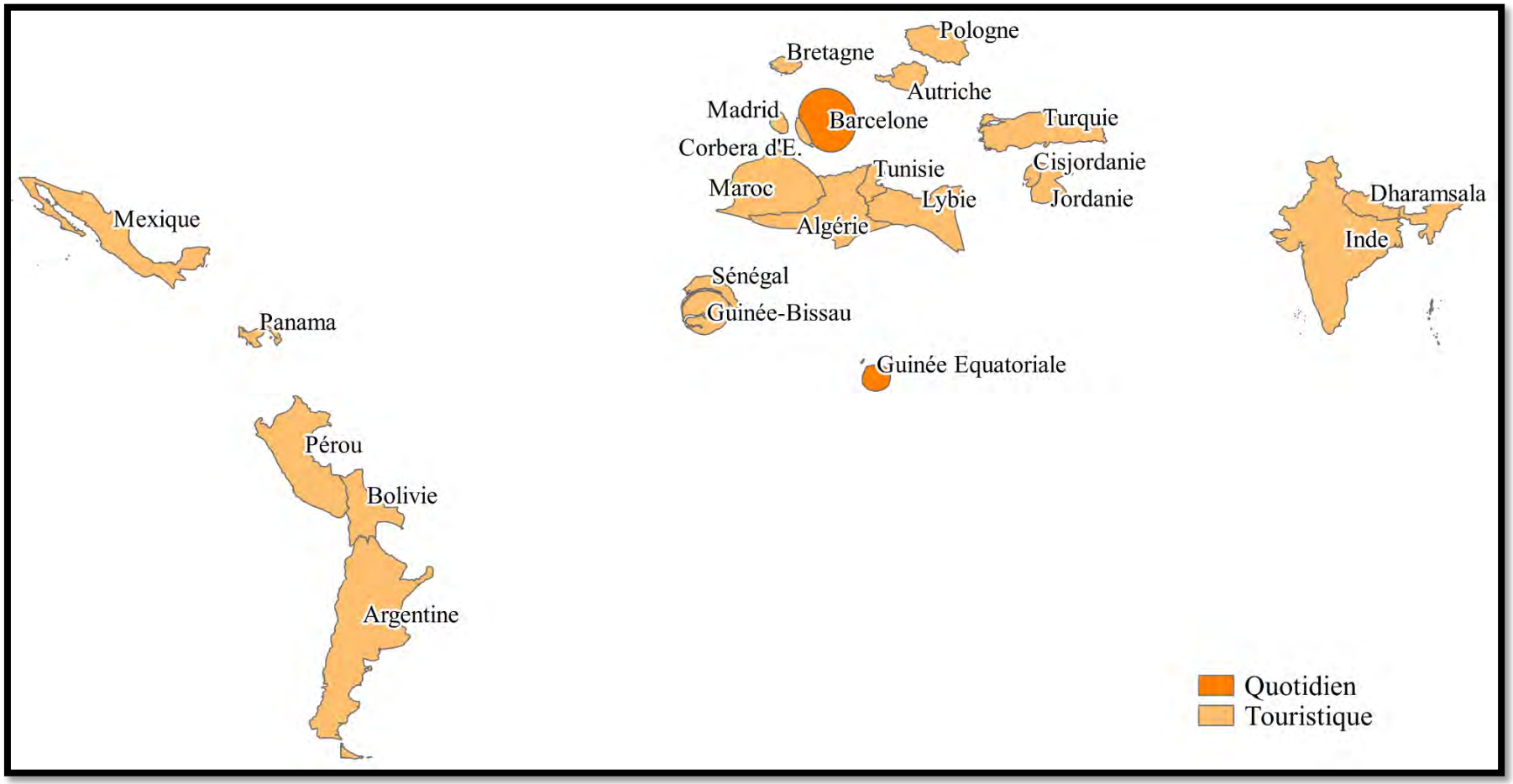
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 73. Marc. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 74. Marc. Contexte des références.



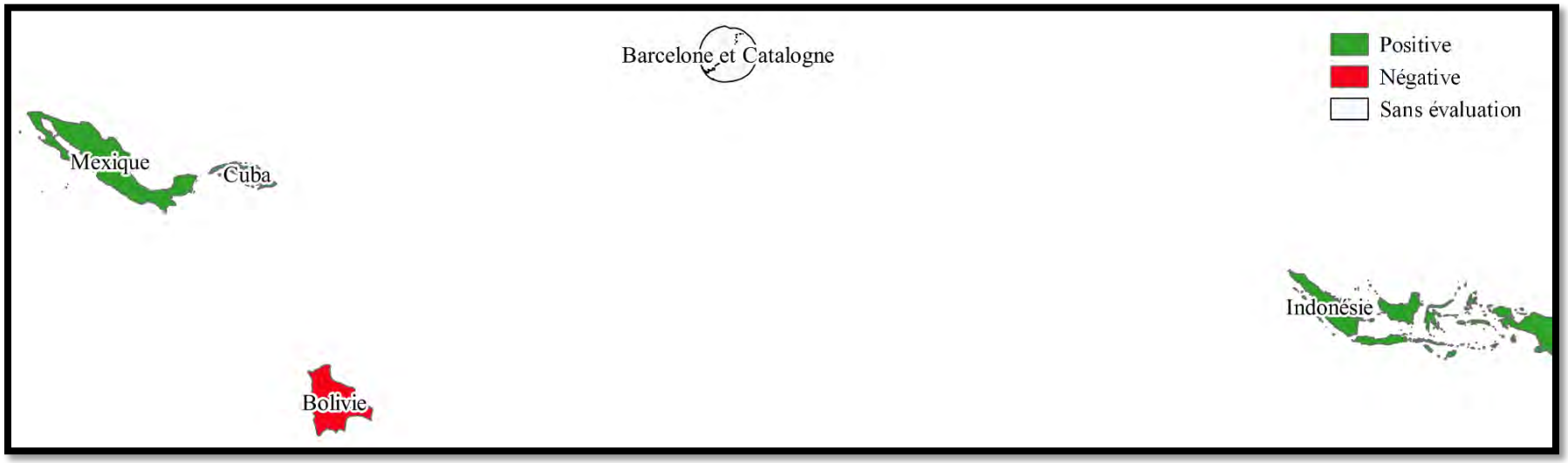
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Cartogramme de Martí

Figure 75. Martí. Temporalité des références.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 76. Martí. Topophilie et topophobie.



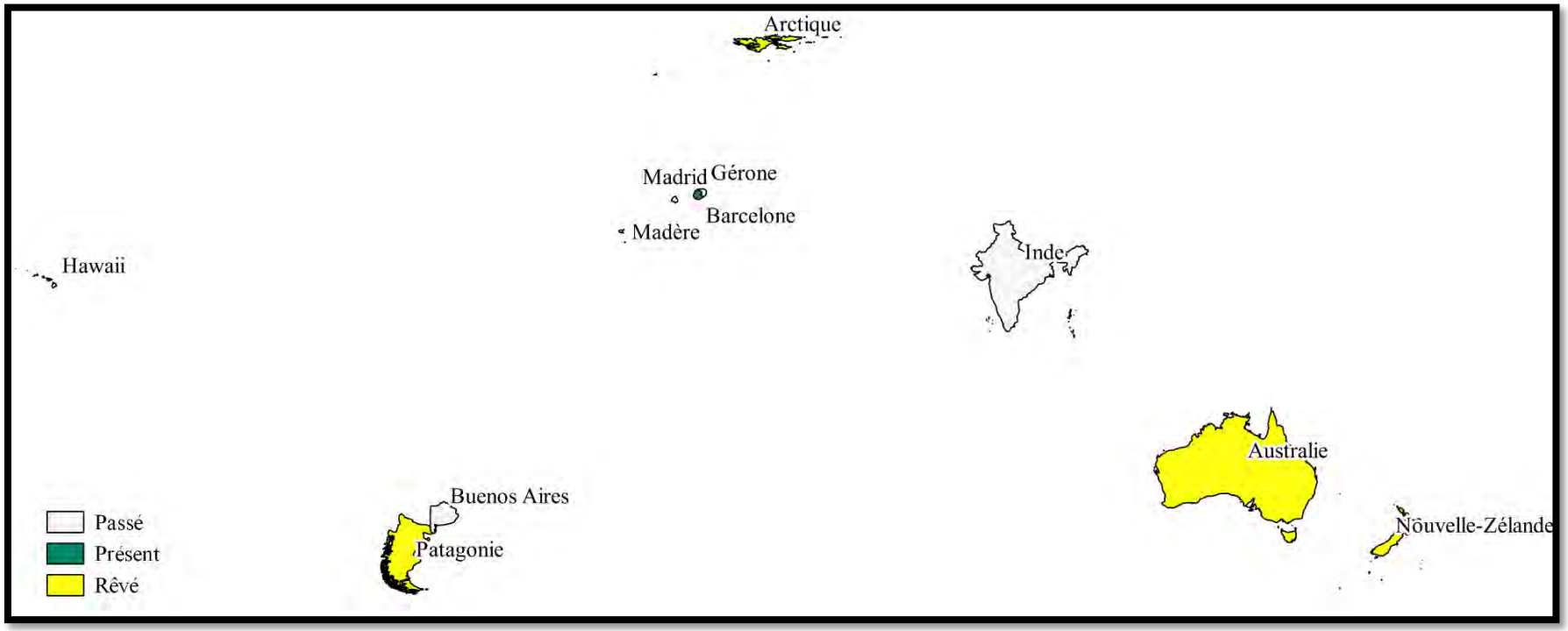
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 77. Martí. Contexte des références.

Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

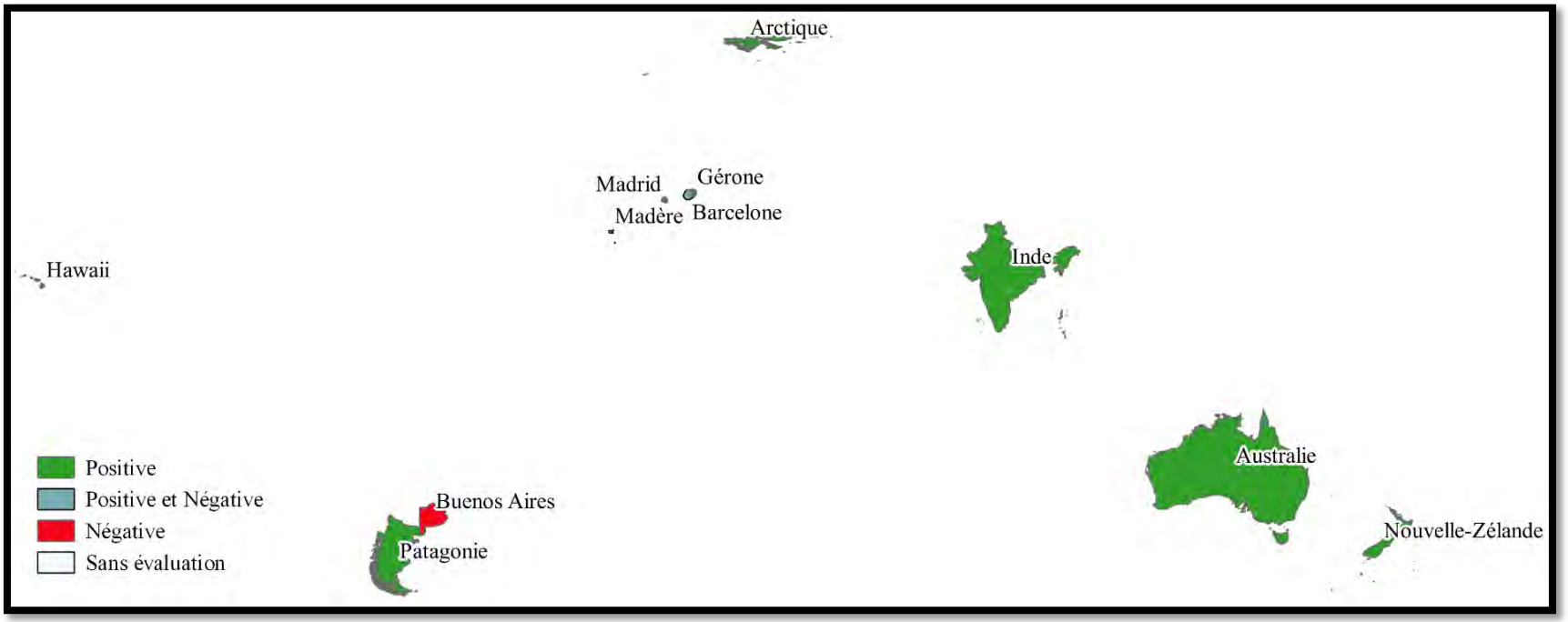
Cartogramme de Meritxell

Figure 78. Meritxell. Temporalité des références.



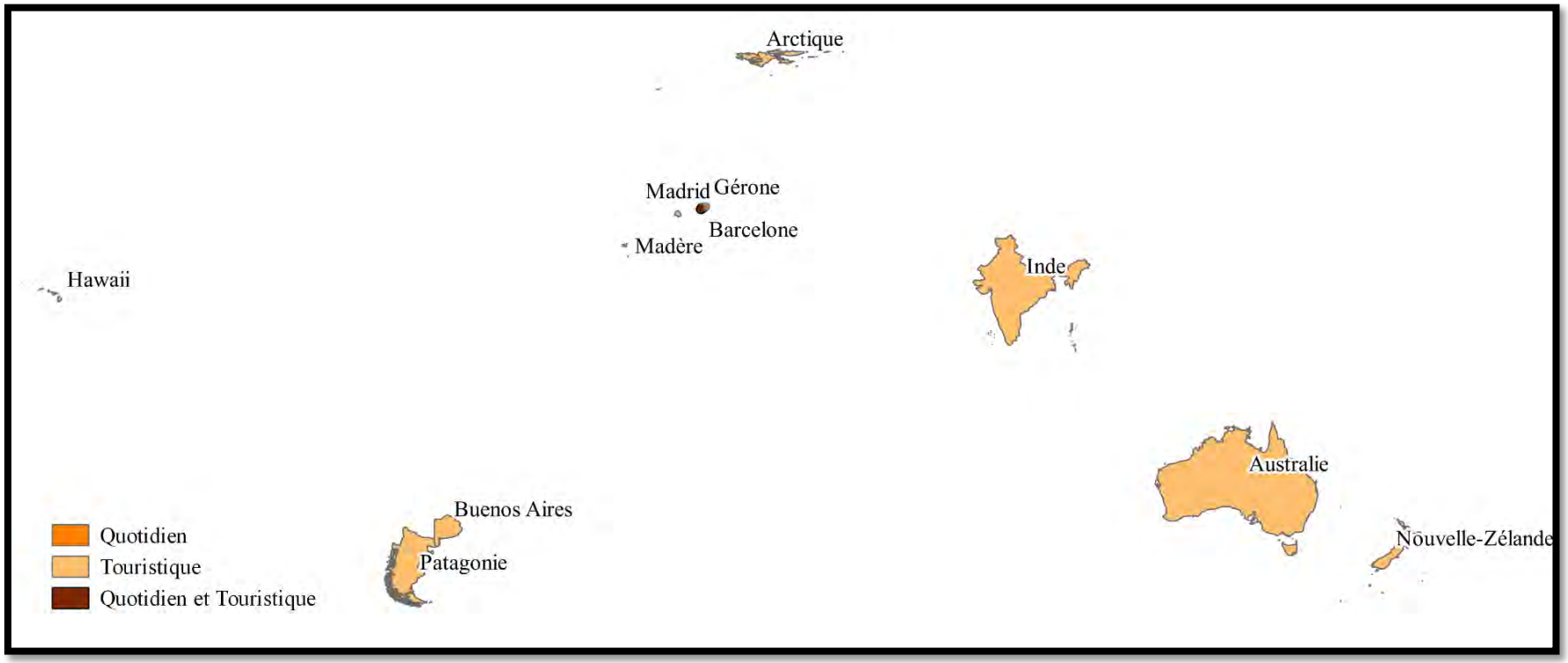
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 79. Meritxell. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

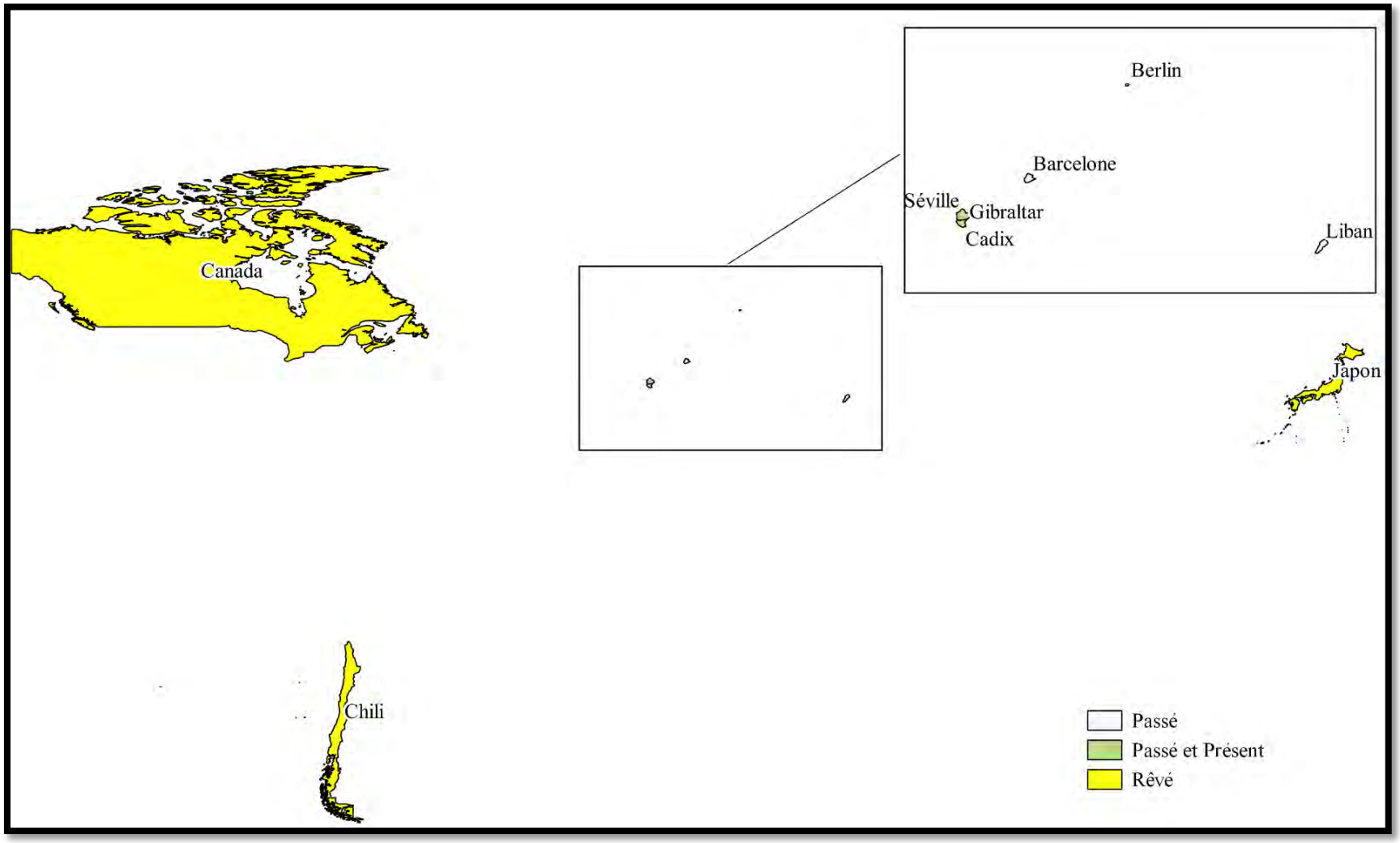
Figure 80. Meritxell. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

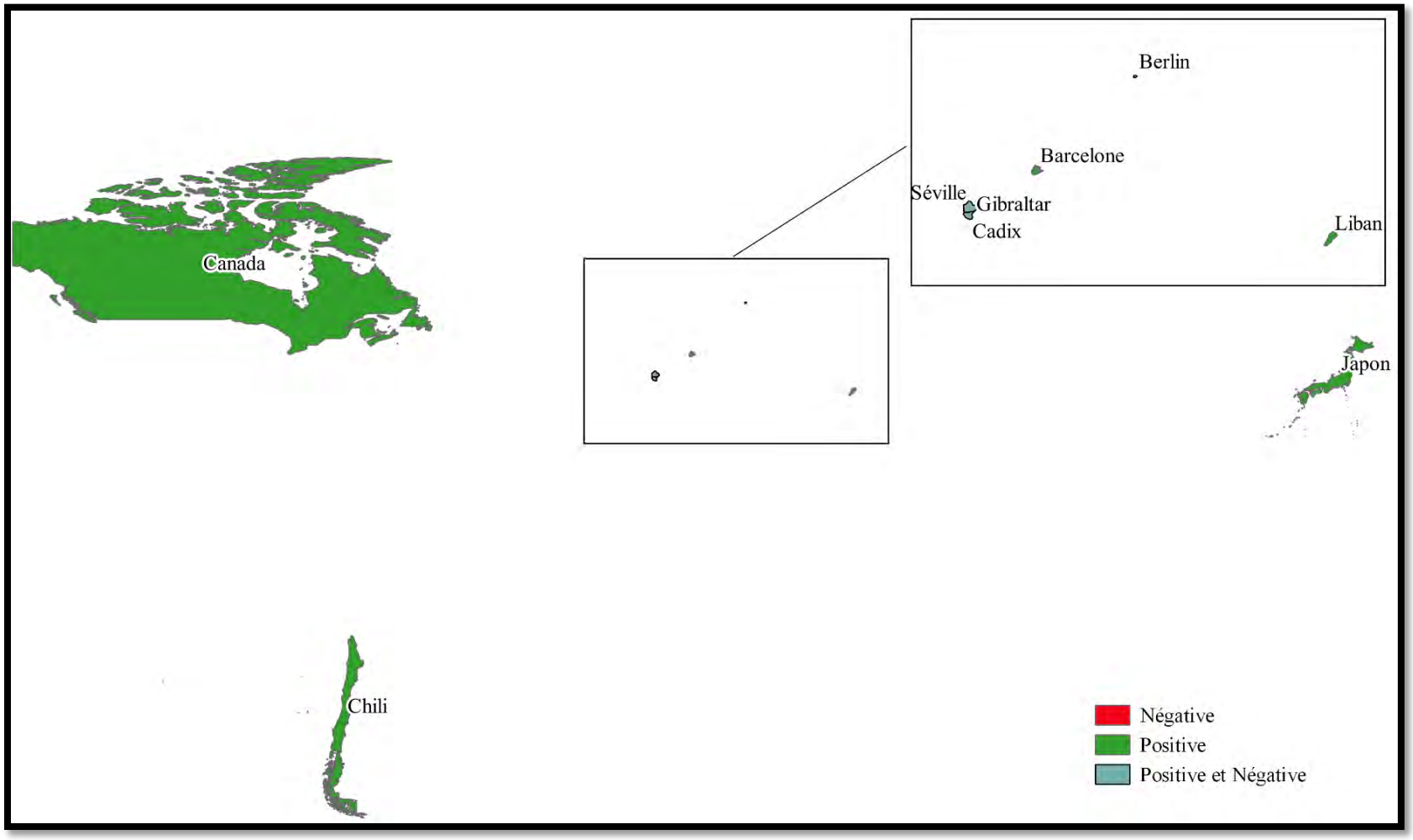
Cartogramme de Miguel

Figure 81. Miguel. Temporalité des références.



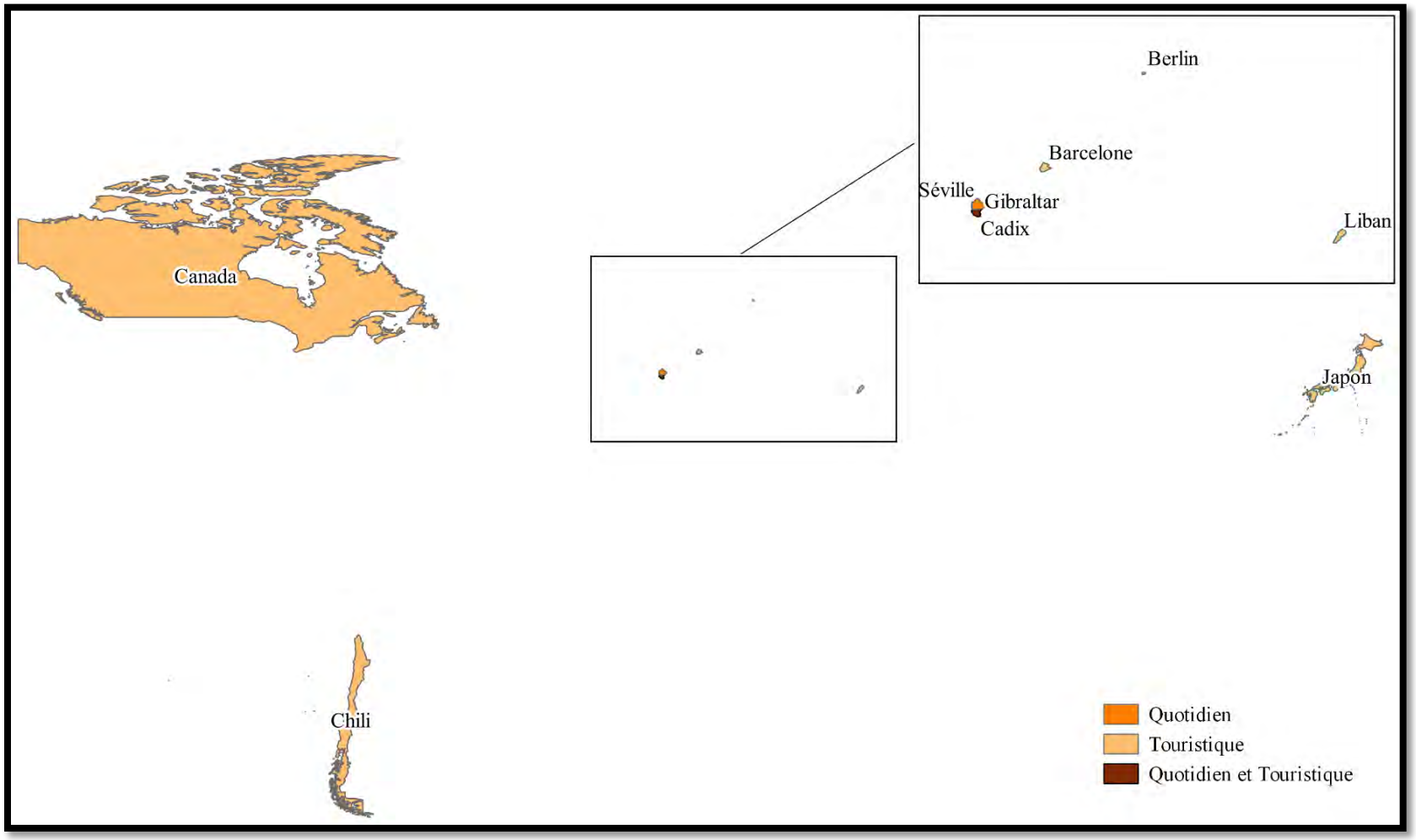
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 82. Miguel. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

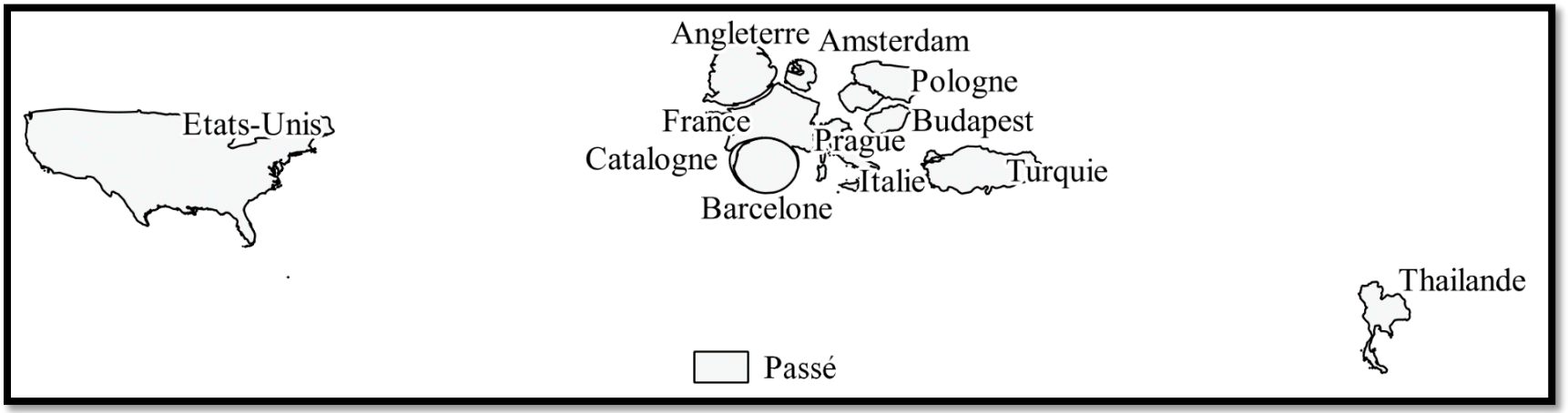
Figure 83. Miguel. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

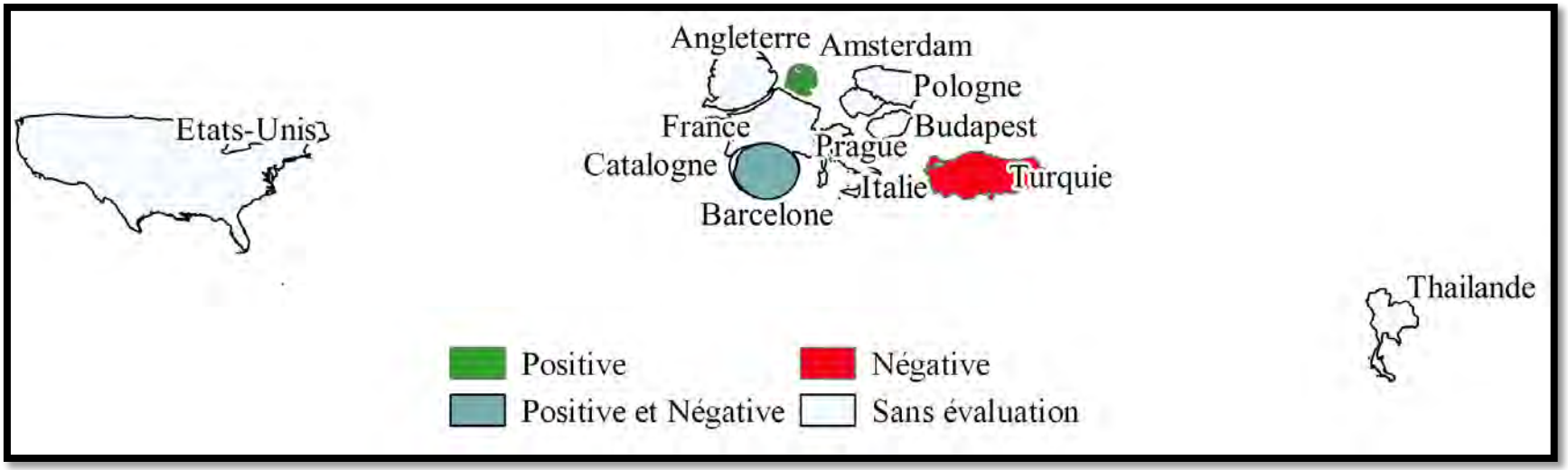
Cartogramme de Pau

Figure 84. Pau. Temporalité des références.



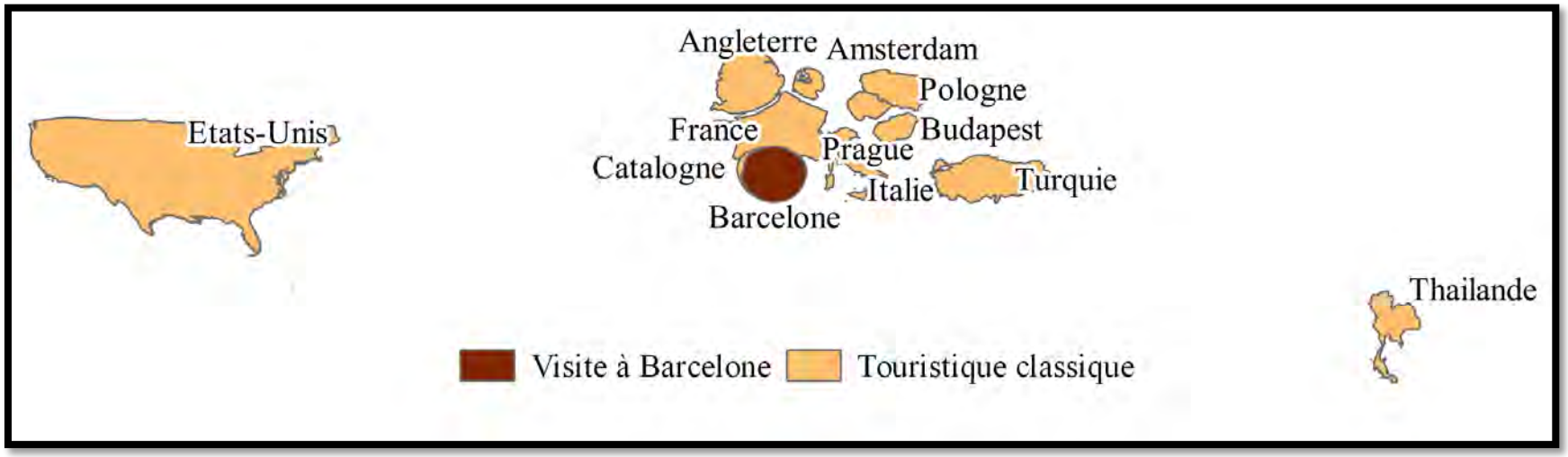
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 85. Pau. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 86. Pau[102]. Contexte des références.

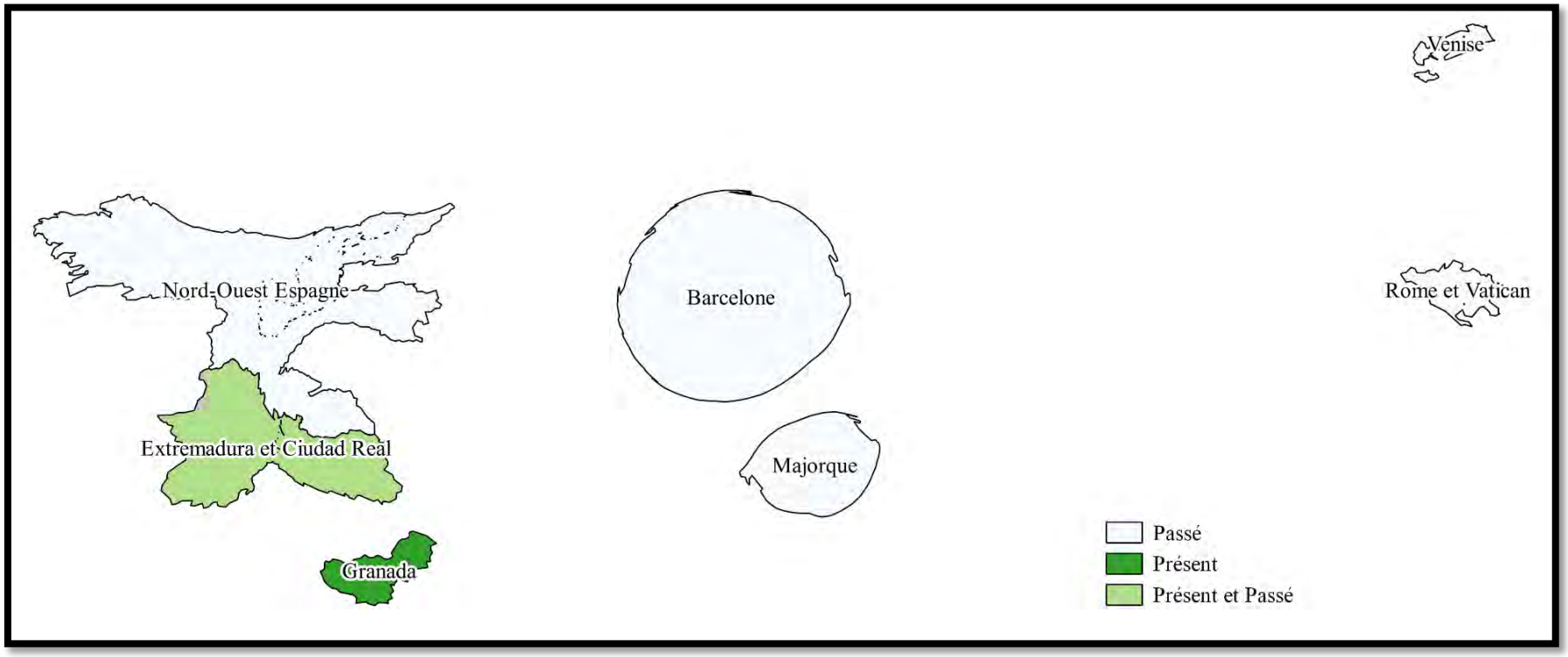


Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

[102] Pau évoque un voyage à l'est des États-Unis (Boston, Philadelphia, New York). Alaska et Hawaii ne font pas partie du récit. Pour une question de lisibilité, ils ont été écartés de cette représentation graphique (même s'ils apparaissent dans le fichier utilisé concernant les États-Unis).

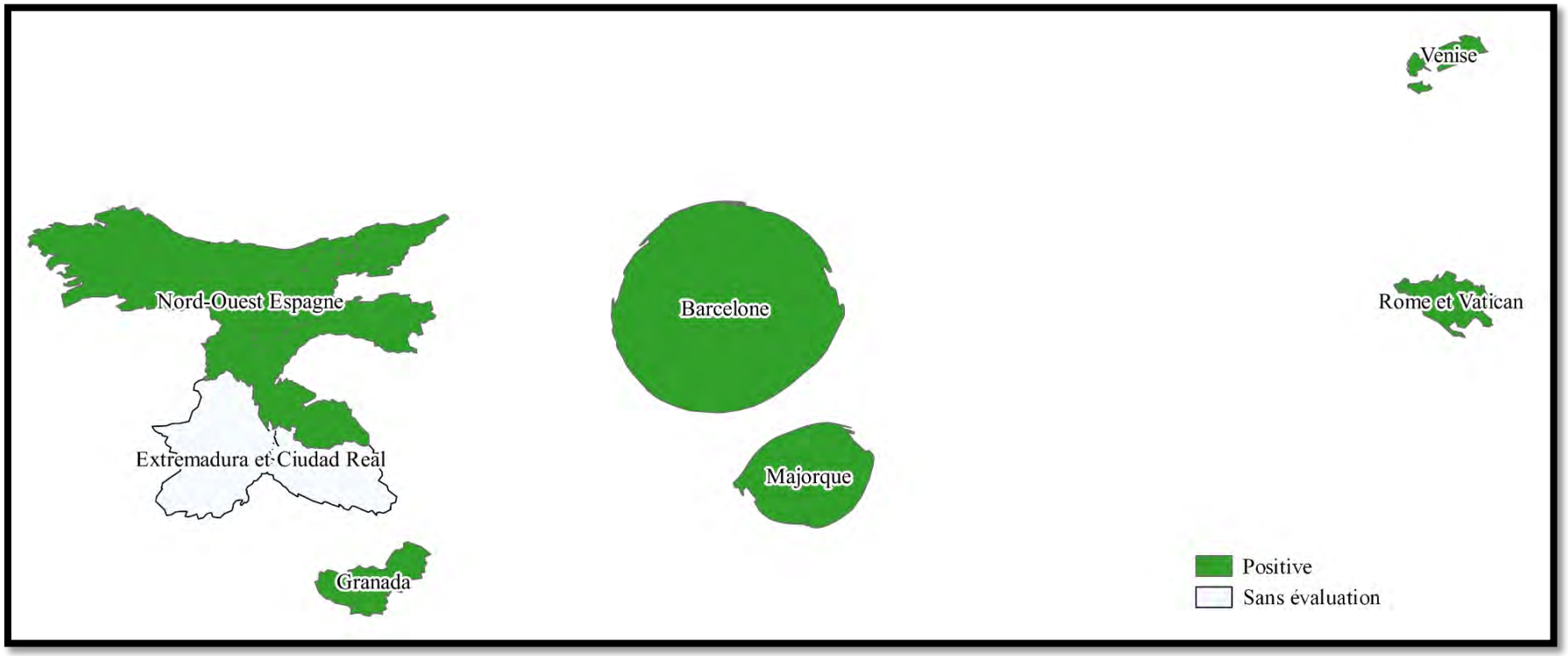
Cartogramme de Pedro

Figure 87. Pedro. Temporalité des références.



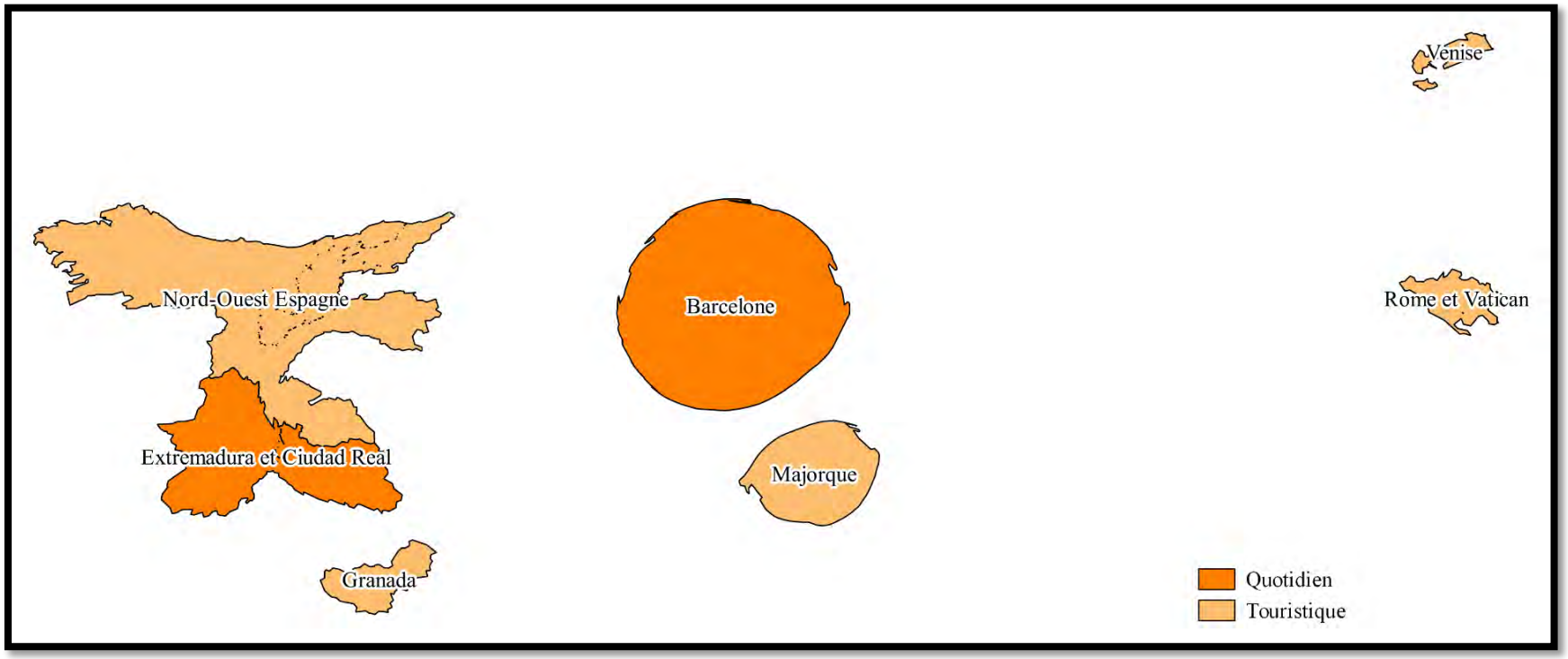
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

Figure 88. Pedro. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

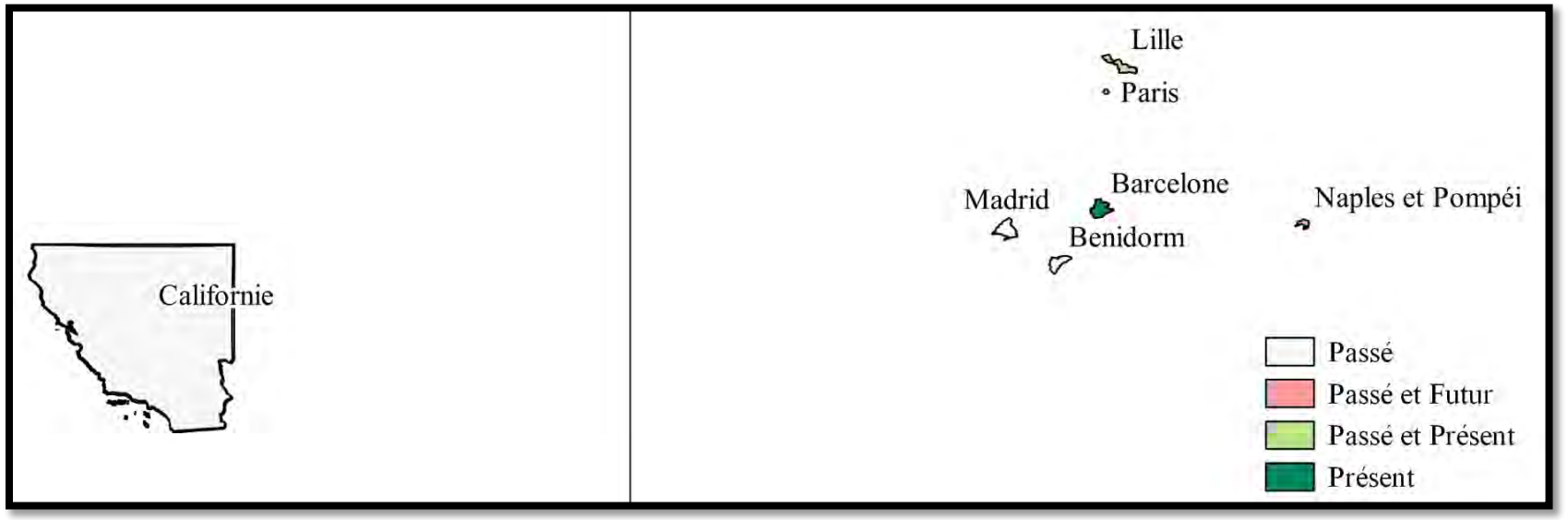
Figure 89. Pedro. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat), 2018.

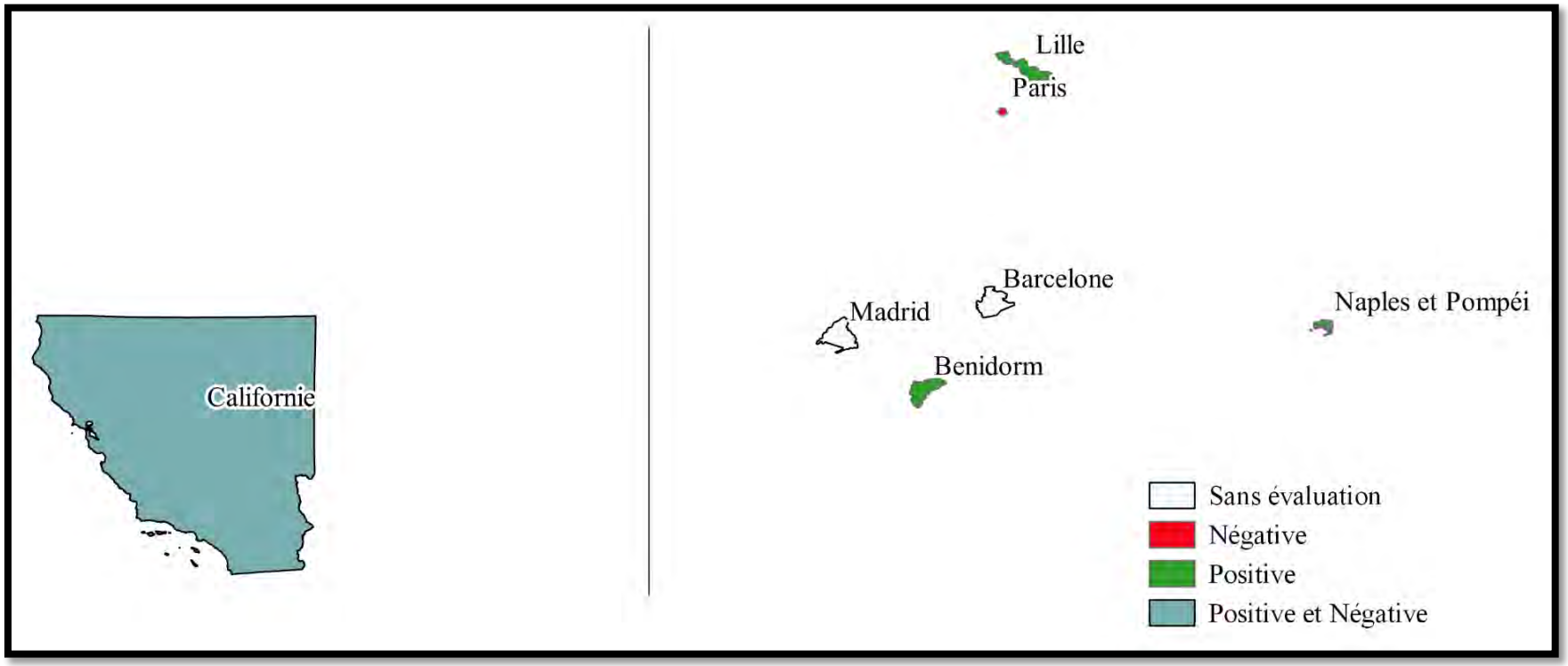
Cartogramme de Valérie

Figure 90. Valérie. Temporalité des références.



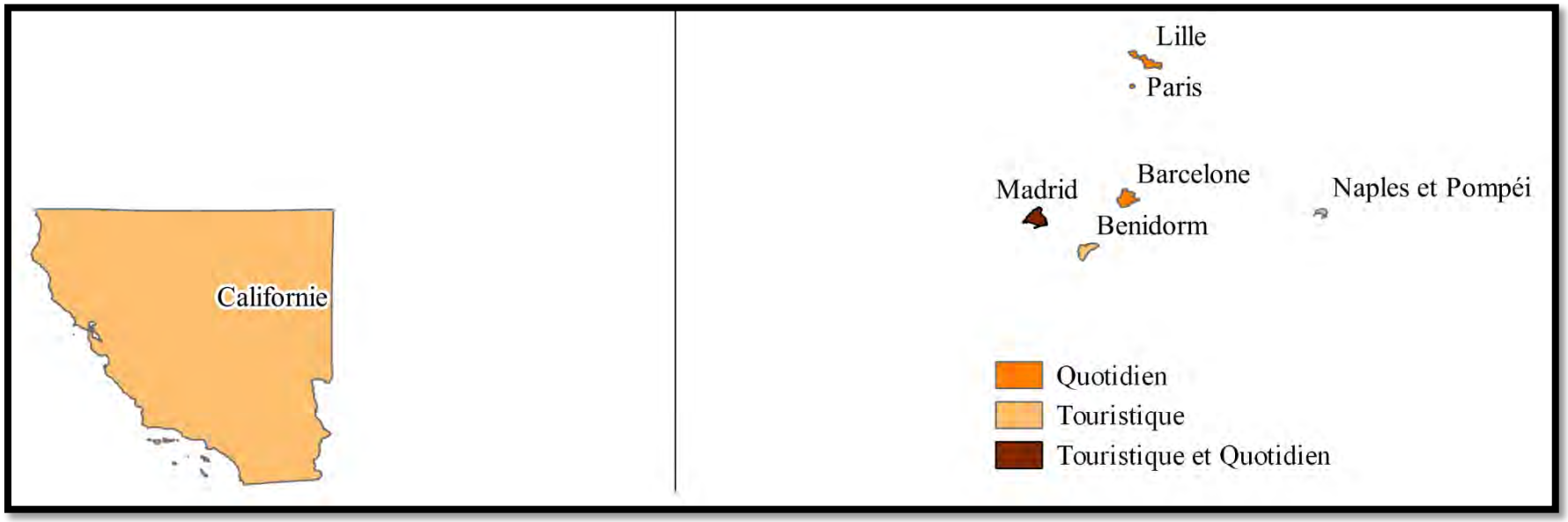
Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 91. Valérie. Topophilie et topophobie.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

Figure 92. Valérie. Contexte des références.



Source : auteure sur QGis (bases cartographiques d'Eurostat et de diva-gis.org), 2018.

XI. Citations originales du chapitre 5

Citations de Beni

Argelia es lo que nos faltaba, ¿no? Y... nada más, lo demás lo hemos hecho... Y Líbia tampoco. Lo demás todo, sí. Jordania...

***

Beni : Ouarzazate...

Marc : Todo Marruecos.

Beni : Y Ouarzazate era nuestro aniversario de bodas. Que hay 2 emplazamientos...

Marc : No, pero eso no fue en Ouarzazate, el día del aniversario fue en Merzouga, en las dunas, que no estaba el hotel Panamerican no tenía habitaciones, que estaba C.M. en el hotel Panamerican.

Beni : Que al día siguiente fuimos a Fez...

Marc : Exacte. Clar el dia de nuestro aniversario vam dormir en una habitació que no podíem apagar el llum...

Beni : No.

Marc : Perquè se'ns pujaven les cucaratxes al llit... no?

Beni : Que fuerte, ¿eh?

Marc : Vam dormir amb la finestra oberta, va ser horrorós!

Beni : Había una concentración de un rally, y el hotel que él iba confiado que nos podríamos quedar estaba lleno, pero lleno.

Marc : Estava l'organitzador, el C.M., aquell que havia corregut el Dakar, dormint dintre del cotxe.

Beni : Estaba hasta las trancas. Ahora, el otro hotel, en cuanto amaneció pagamos y nos fuimos. Y nos fuimos a éste a desayunar.

Marc : I ens vam anar a l'hotel amb més luxe de Fez.

Beni : ¡Qué miedo! ¡Qué cosa más horrible!

***

Ens ho va regalar.... Bueno, sempre ens ho regalen els fills. […].

***

[Les dues el mateix dia] vam dir que mai més perquè vam acabar...

***

Nosotros, los que si éramos conscientes de conocer era la biblioteca masónica, que habíamos estado allí, in situ, en una conferencia y tuvimos la ocasión de conocerla porque también no sabíamos que existía.

***

Quizás sería más impactante si él hubiera hecho el enfoque a la inversa. Por ejemplo, él hizo el enfoque en una serie de estructuras que se manifestaban en edificios con lo cual te queda un poquito pobre, ¿no? En cambio, al final de la entrevista, ¡ay! de la entrevista... (ríe)... ¡de la visita! Cuando estábamos en la Plaza Palacio, empezó a mostrar fotografías, lugares que... Casi, el enfoque lo hubiera hecho a la inversa, nos hubiera llevado primero a la biblioteca que hay en el Paseo San Juan... […] Si nos hubiera llevado, empezado la visita por allí, claro, aquello ya te coloca y te impacta. Dices "carai", pues un Barcelona... […] Ya, pero si eso lo dejas para el final, para el final... Haberlo hecho a la inversa, haber empezado por lo más impactante y haber acabado por esto, por esta calle y esta pequeña estructura.

***

Ahora queremos hacer la de los cementerios, queremos hacer una que hay de brujería y todo esto así en Barcelona, también de cosas así...

La del metro... Bueno, ir haciendo.

***

Mira, ha habido épocas de caza. Él era cazador. Y a mí también me hizo la licencia, tenía mi escopeta. Es que yo siempre voy enganchada... Soy su mochila. Entonces, nos dio por la caza. Anteriormente, cuando los niños eran muy pequeños, íbamos a pescar con su tío, ahí en Masnou. Tenían una barquita, iban a pescar, el fin de semana, bueno. Después, le dio por la pesca, y no me veas, hemos ido a Argentina...

***

ha habido etapas, épocas... Después a él le gustan mucho los minerales, los fósiles, todo esto. Pues claro, todo esto también hace que nos desplacemos, ¿no? Y vayamos...

Detector de metalls...

Aquí a la montaña...

Llocs molt molt interessants.

Y, bueno, lo último, ya te digo, los *bolets*.

***

Normalmente es abril, finales de marzo - abril o septiembre finales - octubre. […] Cuando están los niños al colegio en septiembre ya, pues vas más tranquilo por los sitios porque todo el mundo está trabajando, los niños están en el colegio, con lo cual...

***

Hace mucha gracia, ¿eh? Cuando... Porque en Estambul, no, en Praga también nos pasó. Estábamos en un restaurante una noche y la mesa de al lado hablaban en catalán. Y me dice “anda, están hablando en catalán”. Te hace alegría, ¿no?

***

Sí porque para ir de pesca tienes que ir con un programa. En los lugares en los que vas a hospedarte, que es ahí donde sale realmente tu salida cada día para ir a pescar, entonces tiene que estar un poco concertado.

Y un guía, llevas un guía que es el que está pendiente de ti en todo momento, que te va a buscar al aeropuerto, el que te lleva con vehículo al lugar donde vas a estar instalado esos días. Pero eso ya se tiene que hacer con un poquito de programa. Ahora, lo que es viajar, visitar y todo esto, esto no nos cuesta mucho, no, no. “Aquí me gusta, aquí me quedo” “esto no me ha gustado mucho, ya la mañana siguiente me voy” y así.

***

Beni: No estuvimos ni 24h en el continente. Nuestro lugar de destino era una isla, que media hectárea y media, que cuando subía la marea media menos, y estuvimos allí 5 días, ¿no? ¿Con los chicos?

Marc : Sí, que había una tribu en aquella isla.

Beni: La tribu que se ocupaba de todo y después había un francés que tenía los cocineros...

Marc: Que vivían allí porque había víboras y en aquella isla no habían. La bamba, la bamba africana, que és molt perillosa i n’hi havia moltes.

***

Hombre, yo sí sé que, por ejemplo, cuando nosotros viajamos a India, él es muchísimo más fuerte que yo, ¿no? Ya se ve. Es una persona más fuerte y yo no tanto. En cuanto, por ejemplo, la comida... él se adapta súper bien, a mí me cuesta... Tú piensa que yo, en una semana que estuve en India, estuve comiendo sopa de champiñones para comer, sopa de champiñones para cenar... Es que no podía. La gente me encantó, el país una maravilla, todo, ¿no? Pero sí sé que fue un momento en el que yo, personalmente, tenía esa aceptación a ese lugar. Ahora, conociéndolo, ummm, iría. Pero... me costaría mucho. Y antes no fui porque no estaba preparada.

***

Los hemos dejado para ahora que somos más mayores, que no puedes arriesgar tanto, ¿no?

***

¿Cómo se llamaba aquel sitio con las cabezas pintadas?

Eso era en Bolivia.

No, no, no, no, no, no. Estamos muy mal, ¿eh?

[…] Beni: ¿Bariloche? Ahora me he acordado.

Marc: Sí. Bariloche es en Argentina.

Beni: Era lo del chocolate, que había un emplazamiento allí...

Marc: Sí, era la Suiza sudamericana.

Beni: Y Calafate. Calafate y Bariloche, ¿no, papa?

Marc : Sí, sí.

Beni : Eso.

Citations de Carlos

Nous, on voyage peu. On va à Tarragone, à Gérone... des lieux relativement proches, où on puisse communiquer avec les gens. La question des langues aussi... On va aux lieux où la culture soit similaire et tu puisses communiquer...

***

allà a Sanlúcar, malgrat els mosquits també em va agradar molt. Perquè sempre intento treure alguna cosa positiva, sí.

***

Clar, quan visites el Gòtic o coses d'aquestes lo normal és que t'expliquin històries antigues i anècdotes i coses que has sentit una mica i amb això ho amplies. Més que dir « Aquí aquesta tenda té 150 anys » m'agrada més que em diguin « Mira, pues el decorat el va fer fulanito o això es diu estafeta perquè es fa amb aquest sistema de vis amb plantilla ». Això m'agrada més que no veure un edifici i ja perquè és només un edifici. Que m'expliquin les coses. Per què la Sagrada Família té 4 tipus de pedra, si perquè una pedra ve de les canteres de Montjuïc, l'altre de… o per què una columna és més dura perquè té un tipus de pedra… Això, més que no veure la Sagrada Família, que és un edifici molt gran i que trigarà molt a fer-se. Millor les curiositat aquestes.

***

I, sí, visites amb una persona que et vagi explicant i llavors hi ha moltes diferències amb els guies. Hi ha guies que ho viuen més i altres menys però preferim això que no agafar un llibre i anar buscant o una visita guiada d'un museu. Anar pel carrer i parlar amb la gent quan ho explica i, això, les anècdotes són lo que més m'agrada.

***

Sí… Clar, potser els carrers sí perquè en altres rutes o movent-te per Barcelona anant d'un local a un altre pues sí però que no et fixes mai en les tendes si no vas expressament en aquella tenda. Igual he anat a la plaça Sant Jaume mil vegades, no ? Igual em dius el frankfurt, pues sí, el frankfurt de la cantonada el coneixem tots.

***

He fet tots els barris de Barcelona i tots els temes des de la fundació fins el Modernisme i quedaven quatre cosetes. Això de les tendes, la setmana que ve anem a… aquí a l'Herbolisteria del Rei, que hi ha una visita guiada també dintre de l'herbolisteria.

***

Hi ha moltes visites que es solapen. O sigui, si visites la Barcelona romana, després si visites el Gòtic estàs trepitjant moltes coses que ja t'han explicat i en alguna visita que t'hagin explicat alguna anècdota que no està a l'altra visita. Doncs, la complementa. Et trobes algú que no ha fet la visita anterior i dius: « Doncs, mira, aquest tros és la muralla romana que la van tirar o la segona ampliació o la pedra del molí que marca [inintel·ligible] o les 4 columnes d'August… » perquè, bueno, tinc memòria per les tonteries aquestes. M'agraden molt les curiositats, l'anècdota puntual del tema.

***

I a mi també perquè és una forma d'acumular coneixement i el coneixement també és una forma de no pensar en altres temes, no?

***

Jo és que cada dia viatjo per tema treball. Llavors quan faig un viatge de vacances o per oci el que vull és desconnectar i tranquil·litat.

***

Potser a una illa tropical només per dir « yo también he estado ». Més que res per dir… Sí, conec molta gent que ha viatjat molt i va a molts llocs i jo aquests viatges no els puc fer. Per dir « yo he ido ». No perquè hem cridi. Lo que hem crida ja ho he intentat fer i si no ho puc fer no hi penso. Si m'agrada una cosa la faig i si no la puc fer no m'agrada.

***

És que mai, quan ho expliquis o quan ensenyis una foto mai no serà fidel al que tu has percebut en aquell moment. Llavors és tonteria. A vegades, jo, crec que en els viatges ja ni fem fotos! O sigui, hi anem i qui vulgui "ha estat molt bé, hi aneu!". Busquem les experiències. La gent es cansa de mirar fotos! Nosaltres, ara, avui en dia amb els mòbils ja no... ni tan sols les mires! Les fas i no les mires!

***

No vull agobio ni discussions. Llavors intento viatjar amb molt poca gent o amb la gent que sé que anirem bé. No m'apuntaré a un viatge organitzat ni a un creuer ni coses d'aquestes. El poc temps d'oci que tinc el vull dedicar a això, a desconectar i a fer lo que m'agradi amb qui m'agradi. Perquè vacances és això, és encara que estigui a casa, al sofà, he de fer lo que m'agradi amb qui m'agradi, ja està.

***

Bueno, sí, mira... Vaig baixar a Sanlúcar de Barrameda, vaig fer la visita al Parc de Doñana, vaig anar en un vaixell i el viatge és un tros del parc per dintre. Ens van avisar abans de baixar que hi havien molts mosquits i jo no vaig fer cas i portava bermudes. I llavors em van acribillar una cama. Dos dies després tornava cap a casa i a l'endemà vaig haver d'anar al metge d'urgències perquè tenia la cama molt inflada i tenia trombosis i podia haver perdut la cama o operat per urgències. Sí, [pels mosquits],

perquè és que n'hi havia tants que tenia les venes totes saturades per dintre i no circulava bé la sang. I em van donar antiimflamatori i antibiòtic a saco fins que em va baixar la inflamació. Jo crec que aquest és el pitjor...

Citations de Carolina

la part de Kenya va anar bé però la de Tanzània va ser un fracàs, *bueno*, ens van fer fer una pila de km i km amunt i avall per no res.

***

una escala a l'aeroport de *Moscú*, de com 12 hores que, *bueno*, ja no sabíem ni com posar-nos. Al final no vam agafar visat per Rússia i, per tant, no vam poder sortir de l'aeroport i sembla que no hi havia cap altre combinació. Això sí que va ser... Vam reclamar a l'agència aquesta que al final vam contractar, perquè per anar a Mongòlia tens que anar amb una agència d'aquí, especialitzada i tot el rotllo. Però 12 hores a l'aeroport de *Moscú* no ho recomano a ningú. Jo no sé... Al final hi havia 4 bars i ja els havíem recorregut tots i havíem fet consumició i estàvem avorrits. Al final vam acabar estirant, que teníem una cosa d'aquestes de muntanya, mantes tèrmiques per terra i vam quedar allà dormint al terra... Bueno, en fi, un drama, horrorós, horrorós.

***

Des de l'última vegada, que déu fer un any i pico més o menys a ara pues o no coincidia o *bueno*, tampoc no em cridava l'atenció especialment però mira aquesta vegada com que també hi ha la meva germana que tenia ganes de fer una activitat així de "mira, pues ja sé que et puc regalar ja per Reis, una sortida i un dinar després...". Sí, sí, em sembla que va anar la cosa *aixís*. Així va ser el regal de Reis que li vaig fer a la meva germana. I que consistia en la sortida aquesta, que ells cobren entre 8 i 10€ per cada... Depèn de la sortida. L'altra vegada van ser 9 i em sembla que més o menys, i *bueno* i això, son un parell d'hores i vas fent.

***

Home, perquè això t'ajuda a *conéixe'l* molt millor, a apreciar-lo més i jo sobretot m'agrada molt perquè com que de vegades em visita gent de fora doncs després jo mateixa puc explicar molt més bé la meva ciutat i la veritat és que, com que m'agrada, doncs ho *disfruto* també, tant coneixent-ho com podent-ho després explicar.

***

no tenia ni idea que la primera universitat de Barcelona estava just allà al mig de les Rambles. A més a més com tancant per la part de Pl. Catalunya i no en tenia ni idea. Ens van ensenyar també uns gravats i tal i per això li diuen també la Rambla dels Estudis, perquè també en aquell tros d'allà dalt hi havia la universitat. Al 1714 és quan la Universitat de Barcelona la van demolir i jo no d'això sí que no en tenia absolutament ni idea. Sabia que la Universitat havia estat fora però, i que estava a Cervera només perquè havia sigut ciutat col·laboradora amb Felip V, però no sabia res d'això altre. Què més? Ah, vaig descobrir també un passatge al costat de la Plaça Reial, d'aquests passatges comercials que hi ha en aquestes ciutats com a Milan i Paris i tal. Allò que son com passatges interiors, era com un carreró petitó cobert que jo no m'hi havia fixat mai a la vida i mira que allà no és que hi vagi massa però hi vaig. Hi ha un club de jazz allà, el Djamboree, que està a tocar d'aquests llocs i no m'hi havia fixat mai. Resulta que hi ha una reixa i veig que no es pot passar fàcilment perquè ara està com tancat però es veu perfectament des del carrer.

***

No, no vaig fer cap foto perquè com que son llocs que passo molt sovint pues no vaig tenir cap necessitat de fer cap foto, la veritat. No. Suposo que si hagués estat en un altre lloc pues sí, però al ser aquí pues no sé, la veritat és que no portava càmera. I la veritat és que l'altra vegada tampoc no se'm va acudir d'agafar cap càmera i com que el meu mòbil no fa les fotos gaire pomposes pues tampoc no... I la meva germana tampoc va fer fotos. I portava càmera ella perquè, ara que hi penso, *después*,

a l'hora del dinar vam anar en un lloc que la vaig portar i va fer fotos i tal i en canvi de la sortida no perquè, això, també com que son llocs on anem molt sovint, al ser de Barcelona pues no...

***

No, sóc bastant d'organitzar-me amb temps, jo, perquè tinc la teoria que els vols, si els agafes amb temps, tenen millor preu i que a darrera hora, aquesta historia de a darrera hora trobes no sé què, fa falta que s'ajusti als teus dies de vacances, al que tu vols i tot plegat. Llavors no... a darrera hora, entenc que una persona jubilada, per exemple, o que no té uns horaris de feina o uns dies estrictes de vacances fantàstic però si no, just els dies que a tu et va bé, aquells dies no hi ha res i et va bé que torna just 3 dies més tard que tu... saps? I per tant, no, m'agrada... jo normalment soc de... a començaments d'any i sé que al Nadal vull anar... ai, al Nadal! A l'estiu! A l'estiu vull anar a Austràlia pues ja començo, ja estaria mirant bitllets ara ja. Aquest any, com que encara no tinc clar on vull anar aquest estiu, no ho estic fent però, si no ja ho estaria fent.

***

normalment, com a mi m'agrada viatjar, prefereixo invertir els diners en viatges més o menys llunyans en lloc de tenir un *apartamentet* a la platja o a la muntanya, que és el que té la gent. Potser també hi fa que no tinc allò fills ni petits ni res per anar-los passejant per aquests mons de Déu. Si vaig amb amics o amb la meva parella, quan l'he tinguda i ja està. O sigui que normalment viatjo o per Espanya o per l'estranger o... i l'estranger, de fet, per Europa també però *bueno*, he estat a Austràlia, he estat a l'Africa, a diferents països d'Amèrica també, en fi.

***

Llavorens, clar, si faig el turista per aquests mons de Déu pues clar, depèn de... si el viatge... és semi organitzat o... per exemple... jo, m'agrada molt viatjar i, per exemple, jo què sé, he estat a Mongòlia, doncs a Mongòlia, tot el dia amunt i avall i avall i amunt. Per tant, era... pues això. Ara, per exemple, quan vaig anar a la Patagònia pues no, *bueno*, vaig anar pel meu compte perquè és un lloc que pots anar-hi pel teu compte però... i no recordo si vam agafar algun guia... Ah, sí sí, també vam fer alguna... alguna *sortideta* d'aquestes comentades per anar a veure el Perito Moreno, perquè, clar, també necessites una certa infraestructura, pues això.

[…] I si és un país exòtic pues *llavorens* ja ha de ser una miqueta al ritme que et marca, sobretot si és un viatge organitzat, clar normalment és el que toca, ja no esculls tant tu.

***

Bueno, normalment, faig, porto una *moleskina* d'aquestes i prenc notes de coses de detalls pràctics. Abans, antigament, allò feia un diari, això, avui hem anat aquí, tal. Això... ja se'm va passar també la febre aquesta. A mi m'agrada dibuixar i *llavorens* el que faig normalment és, jo què sé, amb la *moleskina* aquesta agafo potser algun dibuixet d'algun lloc quan estic fent un cafetonet o qualsevol cosa o estic a alguna banda i, ja de passada, a banda de fer algun dibuixet d'aquests, que també fa que em fixi més en les coses perquè sóc bastant... Jo sóc molt... Bueno, vaig molt pim pam d'aquí cap allà i me n'adonava que passava les coses per alt moltes vegades perquè m'hi fixava poc. I això de parar el temps o prendre't el temps fent dibuixets i no sé què pues també fa que et fixis més i que estàs més en un lloc, allò que no sé d'on és aquesta frase però després l'he dit molt i la gent es pensa que és meva ja, que dic allò: "Seure en un lloc a veure passar la vida", no? O sigui, m'agrada, a sobre en aquests lloc exòtics, no sé, el Vietnam o l'Àfrica, jo què sé, seure't en un lloc, ni que sigui en un pedrís *mentres* dibuixo no sé què a veure passar la vida per davant, no? A veure passar la vida del país, la gent, què fan, què deixen de fer, això m'agrada i d'aquestes coses pràctiques que vaig apuntant, bé aquest hotel és un hotel que m'ha agradat doncs l'apunto, si és, pues els horaris si és millor una antena o si és millor agafar no sé què... Aquestes coses sí que és veritat que si després hi ha gent que hi va em diuen, ai, que podries dir-me i tal i llavores pues sí que ha sigut útil, sí, sí.

***

Austràlia em va agradar molt i em va agradar molt tota la zona aquesta dels corals, la cosa dels *arrecifes* i unes illes que li diuen White Islands, que tenen unes platges amb una sorra blanca que

sembla... sembla *polvos* de talc, eh? O sigui, poses el peu i fas psssst com si fos un talc... Una cosa... Bueno, i uns arbres mil·lenaris que tenen unes arrels impressionants. Austràlia em va impressionar molt. Tinc un record molt bo d'Austràlia, per exemple.

***

Viatjar? Viatjar per mi és viatjar en l'espai, he viatjat moltes vegades en el temps, sobretot si vas a un país d'aquests més de Tercer Món, i també és un viatge cap a endins teu perquè trobo que normalment als viatges sempre passen coses. Amb els companys que pugui haver-hi algun problema o no, amb gent que, no sé, que te trobes a tu mateix i *llavorens* trobo que t'ajuda a conèixer-te també més a tu mateix. Trobo que fan créixer els viatges.

***

Això sí m'agradava molt fer l'àlbum de fotos quan tornava, allò enganxant-les i posant comentaris i tal, no? *Aixís* allargava el viatge una temporadeta, uns dies més.

***

No m'agraden aquests llocs molt massificats, *tipu*... jo què sé, Torremolinos, que hi he passat de passada. Tampoc et puc dir gaire cosa perquè ja d'entrada, estèticament, allò... *me echa p'atrás*, que diria un castellà, no? Aquest tipus de llocs massa massificats no tenen cap interès per mi, no... No m'agraden els gratacels, m'agraden els gratacels però ja ho veus, una cosa de platja, turística i tal m'agraden els llocs una miqueta més salvatges i, si no, que sigui una ciutat amb cultura, vaja. O sigui, l'oci aquest per pur oci de no fer res, el *dolce farniente* no, no... Ha de ser salvatge, no ha de ser civilitzat.

Citations de Cecilia

Sólo nosotros dos. Sí, de hecho, la chica, era la primera vez que hacía esa visita y, entonces, estaba muy contenta de tener gente porque el día anterior, una compañera suya había ido y no había habido nadie. Entonces, estaba como… "muchas gracias por haber venido", ¿sabes? Como "me he podido estrenar" (ríe)**.**

***

Y la verdad es que me gustó mucho porque al final es como que, a través de la historia de la torre, tienes toda la historia de un barrio y la historia de una ciudad, de los elementos clave que han sucedido.

***

En Barcelona, que yo soy de Barcelona, pues por conocer diferentes barrios. Al ser la ciudad muy grande, hay dinámicas que no puedo conocer. Entonces, eso me parece interesante. Y aquí, hay todo un mundo por descubrir. También hay un aprendizaje lúdico, que es importante.

***

Pues, escogí la visita porque me encanta conocer más, sobre todo los aspectos del mundo del agua y, entonces, cuando vi que había esta torre de las aguas me dio mucha curiosidad saber de qué iba, ¿no? Estuve hace un tiempo en la del *clavegueram*, en las cloacas de Barcelona y siempre que hay cosas así pues me gusta porque me vincula a mi familia y me vincula al agua.

***

Y, bueno, son elementos que te los explican y es como muy interesante porque lo hace más cercano y ves cómo va evolucionando, ¿no? Y cómo hay cosas que trucan los… los estos, los resultados de las aguas y esperemos que no las truquen mucho más ahora pero, vamos, que… truquitos por todas partes.

***

Hombre, yo aprendí muchas cosas porque, en realidad, si paseas, como decía él antes, si paseas por el Poblenou y, de repente, te ves esa torre ahí, entre todo el edificio nuevo, en plan rascacielos te preguntas, ¿y esto qué hace aquí, no? Y, nada, ahora ya hay una vinculación emocional sobre lo que acaba siendo toda la historia de esa torre.

***

Para mí es que el viaje… el viaje es cotidiano. Es decir, ahora porque no vivo por la ciudad, pero cuando vivía en la ciudad *(Barcelona)*, igual podía considerar un paseo por el barrio un viaje. O irme a la otra punta del mundo también es un viaje. No sé, en realidad, para mí el viaje es en la atención, la observación constante al mundo que me rodea. Y, entonces, a partir de ahí, igual por eso no tengo tanta necesidad de irme lejos, sino que, en mis paisajes cotidianos, ya siento que hay una aportación en ese vínculo, en esa experiencia de… del paseo. Igual del paseo diario por el mismo lugar pues hay una serie de matices, ¿no? Sobre todo, cuando paseas por el bosque y vas viendo el paso del tiempo, el paseo de las estaciones, los elementos cíclicos de la vida.

***

Un día de viaje ideal pues sería un día en el que hemos dormido y descansado y soñado bien, algo bonito, que podamos compartir por la mañana. Un desayuno. Levantarnos relativamente pronto y salir a caminar. Y salir a caminar y descubrir una ruta, paisajes y árboles y ver si vemos algún animal. Y comer, pasear por algún pueblo, tomar algo, seguir charlando, riendo y eso.

***

Somos turistas de coche, procuramos evitar el avión. Sí que también nos gustaría hacer algún viaje más lejos o alguna cosa, pero… tampoco… bueno. Hasta que no surja el momento o tener muy claro por qué vamos a los sitios, ¿no?

Yo cuando he viajado más y más lejos o ha sido porque me iba a trabajar o por algo en concreto, pero ir a visitar otros países así sin hacer un poquito más de conocimiento igual del entorno, de las personas pues no… no me llama tanto la atención. Ahora ya estoy más en una fase en la que voy a los sitios si he soñado con ellos, si tengo algo que explorar cerca de ese territorio que el sueño me ha llevado. Entonces ya, la motivación se va modificando.

***

Puestos a… a… lo que hacemos muchas veces es, como estamos en ruta, pues… igual dormimos en el coche, el coche es un poco grande. Entonces, pues sí que nos gusta igual. O sea, paramos en algún sitio, en algún acantilado, en algún sitio así bonito y después seguir la ruta un poco para reducir los gastos, ¿no? Entonces, pues eso…

***

Y luego, para mí, otro de los momentos para recordar pues más cerca, igual aquí en Girona, en el Empordà, el hecho de… he vuelto a coger la bici y que… coger confianza y… que me reenseñara un poco a ir en bicicleta, a coger confianza, a salir, a… Bueno, eso también para mí es algo importante de esas escapadas, de ese momento… El disfrute al aire libre.

***

Pues yo creo que, como cada vez nos fijamos más en las especies arbóreas, en los arbustos, pues… incluso pues en la fauna… No es que lo utilicemos como de manera cotidiana, pero sí que es un conocimiento, un bagaje que se va sumando a otros caminos por otros sitios, como un poco un reconocimiento de los diferentes paisajes, ¿no? De qué especies hay en cada sitio, qué es lo que crece, que es lo que presentimos autóctono o no…

Citations de Gloria

Jo és que no sé què dir-te. No, perquè soy un culo de mal asiento !

***

Qualsevol cosa que facis fora de casa ja et recorda també que has de fer coses a casa o a la feina. I llavors qualsevol cosa que tingui a veure amb sortir de casa ja canvia.

***

Sí, en un principi visites de barri i després ja aprofondir una mica més el... Tenir una base i després aprofondir una mica més com avui.

***

Jo, per desgràcia no puc perquè no tinc gaire memòria però sempre em baso en ell, que s'enrecorda de cada detall i és increïble de poder fer una ruta o estar en una ruta diferent i llavors inclús dir "òstres, aquest guia no ha dit això". És diferent i és divertit.

***

Que es barregi l'oci amb el plaer, l'amistat, bueno, tot, no sé. Tots els plaers que es barregin i que estiguis tranquil, és que bàsicament és lo que busquem, som primaris.

***

I recordo que estàvem fent un trasllat en autocar dintre de la ruta i llavors pues vam baixar a la [Cabra?] i no sé què i vam baixar de l'autocar i no vam agafar el [inintel·ligible]. Portàvem la bossa a la mà però després no vam agafar allò i allò no es va tornar a recuperar pese a que sabíem que aquell autocar es quedava aparcat. Llavors, clar, et destrossa tot el viatge perquè era al principi i havien les càmeres, els diners, el no sé què… i llavors, clar, et quedes pues indefens de dir « i ara què faig? ». Realment pots continuar el viatge, no? Però clar la sensació ja no és bona.

***

Quan és el pitjor t'enrecordes, eh? Jo, suposo que a tothom li ha passat, eh? No és res de… També em passa a mi, en el mateix viatge però vaja, ho obviarem.

***

Sí, no, jo potser a Francfort va ser lo millor perquè vaig fer l'aniversari allà i llavors és una amiga molt estimada i llavors va ser únic, com que tens els amics, va ser un moment important i, sí, va ser diferent.

***

Les meves vivències són meves!

***

Abans sí que feia, eh? Abans sí que feia fotos i tal però fa uns quants anys que hem de viure allò, no ho han de viure els demés. Si ara vaig jo i faig una foto del Empire State, tothom té la mateixa foto i per mi el més important és la vivència.

***

Fem quatre fotos per deixar constància del millor del grup, de les persones, però no...

Citations de Jose

A mí me gustaría ir a Canadá *(ríe)* y… bueno, realmente, es que me gustaría ir a todos los sitios *(ríe)*: Nueva Zelanda…

Islandia…

Bueno, pero mejor con más árboles. Oceanía no sé si hay muchos árboles y… y, bueno, sí, sitios…

***

en Barcelona así, sin lugar a dudas, es donde más me he… donde peor me he sentido. No puedo identificar el sitio, pero mismamente en el metro, en ocasiones, es insoportable. En las Ramblas. Creo que en las Ramblas es uno de los sitios… Sí, las Ramblas, tanto de día como de noche, es horrible, o sea… Sí. Quizá sea el peor sitio.

***

Yo, por mi parte, es que soy un poco… es un poco difícil de explicar pero es así, como que… muchas veces estás en sitios durante tiempo y hay detalles que no conoces, ¿no? Y entonces, como que este tipo de actividades pues te ayudan a descubrir esos detalles. Muchas veces cosas que a lo mejor me habían transmitido también oralmente o que no se da tanta importancia hoy en día y que, bueno, muchas veces se rescata con estas visitas, ¿no?

***

Por mi parte, yo lo que me llamaba de la visita es el… bueno, es un poco un destino alternativo, ¿no? Está fuera de la zona más turística de la ciudad, o de las cosas que se suelen visitar más, o del tema del gótico, que también hay en Barcelona y estas cosas. Entonces, me llamaba por ese sentido. Porque me parecía que me podía aportar… bueno, unos conocimientos más… diferentes, que me atraen más.

***

Y también, por otro lado, el Poblenou es un barrio que me… con esta mezcla de industrial y residencial, me parece interesante. Entonces, siempre me ha llamado un poco la atención. Y, después, la visita, como ha dicho ella, además toda esta forma de ir en el tiempo, enseñarnos una tierra… o sea, una torre que llevaba más de 100 años ahí, cómo ha ido evolucionando el barrio, que antes era un pueblo, que lo desconocíamos los dos. No me acuerdo del nombre…

***

Bueno, yo la he visto más como más cercana. Pensaba que iba a ser un poco más… más estándar, como si te lo dieran todo más… más masticado, más como sobre folleto, pues “esto es así y ya está”. Me pareció más cercana, también porque estábamos dos a lo mejor, ¿no? Y, bueno, se paró mucho explicando los detalles, también teníamos oportunidad de preguntar. O sea, estuvo bien la visita en este sentido, no sé si es porque éramos dos o… o, bueno.

***

Y, claro, también la torre por dentro no tiene ningún tipo de adorno tiene algunas espumillas con fotografías, para ir explicando los puntos de parada, pero no tiene nada colgado en la pared. Entonces, digamos, tampoco te da la impresión de estar en un… en un sitio que sea un destino turístico digamos. Está muy bien conservada pero no tiene… me esperaría fotos pegadas en la pared o algo así, como más… más preparada para la visita, ¿no? Para que la gente estuviera entretenida mirando. Y ésta, bueno, pues daba la sensación de que era una visita más íntima, aparte del espacio, que era así más oscuro, bueno, más… bastante cerrado… entonces estaba muy bien.

***

sí tenemos claro que vamos a emprender un viaje, pero tampoco está muy claro ni las paradas, ni… al final podemos cambiar el destino… Vamos improvisando bastante.

Sí, de hecho, más bien un poco también lo que nos define el sentido como viajeros… si hay algún sitio que llegamos, nos llama la atención, llegamos y, a lo mejor, estamos más tiempo, ¿no?

***

Si no nos gusta nada nos vamos. Bueno, nos dejamos llevar también por recomendaciones y, entonces, también buscamos nuestra propia impresión y, entonces, si nos dicen “pues este sitio merece mucho la pena” y si llegamos y no nos gusta, porque pasa muchas veces, pues nos dejamos llevar por nuestra intuición y nos vamos. Nos gusta tener los sentidos muy abiertos y damos mucha importancia a lo que percibimos nosotros, más que a lo que nos dicen. “Bueno, pues esto no os lo podéis perder”, por ejemplo, pues no nos importa perdérnoslo si no estamos a gusto.

***

Es un poco como si llevásemos caravana, pero sin caravana. Lo ideal para nosotros sería tener una furgoneta y, con un poco más de espacio, y poder hacerlo así más…

***

Hay muchos, no sé… Es difícil escoger. Yo creo que, quizás, tenemos un sitio preferido que descubrimos en la costa de Cantabria. […] Y, bueno, fue un sitio donde paramos. Hay unos acantilados, se puede llegar con el coche bien, hay como un pequeño parking, porque hay un merendero y, bueno, unas barbacoas. Y nos quedamos ahí a dormir un año y la siguiente vez que pasamos por ahí repetimos, porque realmente es un sitio que tiene una magia especial.

***

Quizás también la oportunidad de estar en contacto con alguien local, ¿no? O, por ejemplo, compartir una comida con alguien local, o tener un guía, un guía local, ¿no? Pues decir, bueno, pues conoces a alguien en algún sitio, vas de paseo con él, te explica un poco el bosque o lo que ves también, y eso, y… quizás también un poco ese componente.

***

Yo creo que un viaje es un… bueno, es un momento en el que también hay como una introspección con uno mismo, ¿no? Al final, yo creo que en todos los viajes hay como eso, una mirada hacia el interior de uno mismo y el hecho de viajar te ayuda a tomar una perspectiva, ¿no? A mirarte por dentro. Entonces, para mí es fundamental eso. El viaje me tiene que motivar a hacer eso. O sea, un viaje que no me motive, o sea, que no motive a hacer introspección, desde estar en sitios distintos o todo el proceso del viaje en sí… por eso tampoco me gusta nada el avión *(ríe)*, porque creo que no ayuda a esto, pues creo que es fundamental, que el viaje tenga esa componente, más allá de adónde voy o… o sea, más allá del destino y del tiempo que dure el viaje.

Citations de Laura

uns dies abans, havia anat per allà amb un... era un CSI, que és tipus, així, investigues una mort i tota la pesca i van dir que hi havia un símbol maçònic.

***

Potser el primer dia de... va ser moltes decepcions, per no repetir-me amb lo de Turquia, el primer dia a Tailàndia, a Bangkok, que va ser com, arribàvem súper cansats, molta calor. Un contrast molt gran de país. I que tenies la sensació de que eres un dòlar amb potes, caminant. Que tothom et venia allà a atosigar, intentar-te liar. I aquell va ser un moment d’agòbio. Però.. però bueno després bé. Però va ser així un contrast cultural, de temperatura, també estàvem cansats, també és una... experiència.

***

Bueno, Brooklyn la primera vegada que hi vaig estar, que, no sé, no vam passar per però casi. O sigui, com molt de contrast de gent demanant al carrer, molta gent borratxa, els típics raperos a dintre del cotxe. O sigui, molt de peli de “ay, que nos van a atracar”.

***

Jo no ho sé... Descobrir Nova York amb ell. És una sensació que no... O sigui, per exemple, Londres sí que l'hem visitat molts cops per estar a Bristol, però bueno, no sé, que descobreixes llocs i tal. Però, clar, Nova York, jo em pensava que seria una vez en la vida, com si diguéssim. I, clar, tornar-hi i experimentar-ho amb ell, anar pels mateixos llocs que havia anat, veure també com ell se sentia, com jo descobria coses que no vaig veure el primer cop. No sé.

***

Hi havia un guia, ens va explicar primer hi havia un local, vam estar allà assentats al local. Ens van fer una sèrie d'explicació o així. Per mi va ser lo més avorrit, o sigui, avorrit no però es va fer una mica pesat al final. Era com "Bueno, volem sortir". Sempre és més agradable que et facin la ruta i llavors t'expliquin més coses que estar en un lloc assentat i que et vagin explicant.

***

Sobretot al principi. Era com "sí, això és així però ja us ho explicaré més endavant, això no sé què però ja us ho explicaré després" i és... O no ho dius o ho expliques però...

***

Normalment, jo crec que el anar amb els... Bueno, ell amb el micro i nosaltres amb els auriculars, tampoc no calia que estiguessis tant, tant a prop d'ell, del guia. I llavors jo pensava, jo em vaig sentir menys agobiada del que em pensava per anar per aquella zona a aquelles hores, que dic "ja veuràs, hi haurà un monton de gent". I no. Va ser com més orgànic tot. Que també, a veure, no ens vam quedar al mig de cap lloc però, no sé, que estava bé. No em vaig sentir agobiada en cap moment.

***

Sí, clar, hi havia algun lloc on hi havia més gent perquè, Barcelona, el centre està a tope sempre de turistes però, però, bé, bé. Bastant interessant.

***

Que n'havíem sentit parlar a Estats Units, en llibres i era com, no sé, pues volem saber una mica més aquest... dels maçons a Barcelona, un lloc que tenim molt vist.

***

I el lloc que les feien, no? O sigui, l'associació o... lo que feien, no sé, semblaven bastant sèrios i, que la visita en sí ja ens va agradar, com la tenien muntada i...

***

Perquè potser saps la història així més propera de cada dia o que la trepitges cada dia i crec que és important per saber... no sé, qui ets, on estàs, que no ets innòcua a les coses que t'envolten.

***

No. Moltes coses diferents, sí, sí. Jo també no sóc la mateixa persona crec, que fa sis anys. […] Que encara que sigui el mateix lloc, també afecten les experiències que has viscut i... no sé, que tot t'importa.

***

Pues aixecar-te més o menys d'hora i... O sigui, sobretot, passejar. O sigui, jo trobo que quan viatjo, a veure, si fas distàncies llargues és inevitable el cotxe o l'autobús, tren o l'avió. Però, sobretot, passejar i veure la gent com és en el seu dia a dia en la ciutat o... Quan tu estàs fent el turista, en un lloc com un altre, també és interessant veure els costums de la gent. A mi, això, pues passejar, anar a un lloc, visitar-lo, o sigui, exterior o interior. Dinar, així, un bon menjar o algo ràpid però que sigui

bo i després, per la tarda, no sé, fer algo així més tranquil potser, caminar també una mica. I, això, i després descansar una mica i nar a sopar així a un lloc.

***

Jo crec que la cuina... La cuina dels diferents llocs sí que ens ha arribat com molt... A nosaltres, o sigui, que ens agrada menjar moltes coses diferents i, fins i tot a gent que ve a casa, o sigui, no li fem plats potser catalans o castellans, els hi fem pues, així, coses d'altres països.

***

Sí que fem sessió de fotos amb la família i als amics les pengem al Facebook normalment. Que la majoria d'amics els tenim pel Facebook o Instagram, jo crec que ho fem així. I, no sé, sí que, per exemple, pues si hi ha gent que vol anar al lloc pues m'agrada recomanar el que hem fet nosaltres, on hem anat. Sí. Jo sóc molt... que em fio molt del que em recomanen i a mi també m'agrada molt recomanar. I, jo crec que això ho fem bastant.

Citations de Mamadou

Jo pensava que la visita, hi havia un camí dintre del metro, que no agafem el metro. Entrem dintre per mirar les parades i todo esto però...

***

Això, passa el metro, estava ràpid, ràpid, i això, no... no estem veient nada i és una mica...

***

Jo penso que molta gent són espavilats per saber què està passant en general al mundo i què va passar en 1030... Això és més important per preguntar a la gent què hi havia abans a Barcelona, quin tipus de casa, quin tipus de cotxe, quin tipus de... Ho pots preguntar a una persona, aquesta persona t'explica i un dia pots explicar quan el teu fill et pregunta "papa, què hi havia a Barcelona". Si tú ho saps podries explicar una miqueta. Per això, aquesta cosa és important. Si jo ho explico a aquesta persona i aquesta persona ho explica a la otra, això fa la vuelta del mundo.

***

Sí, jo per internet. Sinó també, de vegades, passem a l'oficina per preguntar quina ruta, quina visita és més important i els de l'oficina ens expliquen "això va bé per vosaltres dos, o això, o això". Des d'allà triem quina visita podem fer. […] Sí, eh... De vegades, parlem les coses, quines coses podem fer. De vegades, no sabem, ens aixequem al matí, agafem una decisió. Fem això, fem això.

***

No, no. Per mi, d'aquest viatge, és una mica por de la muntanya, dels busos d'allà. Però després si arribes a l'hotel i, si passes això... és molt guai. Si poses 50 persones, 60 persones en un bus, així, sobre de la muntanya, estàs pujant i baixant…

***

Sí, per mi... Hi ha una cosa... Això sempre penso de la meva vida... No... aquesta cosa no m'agrada. Amb la meva ex vam anar a visitar això, estem tornant cap a Dakar... ehhh... Un amic va menjar un mango, tenia un forat a les dents i li feia mal... El noi... el conductor és de Dakar, és amic nostre. Aquest noi tenia una novia aquí, la noia estava allà per visitar el noi. Després, el noi no tenia carnet de cotxe. Vam arribar fins a Tambacounda, amb el mango... Després, hi havia un autocar, davant nostre, una furgoneta de pescado. Hem passat la furgoneta, hem parat per menjar el mango. Després, otra vez, hem anat, hem passat el cotxe i vam parar. Un altre cop. Sí, perquè l'amic tenia diarrea, volia anar al lavabo. Sí. I al final hem parat. La furgoneta va passar, va trucar la policia entre Tambacounda i Dakar. Aquesta gent va parar-nos el camí. Després, hem arribat, la policia va parar el cotxe. El conductor no tenia carnet, va deixar el seu carnet a Dakar, després hem anat fins a Kaolack i això.

Tothom tenia papers. Cadascú té el seu passaport, té NIE, tot això. Després, la policia, ens fica en una habitació. Hi ha pipi, hi ha caca, hi ha tot. Hi ha mosquit, hi ha tot a dintre. Jo no em moc perquè no, podia respirar, i vaig caure. El meu amic va cridar, la policia va obrir la porta, va ficar-me fora. Van passar 5 minuts i em va ficar otra vez. Vaig caure otra vez. Després d'això, la policia va dir des d'allà no podeu passar per anar a Dakar, torneu un altre cop cap atrás. Hem anat a una casa de policia, hem arribat allà, la policia va donar-nos sopar, així hem menjat... La policia va fer multa al noi de 2000€ perquè el noi no tenia carnet. Després, just, no podíem anar amb el conductor, hem agafat un cotxe per arribar a Dakar. Entrem al cotxe i hi havia el senyor i la senyora del peix. Estem parlant i després el senyor diu "nosaltres, ahir, hi havia un cotxe, estava seguint-nos perquè tenim una miqueta de pasta i la gent volia robar-nos" i això...

Sí. Molt bé. Però dic, aquestes coses, si no sabeu, primer pregunteu. Jo, des d'allà, totes les coses que havíem passat des d'ahir a la nit... vaig donar una òstia al senyor, el senyor va caure, després va parar el cotxe perquè estava el meu amic, l'altre amic, la meva ex i jo, estem allà. Després la policia va arribar i va preguntar otra vez. Hem parlat de tot això, al final la policia va agafar els dos, el senyor i la senyora del peix. I vam anar cap a Dakar. Les coses... això sempre... Per exemple, si me'n vaig a Dakar, això sempre jo penso en això, no puc oblidar-ho.

***

Esperar no m'agrada. Perquè, per mi, si diuen "volem a aquesta hora", ara mateix. Molt bé, nem. Nem ara. Però, per exemple, pel viatge d'avió, agafar l'hora a les 5 i vint, després arriba l'hora, tard, ara marxem a les 6 i mitja, l'avió arriba a les 6 i mitja, 8 i mitja... Això me fa... em posa molt nerviós. No puc. No puc esperar. Si és aquí, de vegades, ella, si tarda... jo no puc esperar. No tinc molta paciència.

***

Per mi és lo mateix. També, de vegades, podia somiar coses com no arribar o arribar. Sempre volem que aquesta cosa arribi. Per exemple, jo, si la porto a ella a Senegal, això és... estic més feliç del mundo. Perquè ella no ha anat, no coneix ma família, todo esto y esto. Per mi això és el meu ideal de la meva vida.

***

Hi ha moltes diferències de viatge. Jo puc dir "jo me'n vaig a París", per fer què a París? "per visitar les cases, o visitar la Torre Eiffel o parlar amb la gent o mirar gent guai, gent malament, quina visita pots fer". Per mi, visita, puc anar, hi ha tot: conèixer la gent, conèixer la terra, el menjar, mirar la diferència de les persones. El que passa és que en moltes coses estem igual. No saps quin tipus de persona estem veient cara a cara. Tu no saps quina persona, això també és més... per saber, per parlar. Si vas de viatge i no pots parlar amb la gent, no saps les coses, no pots preguntar. Per mi un viatge és per buscar coses important de la vida, saps? Per conèixer la gent, per conèixer la cultura.

***

Penso que, per mi, no n'hi ha. Si vas a un lloc que sigui, passo... si és guai o no, un dia passaré per aquí o no. No penso "això és malament per mi". Al món tothom pot visitar les coses o anar a un altre lloc. Per exemple, jo no puc dir a una persona "no pots viure aquí a Catalunya". És una miqueta... saps? S'ha de pensar en cada persona. Per mi aquestes coses no he vist, per mi tot guai.

Citations de Marc

jo podria ser taxista perfectament i no faria servir la guia de Barcelona

***

nosaltres teníem curiositat per la Barcelona maçònica i no perquè siguem maçons ni... Que tampoc ens importaria ser-ho [...]. ja vam estar una vegada a punt en una fira, vam conèixer un xicot, un senyor, vaja, d'un grup que eren maçons i vam estar parlant però al final ho vam deixar. No ens hi... Al final estàvem molt ocupats en aquella època i no ho vàrem fer.

***

En el cas de la maçònica només coneixíem lo que no vam veure, que és la biblioteca maçònica, no? Lo demés no ho sabíem. Clar, jo havia passat 50.000 vegades per davant d'aquells angelets amb l'esquadra i el cartabó i tot el tinglado aquell i no l'havia vist mai. I, bueno, sí que en alguns puestos es veu, inclús al Passeig de Gràcia, a l'entrada de la casa, el terra, sí, aquell blanc i negre enfocat a la porta i llavors ja saps que allò és maçó, no? O veus alguna columna salomònica i intueixes que per això... però vamos, els puestos on vam anar no els coneixíem. Mira que em estat vegades en el 7 portes, no? I jo no m'hi havia fixat mai.

***

Perquè, home, tal vegada perquè Barcelona maçònica hi ha molt poca cosa, no? […] Hi ha molt poc material i, clar, és una miqueta explotar lo que és inexplotable perquè a l'hora de la veritat... […] Es lo més maçònic que hi ha a Barcelona, eh? La biblioteca, lo demás no... […] Es que es lo que hay, no hay otra cosa, no hay más.

***

En definitiva, jo crec que és la més fluixeta de totes les que hem fet, no? Tal vegada perquè hi ha falta de... Franco va reprimir la maçoneria durant 40 anys pues és normal. Lo que passa és que anteriorment sí que havia estat una ciutat molt maçònica, no? O sigui que...

***

Barcelona la coneixem molt bé i, sin embargo, anem descobrint. Es lo que et deia al principi, no? Clar, és fantàstic que els arbres no et deixen veure el bosc. Tu estàs molt acostumat a caminar per Barcelona però, claro, no caus en quin era exactament el barri jueu de Barcelona o no sé què si no t'ho expliquen. O sigui que... Perquè ha quedat una mica difuminat amb les construccions posteriors i clar...

***

El coneixement sempre és important […]. Desgraciadament no es mira mai cap amunt.

***

Sembla ridícul que visquis en una zona i no la coneguis, no? I vingui gent de fora i t'expliqui "òstres, pues jo vaig estar aquí" i tu posis cara de *tonto* i no...".

***

Jo, sempre lo he definit igual, hem viatjat tant per curiositat. Som molt curiosos. Ens agrada molt... Tenim molta curiositat. I no se'ns acaba! Jo pensava amb els anys... serà "ja n'hi ha prou!" però no, no.

***

Tampoc hem cregut mai en les segones residències. Nosaltres mai hem tingut una 2a residència perquè nosaltres a l'estiu no anem a canviar de casa, no? Nosaltres anem a canviar de lloc.

***

Nosaltres agafem l'avió d'anada i tornada, arribem al país i una nit d'hotel, la primera nit d'hotel. I des d'allà comencem a contactar amb gent d'allà, per telèfon tot el dia, pum, pum, pum, pum, pum "volem veure això i això" "ui, no, jo aquests circuits no els faig" "pues aleshores això i això" "pues jo tampoc", bueno i al final moltes vegades optem "mira, necessitem un cotxe amb xofer" i nosaltres decidim on anem, no?

***

Normalment anem amb cotxe. Lloguem un cotxe o a vegades amb xofer. Si anem amb xofer vas una mica més lligat, no? Perquè has de quedar en una hora amb ell. Nosaltres procurem no quedar en hora amb ningú. O sigui, nosaltres anem a la nostra, al nostre ritme.

***

nosaltres coneixem moltes coses que la majoria de la gent... “jo he estat a la Índia”, “has estat a tal puesto?” “no” “i a aquest altre?” “no”. I “he estat a Perú” “i has estat a tal puesto?” “no”. Clar, els veus, que fan el circuit oficial. Arriben en un hotel, pugen en un autobús i els ensenyen les 4 coses... Nosaltres fem tot lo contrari. Nosaltres anem preguntant “que hi ha algo que valgui la pena veure per aquí?” “Hombre”. I hem anat a puestos que la gent no sabia on estaven i estaven a 2 km de casa seva.

***

No és pel tema personal, no és pel tema social, eh? Es perquè això de “avui anirem a tal puesto” uuuuuh tots cap aquí com a borregos, no? “Ara anem allà” uuuuuuh i tots cap allà.

***

Allà hi ha una zona, al nord de Guinea Bissau. Costa bastant d’arribar-hi, perquè és molt complexe des del punt de vista carretera. Bissau hi ha un lloc que li diuen el Hole of Monsters, el agujero de los monstruos, no? Perquè és una zona que es pesquen els tarpons, és un peix, els tarpons més grans del mon. Acostuma a ser una mentida això, acostuma a ser un argument turístic, no?

***

sempre he considerat que és un viatge personal.

***

A Dharamsala perquè hi havia una... saps que el Dalai Lama, quan està a Dharamsala fa una recepció, cada... 7 días o algo así, ¿no? Ara no me’n recordo. El problema és que el Dalai Lama no està mai a Dharamsala, sempre està viatjant, per tot el món. I va coincidir, vam agafar una setmana que li tocava recepció a Dharamsala. El que passa és que es va fotre malalt, a Tokio, i es va quedar amb grip a Tokio.

I llavors, en comptes de veure el Dalai Lama, vam veure el Karmapa. El que el va substituir va ser el de la banqueta, com al futbol. I el Karmapa serà el seu successor, no? És aquell nano que va fugir de la... El Dalai Lama va fugir del Nepal, no? Però, el Karmapaga també. El Karmapa és aquell que Xina el va nombrar oficialment Dalai Lama i el pallo aquell en comptes de quedar-se allà al Nepal fent de Dalai Lama lo que va fer va ser fugar-se a Dharamsala. I ens va rebre el Karmapa, no? Que és un crio, quina edat tenia? ¿19 años cuando nos recibió el Karmapa?

I, home, és una sensació curiosa, no? Jo no soc gens re..., bueno, nosaltres no som gens religiosos, no? Més aviat ateus. Però impressiona molt, no? Impressiona molt per la gent, per l’espiritualitat, no? Si jo tingués que definir l’espiritualitat diria no és el discurs del Papa el dissabte, sinó és una recepció del Karmapa, per exemple, o del Dalai Lama, no? Perquè la gent està... no sé! És, és una cosa molt xocant. És impactant, no?

***

Per tot el món, per tot el món, l’hem ben matxacat.

***

Home, no tindria res de particular si fos ara, perquè ara a Perú hi ha molt de turisme. Quan nosaltres hi vam anar van celebrar el milió de turistes, l’any que nosaltres hi vam anar-hi. I a sobre nosaltres no hi anem mai a l’estiu, o sigui que, trobar algú tampoc era fàcil, no? I, clar, estàs allà a Chachauamán,

més tranquil que el bombo i fent un paseo en llama y no sé qué historia i sents parlar en català. Què passa aquí?

Ja ens sorprèn trobar algú que no sigui... Ens sorprenia, la veritat és que ja no. Ara ja la gent viatja tot l'any. En aquella època, ostres.

***

Nosaltres hem viatjat de manera que hem deixat lo més fàcil pel final perquè ja comencem a ser vells i ja vam dir, bueno, pues lo més complicat ho fem pel principi i lo més difícil al final. Què vol dir? Que ara estem fent, per exemple, nosaltres que havíem donat la volta al mon, no havíem fet el destí que fa tothom que és anar a Turquia, no? Doncs, nosaltres ara hem anat a Turquia, bé, primer hem anat a tota la zona de la Capadòcia i després tota la zona d'Estambul i tot el tinglat aquell, no? I ara, doncs jo, per exemple, no he estat mai a Àustria, nooo, no he estat a Polònia. No hem estat ni a Àustria ni a Polònia. Als destins més fàcils no hi hem estat.

Citations de Martí

Algunes coses són més del domini públic i tal però la gran majoria no coneixia i, bueno, realment és molt curiós i clar, a més, surt fora bastant de lo que és potser una ruta standard, no? Que, bueno, el títol "Barcelona, nocturna i criminal"... Clar, normalment les fas de dia i les fas de cosas boniques, no? I llavors és justament lo contrari i, bueno, el contrast sempre és enriquidor.

***

Bueno, tenia alguna expectativa sobretot de que aniríem al Raval casi segur, no? Per... per... per... no sé, per temes de dir-li barri xino, jo també he viscut allà i, bueno, saps que hi han històries fosques també pues... bueno, sobretot també perquè és la zona antiga i és on hi ha potser també més moviment i on hi ha la barreja de classes populars, classes altes, conflicte d'interessos en tots els sentits. Llavors, doncs, bueno, et pots imaginar més o menys per on aniran els *tiros*, mai més ben dit i... i bueno, sí, més o menys és una mica lo que ens esperàvem i, això, molta anècdota, molta dada, molta llegenda, també realitat, bueno... coses sempre a cavall entre la realitat i la ficció, doncs sí. Ens va agradar molt, va ser... sí, agradable. És més o menys lo que ens esperàvem, sí.

***

Algunes coses són més del domini públic i tal però la gran majoria no coneixia i, bueno, realment és molt curiós i clar, a més, surt fora bastant de lo que és potser una ruta standard, no? Que, bueno, el títol "Barcelona, nocturna i criminal"... Clar, normalment les fas de dia i les fas de cosas boniques, no? I llavors és justament lo contrari i, bueno, el contrast sempre és enriquidor.

***

No, clar, són carrers pels que passem molt. Coses que hem viscut... emmm... Clar, o sigui, els barris els vas trepitjant molt sovint però potser no els raconets per on vam passar. Sí, no, clar, no et pares normalment en aquests llocs. Però no, tampoc és que ens portés... Bueno, sí, una mica, sí del fet d'haver viscut al Raval i tal, però no especialment tampoc no... No, perquè a més és això, que més o menys ja... clar, vulguis o no, si fos una visita que fas de tant en tant i que dius "ostres, quan vivia aquí...". Vale, abans vivia al Raval i ara visc al Gòtic, vull dir que tampoc no ha passat tant com per dir "ostres, quina època" i tal. Més o menys, clar sí que hi ha òbviament certes diferències entre el Raval i el Gòtic, el Born... Òbviament hi ha els seus matisos i particularitats de cada lloc però bueno, més o menys no ens ve com de nou perquè nosaltres vivim aquí.

***

Bueno, en primer lloc pel coneixement general, per il·lustrar-te, per cultura general, per curiositat i perquè crec que també som grans desconeixedors, en general, eh? També hi ha de tot. Moltes vegades som desconeixedors de la nostra pròpia història, del nostre propi entorn, de la nostra pròpia ciutat i, llavors crec que... que, bueno, que també està bé descobrir, saber... No només dels llocs que viatgem, que visitem, sinó també de lo que tenim al costat nostre.

***

Viatjar per mi és... És que és tantes coses... És que per mi viatjar és tot. O sigui, viatjar és de... aprendre, conèixer, experimentar, viatjar també cap a un mateix, que és, és, és, és com de vegades millor et trobes. Et trobes trobar-te un mateix. Saps aquests viatges introspectius que, també, t'ajuden molt. És la millor manera també de conèixer a un i un a l'altra persona, també quan tu viatges, si vols realment conèixer una persona, la coneixeràs viatjant ja sigui un amic, ja sigui un familiar, ja sigui la teva parella. Per tant, per mi és com un cicle vital, és... Viatjar d'aquesta manera és... vas molt en profunditat i, llavors, no sé, per mi és el...

***

Per mi és això, viatjar és quan vas tu també més feliç, més ple... sobretot això, quan coneixes coses noves i proves coses noves, aquesta curiositat que per mi és insaciable, doncs és quan em fa sentir més viu també, més despert i més ple, no?

***

Quan la meva parella es va posar malalta a Bolívia en llocs que són molt inhòspits i molt recòndits […]. Que, home, per sort parlàvem el mateix idioma i que nosaltres parlem idiomes i no hi ha problema però, bueno, que estàs en un lloc que és molt... Bueno, sí, que podem dir casi tercer món o en condicions que són molt diferents a les nostres i, evidentment, no seria el millor lloc per posar-se malalt. I llavors pues en aquests moments sí que hi han tensions. Els nervis dels viatges que, evidentment, clar, jo quan et parlo de viatjar, et parlo de viatjar en plan mesos, vale? Perquè clar, he fet un viatge per Sud-Amèrica de quatre mesos. I és molt maco i l'experiència que et quedes és molt maca, però quan el viatge es converteix en una rutina, és a dir, casi en una feina, en una ocupació, doncs evidentment també tens moments de nervis i de... i de... i de problemes. En aquests moments potser de rutina estant fora de casa, que en aquells moments és quan dius "m'agradaria estar a casa", doncs potser aquí. Potser això així en general seria aquest moment de tensió, de incomoditat, de malaltia i de no estar a casa i de no tenir-ho inintel·ligible. Doncs si quan estàs a casa ja és incòmode, doncs imagina't fora de... fora de casa doncs es nota més, no? I a més això va durar una setmana i en condicions d'aquestes que... a Bolívia, clar, pues als altiplans el cos ho nota molt i aquestes coses de salut, nervis i patiment, vaja.

***

Sempre també és bo tornar, eh? Jo de passar-me un any sí que m'agradaria i tal però... M'agraden els viatges en profunditat però, de tant, en tant, aquella tornada a casa per tal també d'assimilar i, bueno, pues dir, s'ha de ser conscient perquè de vegades quan te'n vas en aquests viatges i dius "va, vaig a fer un any o vaig a fer tres mesos o quatre mesos", viatges llargs que només viatges, necessites també desconnectar de viatjar. Llavors, clar, llavors és com una mica antagònic, no? De dir "ostres, és lo que més m'agrada però necessito parar de fer això", no? I llavors doncs, és bo quedar-se amb aquesta connexió també amb la vida real, no? Que, en el fons és irreal, no? No pots estar... Bueno, sí que pots, no? Pots muntar-te la vida al voltant dels viatges però, bueno, la rutina del teu dia a dia doncs t'ajuda a vegades també a assimilar tot lo que...

***

M'agrada que em facis aquesta pregunta perquè, bueno, és la gran qüestió: què fer quan acabes un viatge? Bueno, a mí és que sempre m'agrada... Bueno, disfruto molt sempre fent fotografies i de viatge pues encara més. És a dir, que és casi, m'és impossible quan vaig de viatge no fer fotos i m'agrada i ho disfruto per, llavors doncs, intento... Sí, i a més, pues faig algunes fotos i després també les fem servir per la nostra pàgina web i alguna sempre fem... Clar, últimament anem per sort molt enfeinats i de vegades no ho podem fer. L'últim viatge que hem fet, que ja va ser al novembre, que no fa tant però, bueno, hem pogut fer un mini recull com de lo millor però, clar, si fas 4000 o 5000 fotografies, doncs sí que ens agradaria... Jo crec que això és una cosa que es fa com a llarga... Jo crec que és una cursa de llarga distància, no? I llavors, potser ara no li hem tret el suc que potser li pots treure però jo crec que aquestes coses agafen molt de valor amb el temps. I llavors és una cosa que està allà i que ho

tens present i que algun dia també, en aquest sentit, intentarem que surti a la llum d'alguna manera... No ho sé, la veritat, pues en exposicions o... també penjar-ho, algunes fotos les pengem a les xarxes socials... De tant en tant, allò de dir "ostres, pues ara tinc un moment" però com que és més lleure, pues costa una mica de trobar aquests moments. Però sí que és una... Jo, sí que tinc una intencionalitat de que surti la fotografia en algun moment, que surti a la llum.

***

Mira, per mi, un dels moments millors de la meva vida és a Mèxic, anant en un poble d'aquests de... no semi abandonat però d'aquells casi *far west*, allò pues que han rodat algunes pel·lícules inclús, que feia molt de fred... Bueno, molt... molt *Malboro country*, perquè et facis una idea: muntanyes, un poblet allà dalt estret, podies llogar cavalls, vam llogar cavalls i ens em vam anar a fer una excursió d'aquestes de dues o tres hores amb un estat de llibertat casi total, allò. No és el passeig que fas aquí a cavall que estàs allà amb el guia i que casi no fas res, que és casi més avorrit que res. Doncs, amb el cavall a tota pastilla per les muntanyes i, després, bueno, un moment de llibertat i de satisfacció únic, no? De fer aquestes coses que dius "ostres, jo no sé si ho tornaré a viure més allò". I això, saps? Bueno. Bona companyia, passant-ho molt bé i bueno, es va estudiant i vivint la vida pues al màxim.

***

Un dia de viatge ideal... Lo primer haver dormit bé, haver descansat i dir "avui m'aixeco i estic a tope". Això és lo més important, no? Allò que dius, bua, avui em menjo el món. Aquesta, per mi, és una sensació que... no es pot començar el dia millor. Després un bon esmorzar, un bon esmorzar, no sé, a davant del mar, per exemple, amb un diari. Després, per exemple, anar a fer surf. Anar a fer surf en un lloc que sigui agradable, que no sigui allò que dius "mare de Déu, que aquí... ja no ho explico" *(riu)*. Pues, això, una bona... Un parell d'horetes de surf, després, bueno, un banyet. Un bon marisc a la platja també o un bon peix amb un bon vi i bona companyia. Eh... Després te'n vas a l'hostal, l'hotel o digues-li com vulguis a descansar, a fer una bona migdiada. Ehmm.. Bueno, una mica de sexe tampoc estaria malament *(riu)*. Després, eh... una bona dutxa, una passejada pel lloc on sigui, que, si en aquests cas estàs parlant de costa pues ja va bé, fer bones fotos, sortir a passejar, conèixer gent local, que t'expliquin històries, que t'expliquin el seu dia a dia, les seves tradicions, les seves manies, la seva història, la seva cultura. Un sopar amb ells mateixos, per exemple, un sopar autòcton, provar coses noves i després una bona festa i una bona balleruca. Jo crec que amb això... seria *(riu)*... És lo ideal.

***

A nosaltres ens encanta viatjar, *disfrutem* molt viatjant i intentem també, a veure, viatjar de la manera més profunda que puguem, és a dir, que també hem viatjat moltes vegades, bueno, o sigui, hem viatjat moltes vegades estant-hi una llarga temporada i anant a estudiar, que vulguis o no també viatges i és la millor manera per conèixer un país, un altra cultura i la gent i, bueno, no, la veritat és que ens agrada evidentment viatjar sempre a llocs diferents i quant més diferents millor, més diferents a la cultura nostra doncs més enriquidor i, bueno, tant a prop com lluny. O sigui... evidentment els grans viatges sempre és més atractiu anant-te a l'altra punta del món i anar-te al sud-est asiàtic o a Sud-Amèrica, allà on sigui però també ens agrada molt i que a demés és una manera de... no ja de... bueno, és que el concepte... tot i que ho som, eh? Turistes? Intentes fugir una miqueta de lo que és potser l'estigma del turista, no? Del... Tot i que a més nosaltres potser més estigmatitzats de cara a fora més no podem estar-ne perquè a més anem amb la càmera tot el temps i és l'estigma no? Del turista que... Però intentem fugir d'aquestes imatges i intentar, doncs, conèixer molt, lo més possible la gent i la cultura. Sobretot, a mi m'interessa sobretot el tema de la cultura, de la gent, de les tradicions, d'alguna manera aproximar lo màxim possible. Evidentment dins de les barreres, que hi són, de lo que és el local i el viatger o turista. Però intentem sempre viatjar en llocs diferents.

***

la veritat és que ens agrada evidentment viatjar sempre a llocs diferents i quant més diferents millor, més diferents a la cultura nostra doncs més enriquidor i, bueno, tant a prop com lluny.

***

evidentment els grans viatges sempre és més atractiu anant-te a l'altra punta del món i anar-te al sud-est asiàtic o a Sud-Amèrica.

Citations de Meritxell

És el que va fer per ensenyar-nos la parada fantasma de Correus, no? Perquè les altres sí que ens paràvem i ens ensenyaven els mosaics i tot que hi ha a sota de les modernitzacions del metro. Lo guai és que ho fan en cap de setmana. No sé si ho fan entre setmana aquesta ruta perquè jo penso que seria impossible. Amb el volum de passatge seria impossible perquè et topes amb gent, et vas topant amb el soroll de que arriba el proper metro i, llavors, el noi, pobre, té que... "Bueno, nem a esperar que marxi el metro, tenemos dos minutos y medio para... de silencio para... explicaros". Però bueno, va ser xulo, sí.

***

Bueno, la del metro la vam escollir, bueno, a mi m'interessava més, la vaig escollir una mica més jo pels dos perquè m'havien explicat que hi havia com moltes anècdotes i històries amagades en el metro de Barcelona i, al ser un transport que utilitzem sovint i que, moltes vegades potser passem pel mateix lloc i ens passen desapercebuts molts detalls, doncs, em va semblar interessant, no? Conèixer en profunditat el metro. Una miqueta.

***

La veritat és que el noi ja ens va dir que molta gent acabava una mica decebuda perquè es coneix, jo penso, que molt entre els locals de Barcelona, la gent local, es coneix molt lo de les parades fantasma. I la veritat és que pensàvem que, potser, una part de la ruta l'enfocarien a llocs on habitualment el metro ja no circula. O, fins i tot, que els passatgers no tenen accés, que ens colarien per algun d'aquests trossos. Ens va dir el noi que, bueno, que això depèn de TMB, que Transports Metropolitans de Barcelona estan molt ficats amb la seguretat del passatge i, com que són parades que no tenen un manteniment, no s'arrisquen a... De moment no donen permís a aquestes entitats com els organitzadors de la visita i altres, si és que ho fan, no donen accés a visitar-les. Però que ho estan negociant. Perquè és una de les parts... És lo que més venen, no? De les parades fantasma i anècdotes i tot plegat. Ens ho van ensenyar una mica per sobre, no? Però era del pal... Bé, agafant el metro mateix amb usuaris habituals del metro "Aquí en 30 segundos, ¡ahora! ¡ahora!" i, clar, ens vam quedar tots com "¿eh? No hemos visto nada...".

***

Jo crec que sí perquè jo crec que ens aproxima, ens donen una idea més aproximada del que tenim en el nostre voltant. Jo penso que, a prop nostre, moltes vegades, tenim la idea del viatge com, lo que he dit abans potser, com "¿y qué? ¿has hecho un viaje ahora que tenías vacaciones?" i sembla com que si dius que m'he quedat, que he anat al Lluçanès, per exemple, és com "pues menuda mierda, ¿no?" i potser has gaudit més d'un viatge, una escapada en l'entorn pròxim que no pas agafant un avió, la parafernàlia del súper concepte de viatjar. Jo penso que és interessant que muntin activitats, rutes, digues-li com vulguis perquè et donen una altra visió de, moltes vegades, el territori que potser has passat moltes vegades o de petit t'han portat els pares però no dones molta importància perquè "això és aquí, no?", "això és casa", "això és Catalunya", "això és Espanya", no? I crec que és important que ens incentivin i ens motivin una miqueta del que hi ha a casa nostra, no, una mica?

***

El concepte de viatge? Per mí és bàsicament conèixer algo i la gent, la terra, el patrimoni cultural i humà d'una zona que no has visitat mai i intentar-te adaptar amb l'entorn d'aquest moment. Per mi això és viatjar. No necessàriament significa agafar un vol de 15 hores, plantar-te en un lloc o no entens l'idioma natiu, ni això, no? Però, per mi, viatjar és això. Conèixer una mica el patrimoni cultural i humà d'un lloc o d'una zona que no has estat mai, que per tu és desconegut.

***

Sí, moltes vegades, la decisió una mica general del viatge sí, però lo que farem una mica cada dia, en el meu cas, és del pal "Sé que en un viatge vull visitar a, b, c, d, i i e" i, una mica sobre la marxa, no som tan... tan organitzats, no? En aquest aspecte? Però depèn de moltes coses, no? No sé. Si vols visitar algo que saps que pot estar tancat o algo pues ja te n'adones de quins dies està obert... llavors, una mica ja quan estem al destí. Jo ho faig així. O sigui, sé lo que vull visitar i una mica, a destí, quan ja hi som i veiem una mica la distància dels llocs i tot ja llavors es diu "Mira, pues demà, quan ens aixequem, podem fer això". Una mica sobre la marxa. Sobre la marxa però organitzant una mica prèviament. I depèn del destí també, no?

***

Per mi un dia ideal de viatge seria un dia on surt tot bé, no hi ha cap imprevist negatiu. Surt tot bé dintre del que has planificat i de lo que no has planificat et venen coses espontànies divertides, que es queden com a anècdota moltes vegades. Bàsicament seria això. On pugui complir els objectius que m'he mentalitzat de què vull veure o fer i que em vinguin coses, això, improvisades que siguin positives. Per mi això és un dia ideal de viatge.

***

Bueno, que no sigui tan guai… Fa molts anys, que no és guai, que la persona amb la que viatjava li van robar la cartera amb la documentació a la ciutat de Buenos Aires, a l'Argentina. Això no va ser guai, no

[...] Perquè ens vam passar el matí a la comissaria de policia i, en un altre país, també ens tatxaven amb tòpics. M'enrecordo, el comissari que li va dir a ella "Sí, pues no sé de qué os quejáis y criticais del robo que os han hecho aquí cuando vosotras en España teneis ETA y no sé qué". I era "Vámonos rápido de la comisaría, aún nos van a robar más, estos..." *(riu*).

***

Va ser divertit perquè va ser a la vegada malament i a la vegada bé perquè com era un dels aeroports més perillosos, experimentar aterrar en un dels aeroports més perillosos del món va ser divertit, con mi fòbia a volar, però...

***

A mi m'agradaria molt, molt, poder-me permetre agafar una excedència i marxar tres mesos i fer Austràlia, Tasmània i Nova Zelanda. M'encantaria moltíssim. I un cuarto mes a Hawaii, perquè penso que és com molt inaccessible. Hawaii, llocs així. La Patagònia. Sí. Dormir en un saco en el Ártico viendo los pingüinos... A mi em queden molts viatges per fer *(riu)*.

***

I, per recordar..., en el meu cas... Doncs, quan estava al nord-oest de la Índia, que, per integrar-nos més en la cultura, anàvem a ajudar a cuinar a una senyora nativa d'allà a la seva casa. I l'ajudàvem a cuinar i ens integràvem més. Amb un grupet petit de turistes, de diferents nacionalitats i, a mi, el tema aquest d'integrar-me amb la gent del lloc on vas, doncs, com m'agrada i això és un moment per recordar, la veritat. Era molt agradable, molt encantadora la senyora.

***

El centre de la ciutat de Barcelona lo odio a muerte perquè penso que ha perdut la qualitat de turisme, molt. Molt. De fet, a la ciutat de Barcelona, clar, com treballo en turisme puc..., van fer un estudi, l'Ajuntament de Barcelona, va fer unes enquestes. Es va anar recopilant durant un any informació i, fa cosa de tres mesos, van sortir els resultats i es veu que era com el 70 i pico dels enquestats turistes, turistes, deien que Barcelona és una ciutat molt bonica, que se'n van amb molt bon record, però en la

seva opinió consideren que hi ha massa turistes. Si ho diuen ells, què ha de pensar la gent que viu aquí. Amics nostres que viuen a prop de la Sagrada Família o... és, és, sí. És un horror.

***

No podria dir en general perquè, clar, quan vas a una altra ciutat, si vas de turisme, tens un altre tipus de percepció, no? Igual et plantes al mig de Madrid, com vam anar nosaltres a veure el musical, i Madrid què estupendo i què maravilla, no, el centro?

Citations de Miguel

Bueno, ahí sí que fue […], mi amigo, que como él hace visitas en Sevilla pues se interesó por visitas guiadas. Él también las visitas que hace son como visitas culturales más que turísticas. El hizo una búsqueda de visitas similares en Barcelona, entonces localizó ésta de Gracia, le pareció interesante y fue el que se encargó de la reserva.

***

Bueno, en las dos rutas te cuentan la historia de los espacios, que a lo mejor muchas veces no se conoce con mucha profundidad, y en el segundo caso, en la del río, pues aparte de historia pues se contaba mucho el ambiente de la ciudad, la cultura, como era en la República, pues el ambiente de teatros, de las canciones picantes, un poco todo el ambientillo de la ciudad. Entonces, eso sí que se aprende un poco, vamos. Y además que [mi amigo] pues lleva música, lleva un poco de atrezo, y entonces claro pues también está bastante bien el tema de las rutas esas.

***

Bueno, en la primera, que fue la de la exposición del 29, que ahora es el parque de María Luisa, el parque principal de Sevilla, pues sí porque realmente es un lugar que frecuentaba cuando estaba aquí en la universidad y tenía que atravesarlo casi a diario para ir a la facultad. Entonces, bueno, sí que recuerdas y hace mucha ilusión porque lo conoces más en profundidad, la historia de su creación, tiene una historia muy curiosa de cómo se creó el parque y como se aprovechó después para hacer la expo del 29, entonces pues sí que es curioso, sí.

***

Pero, bueno, sí que siempre aprendes detalles curiosos o anécdotas históricas o cosas que a lo mejor pasas a diario por sitios que realmente incluso desconoces que tienen esa historia, ¿no?

***

Sí, hicimos muchas fotos porque además es que casi dio la casualidad, vamos, dio la casualidad o no, no sé, pero que recuerdo que aquel día cuando acabó la visita, nos acercamos a tomar un café y había un desfile de cabezudos. Que era como, vamos, como a propósito todo. Y entonces, la verdad es que fue muy interesante. La verdad es que no, que no había subido nunca a esa parte de la ciudad. No la recordaba, por lo menos.

***

Pues sí, vamos, es que realmente lo que es el ambiente del barrio y me llamó mucho la atención la organización que había, que nos encontramos en algunas plazas de gente joven así como, entre comillas, con conciencia social, con conciencia política, haciendo como reuniones para organizarse... Eso, yo por lo menos, aquí en el sur, creo que sería imposible encontrarlo en ningún sitio. Que ese ambiente, entre comillas, me llamó mucho la atención y me atrajo mucho realmente. Ese poder de que el barrio sea como un lugar de convocatoria y de encuentro y de participación de la gente la verdad es que muy chulo y sí que lo hemos comentado algunas veces, en alguna reunión de amigos siempre lo cito, vamos, que me llamo mucho la atención este aspecto del barrio, ¿no?

***

Realmente tenía una idea completamente equivocada de Gracia, porque pensaba que Gracia era igual que el Paseo de Gracia, es decir, que era una zona como la más elegante o la más rica o la más pija de Barcelona y no sabía que el barrio de Gracia tenía un carácter completamente distinto al Paseo de Gracia, vamos. Y realmente en la visita se transmitía muy bien el carácter ese un poco... pues social, político, la vida de barrio un poco que tenía, incluso casi independiente del resto de la ciudad y la verdad es que fue muy interesante, sí.

***

Buf, pues la verdad es que un montón *[ríe]* porque me encanta viajar... No viajo tanto como yo quisiera pero bueno. Entonces, pues no sé, vamos, la verdad es que recuerdo muchísimos. Un momento así para recordar... ¡muchísimos! Desde... no sé, un viaje que me gustó mucho hace unos años con otro amigo fui al Líbano porque tenía muchas ganas de conocer Beirut, tenía muchas referencias positivas de la ciudad y esto y realmente pasear por Beirut, que aunque tienes siempre la presencia un poco de... pues te encontrabas un tanque en la puerta... que te pedían... Bueno, pero al final te acostumbrabas al ambiente de la ciudad y la gente es amabilísima y muy bien, muy bien. Pues recuerdo desde ir a comer un día a un cuchitril *guarrísimo* pero al segundo día éramos super amigos ya del chaval y ya casi nos invitaba a comer. Entonces, muy bien, muy bien.

***

No, pues, realmente, así, malas experiencias… Bueno, en un viaje... pero bueno, no era por culpa del viaje. En un viaje a Berlín, que en principio me iba a ir yo solo, conocer la ciudad, la primera vez que fui a Berlín, al final se vinieron 10 amigos míos conmigo, entre amigos y amigas. Yo era el elemento común y al final hubo mal rollo entre ellos...

***

El ambiente fue un problema y la verdad es que ese viaje prefiero olvidarlo y después he vuelto para conocer, que no quería llevarme ese recuerdo de Berlín.

***

Pues, realmente... la verdad es que... un día..., la verdad es que pueden ser 40 planes distintos, ¿no? Desde estar *tirao* en un parque y comprar algo para hacerte un bocata y estar viendo cómo se lo pasa la gente a irte a un museo, disfrutarlo, aunque no de manera... eso, pues porque te apetece ir al museo, estarte un ratito en el museo, después irte a dar un paseo. Me gusta mucho andar, pasear, me encanta ver cómo vive la gente de la ciudad y tal, y después salir a cenar, a tomar una copita. Es decir que disfrutar la ciudad de la mañana a la noche. Intentar perderte, no usar mucho los planos sino andar y, bueno, así, disfrutar un poquito de lo que es el ambiente de la ciudad sobre todo.

***

Vamos, consejos solamente si alguien va a visitar la misma ciudad, pues un poco más consejos prácticos que otra cosa. O a lo mejor algún sitio en particular que me haya gustado o alguna plaza. Tampoco soy de los que... últimamente, yo creo que en los últimos viajes ya ni tan solo me he comprado guía turística. Que prefiero casi ir a la ciudad e ir conociéndola un poquito en plan tranqui e intentar casi confundirme con la gente que vive por allí y ver cómo vive la gente y casi poco más. Hombre, que al final siempre se ve algún museo o algo y entonces no es el típico rollo de tengo que ir a ver 7 museos y 4 iglesias. A lo mejor tienes que ir a tal café o a tal tienda porque es muy chula y es distinta a lo que ves en esos sitios, vamos. Entonces, eso es lo que intento más o menos contarle a la gente.

***

Pues es un poco, yo creo, lo que te comentaba antes. Es decir, conocer la forma de vida de la gente y conocer un poco cómo vive esa gente su ciudad. Por eso te decía lo del barrio de Gracia. Me interesaba

mucho ver cómo la gente de Gracia usaba su plaza, usaba... y como interactúa el ciudadano con su propia ciudad, con los espacios, con los edificios, los mercados. Me encanta ir a los mercados, ver cómo la gente compra. Esas cosas son las que más me interesan, ¿no?

***

Recuerdo el mercado de abastos, que me gustan mucho los mercados y entonces pues me acuerdo de aquel, que estaba un poco *estropeadillo* pero realmente era bastante monumental. Y, después, bueno, la plaza del ayuntamiento con toda la... El ayuntamiento de Gracia, del centro cívico o lo que fuera aquello, el centro social aquel, que era un poco el centro del pueblo y la verdad es que también estuvo bien.

Citations de Pau

Vale. Bueno, per ser sincers, era diumenge al matí i vam dir “anem a fer una ruta aquesta tarda?” i diumenge a la tarda era la única que estava disponible *(riuen)*. Si el tema no ens hagués agradat gens tampoc hi haguéssim anat però, no sé, vam veure el títol...

***

Això que diu ella és veritat, que fa ben poc que estàvem als Estats Units, que és un tema que allà està més present. Jo crec que tenia una mica aquesta curiositat també d’haver fet el viatge.

***

I, també, jo, un llibre que havia llegit feia poc que també sortia bastant. Un llibre del Dan Brown... La peli que estaven fent ara és Inferno, però el llibre aquest és un altre, que surt molt Washington.

***

A veure, jo crec que era personal d’aquest guia que s’enrotllava com una persiana *(riuen)*. Perquè va dir “la introducció és de mitja hora” allà al local. Enlloc de mitja hora va ser una hora. I també “la ruta és de dues hores” i, enlloc de dues van ser tres. I, realment, sí que... que tampoc hi havia molts punts de parada a la ruta i eren dues hores que la podries fer bé i la podries fer a fondo. Però també vam parlar que es repetia molt i que... […]

Sí, no, hi havia molt... unes quantes diapositives sobre símbols. Simbolisme maçó. Com que, de fet, tampoc no hi ha molts símbols dels maçons a Barcelona, pues ens va explicar coses en diapositives. Crec que sí que és necessari però una mica més curt.

***

Sí, a Portaferrissa bastanta gent, a la Catedral molta gent. També a un punt on normalment hi ha músics tocant al carrer... O sigui, hi havia gent tocant... Per allà per la Catedral del... o sigui l’església de Santa Maria del Mar igual. Inclús ens volíem parar en un lloc on hi havia unes pedres amb unes inscripcions, pues just a davant hi havia uns altres turistes, un altre grup. Vam haver de parar una mica més enllà. I després quan ens vam anar allunyant vam anar una mica més cap al Born i cap al parc de la Ciutadella, doncs també era més tard, estava una mica més allunyada i allà pues era més tranquil. No hi havia gent.

***

sobretot quan estàvem parats davant de la Catedral, per exemple, pues allà no perquè era com... passava molta gent i no passava res. Però estàvem a davant d’una casa del carrer Portaferrissa... Portaferrissa era? O sigui, al carrer Portaferrissa, una casa normal i corrent de vivendes i uns negocis a baix i tal i allà pues hi havia uns símbols maçons i vam estar parats a la paret de davant i, com que és un lloc que normalment jo crec que no hi ha visites o no s’hi sol parar la gent fent visites turístiques i, doncs, estàvem allà un grup amb els cascos i tal i la gent et mirava com...

***

Realment, o sigui, et permet descobrir coses de llocs que passes cada dia amb coses que no sabies i després t'enriqueix més. Dius "mira, pues aquí he anat mil vegades i no sabia això".

***

Com més a prop, més probable és que repetim el lloc, jo crec.

***

Sí, això, sí. No ho hem fet mai d'anar a un lloc sense saber absolutament res. Sempre intentem una mica documentar-nos, llegir coses i...

[…] Després, vull dir, tampoc allò fins la ruta exacta de cada dia anirem a tal lloc o a un altre, però els grans trets sí.

***

quan vam anar a Amsterdam, teníem un AirBnB, pues... Aquella noia vivia allà, no era un pis turístic però aquells dies no hi era, no la vam veure. Però tot i així ens va deixa moltes anotacions, moltes coses, molts comentaris sobre llocs on anar, restaurants on visitar, llocs que a ella li agradaven. I el fet de que una persona, que ni tan sols haguessis vist, tingués així tants reparos en deixar-te anotacions i anar a restaurants i a llocs que saps que aquella persona que vivia allà li agraden i els considera bons i tal, pues era una sensació molt maca, no? En un lloc, així, que no coneixes a ningú.

***

No, bueno. Per oblidar, jo crec... Bueno, moments així en que algun et tima. Estic pensant en taxistes. Taxistes a Istanbul. Pues dos taxistes diferents a Istanbul ens van timar amb dos temes diferents. I es una cosa que fa molta ràbia i... es un poco... va, mira.

***

Ahir, mira, vam comprar unes espècies a Turquia fa un any i fins ahir no les vam fer servir i ahir amb unes mandonguilles de xai amb unes espècies de... això. Si no hagués provat aquest plat allà i no hagués comprat aquestes espècies allà pues segurament no ho hagués fet.

***

Si vas a Estats Units o a Angleterra pues refresques l'anglès amb molta més gent nativa i segur que també, que, no sé, se't queda lo que has après al viatge. A França, igual. "Osti, pues això no me'n recordava que es deia així". I et fa refrescar això. O un lloc que no... Tailàndia, pues, després et queden algunes paraules en tailandès que hem après.

***

potser no estic MOLT bé enlloc. Potser estic com igual per tot arreu

Un lloc de cada continent, diguéssim que no vull morir sense haver posat un peu a cada continent.

Citations de Pedro

Porque a veces, uno por sí solo no lo conoce [el territorio], si no va con expediciones de éstas, ¿no? Porque yo esas zonas las he andado mucho pero no me he fijado mucho en los detalles.

***

A nivel de historia, porque yo, el espacio físico, más o menos, hombre, no todas las calles pero más o menos la zona la conozco bien. Pero claro, no conozco todos esos detalles, históricos, ¿no? Incluso algunas ni las sabía. La plaza ésta, ¿de las moreras era? No tenía ni idea ni que fueran antes los fusilamientos allí después del 1714, del 11 de septiembre.

Incluso la plaza esa del Born, esa... alguna vez habré pasado, pero no la recordaba yo mucho la plaza esta. Recordaba más el Born que la plaza esa.

***

en relación con lo del libro (Victus), entre las dos cosas, entonces sí. Ya he encajado muchos matices entre las dos cosas porque de hecho muchos de los relatos del libro están en las rutas que hicimos precisamente.

***

la única cosa que relaciono con la historia es falsa, de Agustina de Aragón cuando nace en la calle esa y esta el balcón aquel y se ve que está hecho después, ¿no?

***

Pues conocer cosas. Puede ser o ciudades antiguas, típicas, o naturaleza, montañas, claro. Y de paso hacer excursión, claro. No sólo verlas sino también si es posible caminar un poco y ver las vistas que hay, el horizonte.

***

Luego también a la carretera que va a Manecor, había como unos castillitos *mu* guapos, que había de esto que te enseñaban a hacer lo artesanal, el vidrio, soplando... Había también *pa* catar los vinos también pero, como especial, porque lo otro lo hay en todos sitios pero el vidrio no. Y allí me hizo mucha ilusión verlo en directo. Ya me lo habían contado porque yo tenía uno de los amigos que trabajo en Cornellà en una fábrica de vidrios y soplaban y hacían vasos y cosas y alguna botella.

***

Hombre, eso de enseñar pues, claro, cuando hay ocasión pues se enseñan las fotos, claro. Como me gusta mucho la naturaleza pues, sobre todo antes que era más difícil, ahora es más fácil fotografiar las cabras y eso... Antes era más difícil y, entonces, sacar una buena foto, eso era como un logro positivo, ¿no? Ahora no, ahora se ponen ya a tiro de piedra, desde que está la protección del medio ambiente. Ahora ya no se asustan, ya.

***

Hombre, las recomendaciones es... “allí donde fueres, haz lo que vieres” y degustar un poco, aparte de los paisajes y todo eso pues también la gastronomía y todas las cosas autóctonas de los sitios donde vas. Eso, dentro de lo posible, lo recomiendo, claro. Aparte de que me guste practicarlo, pues también recomendarlo a los demás, claro.

***

En general, la ruta está *marcá*. En fin, cuando puedo hago diferente pero lo que pasa es que difícilmente, ¿no?

***

Hombre, posiblemente Granada. Hombre, el clima, el paisaje... También tiene monumentos históricos también.

***

La carrera de la maratón, además del recorrido mismo, que ya el hecho de hacerla es... el hecho de acabarla es casi un éxito, pero encima la fecha... el año bonito del 92. Era casi como una preolímpica digamos y después de hacer los 42 km 297 metros, darle dos vueltas al estadio lleno de gente... ¡Vuelta y media! Para un aficionado pues aquello es... Eso entra en una de las cosas que uno ha hecho que queda uno satisfecho, ¿no?

Citations de Valérie

Al pasar por el carrer Aragó, me recordó mis trayectos en bici a la oficina. A parte de esto, no mucho, no, porque pasamos por zonas que no suelo frecuentar mucho.

***

No, en serio, me han aportado contexto, me han ayudado a hacer mía la ciudad, y gracias a las varias visitas, tengo una visión más, como decir, transversal de la historia. Hay tanta yuxtaposición de hechos históricos que a veces resulta complicado saber que pasó aquí, o de que época es tal edificio. Me gusta conocer los sitios donde vivo. De ver que tantas cosas han ocurrido aquí, me hace reflexionar sobre el presente. Y además, puedo chulear cuando vienen mis amigos o la familia, y ahogarle con mis conocimientos.

***

Estoy viviendo en Barcelona desde muchos años ahora, y la verdad es que solo la descubro cuando vienen amigos a visitarme. El problema que veo, es que siempre vamos a los mismos sitios turísticos. Poder aprovechar de visitas guiadas como la que hicimos hoy, me permite conocer más sitios donde nunca voy. Teniendo en cuenta los conocimientos que ya tengo sobre la ciudad, me da más, como decir… puntos de referencia, y además, cuando vienen amigos, les puedo enseñar el lado insólito de la ciudad.

***

No me imaginaba nada, la verdad. Soy francesa, y la historia de los nazis nos la enseñan con el punto de vista francés. No sabía que la ciudad de Barcelona había tenido algún papel en la formación de este movimiento.

***

La ruta no la elegí, fui a acompañar a una amiga. El tema me gustaba en principio, porque me interesa mucho la historia de la segunda guerra mundial. Éramos unas 10 personas, y, hmm, el guía que hablaba mucho. Fuimos paseando, menos que en otras visitas, sobre los pasos de los alemanes en Barcelona. Nos paramos mucho y mucho rato, para escuchar al guía. Para mí, no fue tan interesante como hubiera podido ser, porque le guía hablaba mucho, mucho, mucho, sin parar mucho, y me resultó complicado seguir todas sus explicaciones.

***

Sí, bastante… porque ¿qué llamamos viaje? ¿Un fin de semana que pasamos a 150 km de casa en casa de amigos o necesariamente irse lejos? ¿O es si me voy de fin de semana a la montaña a 30 km de la casa y hago un paseo? Pues no lo sé, es bastante complicado. ¿Los grandes viajes? Una vez al año. Los pequeños viajes, tipo el fin de semana, una vez cada dos meses, y las escapadas de verdad nada lejos de casa, quizá una vez al mes.

***

Entonces, un viaje. Es algo complicado… Viaje, viaje… Claro, eso implica un cambio de ambiente, y eso implica la idea de irse a cambiar las ideas. Heu, un viaje no muy lejos que he hecho este verano, por ejemplo, en el mes de agosto ha sido de irme a hora y media de coche de casa. No se puede decir que fuera muy lejos, pero era en un camping, el camping de un holandés, con perros y gatos por todos lados, era comer la gastronomía donde el pato es el rey, beber el vino de la región, escuchar música… Estuvo, al final, muy bien para desconectar y estaba a hora y media de coche. Un viaje es el hecho de irse a cambiarse las ideas lejos de su día a día. No necesariamente lejos geográficamente, si no lejos psicológicamente del día a día.

***

Claro, viajo … Viajo… Hago pequeños viajes. Cuando eres pequeño, cuando eres estudiante tienes muchas vacaciones así que es mucho más fácil, pero no aprovechamos bastante, creo, así que, pfff, es

algo difícil de decir. Creo que hago más escapadas cortas, de fin de semana cuando necesito descomprimir, que viajes largos.

***

Pero, cuando vivía en París, no me gustaba nada. Vaya, durante dos meses y medio he vivido en el sur de París y trabajaba en el oeste, así que tenía dos horas de transporte público para llegar al trabajo, y dos horas para volver. Me tenía que levantar a las 5h todas las mañanas y volvía a casa a las 9h de la noche. Me iba a dormir y me levantaba al día siguiente y era igual. Todos los días era metro, trabajo, dormir, vaya, RER, era un asco. Después, durante un mes y medio viví en el centro de París y sólo tenía media hora de RER por hacer, y la verdad es que cambia la vida, vivir en el centro, salir, llegar a casa a las 6h e ir a beber una birra en el centro. Era completamente diferente, pero diría que mi estancia en París ha sido quizás uno de los peores momentos de mi vida.

***

De hecho, es un poco la frustración de todos los viajes, de no haber tenido el tiempo de vivir la ciudad como alguien del lugar, es un poco la frustración, sí. Es como cuando te vas de vacaciones a un lugar donde has vivido, es muy complicado saber qué hacer porque uno nunca ha vivido la ciudad como turista, en realidad, y yo todo lo que tengo ganas de hacer cuando voy, por ejemplo, a Madrid, es ir a los bares y restaurantes, porque es lo que hacía fuera del trabajo, pero no se puede pasar uno el día a ir a los bares y restaurantes, por desgracia, porque, en un momento dado, uno no tiene más hambre ni más sed. Así que es complicado. Pero, bueno, vaya, estoy divagando.

***

Y, bueno, vamos a hablar siempre de las mismas vacaciones. El momento en el que me di cuenta dos días antes de llegar a San Francisco que el hotel que había reservado era un hotel horrible, podrido, con pulgas, chinches, pipi, caca en las paredes, un barrio podrido con…, bueno…, peligroso, vaya. Y buscando reservar otra cosa me di cuenta de que no había ningún hotel por menos de 350€ la noche. Voilà. Es un momento para olvidar bastante feo.

***

Como no me he informado antes, hay que tener información. Así que, sí, miro en internet cosas, puedo pedir también la opinión de los locales, cuando me cruzo con alguno, si estoy en un AirBnB o algo así, pido la opinión de las personas de la casa donde estoy. Pero sino reconozco que es siempre un poco a lo loco, pero es el placer de la aventura.

***

¿Un día de viaje ideal? Voy a empezar por la noche. ¿Puedo? Entonces. La noche, es ir tomar el aperitivo en un bar local, algo guay. Si hay aperitivos locales, probar el aperitivo local. Hacer una pequeña comida del sitio. Ir a dormir no demasiado tarde, quizás, porque, si no, no estamos en forma. Dormir profundamente en una cama cómoda, […] un lugar donde se duerma bien, no demasiado ruidoso. Despertarse fresco como una rosa, que haga bueno. Bueno, puede llover, no pasa nada. Irse a pasear por la mañana, sí, me gusta pasearme en un sitio, un sitio… […] no necesariamente la cosa típica de la ciudad, pero algo que llame la atención. Heu, al mediodía, quizá no necesariamente comer mucho pero siempre tener una cosa local, algo bueno. Quizás una pequeña siesta al sol si es posible, pero si no en otro sitio, y por la tarde, sí, tranquila, ir a pasear, ir a algún museo quizás, pero algo tranquilo, incluso pasar la tarde en una terraza, a mirar la gente, intentar tener un momento de vida tranquila, en ese lugar. Eso. Un día un poco vago, lo reconozco, más de impresiones que de otra cosa, me gusta sumergirme en lo local.

***

¿Uno de mis momentos preferidos? Ahora, en el mes de septiembre, me fui a Estados Unidos y nos encontramos en un pequeño bar en Sonoma Valley, al norte de San Francisco. No había nadie y había un concierto. Un concierto de música folk americana, una mezcla de country, de blues y compañía,

tocado por 4 abuelos. Vinieron a hablarnos, fue un súper momento porque pararon de tocar, vinieron a beber una birra con nosotros, volvieron a tocar, fue muy guay. Fue un súper momento.

***

Diría que los largos viajes son más bien en septiembre, extrañamente, pero sino es todo el año. Quizás menos en verano porque hay demasiada gente, y no me gusta demasiado pasear con mucha gente, y además trabajar en verano es más tranquilo porque no hay nadie en el trabajo, así que es agradable. Así que, sí, fuera del verano más bien.

***

Aaah, viva Facebook, hein. Las fotos, claro, las más divertidas y aquellas que llaman más a comentarios en Facebook. Por un lado, para compartir las fotos y también para chulear frente a mis amigos diciendo *niark niark niark* nos hemos ido allí, sino, las enseño a la familia, a los amigos que quieren verlas, pero bueno, no vamos a molestar a los amigos con una exposición de diapositivas, ¿no?

***

Ah sí, eso sí. Molestar a la gente con los recuerdos de vacaciones, sobre todo si se ha pasado súper bien o muy muy mal. Uno u otro, claro, eso da historias. Cuando es medio medio, no hay mucho por explicar. Cuando hay problemas de verdad, es divertido contarlo. Dos años después. Eso.

***

Entonces, productos locales, sí, gastronomía, mucha, comer y beber, en el lugar, y traer a casa para poder continuar el viaje culinario en casa, postales, sí, claro, bastante a menudo, al menos a mis padres y a mi abuelo, heeeeu, después, productos locales… De hecho, me gusta comprar, no tanto algo muy típico del artesanado local, sino algo como una prenda de ropa, no sé, un jersey, una camiseta, una cosa que, cuando me la ponga más tarde, me recuerde el lugar donde estaba cuando la compré. Así que más bien cosas que voy a usar en la vida cotidiana.

***

Hace dos meses habría dicho, no sé, yo, el Grand Canyon, por ejemplo, pero eso está hecho así que vamos a buscar otra cosa. Hmm, un lugar que me encantaría ver antes de morir… Qué me gustaría ver antes de morir... Donde no he ido… Quizás a Pompeya, quizás ver los vestigios romanos allí, porque fui a Nápoles una vez y como una cabrona no fui a Pompeya, lo que es bastante estúpido, incluso si me gusta ver las cosas que están algo fuera de los lugares típicos y turísticos, hay algunos que hay que… bueno, que no se pueden evitar, no es posible, hay que estar tonto para no ir, y es así que fui tonta ese día… Así que… quizás a ver Herculano y Pompeya.

XII. Analyse cartographique temporelle

Analyse réalisée à partir de l'analyse des lettres d'information et des calendriers en ligne publiés par cinq entreprises organisatrices de visites guidées de proximité à Barcelone (Androna Cultural, Cultruta, GoBCN, Literat Tours et MatèriaBCN) pour la période 2014-2016.

Analyse des visites de vendredi

Vendredi matin

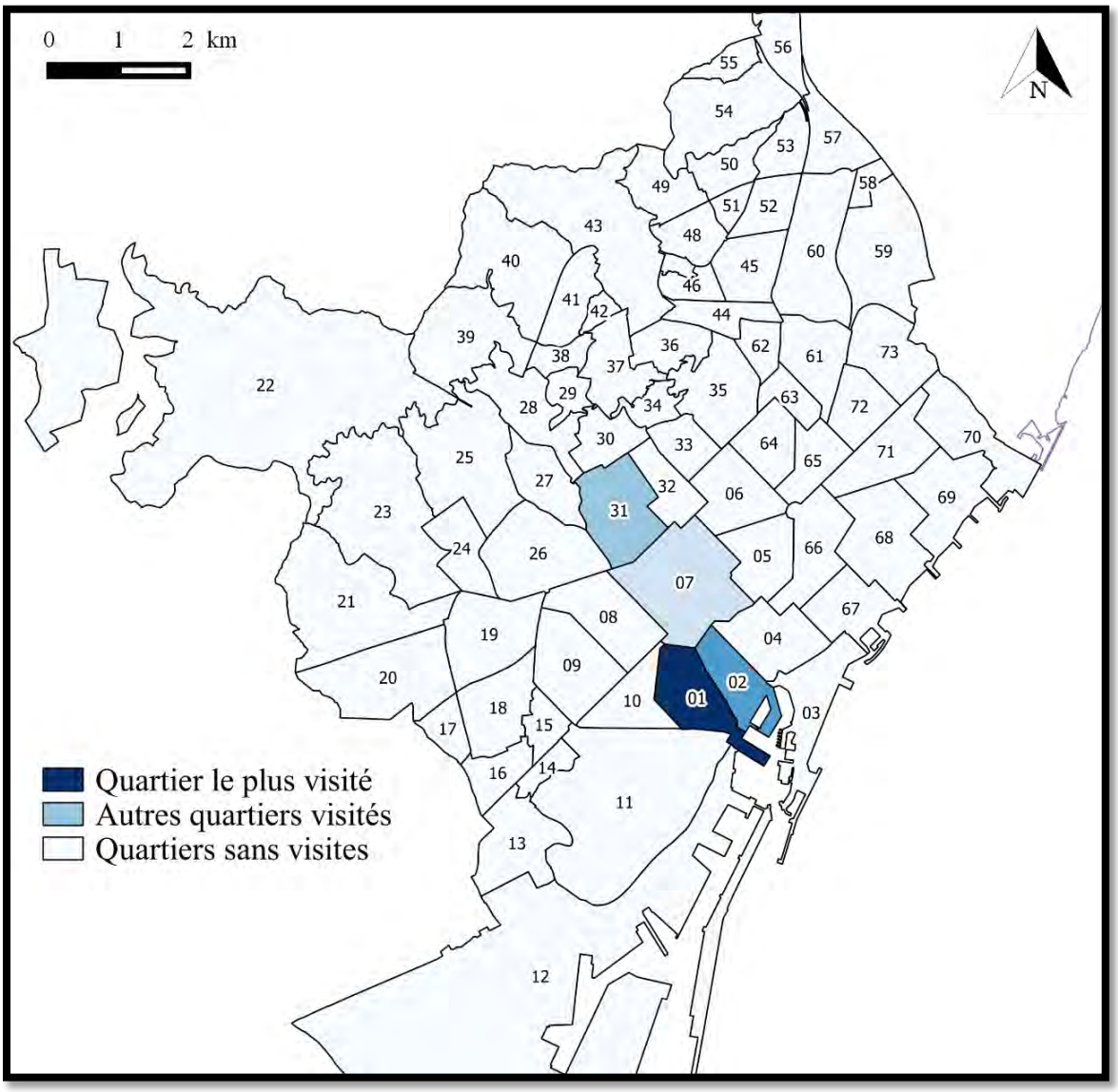
Les cartes Carte 18, 19, 20 et 21 ont été réalisées à partir des données du Tableau 36 :

Tableau 36. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le vendredi matin (10h-14h).

Nom du quartier	Code	Jour	Année	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Barceloneta	03	Vendredi	2014			5	2
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Vendredi	2014-15-16	17	22	18	21

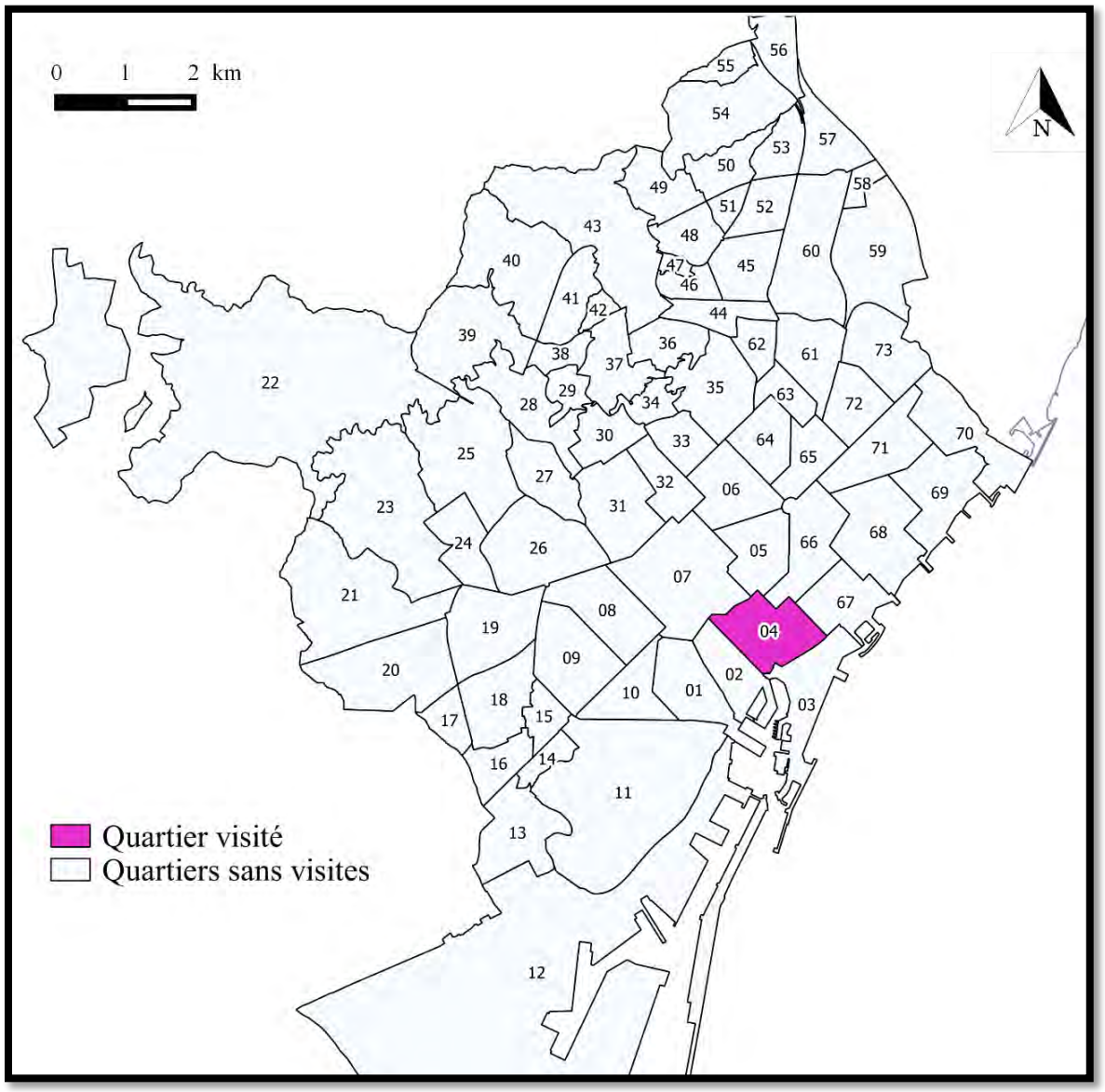
Source : auteure, 2018.

Carte 18. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (hiver).



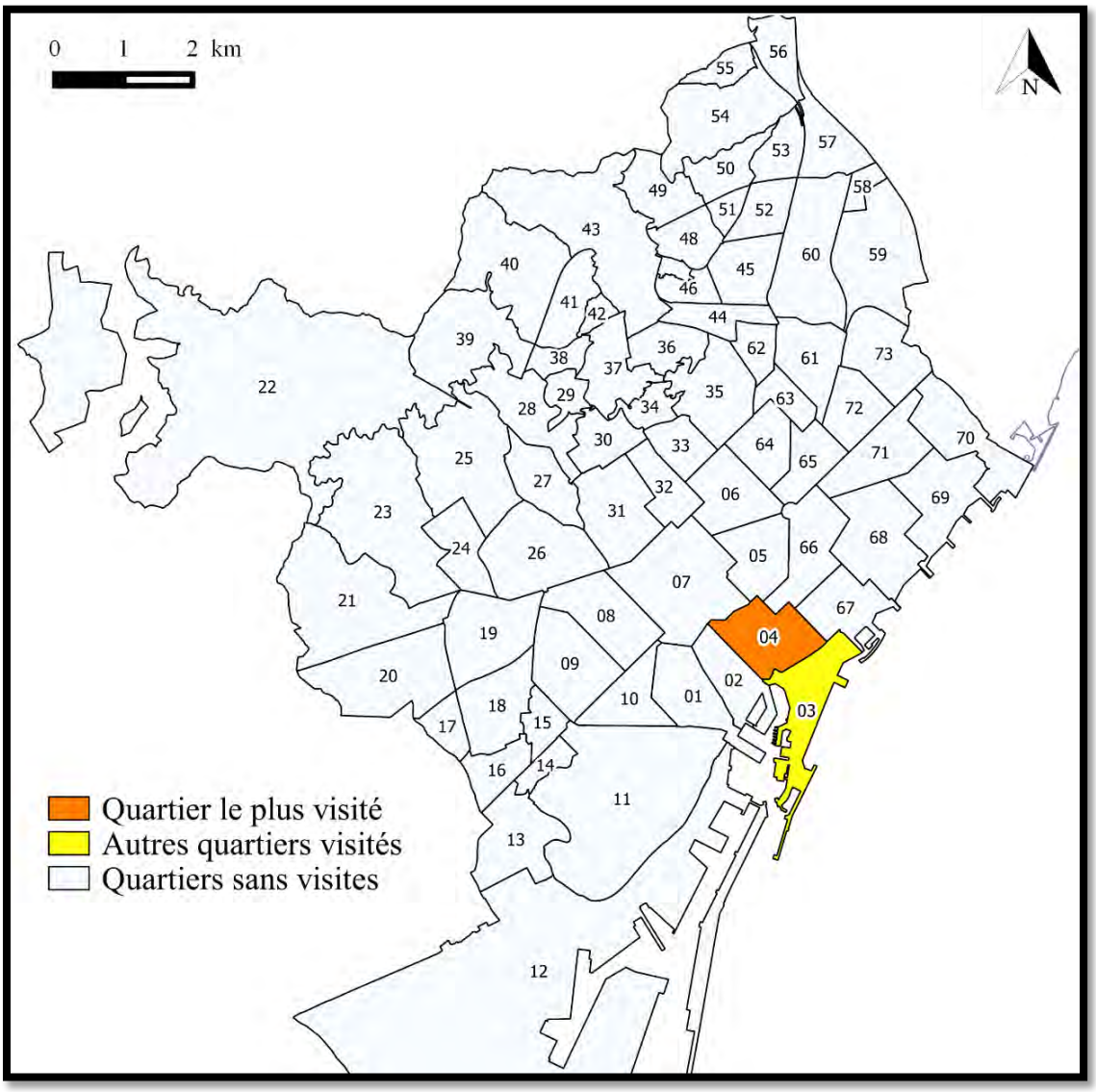
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 19. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (printemps).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017) , 2018.

Carte 20. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017) , 2018.

Carte 21. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité le vendredi matin (automne).

Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017) , 2018.

Vendredi soir

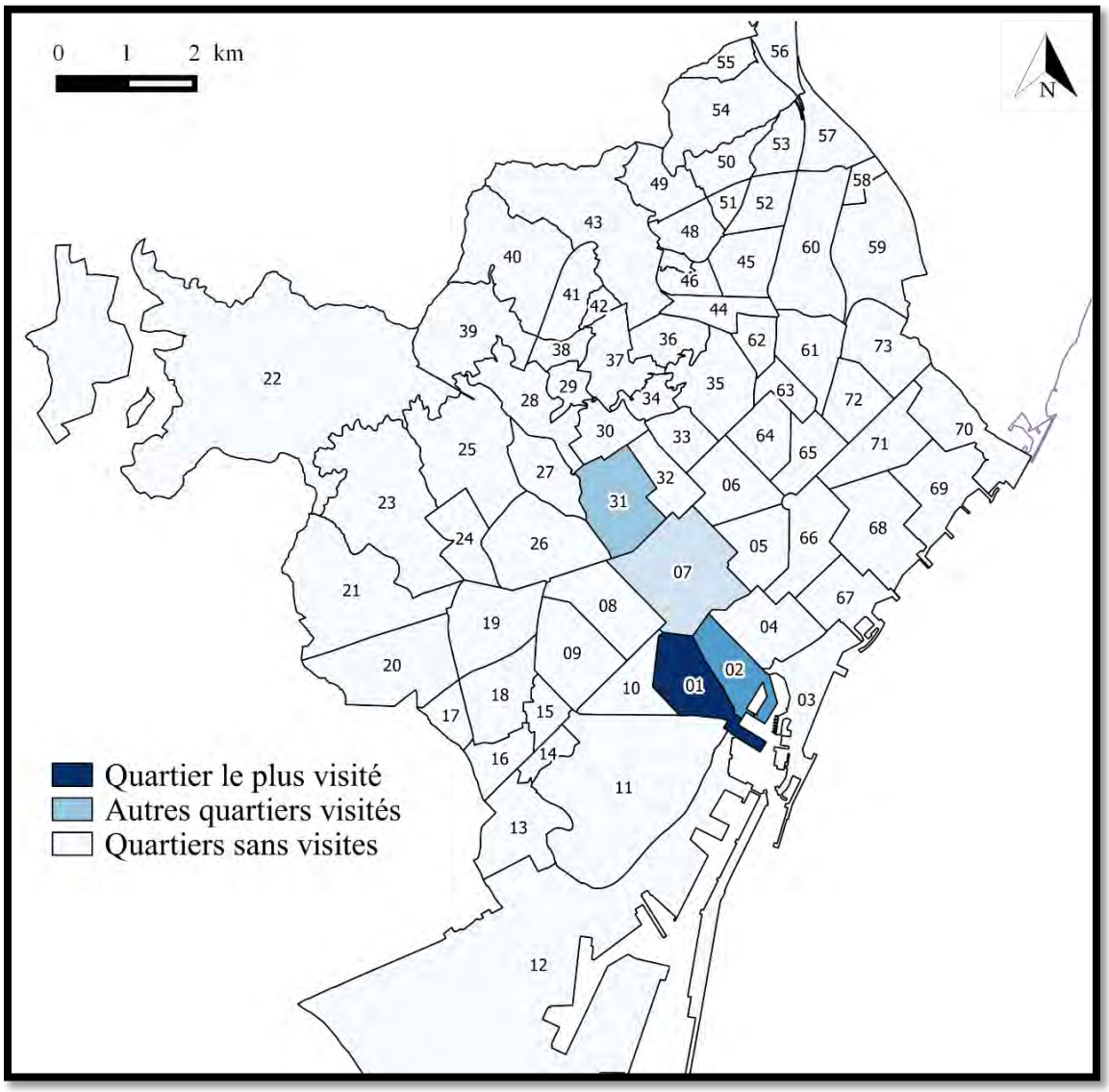
Les cartes 22, 23, 24 et 26 ont été réalisées à partir des données du Tableau 37 :

Tableau 37. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le vendredi soir (19h-21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Année	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Dreta de l'Eixample	07	Vendredi	2014-15	7	5	2	5
Vila de Gràcia	31	Vendredi	2015-16	11	8	8	6
Carmel	37	Vendredi	2015		8	5	1
Poblenou	68	Vendredi	2015			8	
Quartier Gòtic	02	Vendredi	2014-15-16	46	43	33	34
Raval	01	Vendredi	2014-15-16	61	55	43	39
Sant Antoni	10	Vendredi	2015			3	2
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Vendredi	2014-15-16	17	22	18	21

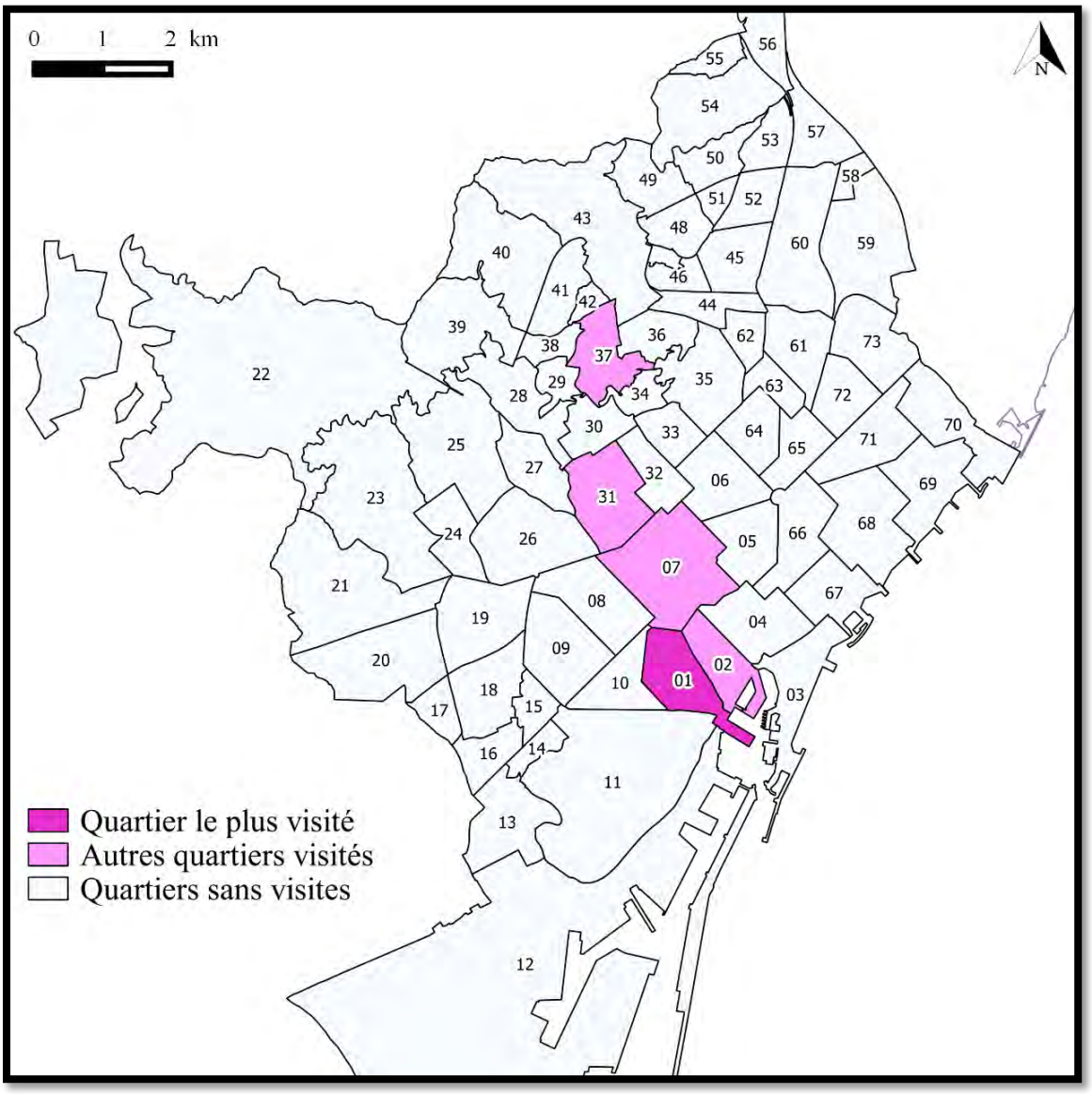
Source : auteur, 2018.

Carte 22. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (hiver).



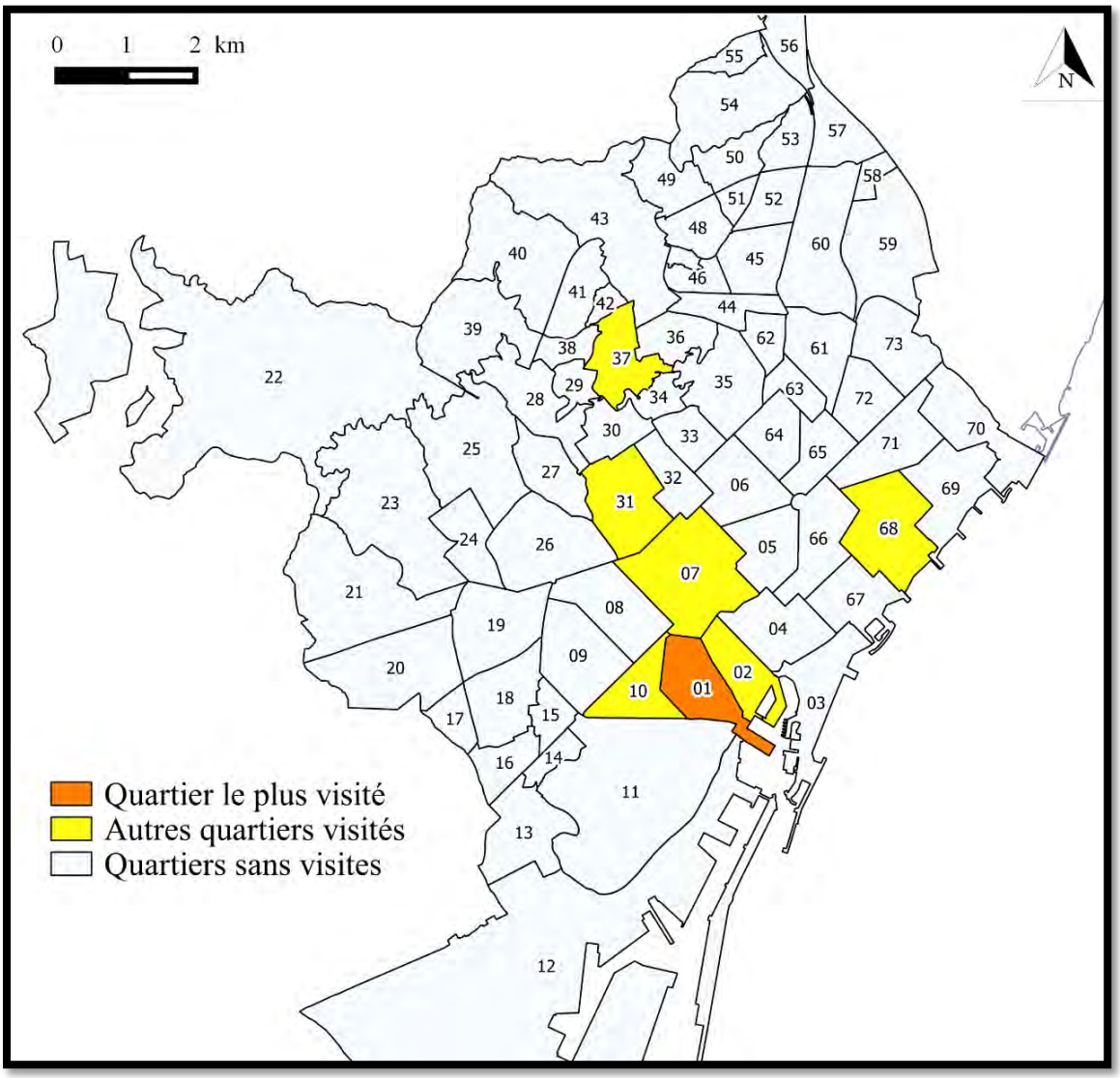
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 23. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (printemps).



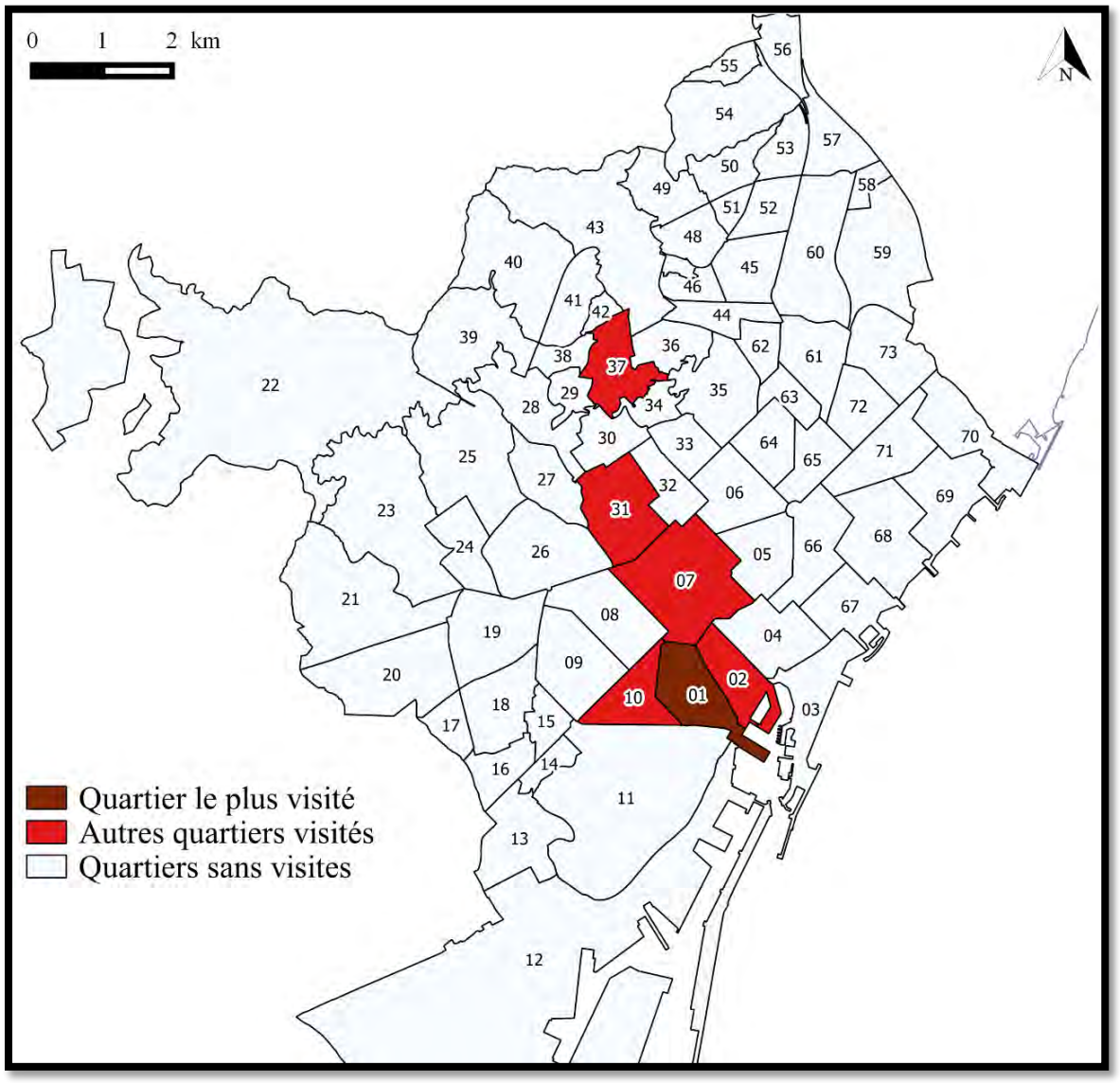
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 24. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 25. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de vendredi soir (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

La nuit de vendredi

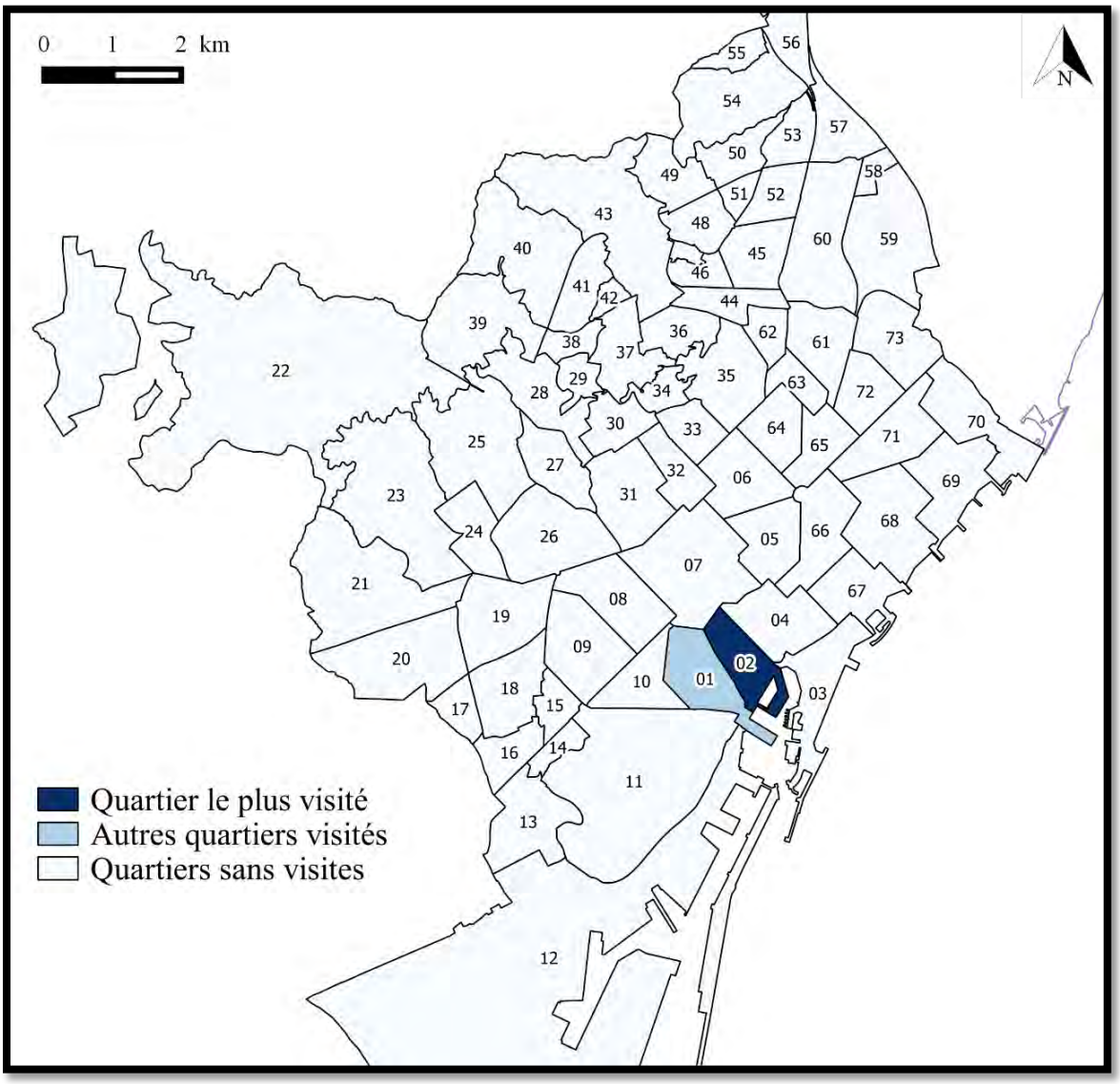
Les cartes 26, 27, 28 et 29 ont été réalisées à partir des données du Tableau 38 :

Tableau 38. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de vendredi (après 21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Année	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Poble Sec	11	Vendredi	2014-15		1	9	
Quartier Gòtic	02	Vendredi	2014-15-16	66	69	97	86
Raval	01	Vendredi	2014-15-16	37	34	53	43
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Vendredi	2014-15-16		3	6	

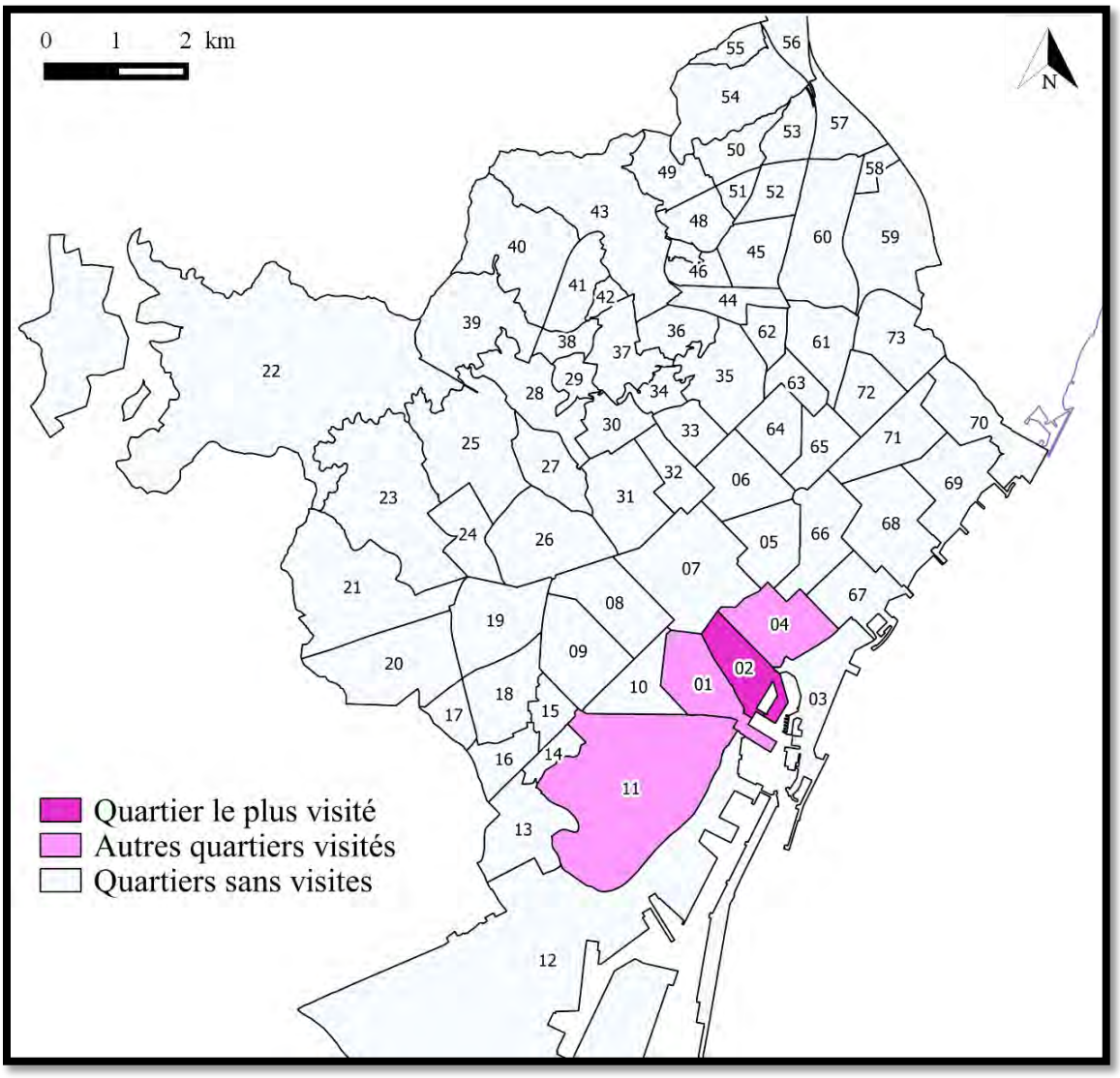
Source : auteure, 2018.

Carte 26. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (hiver).



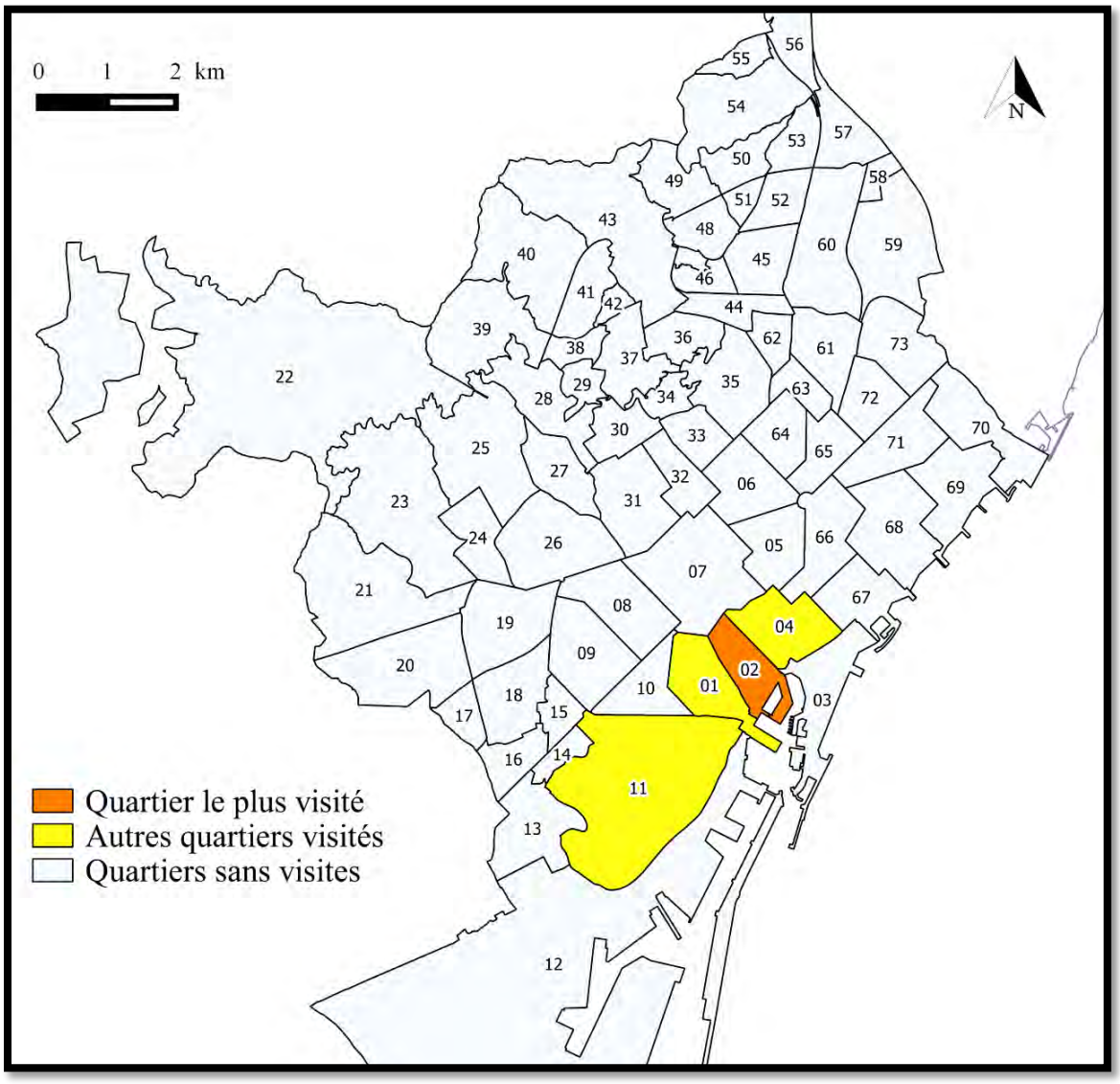
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 27. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (printemps).



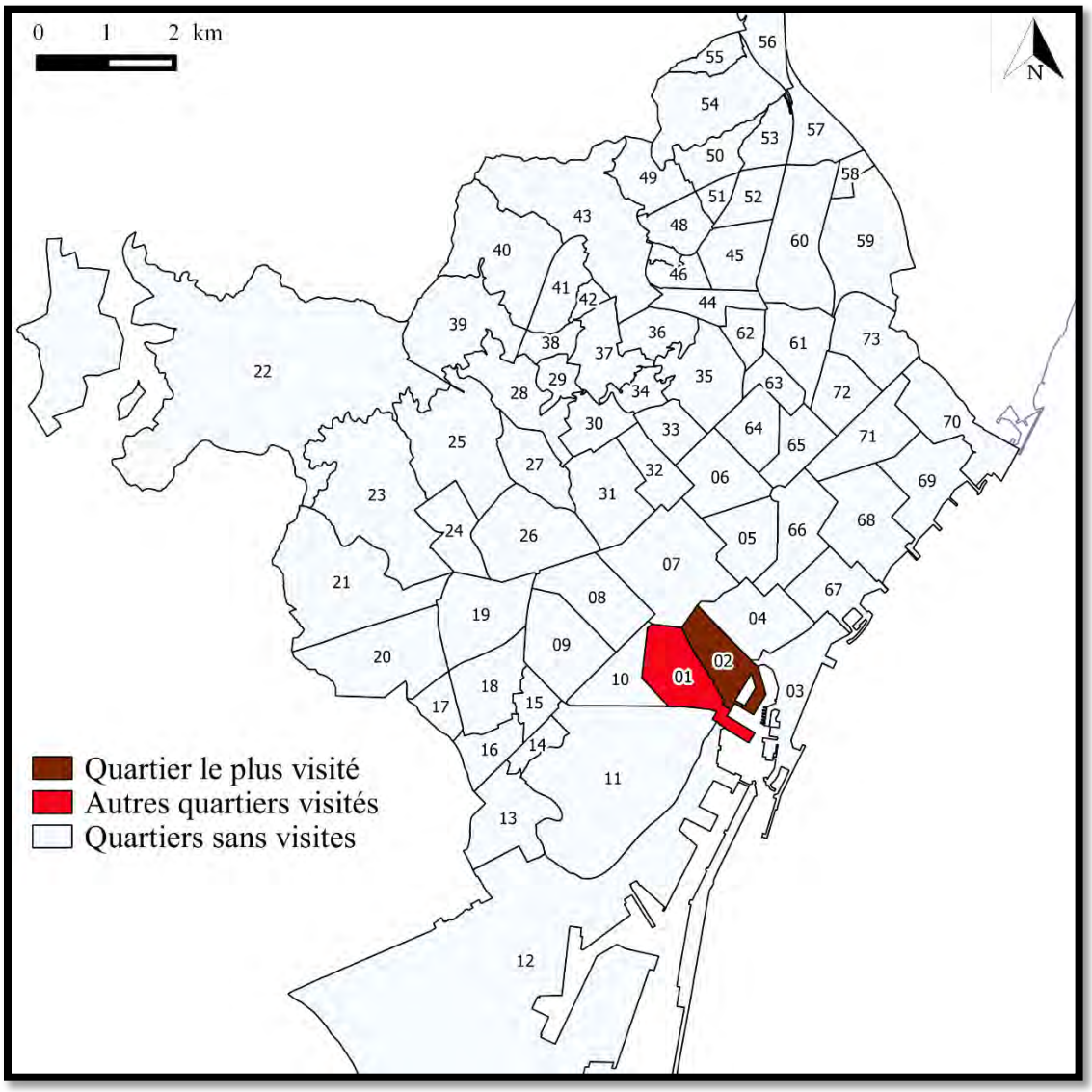
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 28. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 29. Quartiers parcourus par des visites guidées de proximité la nuit de vendredi (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Analyse des visites de samedi

Samedi matin (10h-14h)

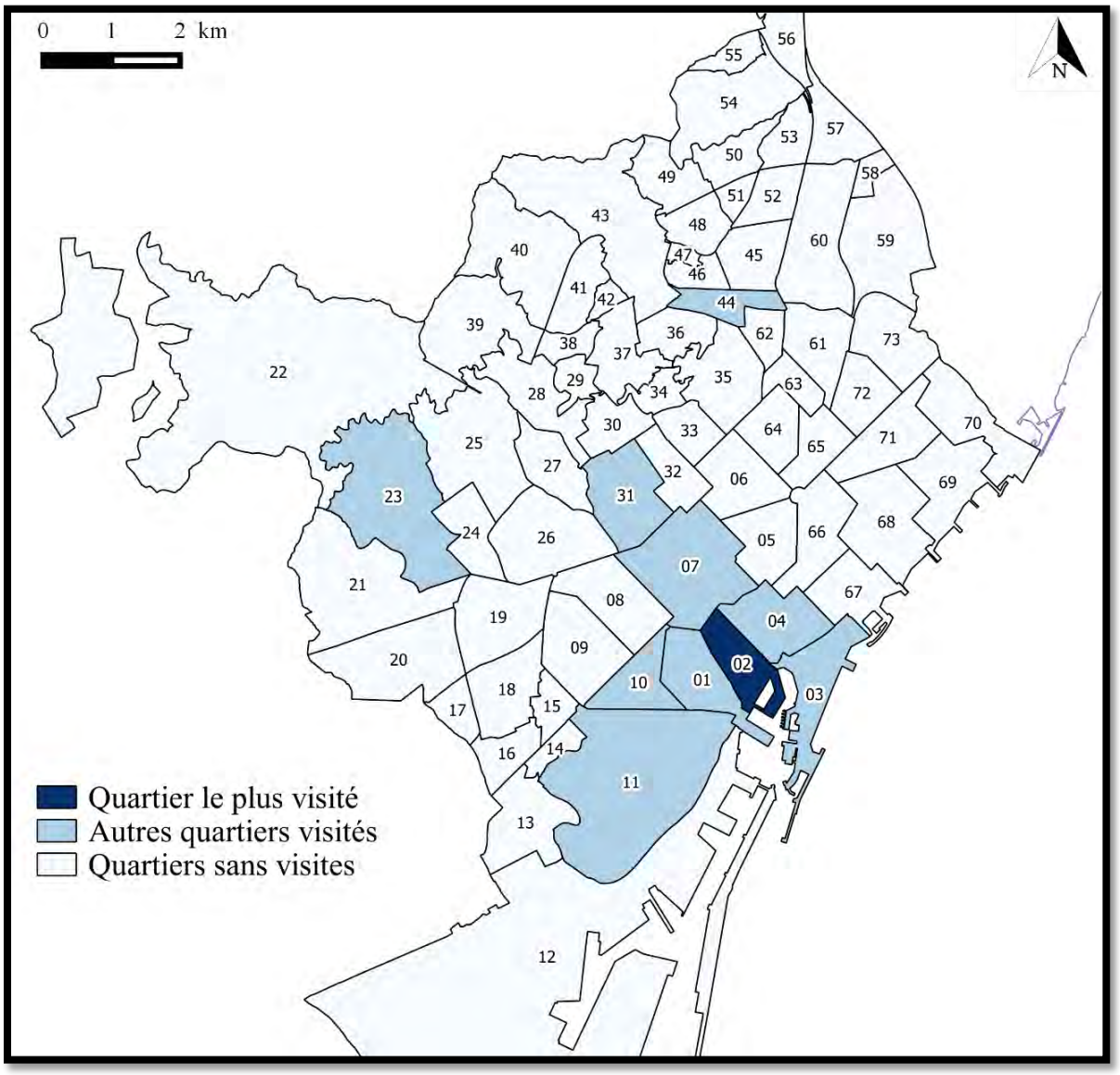
Les cartes 30, 31, 32 et 33 ont été réalisées à partir des données du Tableau 39 :

Tableau 39. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi matin (10h-14h).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Barceloneta	03	Samedi	4	8	9	3
Dreta de l'Eixample	07	Samedi	45	44	26	42
Sagrada Familia	06	Samedi		5		
Vila de Gràcia	31	Samedi	34	31	18	27
Bon Pastor	59	Samedi				1
Carmel	37	Samedi		2	4	
Poble Sec	11	Samedi	1	4		4
Poblenou	68	Samedi				2
Quartier Gòtic	02	Samedi	165	157	108	125
Raval	01	Samedi	24	24	20	17
Sant Antoni	10	Samedi	2			1
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Samedi	148	137	113	102
Sants	18	Samedi				3
Sarrià	23	Samedi	11	5		3
Verdun	51	Samedi				1
Vilapicina i la Torre Llobeta	44	Samedi	3		3	

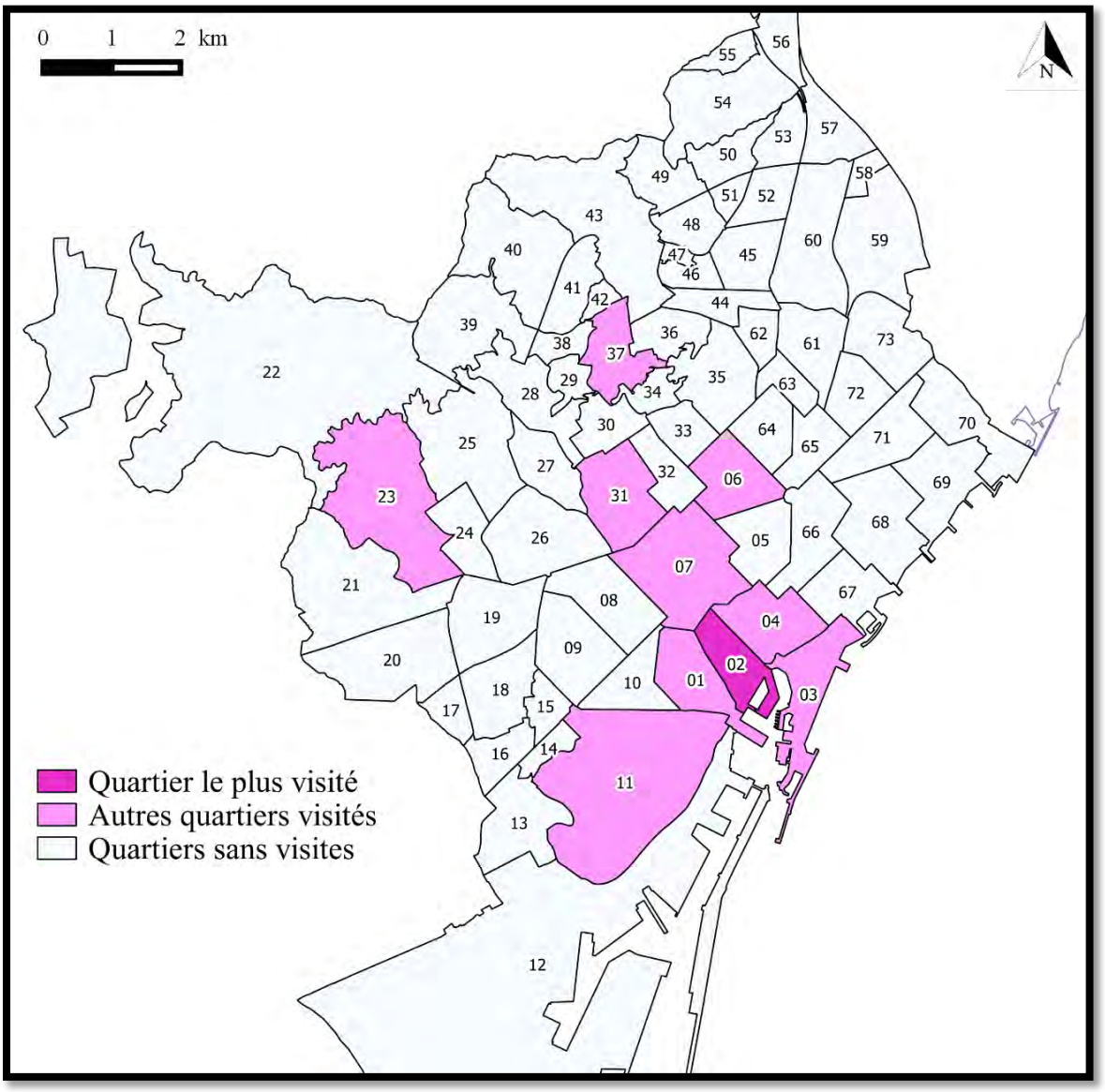
Source : auteure, 2018.

Carte 30. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (hiver).



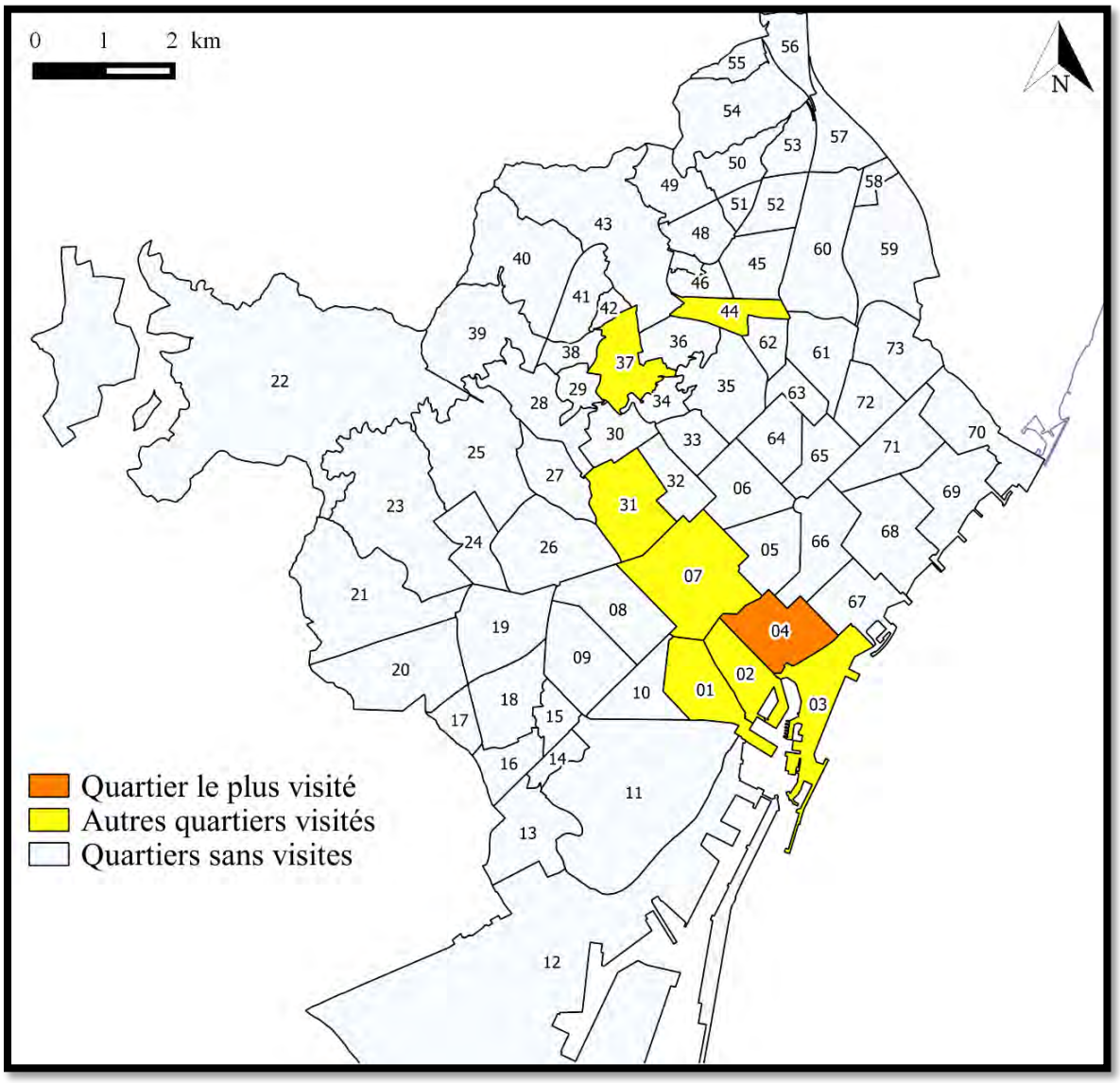
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 31. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (printemps).



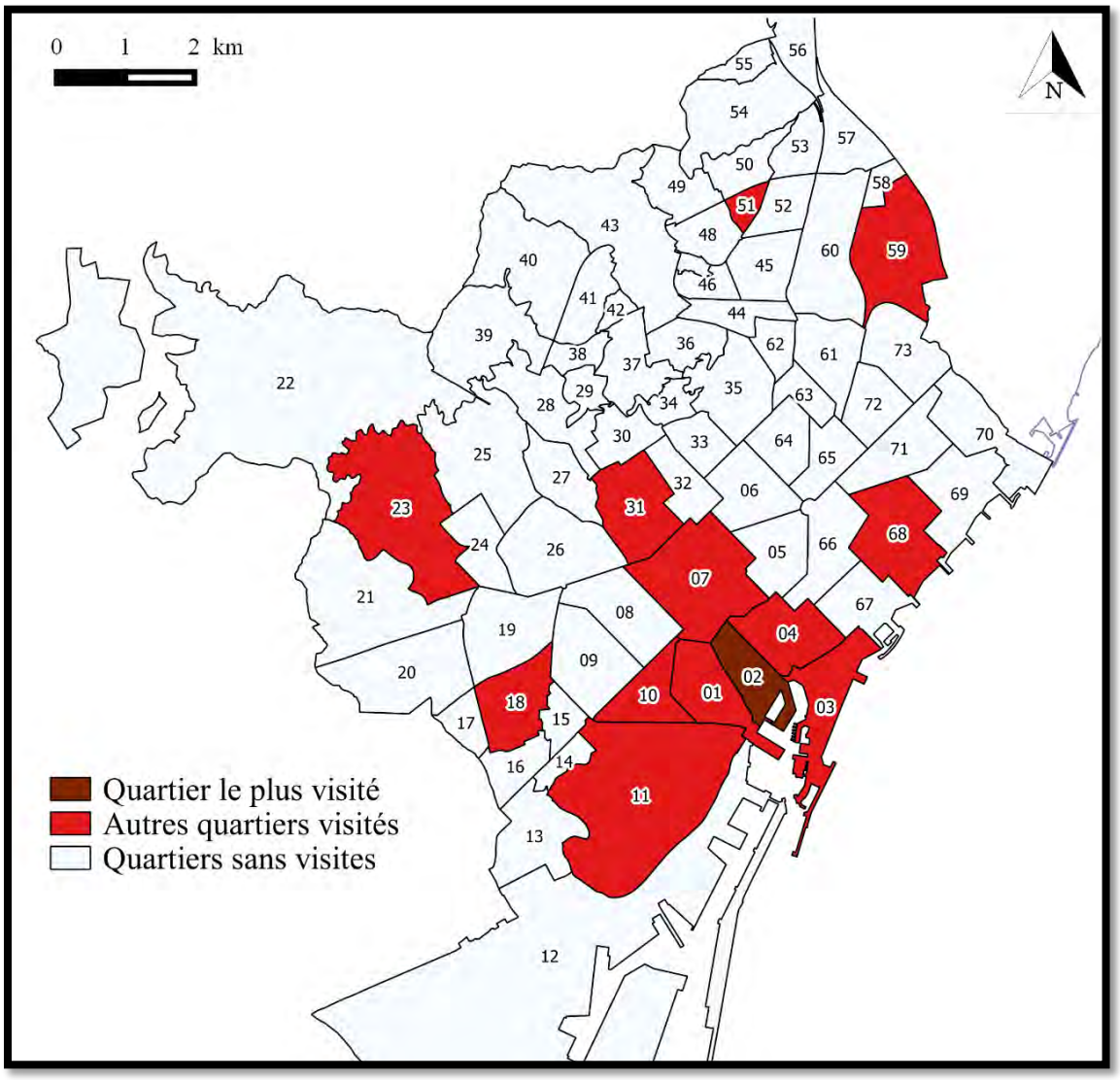
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 32. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 33. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi matin (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Samedi après-midi (15h30-19h)

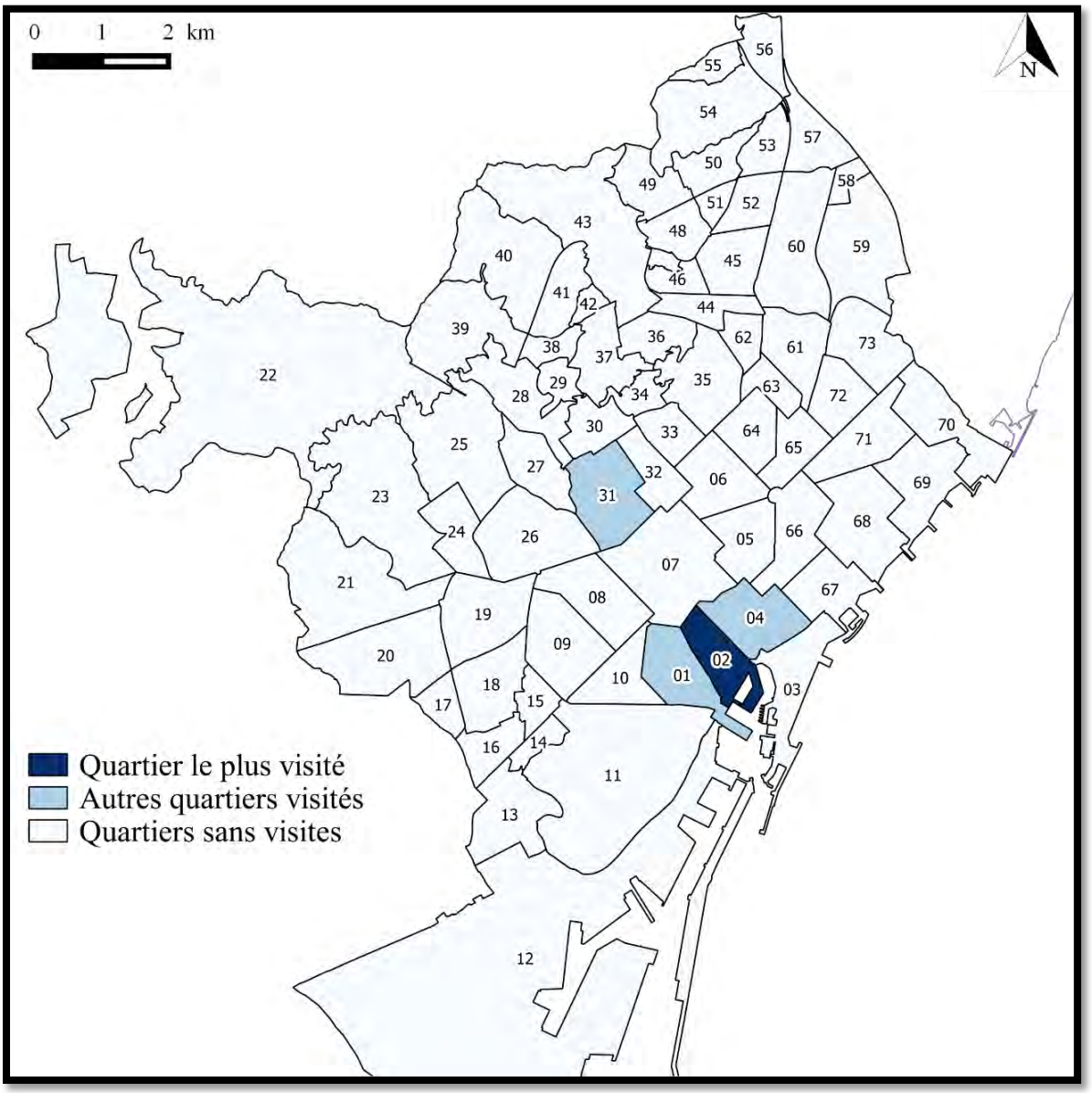
Les cartes 34, 35, 36 et 37 ont été réalisées à partir des données du Tableau 40 :

Tableau 40. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi après-midi (15h30-19h00).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Vila de Gràcia	31	Samedi	1	1		2
Quartier Gòtic	02	Samedi	24	19	16	18
Raval	01	Samedi	16	15	14	12
Sant Gervasi-la Bonanova	25	Samedi		1		
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Samedi	22	24	27	18
Verdun	51	Samedi				1

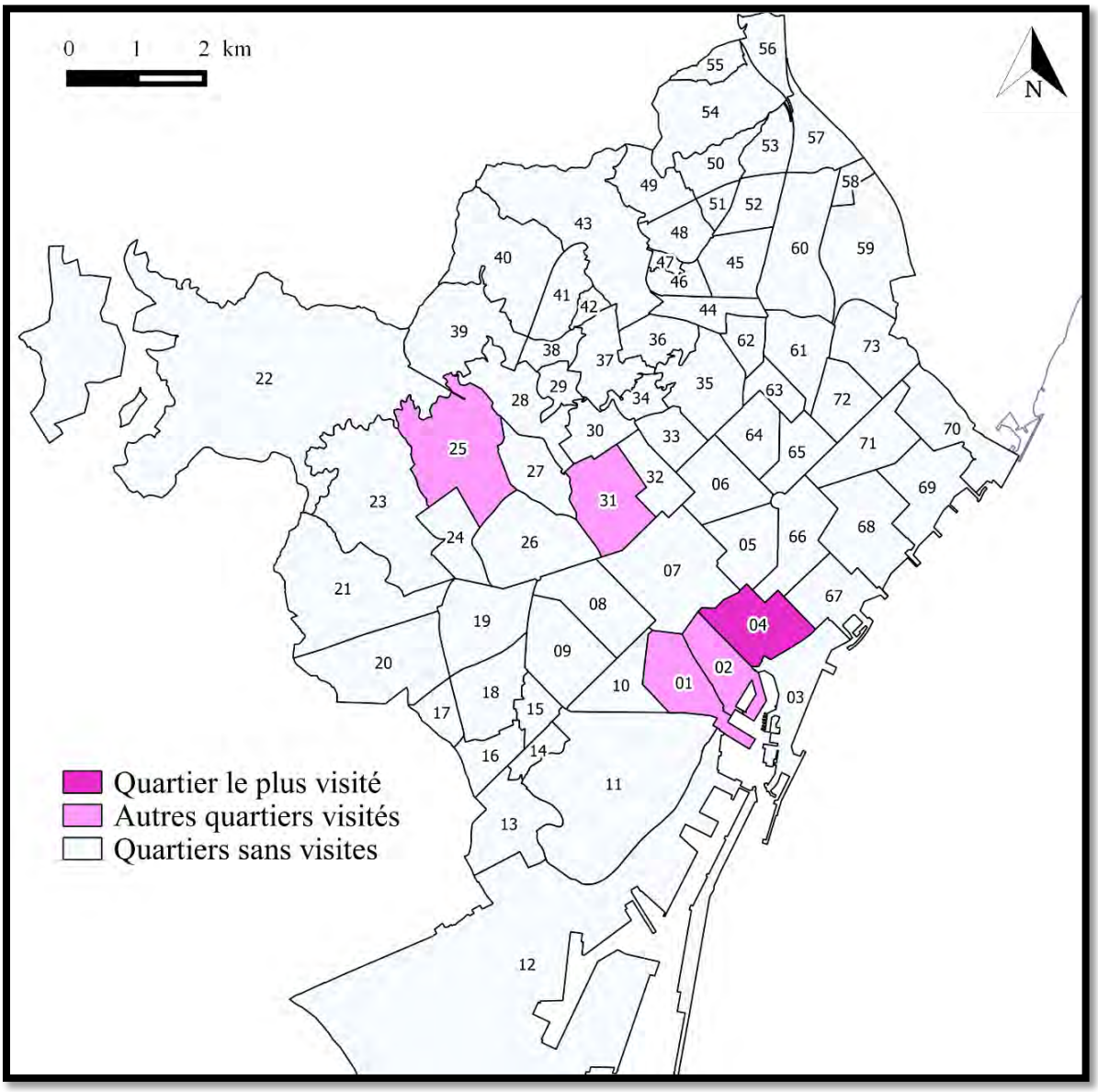
Source : auteure, 2018.

Carte 34. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (hiver).



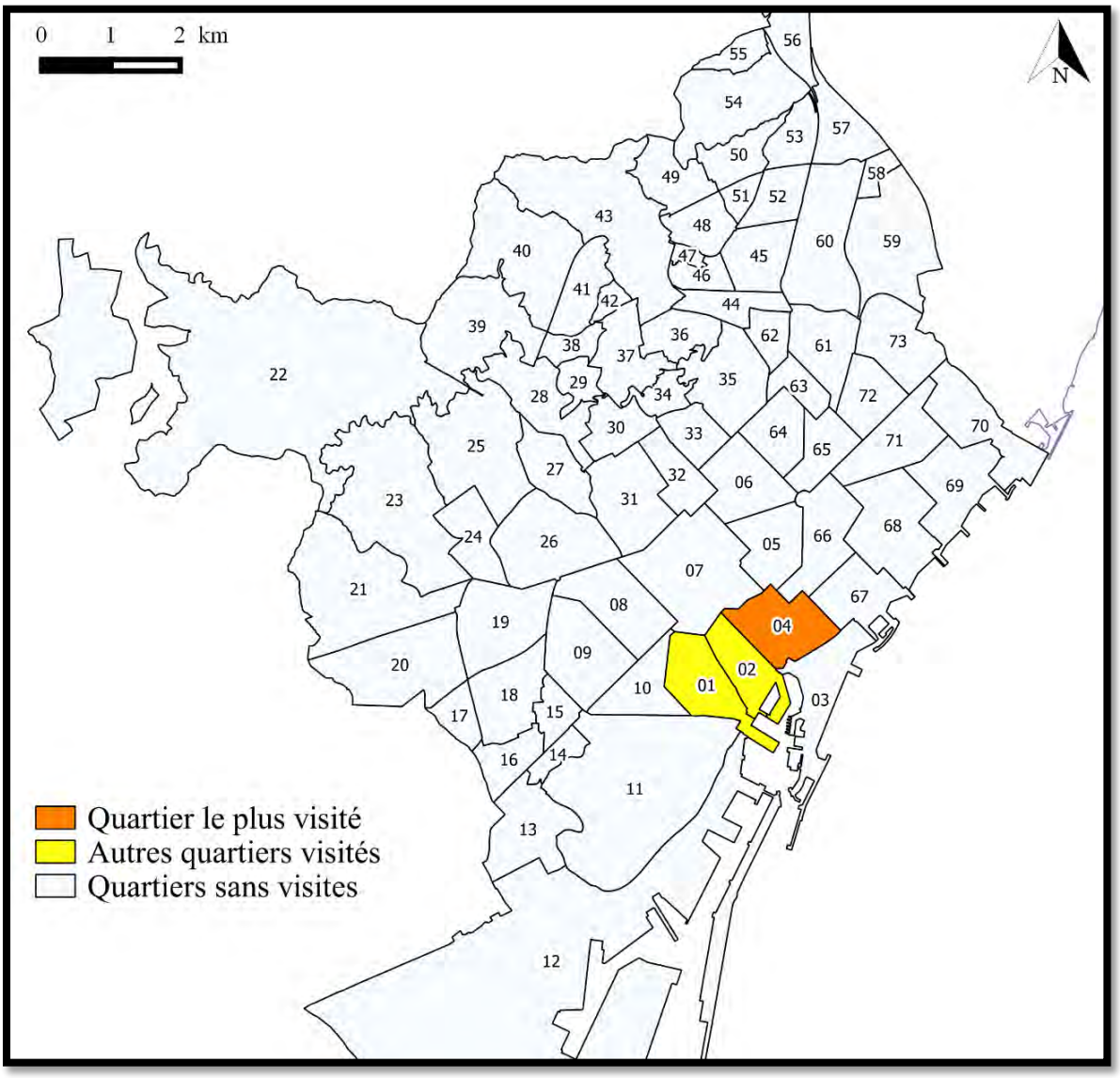
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 35. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (printemps).



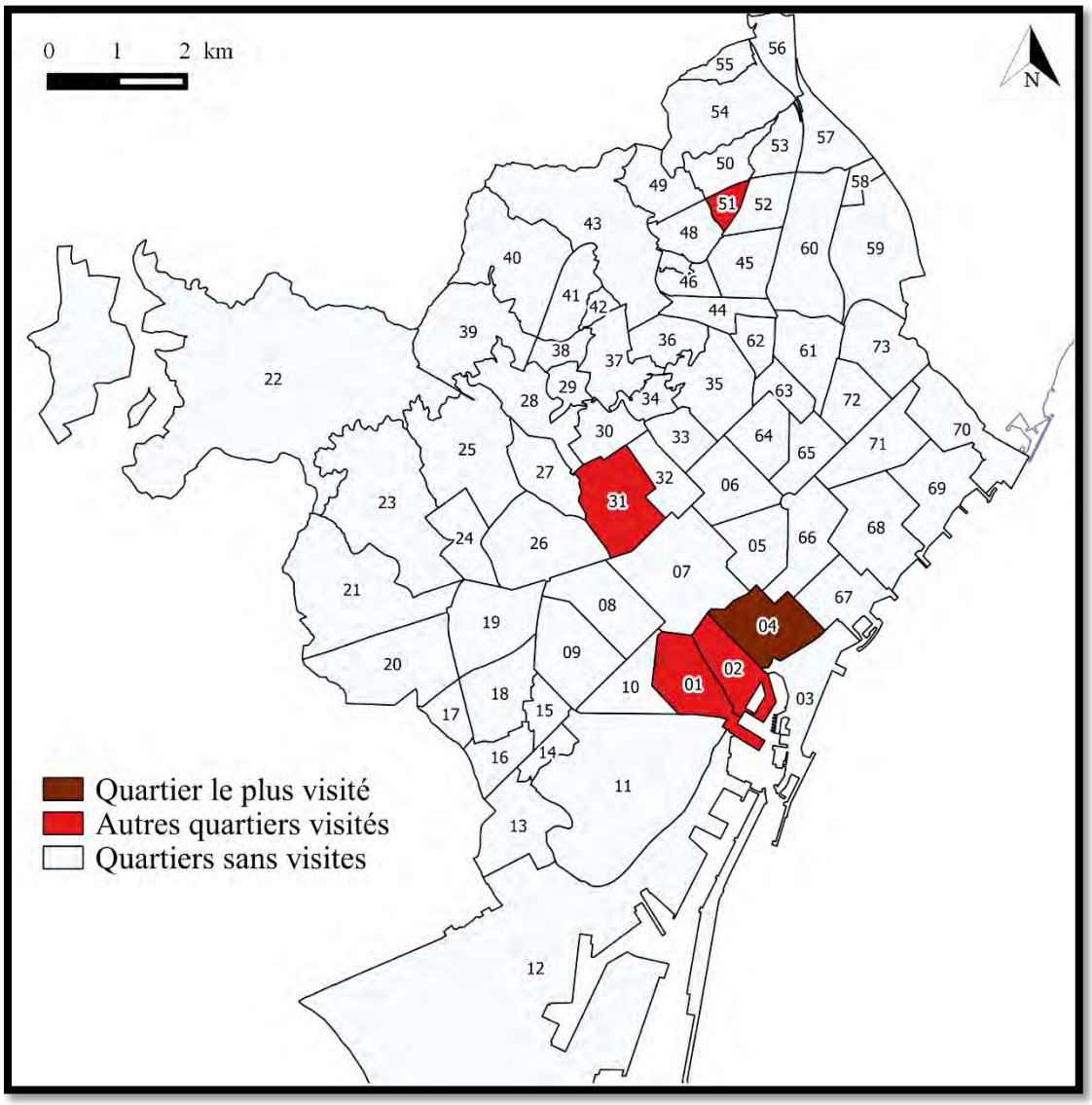
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 36. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 37. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi après-midi (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Samedi soir (19h-21h30)

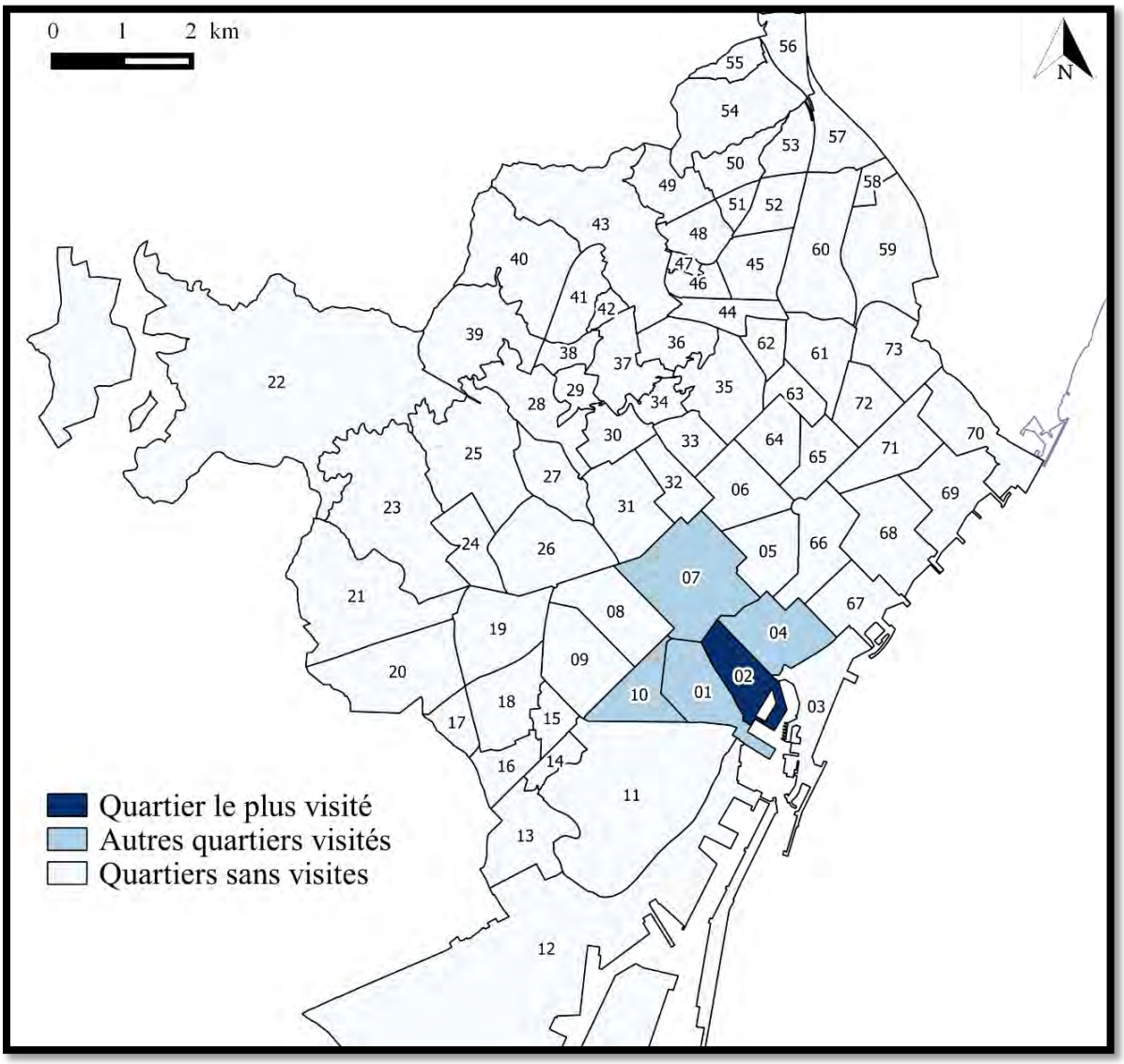
Les cartes 38, 39, 40 et 41 ont été réalisées à partir des données du Tableau 41 :

Tableau 41. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le samedi soir (19h-21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Barceloneta	03	Samedi		2	13	
Dreta de l'Eixample	07	Samedi	21	19	16	22
Quartier Gòtic	02	Samedi	92	111	115	121
Raval	01	Samedi	90	100	77	96
Sant Antoni	10	Samedi	4	4	3	9
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Samedi	62	72	74	64

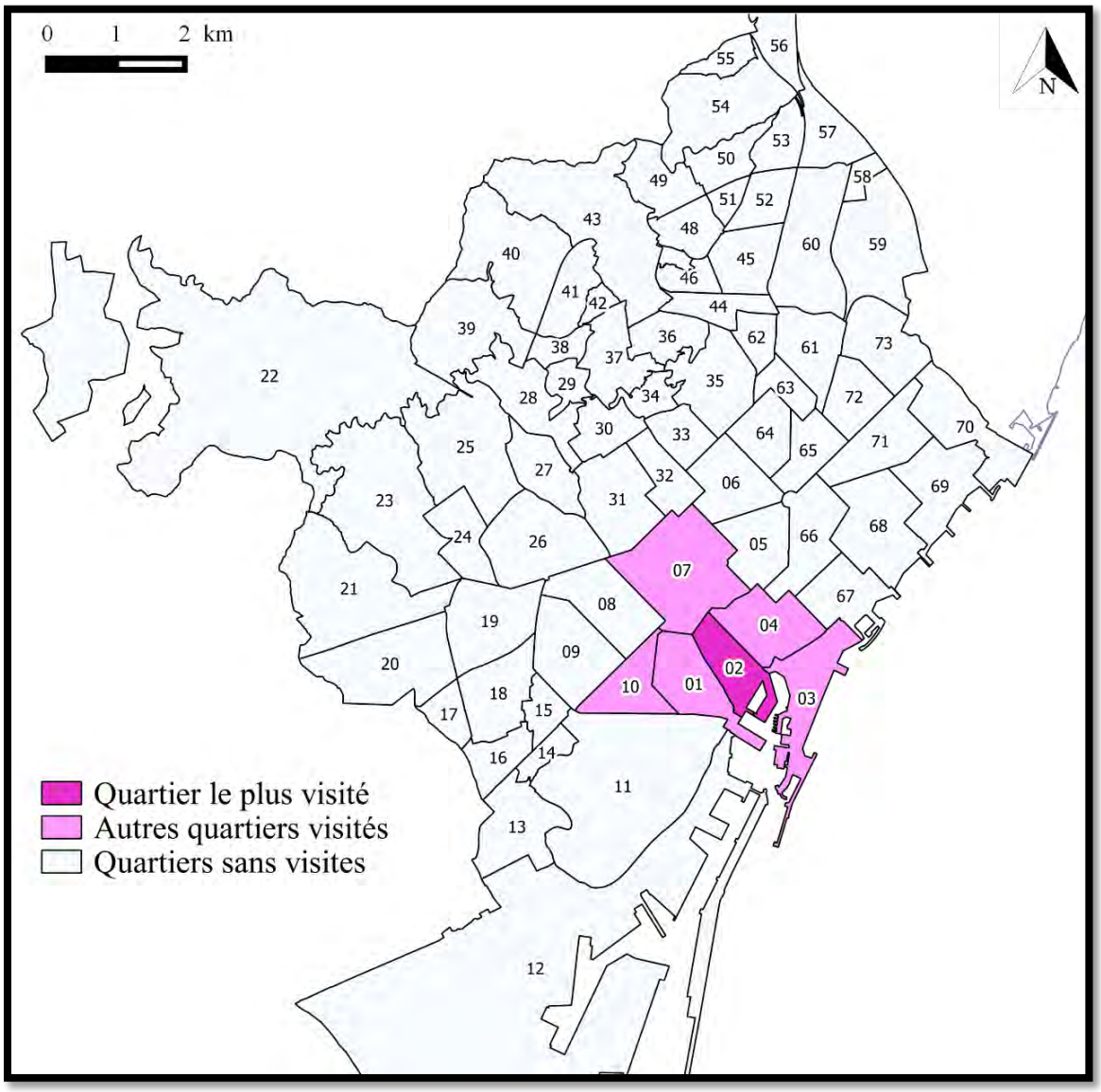
Source : auteure, 2018.

Carte 38. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (hiver).



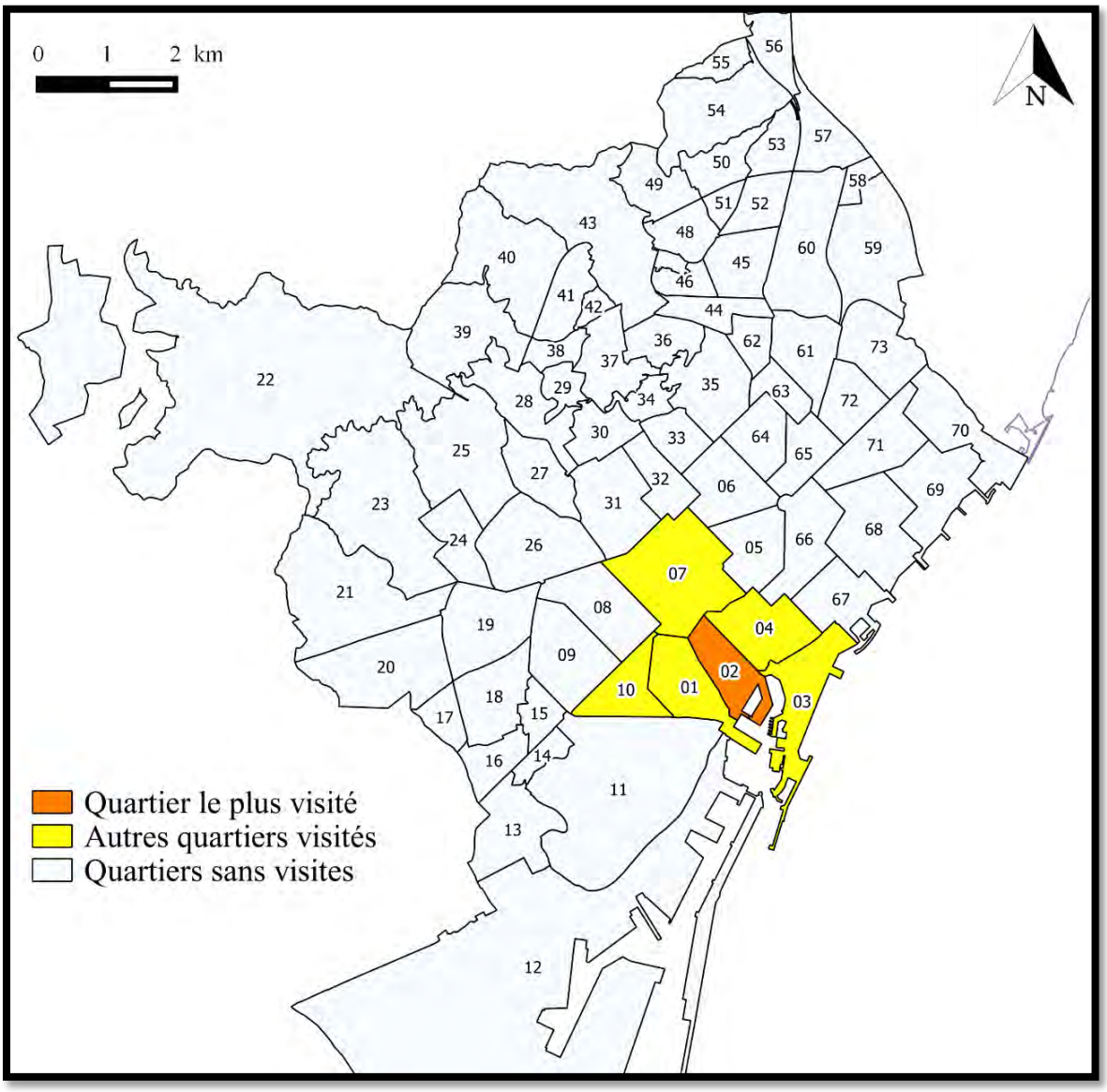
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 39. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (printemps).



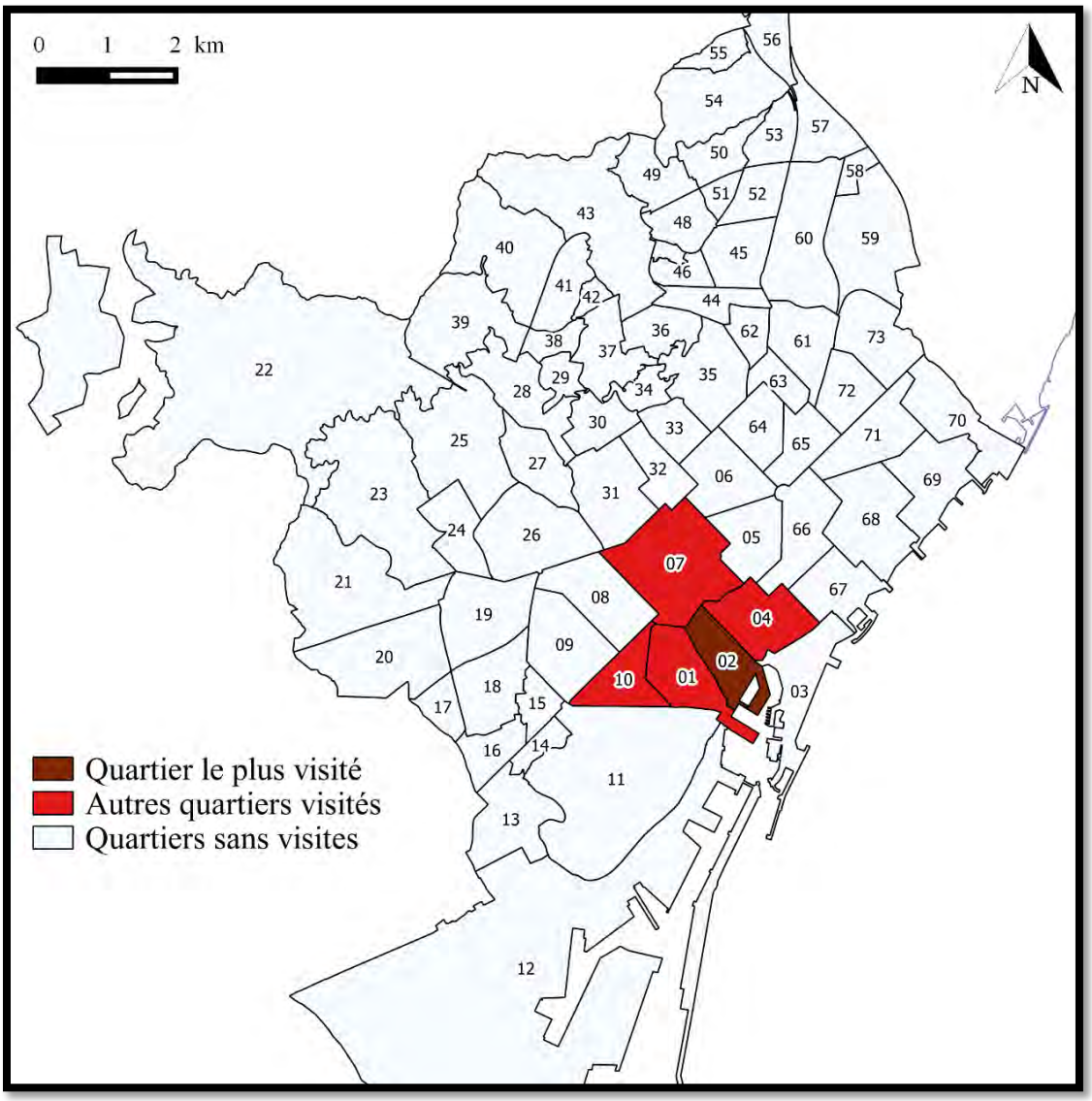
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 40. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 41. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de samedi soir (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

La nuit de samedi (après 21h30)

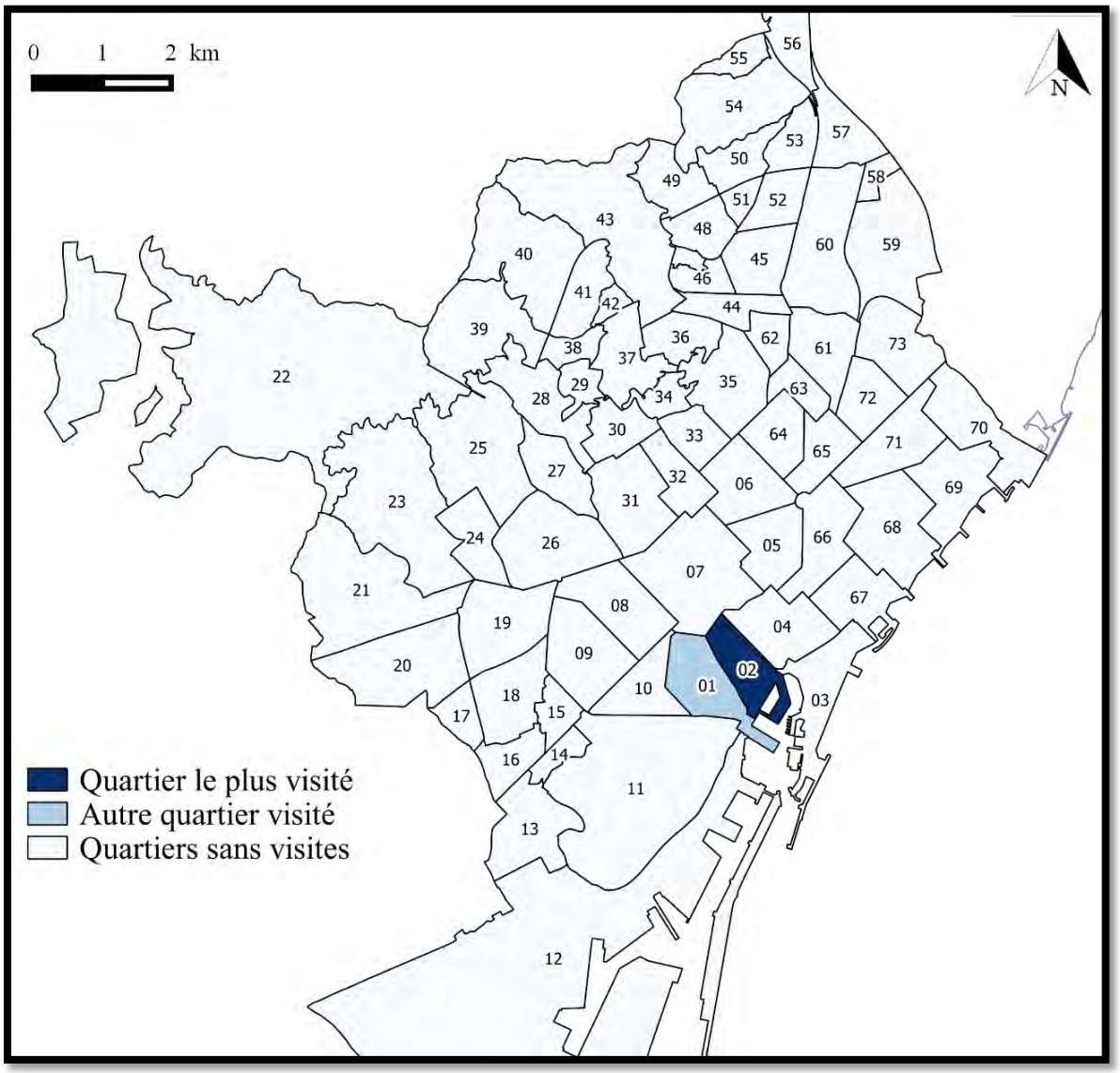
Les cartes 42, 43, 44 et 45 ont été réalisées à partir des données du Tableau 42 :

Tableau 42. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de samedi (après 21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Quartier Gòtic	02	Samedi	59	69	80	70
Raval	01	Samedi	20	21	21	13
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Samedi			3	

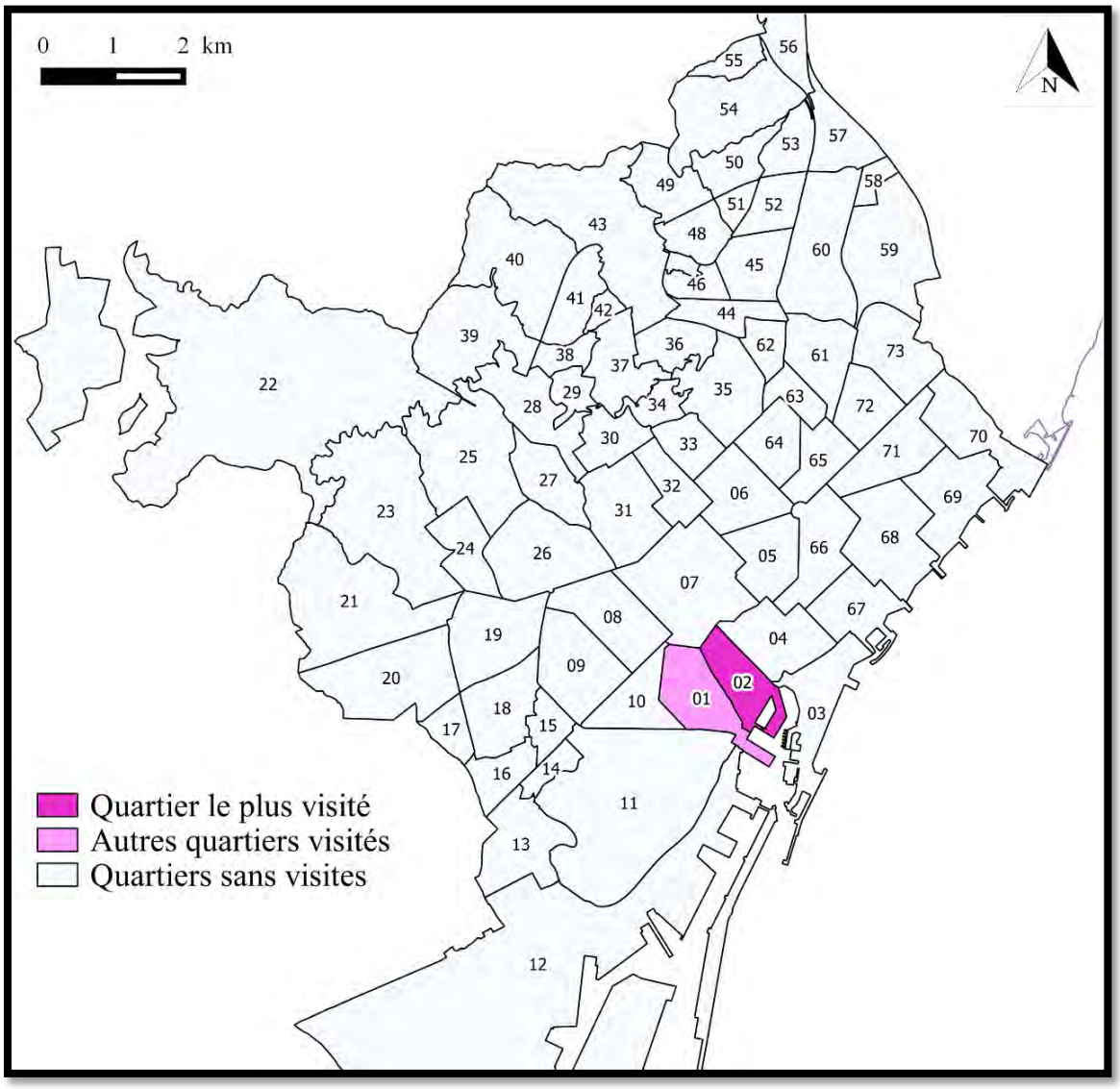
Source : auteure, 2018.

Carte 42. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (hiver).



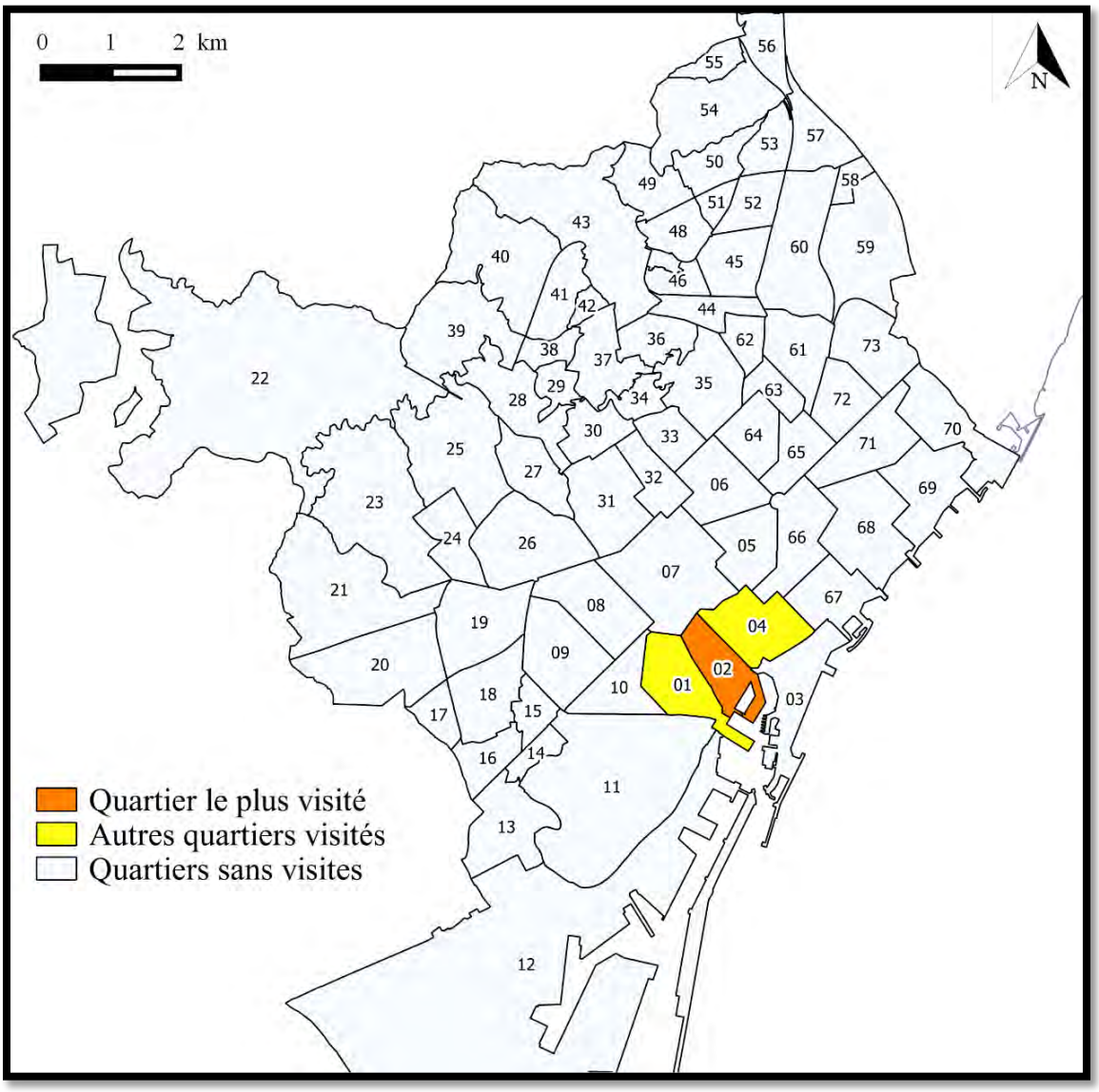
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 43. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (printemps).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 44. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 45. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de samedi (automne).

Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Analyse des visites de dimanche

Dimanche matin (10h-14h)

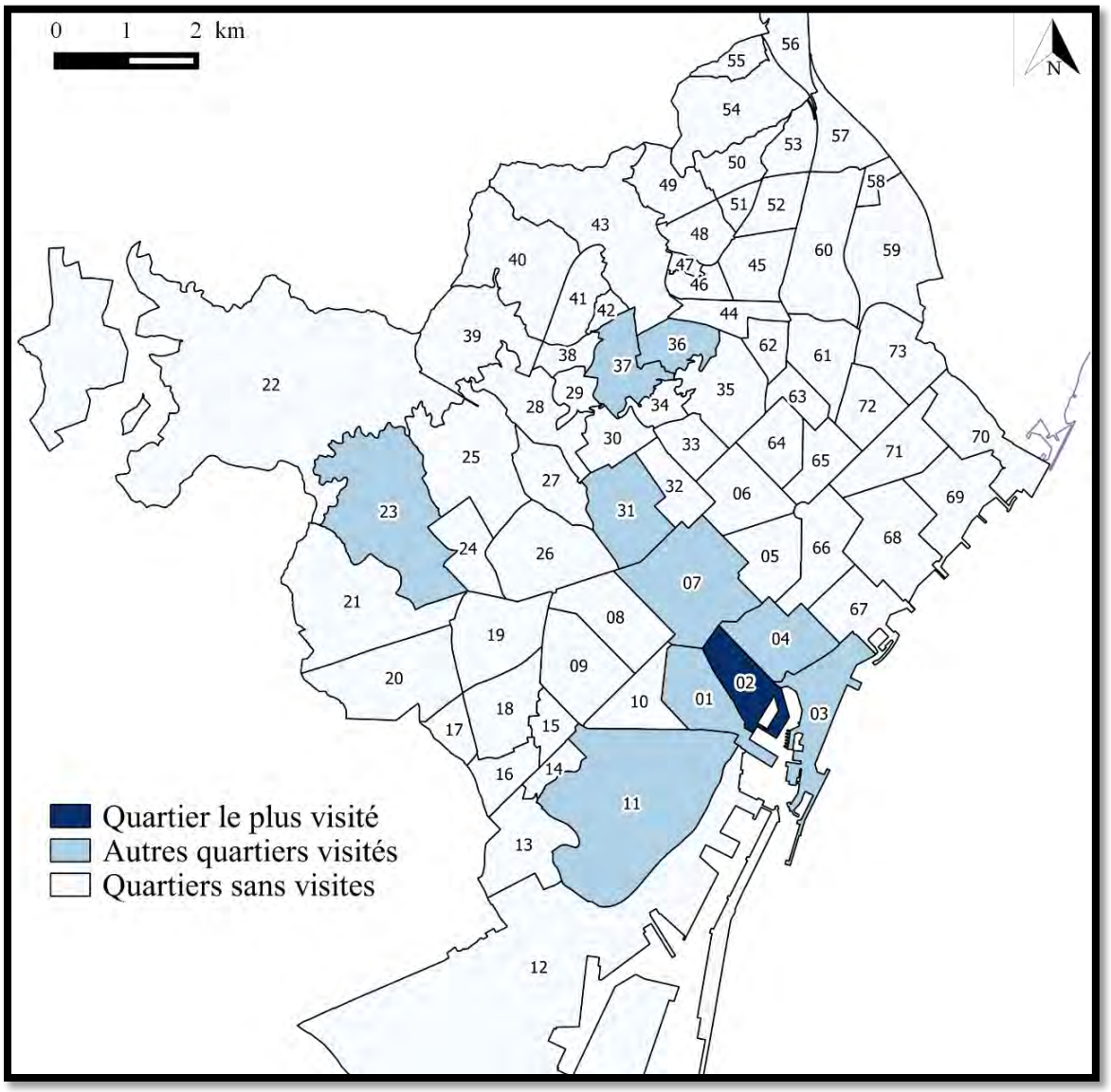
Les cartes 46, 47, 48 et 49 ont été réalisées à partir des données du Tableau 43 :

Tableau 43. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche matin (10h-14h).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Barceloneta	03	Dimanche	6	8	22	11
Dreta de l'Eixample	07	Dimanche	13	15	6	13
Font d'en Fargues	36	Dimanche	1	1		
Sagrada Familia	06	Dimanche			2	
Vila de Gràcia	31	Dimanche	36	29	14	22
Antiga Esquerra de l'Eixample	08	Dimanche		1		
Carmel	37	Dimanche	8	14	11	12
Guinardó	35	Dimanche		2	2	1
Poble Sec	11	Dimanche	6	7	4	2
Poblenou	68	Dimanche		1		
Quartier Gòtic	02	Dimanche	103	101	65	79
Raval	01	Dimanche	69	76	53	54
Pedralbes	21	Dimanche		1		
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (Born)	04	Dimanche	63	70	46	38
Sarrià	23	Dimanche	1			9
Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	22	Dimanche		1		

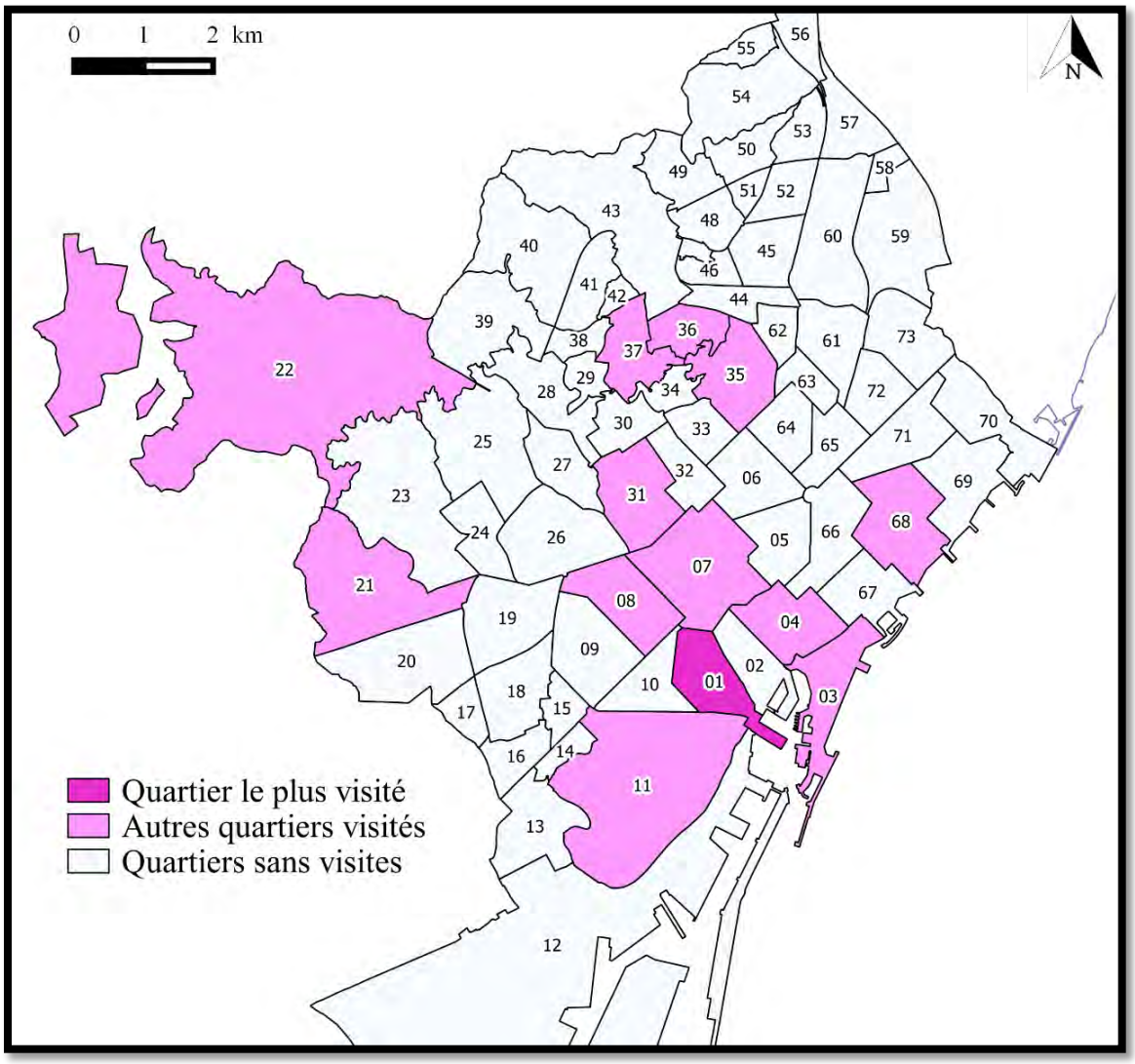
Source : auteure, 2018.

Carte 46. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (hiver).



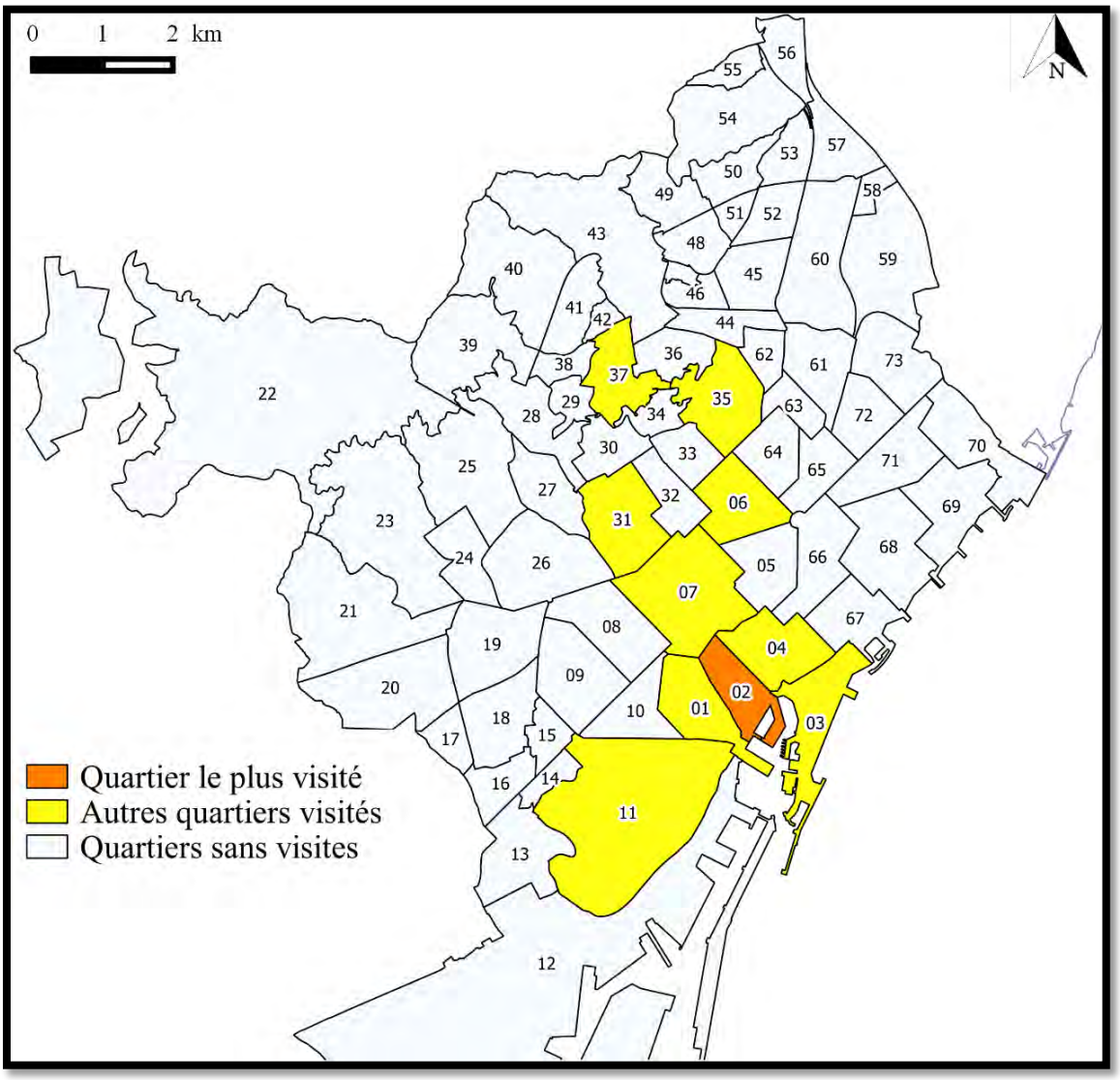
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 47. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (printemps).



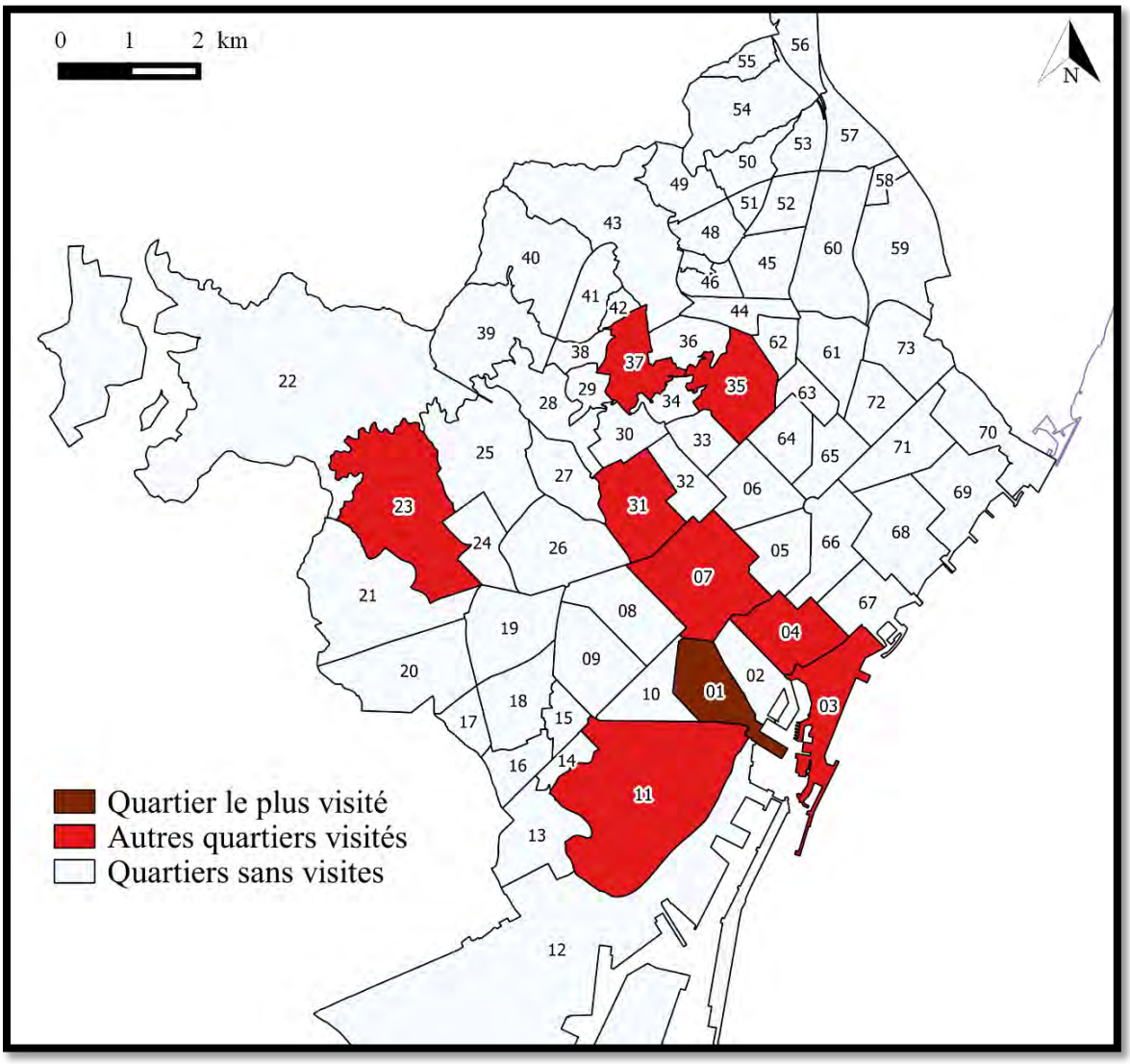
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 48. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 49. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche matin (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Dimanche après-midi (15h30-19h)

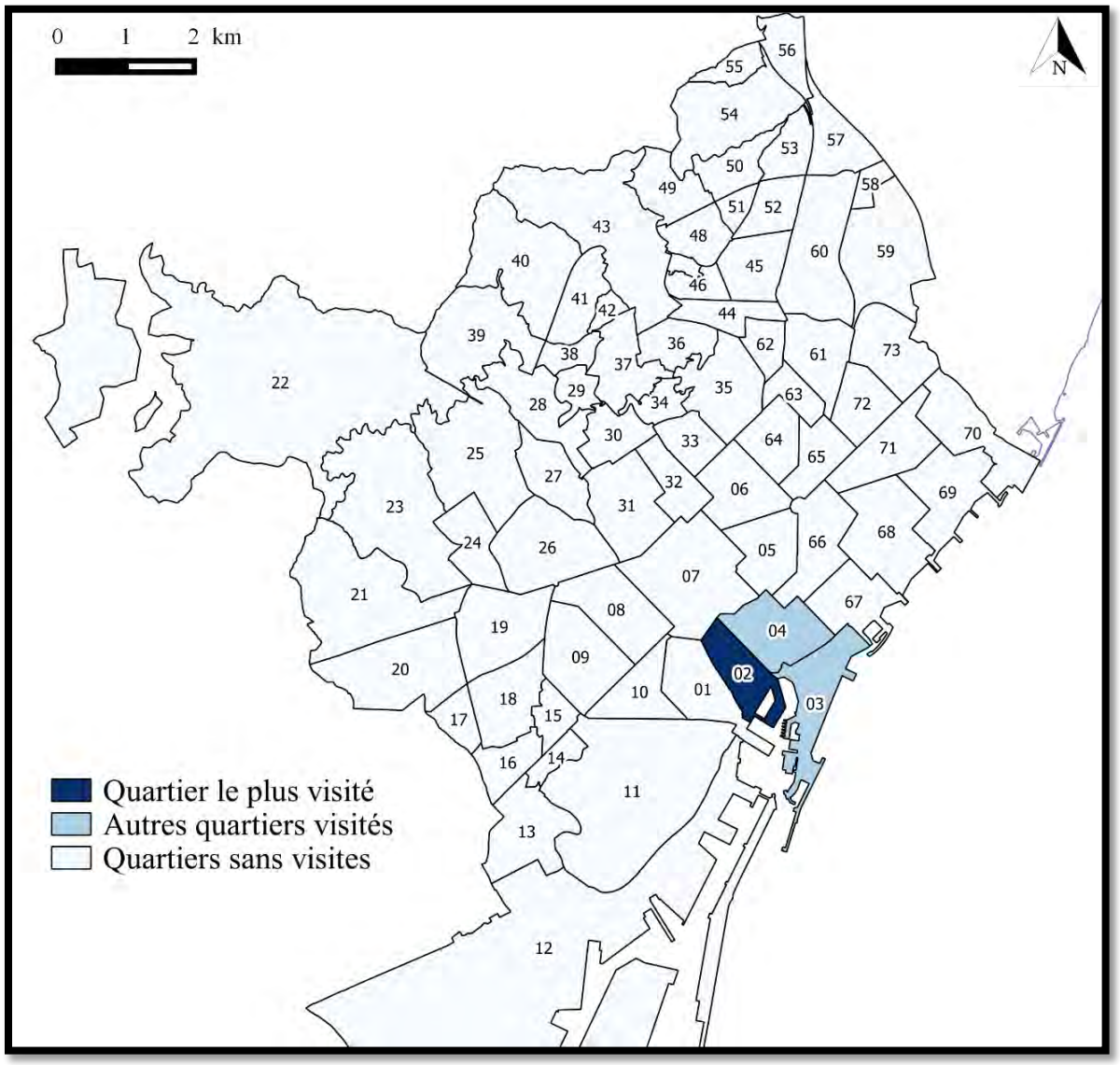
Les cartes 50, 51, 52 et 53 ont été réalisées à partir des données du Tableau 44 :

Tableau 44. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche après-midi (15h30-19h00).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Barceloneta	03	Dimanche	3	6	7	2
Quartier Gòtic	02	Dimanche	18	14	13	18
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	04	Dimanche	16	14	13	13

Source : auteure, 2018.

Carte 50. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (hiver).

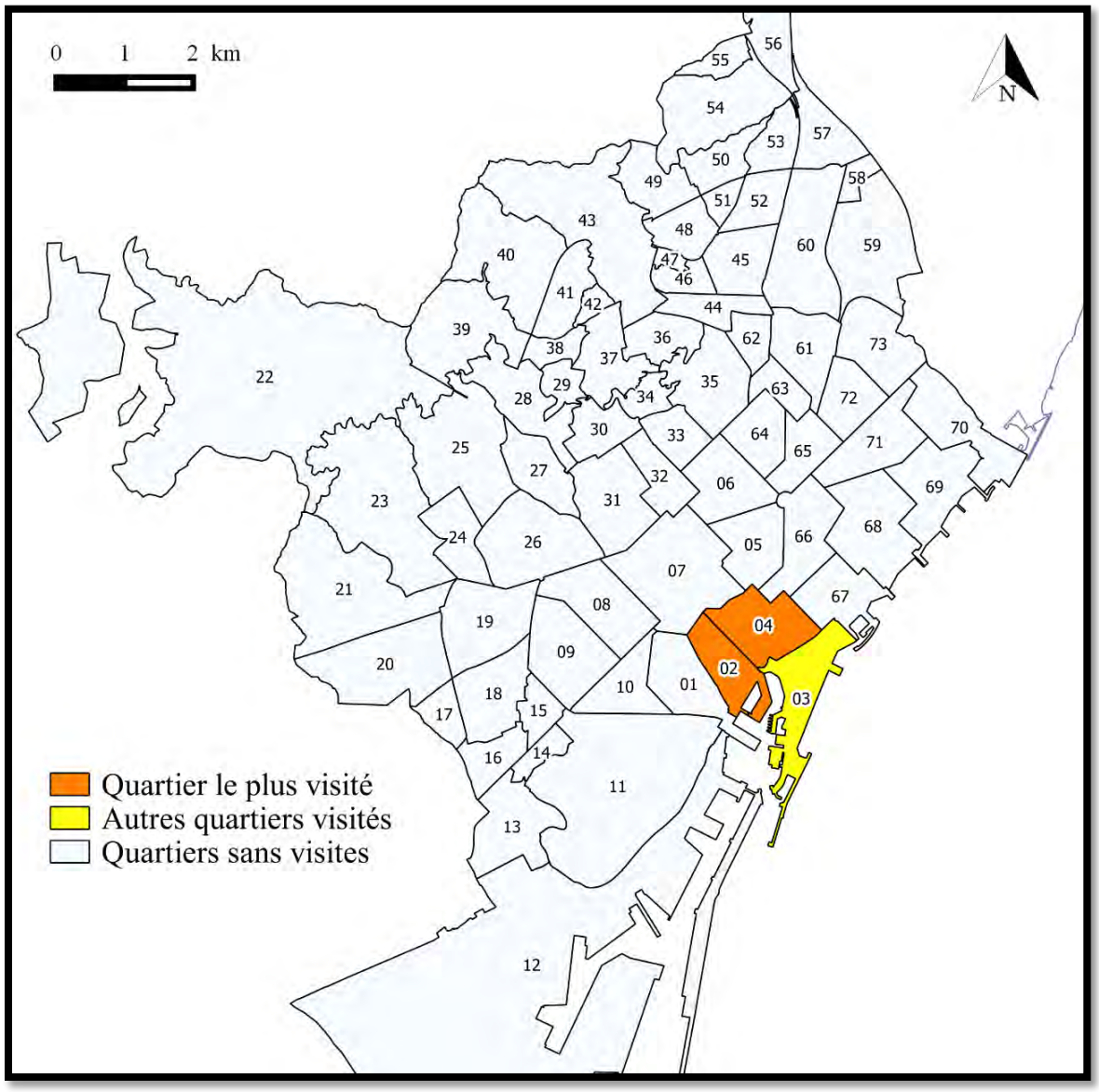


Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017).

Carte 51. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (printemps).

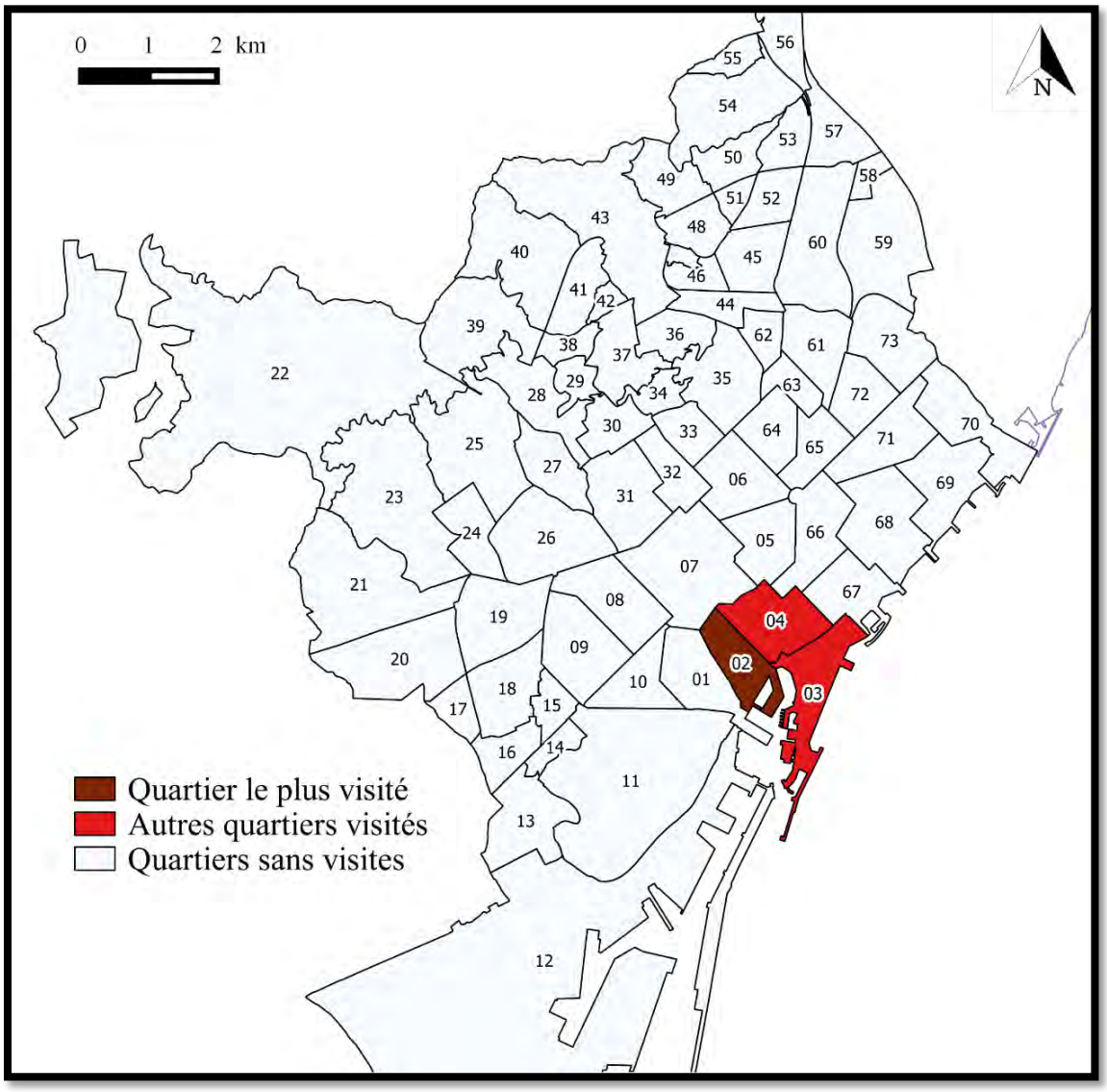
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017).

Carte 52. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017).

Carte 53. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche après-midi (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017).

Dimanche soir (19h-21h30)

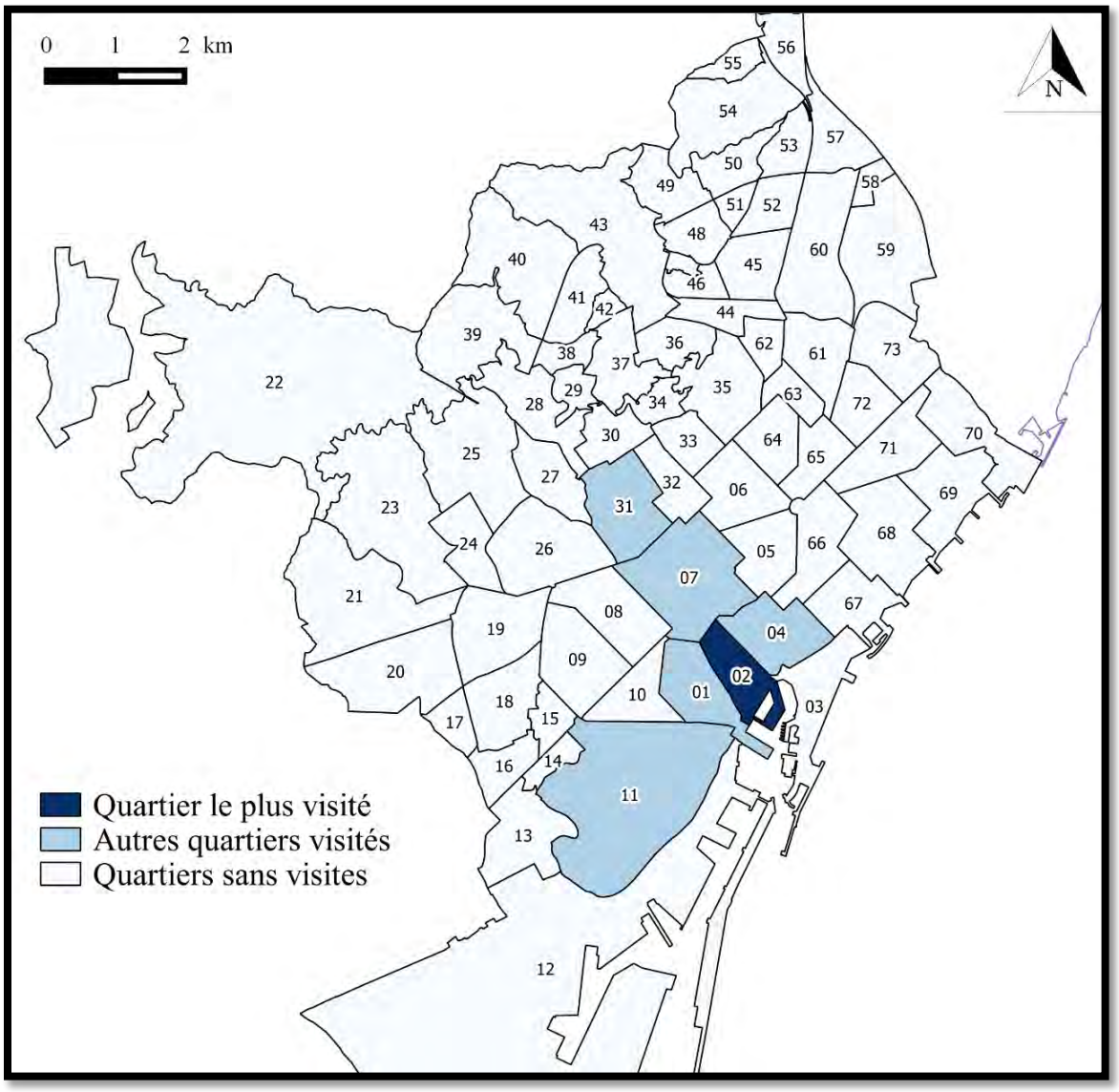
Les cartes 54, 55, 56 et 57 ont été réalisées à partir des données du Tableau 45 :

Tableau 45. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu le dimanche soir (19h-21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Dreta de l'Eixample	07	Dimanche	45	44	22	36
Vila de Gràcia	31	Dimanche	15	12	8	6
Carmel	37	Dimanche		4	1	
Poble Sec	11	Dimanche	2		2	1
Quartier Gòtic	02	Dimanche	142	155	106	126
Raval	01	Dimanche	47	53	28	35
Sant Antoni	10	Dimanche			3	2
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	04	Dimanche	72	64	56	50

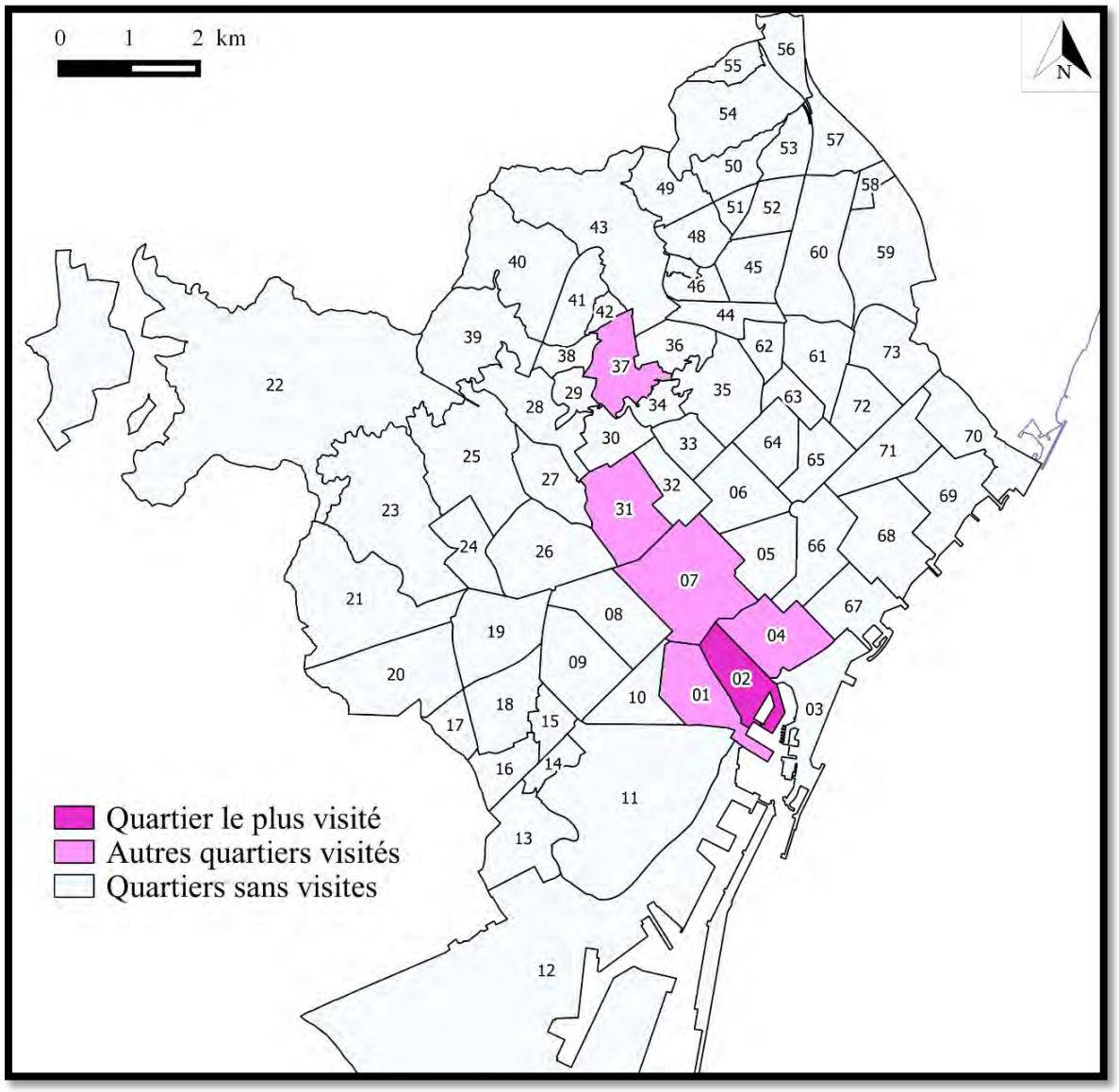
Source : auteure, 2018.

Carte 54. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (hiver).



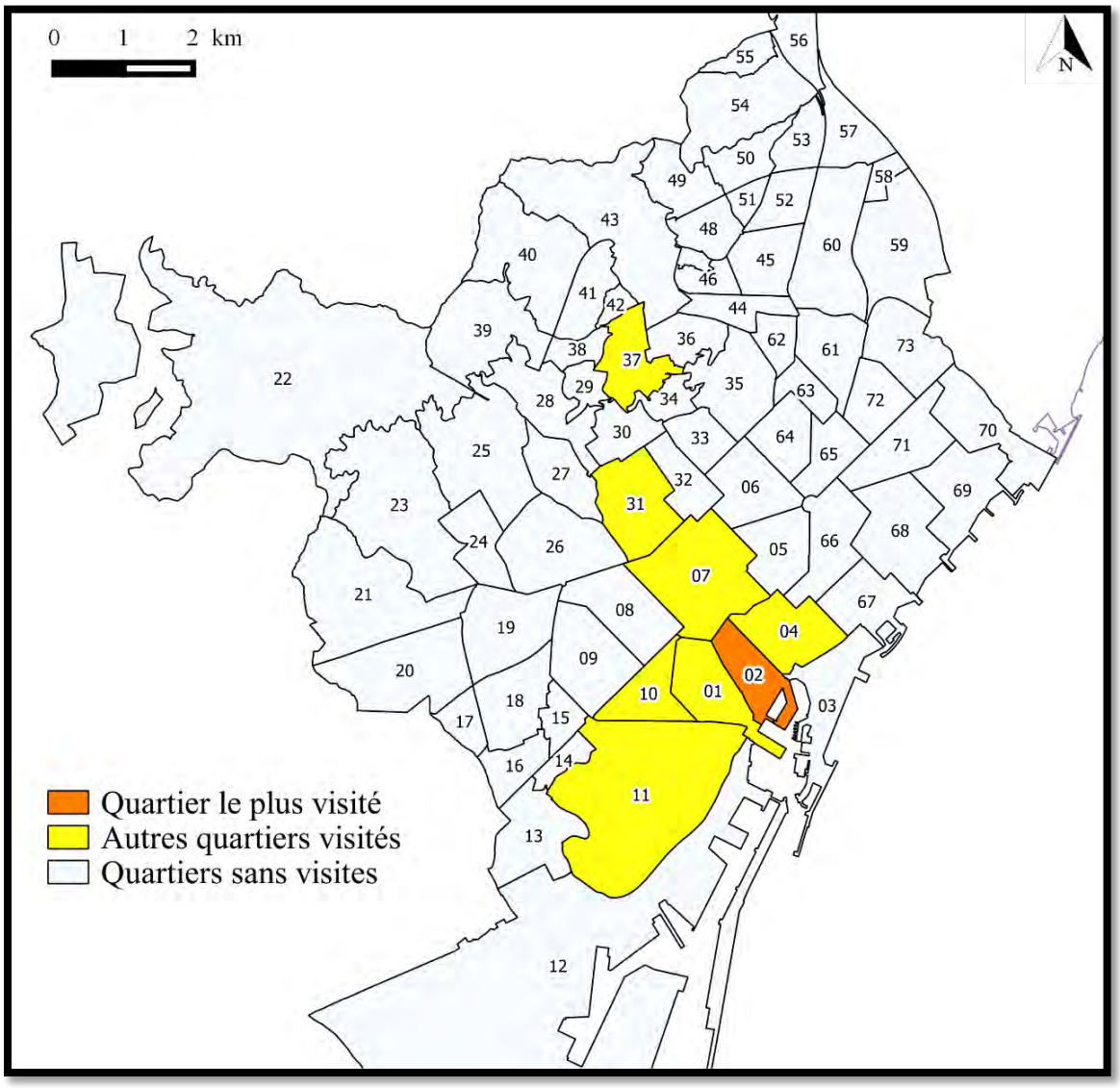
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 55. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (printemps).



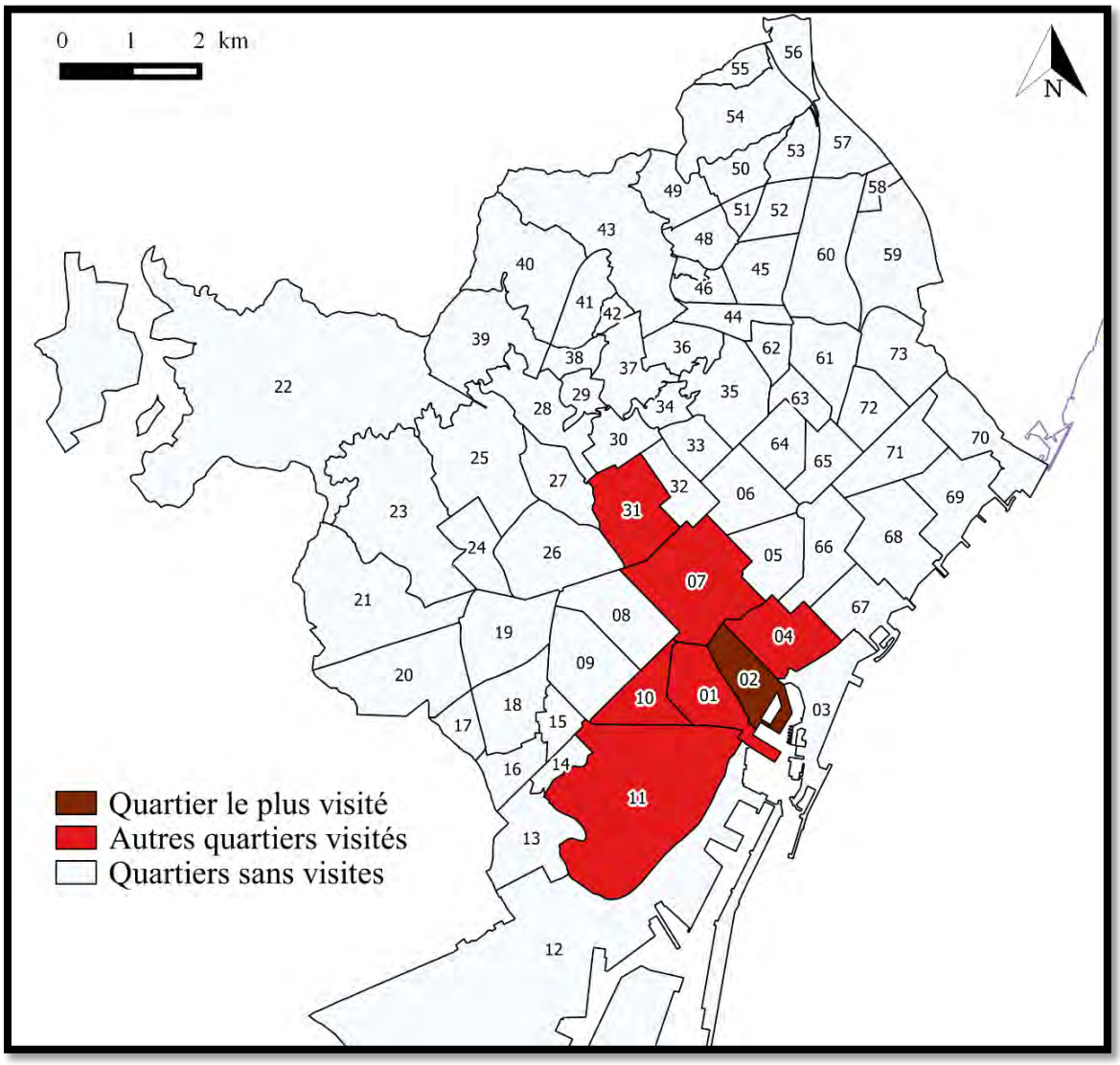
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 56. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 57. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité de dimanche soir (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

La nuit de dimanche (après 21h30)

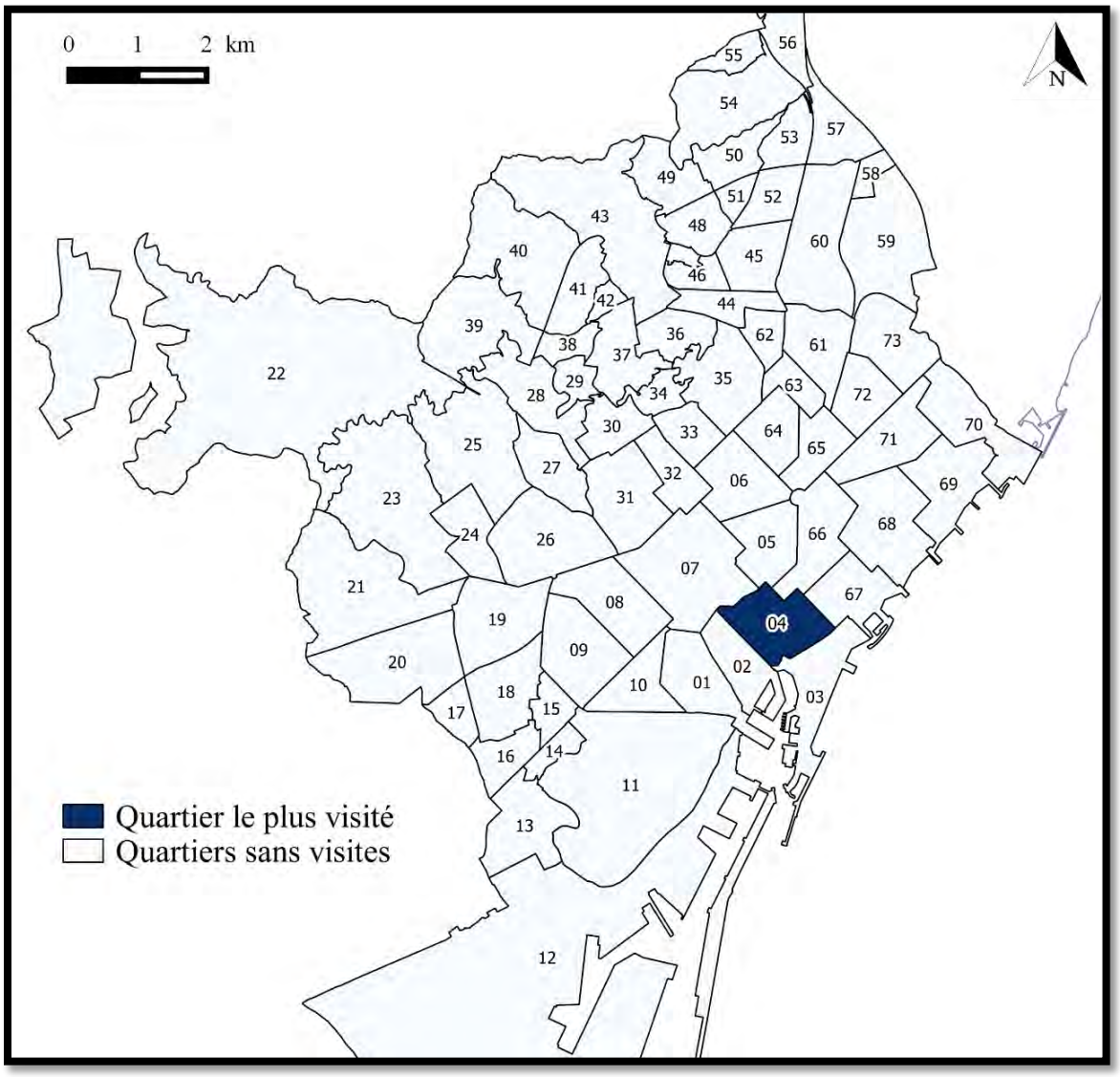
Les cartes 58, 59, 60 et 61 ont été réalisées à partir des données du Tableau 46 :

Tableau 46. Base de données concernant les cartes des visites guidées à Barcelone ayant lieu la nuit de vendredi (après 21h30).

Nom du quartier	Code	Jour	Hiver	Printemps	Eté	Automne
Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	04	Dimanche	19	18	23	21

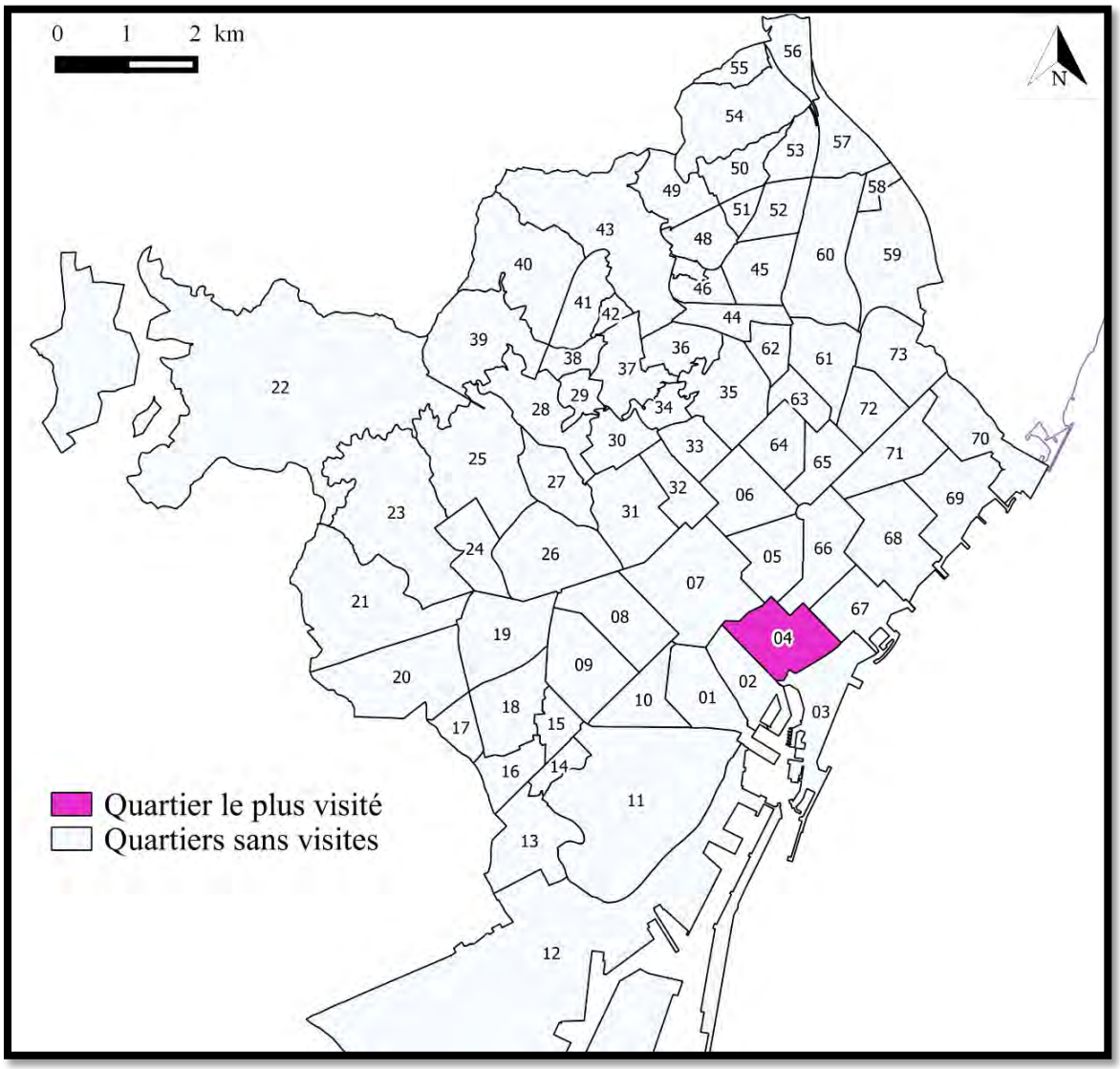
Source : auteure, 2018.

Carte 58. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (hiver).



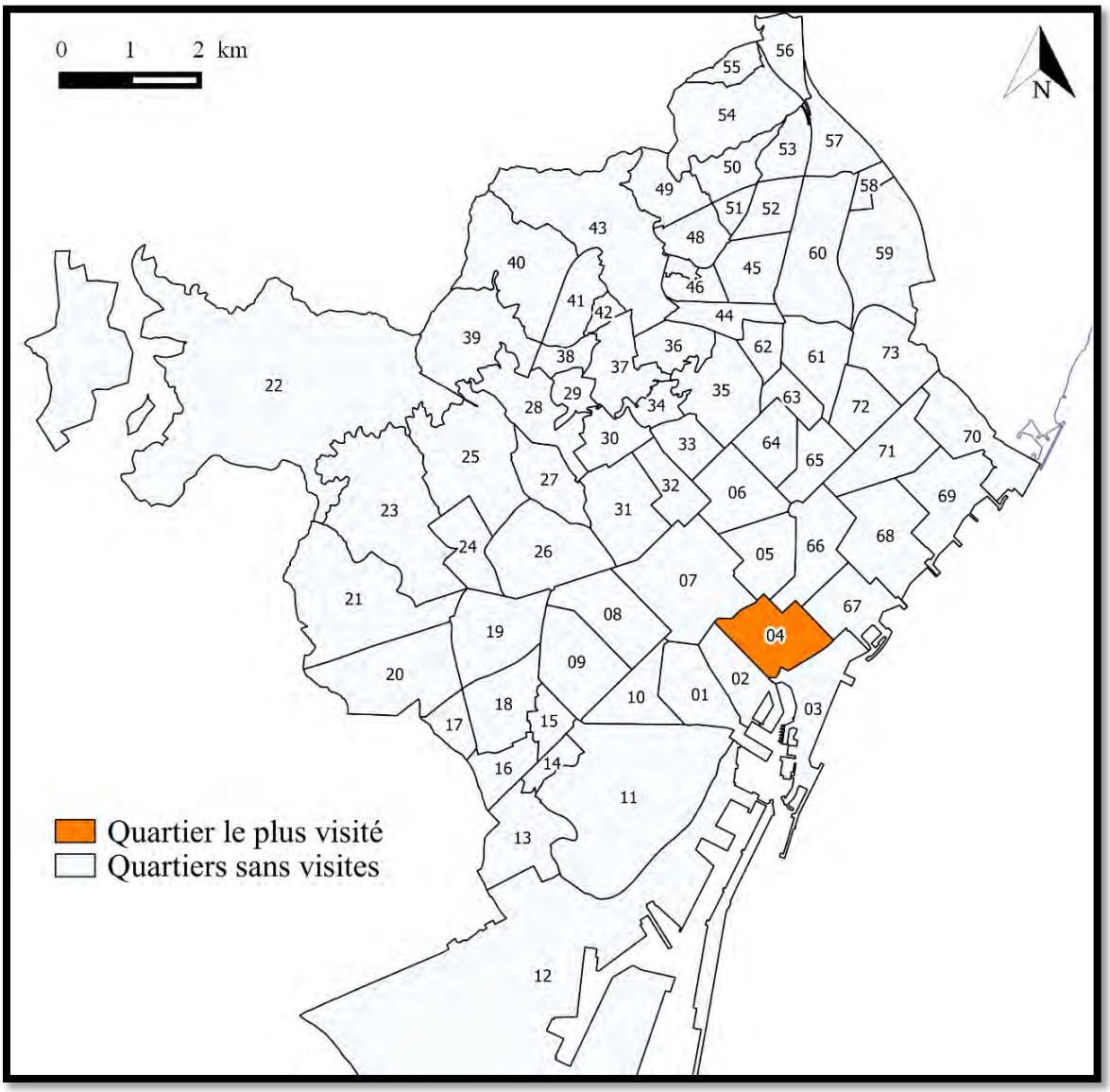
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 59. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (printemps).



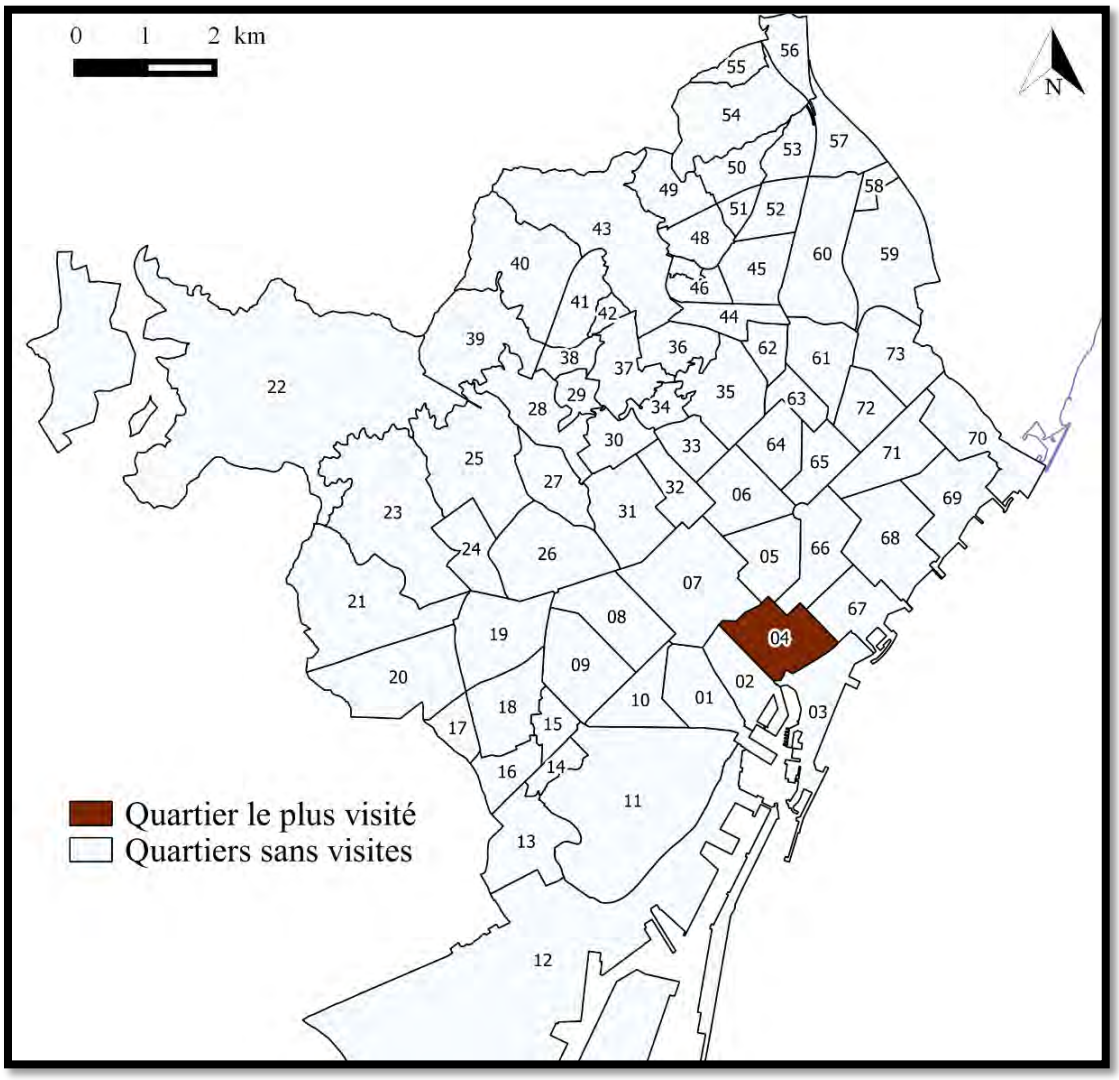
Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 60. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (été).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Carte 61. Quartiers parcourus par les visites guidées de proximité la nuit de dimanche (automne).



Source : auteure sur QGis utilisant les bases cartographiques de CartoBCN (2017), 2018.

Resumen

¿(Cómo) puede uno descubrir un espacio ya conocido? ¿Qué puede uno experimentar acercándose a su ciudad a través de una visita guiada? ¿Puede uno esperar sorprenderse? Estas cuestiones centran la presente investigación, que tiene por objetivo analizar la experiencia de redescubrir el espacio cotidiano.

En un mundo ya recorrido, bien comunicado y en gran parte homogeneizado, la experiencia turística está al alcance de la mano y ha integrado contextos tradicionalmente ligados a lo cotidiano. La cotidianidad, como la proximidad, ha pasado a formar parte del campo del vocabulario turístico. Esta evolución coincide con una nueva percepción del mundo vinculada a la intensificación de los flujos de información, comerciales, de comunicación, etc. Este fenómeno ha dejado espacio a lo desconocido en el perímetro de proximidad geográfica. Una parte del sector turístico y cultural ha identificado este potencial y desarrolla visitas de la ciudad principalmente dirigidas a un público local, con una perspectiva muy similar a las actividades típicamente propuestas a los turistas tradicionales.

En un contexto post-turístico, en el cual el individuo experimenta procesos de hibridación (es a la vez residente y visitante, habitante temporal y permanente, en relación simple y compleja con el mundo que lo engloba), nos preguntamos si es posible vivir una experiencia turística en la región en la que uno reside y (si lo es) cómo se articula esta experiencia. Para ello, la metodología diseñada se basa en cuatro acciones: escuchar a los profesionales del sector cultural y turístico, identificar las temáticas propuestas, observar las visitas guiadas para un público local y acceder a la experiencia del visitante.

Una triangulación de fuentes (documentos normativos, testimonios de profesionales y de visitantes, la experiencia de diferentes visitas guiadas), de técnicas de recogida de datos cualitativos (entrevistas semi-dirigidas, observación participativa) y de métodos analíticos (análisis de contenido, análisis cartográfico y un método inspirado del análisis fenomenológico interpretativo) conforman la metodología diseñada con el objetivo de comprender si la distancia es realmente un componente esencial de la experiencia turística. La ciudad de Barcelona ha servido de laboratorio para esta investigación. El encaje de las experiencias analizadas, por un lado, en la biografía de

cada individuo entrevistado y, por otro, en la ciudad en la que las visitas de proximidad tienen lugar ha sido especialmente objeto de estudio.

Los resultados obtenidos muestran que existen componentes comunes a las experiencias de la visita *aquí* y del viaje *en otro lugar*. A partir de esta conclusión, hemos definido la experiencia turística como el medio por el cual un individuo se desplaza en su subjetividad y se vuelve visitante. La experiencia turística se define también como aquello que el visitante siente cuando está disponible corporalmente y emocionalmente para esta transformación. La condición de visitante es descrita en este trabajo como un estado temporal, durante un tiempo definido el individuo actúa de manera diferente de su día a día. Este papel temporal se caracteriza por un ritmo, un punto de vista, unas prácticas, unas ideas, unas emociones propias a cada individuo, diferentes de lo que adopta, realiza, experimenta fuera de la visita, sea cerca o lejos de su casa.

Hemos llegado a la conclusión también de que los grupos formados principalmente por público local en visita guiada por Barcelona contribuyen a la congestión del centro de la ciudad, muy afectado por la masificación. Las zonas preferidas de los visitantes de proximidad parecen coincidir con aquellas que prefieren los turistas de fuera, aunque es cierto que existe una mayor diversidad geográfica en las visitas de proximidad que en las visitas propuestas por la oficina de turismo de Barcelona.

El público de proximidad constituye una oportunidad para una serie de profesionales que se han reconvertido en muchos casos después de la crisis. La creación de un destino de proximidad no es simple y necesita la puesta en marcha de un proceso de construcción de lo desconocido, casi una puesta en escena que permita el descubrimiento. En este sentido, la proximidad obliga a estos profesionales a innovar continuamente respecto a las temáticas propuestas, para poder fidelizar a su público.

Esta investigación se centra en la condición del turista, especialmente en un contexto de rechazo del turismo en una ciudad como Barcelona. Si bien es cierto que la experiencia de redescubrir la propia ciudad no parece haber conseguido rehabilitar la imagen del turista, ha contribuido efectivamente al desarrollo de un interés creciente por el redescubrimiento de los espacios cotidianos.

Palabras clave: Barcelona, entorno habitual, experiencia turística, proximidad, redescubrir, territorialización, turismo de proximidad.

Resum

Com es pot descobrir un espai ja conegut? Què podem experimentar acostant-nos a la nostra ciutat a través d'una visita guiada? Podem esperar sorprendre'ns? Aquestes qüestions es troben al centre d'aquesta recerca que té com a objectiu principal l'anàlisi de l'experiència de redescoberta de l'espai quotidià.

En un món ja conegut, ben comunicat i inclús homogeneïtzat, l'experiència turística és a l'abast de tothom i ha integrat contextos tradicionalment lligats a la quotidianitat. La quotidianitat, com la proximitat, ha passat a formar part del vocabulari turístic. Aquesta evolució ve acompanyada d'una nova forma de percebre el món vinculada a la intensificació dels fluxos d'informació, comercials, de comunicació, etc. Aquest fenomen ha deixat espai a allò desconegut en un perímetre de proximitat geogràfica. Una part del sector turístic i cultural ha identificat aquest potencial i desenvolupa visites de la ciutat dirigides particularment a un públic local, des d'una perspectiva molt semblant a la d'activitats típicament proposades a visitants de fora.

En un context post-turístic, en el qual l'individu experimenta processos d'hibridació (és al mateix temps turista i resident, habitant temporal i permanent, mira al seu voltant simultàniament d'una forma simple i complexa), ens preguntem si és possible viure una experiència turística en la regió de residencia del visitant i (si ho és) com s'articula aquesta experiència. Per això, la metodologia dissenyada es basa en quatre accions: escoltar els professionals del sector cultural i turístic, identificar les temàtiques proposades, observar les visites guiades per a un públic local i accedir a l'experiència del visitant.

Una triangulació de fonts (documents normatius, testimonis de professionals i de visitants, l'experiència de diferents visites guiades), de tècniques de recollida de dades qualitatives (entrevistes semi-dirigides, observació participativa) i de mètodes analítics (anàlisi de contingut, anàlisi cartogràfic i un mètode inspirat de l'anàlisi fenomenològica interpretativa) formen la metodologia dissenyada amb l'objectiu de comprendre si la distancia és realment una component essencial de l'experiència turística. La ciutat de Barcelona ha servit de laboratori. L'encaix de les experiències analitzades, d'una banda, en la biografia de cada individu entrevistat i, de l'altra, en la ciutat en la que les visites de proximitat tenen lloc centra en bona part aquest estudi.

Els resultats obtinguts mostren que existeixen components comunes entre les experiències de la visita *aquí* i del viatge *fora*. A partir d'aquí, hem definit l'experiència turística com el medi pel qual un individu es desplaça en la seva subjectivitat i esdevé visitant. L'experiència turística es defineix també com allò que el visitant sent quan està disponible corporalment i emocionalment per aquesta transformació. La condició de visitant és descrita en aquest treball com un estat temporal, durant un temps definit l'individu actua de manera diferent del seu dia a dia. Aquest paper temporal es caracteritza per un ritme, un punt de vista, unes pràctiques, unes idees, unes emocions pròpies de cada individu, diferents d'allò que adopta, realitza, experimenta fora de la visita, ja sigui a prop o lluny de casa.

Hem arribat a la conclusió també que els grups formats principalment per públic local en visita guiada per Barcelona contribueixen a la congestió del centre de la ciutat, molt afectat per la massificació. Les zones preferides dels visitants de proximitat semblen coincidir amb aquelles que prefereixen els turistes de fora, tot i que és cert que existeix una major diversitat geogràfica en les visites de proximitat que en aquelles proposades per l'oficina de turisme de Barcelona.

El públic de proximitat és una oportunitat per una sèrie de professionals que s'ha reconvertit en molts casos després de la crisi. La creació d'una destinació de proximitat no és simple i necessita la posada en marxa d'un procés de construcció de l'alteritat, d'allò desconegut, gairebé una posada en escena que permeti el descobriment. En aquest sentit, la proximitat obliga aquests professionals a innovar contínuament respecte a les temàtiques proposades, per poder fidelitzar el seu públic.

Aquesta investigació s'interessa per la condició del turista, especialment en un context de rebuig del turisme en una ciutat com Barcelona. L'experiència de redescobrir la pròpia ciutat no sembla haver aconseguit rehabilitar la imatge del turista. No obstant, ha contribuït al naixement d'un interès creixent per la redescoberta dels espais quotidians.

Paraules clau: Barcelona, entorn habitual, experiència turística, proximitat, redescobrir, territorialització, turisme de proximitat.

Abstract:
How do we become tourists? This research aims at understanding the experience of rediscovering the usual environment. Can we expect to be surprised?

In a postmodern context where individuals become hybrid (they are at the same time residents and visitors, temporal and permanent inhabitants, in a simple and in a complex relationship with the world surrounding them), we raise the following question: (How) is it possible to enjoy a tourist experience in the region where we live?

Our methodology rests on four actions: listening to the cultural and tourist sector, identifying the offer and the existing themes, observing guided tours especially conceived for locals and accessing to visitors' experiences.

Through a qualitative approach, we aim at ascertaining if the distance is indeed an essential component of tourist experiences. The case of the City of Barcelona will be analysed, especially how different experiences are contextualised, first, within the biography of each interviewed visitor and, second, within the spatial and temporal frame where these experiences are carried out. The results provide deeper understanding of the tourist condition and of the transformation of ordinary places into highlights from a rediscovery point of view.

Keywords: Barcelona, proximity, proximity tourism, rediscovery, territorialisation, tourist experience, usual environment.

Résumé :
Comment l'individu devient-il touriste ? Cette recherche vise à comprendre l'expérience de la redécouverte de l'espace quotidien : peut-on s'attendre à être surpris ?

Dans un contexte postmoderne dans lequel l'individu devient un personnage hybride (entre visiteur et résident, portant un regard à la fois simple et complexe sur le monde qui l'englobe), nous souhaitons répondre à la question suivante : (comment) est-il possible de vivre une expérience touristique dans la région où on réside ?

La méthodologie utilisée repose sur quatre actions : écouter les professionnels du secteur touristique et culturel, identifier l'offre et les thématiques proposées, observer des visites guidées destinées notamment à un public local et accéder aux expériences des visiteurs.

Par le biais d'une approche qualitative, nous visons à déterminer si la distance est une composante essentielle de l'expérience touristique. La ville de Barcelone (Espagne) constitue notre terrain d'études. Nous nous penchons sur la manière dont différentes expériences sont contextualisées, d'abord, dans la biographie de chaque visiteur interviewé et, ensuite, dans le cadre spatial et temporel où l'expérience a lieu. Les résultats obtenus approfondissent la compréhension de la condition du touriste et de la valorisation des espaces ordinaires comme des espaces permettant la redécouverte.

Mots-clefs : Barcelone, environnement habituel, expérience touristique, proximité, redécouverte, territorialisation, tourisme de proximité.