

MARTOR



Title: "Le Maramureș et ses mobilités. Cinq points d'articulation entre tourisme et migration"

Author: Raluca Nagy

How to cite this article: Nagy, Raluca. 2008. "Le Maramureș et ses mobilités. Cinq points d'articulation entre tourisme et migration". *Martor* 13: 87-100.

Published by: *Editura MARTOR* (MARTOR Publishing House), *Muzeul Țăranului Român* (The Museum of the Romanian Peasant)

URL: <http://martor.muzeultaranuluiroman.ro/archive/martor-13-2008/>

Martor (The Museum of the Romanian Peasant Anthropology Review) is a peer-reviewed academic journal established in 1996, with a focus on cultural and visual anthropology, ethnology, museum studies and the dialogue among these disciplines. *Martor* review is published by the Museum of the Romanian Peasant. Its aim is to provide, as widely as possible, a rich content at the highest academic and editorial standards for scientific, educational and (in)formational goals. Any use aside from these purposes and without mentioning the source of the article(s) is prohibited and will be considered an infringement of copyright.

Martor (Revue d'Anthropologie du Musée du Paysan Roumain) est un journal académique en système *peer-review* fondé en 1996, qui se concentre sur l'anthropologie visuelle et culturelle, l'ethnologie, la muséologie et sur le dialogue entre ces disciplines. La revue *Martor* est publiée par le Musée du Paysan Roumain. Son aspiration est de généraliser l'accès vers un riche contenu au plus haut niveau du point de vue académique et éditorial pour des objectifs scientifiques, éducatifs et informationnels. Toute utilisation au-delà de ces buts et sans mentionner la source des articles est interdite et sera considérée une violation des droits de l'auteur.

Martor is indexed by EBSCO and CEEOL.

Le Maramureș et ses mobilités. Cinq points d'articulation entre tourisme et migration

Raluca Nagy

Mon intérêt pour le Maramureș, une région du Nord de la Roumanie, reste centré sur le tourisme ; je me suis proposé de faire une analyse du tourisme rural en tant que facteur de changement dans une société réceptrice. Les hypothèses de départ sont celles fournies par la littérature sur cette thématique et comparables à mon étude de cas : le principal changement que le tourisme apporte à la relation entre tradition et modernité est la compréhension premièrement économique de l'archaïque. La mise en forme commerciale de l'accueil et de l'hospitalité encourage la mise en scène des traditions et de la culture locale. Il y a des entrées d'argent qui changent et transforment les flux et les centres économiques traditionnels. Quant aux changements sociaux, ils sont assez radicaux : la promotion touristique de leur culture soulève pour les gens la question de leur identité.

La réalité du terrain s'est avérée plus nuancée, surtout quand la migration a fait irruption ; c'est à ce moment-là que j'ai décidé de placer tourisme et migration dans un contexte plus large et sous l'encadrement plus flexible de ce qui est la mobilité de nos jours.

Dans ce texte je vais d'abord décrire la problématique et la spécificité du tourisme rural tel qu'il se trouve au Maramureș pour me concentrer par après sur cinq points d'articulation entre tourisme et migration.

Historique

La position géographique et l'importance stratégique, doublées par la réalité historique, ont fait que le Maramureș est depuis toujours une région assez isolée, avec une autonomie interne importante. Un très bref historique de la région expliquera cette situation particulière. Quand les Romains ont occupé la Dacie, l'ancien territoire sur lequel se trouve la Roumanie, le Maramureș a été épargné, en restant le territoire des « Daces libres ». Par après le Maramureș a été marqué par une instabilité continue, en changeant d'appartenance politique approximativement quinze fois. Quand la Transylvanie a été sous occupation austro-hongroise, le Maramureș a bénéficié d'une large autonomie officieuse parce que la région servait de tampon contre les possibles invasions par le nord. A cette instabilité et autonomie officieuse s'ajoute la situation géographique, le Maramureș étant une zone de frontière. Paul Stahl nous parle du rôle qu'une telle zone joue dans le cadre des régions élargies en décrivant l'« effet de culasse », c'est-à-dire un soulignement des traditions comme forme de justification de l'authenticité et de résistance culturelle. Le Maramureș historique, dont un tiers se trouve en Roumanie (les deux autres appartenant à l'Ukraine), a été

colonisé à partir de l'année 1728 par des juifs exilés de Russie, suivis en 1746 par des habitants de la ville Tipz en Slovaquie. Ce sont deux exemples qui soutiennent l'hypothèse de Stahl que les changements de population, soit à cause de l'appartenance géo-politique, soit à cause de sa position frontalière, n'ont fait que renforcer la tradition locale. Cette authenticité préservée géographiquement pourrait aussi être expliquée par la caractéristique de « zone ethnographique archaïque » (Rey, 2002) : la position dans une région montagneuse la rend difficilement accessible et en dehors des grandes routes commerciales, elle est donc moins touchée par les diverses influences.

Discours sur la région

Avec toutes ces caractéristiques, le Maramureș se trouve parmi les régions qui ont parfaitement servi aux discours de la construction de l'État national basés sur le « paysan parfait » et l'image du berceau d'authenticité. Le paysage magnifique, les portes en bois, les paysans, les habits traditionnels, les danses... Les gens de là-bas sont décrits comme conviviaux et accueillants, près des traditions, près de la terre et des vraies valeurs. Une des spécificités de cette recherche se cadre sur ce discours invariable sur l'authenticité du Maramureș. Ce discours a été repris pendant le communisme, avec toutes les contradictions et dissimulations ; pour promouvoir « l'homme nouveau », l'ouvrier, on avait besoin du paysan. De plus, la terre n'étant pas productive, la plus large partie du Maramureș a échappé à la collectivisation, n'étant pas intéressante pour le projet du « village industriel ». Le résultat est qu'on a ignoré cette région tranquille et les villages ont continué à exister comme ils le faisaient depuis des siècles. Même l'activité minière dans la région n'est jamais mentionnée, en assurant une pureté rurale complète. Pour des raisons politiques, on a décidé que ces paysans étaient les paysans parfaits.

Ce modèle « villageois » – des systèmes hors du temps ou imaginés dans le temps universel, se constituant en « centres du monde », totalement idéalisés – se prête parfaitement à la promotion touristique ; il s'agit d'une des sociétés « ethnologisées » qui constituent les derniers signes visibles de l'état archaïque du monde. Tout le monde s'y précipite pour recueillir ces derniers témoignages ; en échange, une telle société répond aux attentes d'authenticité par une mise en scène des traditions.

Dans cette première partie, j'ai essayé de schématiser la construction de l'attraction touristique pour le Maramureș. Il est intéressant de voir par la suite comment les habitants se plaisent eux-mêmes à adopter l'image stéréotypée qu'on leur prête et comment cet aperçu identitaire joue dans la construction de l'accueil touristique.

Relations habitant – visiteur et rôles identitaires

Dans la grande majorité des cas, la présence des étrangers implique pour les habitants la mise en scène de leur culture et l'adoption du « rôle ethnique ». Pour les sociétés « touristifiées » et surtout dans le cas du tourisme rural, il n'est pas sûr que ce rôle prenne une dimension essentielle et se substitue à toutes les autres identités, mais il prend nécessairement une place plus importante qu'ailleurs.

De la littérature parcourue, on peut retenir trois manières de réagir à cette augmentation du rôle identitaire par rapport à l'intégration de l'intérêt « traditionnel » externe dans l'identité des habitants. Dans un premier scénario, la société réceptrice peut répondre à l'image qu'on lui assigne sans renoncer à sa diversité culturelle. Le recours à l'authenticité culturelle ne constituerait qu'une « ressource mobilisable en temps utile, lorsqu'il est avantageux pour la société de promouvoir son caractère traditionnel ». (Docket, 2001 : 8) On assiste ici à une *illusion de la*

tradition ; autrement dit, le maramureșean sait très bien comment se passent les choses derrière sa porte et dans sa vie mais pour les différents curieux qui viennent le voir, il joue le paysan archétypal du XIX^e siècle.

Une deuxième réaction possible est le *faux archaïsme* (Rosenow et Pulsipher, 1982) qui suggère que les gens sur place ont déjà renoncé à l'authenticité culturelle plus que le spectacle et la mise en scène ne le laissent ressortir. Ce faux archaïsme est plus transparent et se présente comme une combinaison bizarre entre traditionnel et moderne que les visiteurs catégorisent souvent de « kitsch » : les façades des maisons en faïence à la place de la vieille mosaïque en couleurs, les clôtures « léopard », les canapés en cuir, la *horinca* (alcool local très fort) vendue dans des bouteilles de Coca-Cola, les icônes, les chaînes et les autres objets traditionnels en plastique, etc.

À l'autre extrême de l'illusion de la tradition se trouve le troisième scénario possible où le rôle ethnique pourrait se prolonger dans différentes interactions, même en l'absence de l'étranger. La répétition d'un rôle identitaire pourrait entraîner une *crystallisation de l'identité* (Garabau, 1996) et les habitants seraient finalement capables de croire à ce qu'ils disent.

J'ai choisi cet encadrement du « rôle ethnique » parce qu'il me permet de centrer la problématique sur la relation entre les touristes et la population locale, au lieu de considérer ces deux groupes séparément. Ces trois manières de réagir s'entrechoquent et se substituent en fonction de plusieurs caractéristiques que l'habitant adapte à chaque situation et en fonction du visiteur. On glisse et on mélange ces trois types de rôle ethnique sur deux niveaux complètement différents et variables par rapport au touriste. Autrement dit, la relation entre habitant et touriste se joue à l'intersection de deux échelles ; la première, qui s'adresse plutôt à l'habitant, est celle du rôle identitaire avec les trois gradations présentées ci-dessus et la deuxième, ayant comme cible le visiteur, fonctionne sur deux

niveaux, général et personnalisé. Le niveau général applique les règles communes pour tous les voyageurs : touristes roumains et étrangers, journalistes, réalisateurs de films et documentaires, chercheurs, on est tous pareils. C'est la partie commune de l'offre construite sur un discours typé, qui la rend très peu flexible. La marchandisation des traditions fonctionne comme un miroir d'uniformisation pour son public ; non seulement on vend la même image, mais l'image que l'on a des visiteurs est la même. L'hospitalité devient seulement une autre technique de vente, le système traditionnel de l'hospitalité est vidé de sens et garde seulement un schéma auquel s'ajoutent des tensions imminentes à toute transaction.

Une fois ce premier niveau dépassé, la spécificité de l'accueil est très vaste et fort anticipée sur base de l'expérience acquise. Pour chacun des voyageurs, la marchandisation se fait d'une autre manière, adaptée selon le cas. Parfois la relation établie entre les deux parties est vraiment une relation d'amitié qui va plus loin que l'accueil touristique, alors que d'autres fois on se retrouve complètement dans la logique du contrat. La relation entre hôte et voyageur peut basculer d'un jour à l'autre, passant du « paquet touristique » (logement et trois repas par jour pour un prix fixe et non négociable) à un excès ou une abondance d'attention sans l'acceptation d'une rétribution financière du voyageur. Cette diversité fait que l'on trouve rarement au Maramureș le tourisme en tant qu'activité économique dans le vrai sens du mot : les calculs ne se font pas dans la logique de la rentabilité, du profit ou d'une spécialisation. La meilleure illustration en est l'évolution de cette activité du point de vue de sa visibilité. Quand j'ai commencé la recherche de terrain en 2003, le courant d'appartenance à un réseau de tourisme rural était déjà en pleine chute. Deux ans après, le numéro des maisons inscrites en tant qu'auberges dans les deux réseaux existants sur place, « Rețeaua turistică OVR » et ANTREC, a encore diminué. La raison, mis à part la

possibilité de ne pas déclarer les revenus obtenus d'une telle activité qui n'étant pas continue ou prédictible rend les termes financiers compliqués, en était la même pour tous les hôtes : un meilleur contrôle des clients. Mettre l'affiche « Auberge » ou la petite plaque avec des marguerites en guise d'étoiles oblige l'accueil de tout voyageur. Ne pas marquer sa maison permet de trier les visiteurs et de filtrer sa clientèle par un réseau contrôlable de connexions et de recommandations.

Les voyageurs se partagent tout le temps entre les catégories « étrangers » et « proches ». Théoriquement, les étrangers sont les touristes, les proches sont la famille, les voisins et les amis,

mais n'oublions pas les catégories métissées, comme proches de loin - les migrants, ou les étrangers de proches - le réseau de connaissances. Souvent les voyageurs sont envoyés par la famille ou les amis et on ne leur applique pas vraiment le traitement de touriste. Dans ce cas l'offre ne s'adresse finalement pas au touriste même, mais à celui qui l'a envoyé et c'est ce dernier qui doit être satisfait de l'accueil. A ce deuxième niveau on a l'impression d'un traitement « à la carte », le contraire de « tous pareils » du départ, ce qui conduit à une plage de positions très différenciées, de l'implication émotionnelle jusqu'au prix. Tout le processus entraîne une permanente négociation de la relation



entre hôte et visiteur qui peut être très bouleversante pour le dernier, à moins que ce soit lui qui attende un accueil personnalisé du type « *je veux être le seul à avoir vécu cette expérience* ». (T.I., touriste, 23) Le touriste qui vient au Maramureș cherche l'authenticité, qui n'est qu'une autre forme d'exotisme, et donc fuit le tourisme de masse. Ce touriste constitue souvent un public spécial qui est censé goûter le jeu de son hôte, ce mélange amitié – hospitalité – proximité – tourisme. Si l'accueil est unitaire, les visiteurs seront déçus et ne reviendront plus. Dans les années '90, quand ils n'étaient pas encore fort nombreux au Maramureș, les touristes étrangers étaient souvent considérés comme des invités ou des amis, dans la logique hôte – invité, aussi proches que la famille ou les amis. Avec l'augmentation du nombre de touristes, la nature de l'accueil a changé et la relation s'est transformée, dans beaucoup de situations, dans une relation de clientélisme (sans pourtant être précise ou obligatoire), une hospitalité commerciale basée sur la rémunération. On peut identifier ici un des risques les plus importants pour que la mise en tourisme rural s'épuise, dont les gens de Maramureș ne sont pas toujours conscients. Mais l'essentiel est qu'on assiste à la rencontre heureuse d'une demande spécifique d'authentique et d'une offre qui lui correspond par cette perpétuelle translation entre les rôles ethniques qui fait que le tourisme n'est pas une activité professionnellement construite et ciblée, mais plutôt une improvisation. Cette façon d'improviser nous envoie à des motivations plus profondes et contextuelles, le tourisme étant une des stratégies de vie que les gens ont adoptée au carrefour de la transition, du post-socialisme, du postmodernisme et de la globalisation, les poussant au développement de ce que des auteurs comme Vintila Mihailescu ou Dana Diminescu appellent souvent dans leur textes la « pluriactivité » ou la « pluriactivité complexe », c'est-à-dire une « multi-stratégie » de vie qui pourtant trouve ses racines dans le vécu des gens pendant les années du communisme. Dans ce schéma de

pluriactivité, le tourisme marche assez bien mais avec ses limites parce que l'on ne se spécialise pas dans le tourisme, celui-ci n'étant qu'une des plusieurs pratiques ou activités possibles ; c'est effectivement ce manque de spécialisation qui fait que ça marche bien pour son public cible. D'autres stratégies de la pluriactivité complexe aident à ce que tout se mette en place. La migration en est une. Les changements sociaux et les comportements peuvent être tenus pour des conséquences ou des effets directs du tourisme alors que la réalité est tout à fait différente et, comme c'est souvent le cas, beaucoup plus complexe et contextuelle. Les choses deviennent encore plus intéressantes quand tourisme et migration s'articulent.

La spécificité de la migration

La migration de travail / pendulaire est un phénomène relativement nouveau qui a visiblement explosé durant les derniers 10 ans. « L'effondrement des régimes communistes dans les pays de l'Europe Centrale et Orientale a conduit, entre autres phénomènes, à donner une visibilité à des mouvements de circulation migratoire différents de ceux d'avant 1989 qui étaient pour leur part ancrés dans une longue tradition d'émigration sans possibilité de retour. Les migrations définitives sont devenues rares, tandis que le va-et-vient est bien plus important qu'avant. » (Lagrave, 1999 : 2)

Au Maramureș, et ici je reviens à sa spécificité du départ, il y a une continuité en ce qui concerne la migration de travail. « Les raisons du nomadisme actuel s'inscrivent dans une longue histoire de recherche du travail, puisque les conditions des terres (...) ne permettent pas, et n'ont jamais permis de vivre de l'agriculture. La mobilité est, en effet, un fait structurel de cette région, produit d'une longue habitude historique. L'élevage ovin et le travail forestier ont été deux occupations principales et traditionnelles de cette population. (...) Ainsi, les paysans ont-ils été contraints à la pluriactivité qui, en

l'absence d'autres secteurs d'activités (...), les a conduits à une mobilité interne à la région, puis au pays tout entier. » (Diminescu, 1998 : 6) Ce qu'on doit retenir d'ici pour comprendre l'articulation entre tourisme et migration est justement cette mobilité structurelle des habitants du Maramureș, aussi que leur adaptabilité et habitude d'être pluriactifs.

Les cinq points d'articulation entre tourisme et migration

A un niveau superficiel, il y a déjà des ressemblances entre tourisme et migration en tant que formes de mobilité : les deux impliquent une région de départ et une région d'accueil, souvent la même, les deux représentent un voyage et un détachement de chez soi. Des groupes sociaux locaux, comme les familles ou les réseaux sont très importants dans l'obtention et le contrôle de l'accès au tourisme rural et à la migration, conduisant à l'inclusion et exclusion des acteurs de ce phénomène. La liaison entre tourisme rural et migration de travail dans le cas du Maramureș se fait concrètement à travers quelques points d'articulation, notamment la circulation de l'argent, le rôle de médiateurs culturels des migrants, la question du confort et la façon d'investir dans les maisons, l'élément de latinité et finalement l'angle terminologique, c'est à dire le « continuum tourisme – migration » (Williams et Hall, 2002).

La circulation de l'argent

On peut commencer par l'affirmation qu'une grosse partie des revenus obtenus par les migrants est indirectement investie dans le tourisme rural et l'inverse. On n'assiste pas à un développement linéaire par les entrées d'argent ou les remises de fonds (*remittances*) comme c'est souvent le cas dans les théories de la migration internationale. Il y a une pratique assez répandue parmi les gens d'emprunter 2000-3000 Euros au début de l'été pour quelques

petits investissements et achats de produits et de rembourser cette somme à la fin de la saison ; souvent ceux qui fournissent les emprunts sont ceux qui sont partis travailler à l'étranger. Un cas aussi fréquent est celui où les migrants envoient de l'argent à leur famille pour payer les achats nécessaires à l'accueil des touristes ou pour financer les investissements dans le confort de leurs maisons comme par exemple la construction d'une salle de bain, d'une chambre supplémentaire, etc. L'argent gagné à travers des activités touristiques peut servir à son tour au départ à l'étranger pour des raisons de migration de travail : le paiement des papiers nécessaires, un premier déplacement, une éventuelle taxe pour celui qui se charge de trouver du travail, etc. Parler des montants est toujours une tâche difficile dans cette situation. A travers les témoignages auxquels j'ai eu accès, ce montant de départ varie entre 800 et 3000 Euros, ce qui, plus que de constituer une somme assez importante, coïncide avec le montant nécessaire pour assurer une saison touristique dont je parlais plus haut.

Les investissements plus importants dans les maisons entrent dans un circuit indirect qui lie tourisme et migration et que je vais expliquer par la suite. Pour l'instant il est important de retenir que les réseaux d'entrées et de sorties d'argent se superposent, ce qui implique que l'inclusion et exclusion de la participation aux activités touristiques est souvent liée à l'inclusion / exclusion de la migration du travail.

Les migrants et leur rôle de médiateurs culturels

Un deuxième point d'articulation se fait à travers les migrants en tant qu'acteurs des deux phénomènes et à travers leur rôle de médiateurs culturels / passeurs de culture. Barth définit les médiateurs (*cultural brokers*) comme ceux qui repèrent les différences pour les transformer en gains matériels, tout en réarrangeant les circuits et en poussant les autres à reconsidérer leur situation initiale. (1967) Les médiateurs

« transforment, traduisent, distordent et modifient le sens ou les éléments qu'ils sont censés manipuler ». (Latour, 2006 : 58) Le rôle des médiateurs culturels est d'éviter les malentendus, de faciliter la communication culturelle, de construire et programmer des expériences culturelles de niveaux différents d'authenticité ou de marchandisation : les danses et les rituels peuvent être raccourcis ou embellis, les coutumes et les arts altérés ou inventés. Un *cultural broker* interprète, traduit et rend accessibles aux visiteurs les choses qui ne leur sont pas familières, les détails exotiques, étranges et non-habituelles et en faisant cela il a la responsabilité de l'image culturelle reçue. L'expertise dans la communication de la culture est un capital majeur du moment où les touristes sont dépendants pour être connectés aux gens sur place dans les termes de leurs attentes.

Quand le tourisme a commencé dans les années '90, le rôle de passeur de culture était « monopolisé » par des entrepreneurs ou des agences de la ville qui entraînaient les villages et les maisons dans leurs tours et circuits organisés. Les « touristés » n'étaient pas très contents de cette situation mais il leur manquait l'expertise et la capacité d'attirer les visiteurs d'une manière régulière. Voici le témoignage d'un habitant par rapport au médiateur culturel avec lequel il collaborait : « *Il a la maison là-bas, ils logent chez lui, ils lui payent, il les ramène ici chez nous mais nous, on ne reçoit rien ; j'aimerais les héberger, comme ça qu'est-ce que je gagne, s'ils veulent acheter un chapeau ou un litre de horinca... je dois arrêter mon travail et m'occuper d'eux, je dois leur montrer la maison¹, je ne peux pas dire non, c'est comme un ami qui me demande de lui rendre service. Je vais mettre une affiche : 100.000 lei (3 Euro) la visite !* » (G.O., m, 50)

Quand les choses ont débuté avec plus d'ampleur et le flux touristique est devenu plus important, les gens du Maramureș ont appris à jouer leurs propres *cultural brokers*, les migrants en premier. De plus en plus conscients de leur

capital culturel acquis dans le pays d'origine et dans le pays d'accueil, ils ont commencé à s'en servir. Leur premier avantage est temporel et spatial : le retour au pays des migrants se superpose aux grosses saisons touristiques (été, hiver et Pâques) en leur permettant de gérer l'accueil directement. A partir de leur expérience et des contacts personnels qu'ils ont eus avec les étrangers, les migrants ont une expertise plus fine que ceux qui sont culturellement et socialement restreints au contexte local. Une distinction structurelle se forme entre ces migrants qui détiennent l'expertise, le réseau et les ressources nécessaires et d'autres qui ne les ont pas. Évidemment, être migrant n'est pas une condition absolue pour gérer une activité touristique, mais peut souvent faciliter la tâche, si non directement, au moins en transférant l'expertise à la famille qui reste au village. De ce point de vue les migrants, se sentant porteurs de modernité, corrigent et guident le traditionnel sur place. Dans leur communication avec les divers voyageurs ils ont appris à souligner le mode de vie différent et authentique. « En correspondant à l'attente du touriste, cette image devient de nouveau un lieu de création identitaire ». (Romhild 2003 : 11). Ce rôle n'est pour les migrants qu'un des rôles possibles, une façon de montrer leurs compétences, d'avoir le plus d'informations possible sur ces touristes anciens et présents et de gérer leurs attentes. Dans cette médiation culturelle il y a souvent une particularité déjà observée de ne pas réfléchir d'une manière exclusivement calculatrice. La compétence de communiquer avec les touristes est d'abord un très bon étalon de statut et de confiance en soi, de même qu'une autre ouverture pour se faire des contacts et des relations, ce qui peut toujours être utile. Loin de se sentir un serviteur des désirs des touristes comme c'est souvent le cas des hôtes, le médiateur est conscient d'abord de son statut différent, ensuite de son pouvoir de choisir ses clients et finalement du fait qu'il peut dresser lui-même les conditions et les limites.

La question du confort et les investissements dans les maisons

Une caractéristique générale du tourisme rural est le fait que les touristes se plaignent de ne pas trouver à leur destination le confort de chez eux. A l'exception des touristes « fondamentalistes » qui cherchent l'authentique pur et dur, les visiteurs ont une exigence pour les standards pratiques de leur vie qui ne s'oppose pas à leur désir d'exotisme et d'authentique. Les hôtes (quoique parfois ce sont les autorités de type ANTREC qui sont intervenues de ce point de vue) ont compris qu'il ne faut pas choquer le sens de l'hygiène des visiteurs et que, pour mettre leur culture en scène, ils doivent offrir à l'étranger le confort dont celui-ci a besoin. L'intéressant ici est comment les hôtes ont compris cette question du confort. C'est à ce sujet que les règles du tourisme se reflètent encore plus à travers ce troisième acteur qui n'est ni hôte ni visiteur mais plutôt un médiateur culturel et économique : le migrant.

L'impact de la migration sur le tourisme se fait aussi plus indirectement que les entrées directes de liquide ou le « brokerage » culturel. Les maramureşeni anticipent la demande de confort de leurs visiteurs à l'aide d'un feedback qu'ils ont à travers ce qu'ils ont déjà vu à l'étranger ou à travers ce qu'on leur a raconté / montré. On assiste à une imposition des modèles extérieurs mais souvent avec une double traduction à laquelle s'attache une diversité de réinterprétations locales. Il ne faut pas oublier dans ce contexte l'imitation et l'inspiration : « ... *maintenant je dois faire la maison d'après les indications que je reçois par téléphone. Nous avons acheté cette maison. Le garçon qui nous l'a vendue n'avait plus l'argent pour la terminer. Mon fils m'a appelé d'Espagne il y a une semaine pour me dire qu'il m'a déjà envoyé l'argent et comment je dois faire les travaux. Je vais faire de mon mieux pour cette maison, pour qu'elle soit moderne et avec les commodités nécessaires. Je ne sais pas exactement ce qu'il*

veut, mais en gros je sais. Je vois comment sont les maisons que l'on fait maintenant. » (M.I., m, 53) Souvent les maisons que ceux qui travaillent à l'étranger (et qui comptent revenir un jour) se font construire servent d'auberge pour les voyageurs. La maison qui reste vide en attendant son propriétaire n'est presque jamais appropriée par la famille qui reste dans le village. Si l'on n'a pas de visiteurs, la maison reste complètement vide. Même quand le propriétaire rentre pour les vacances ou pour son séjour au village entre deux « migrations », il ne loge pas dans la nouvelle maison mais dans l'ancienne : « ... *c'est marrant d'être tous ensemble pour les vacances, on se met tous dans la cuisine et on parle, on parle... pourquoi déranger toute la nouvelle maison pour quelques semaines ? Tout démarrer, l'eau, le chauffage, c'est trop compliqué. En plus on s'le migrant veut se sentir comme au bon vieux temps ou on était tous ensemble à la maison.* » (D.T., migrante, 30 ans)

Les gens expriment, dans la plupart des cas, le désir de retourner au pays, une fois qu'ils auront une situation matérielle convenable : maison construite dans le village, un peu d'argent de côté, etc.; le discours même est « pro-retour » mais les pratiques ne le sont pas toujours. Les premiers mois ou années les enfants restent dans le village, jusqu'à ce que les parents aient les conditions nécessaires pour les accueillir dans le pays de migration. Mais une fois que les enfants rejoignent les parents et commencent à aller à l'école, le retour est postposé au moins jusqu'à la fin des études, donc au moins pour une autre dizaine d'années ; dans leur discours, la plupart des migrants comptent rentrer définitivement au pays. Beaucoup d'entre eux achètent des maisons dans le pays d'accueil. La grande majorité parle d'un certain confort dans le pays d'accueil que l'on n'a pas en Roumanie, de sécurité, financière autant que sociale. Ceux qui ont déjà la résidence ou la citoyenneté s'orientent vers un investissement là-bas. Ceux qui réfléchissent dans cette optique ne sont pas nombreux et la pratique générale est de bâtir des

maisons dans le village natal. L'investissement dans des maisons réside aussi dans l'incapacité d'investir ailleurs et la volonté d'investir au pays. Ce besoin d'investir n'est pas avoué en tant que tel, mais présenté à travers le « devoir » social et traditionnel de bâtir une maison, pour eux et pour les enfants. En parcourant la littérature sur d'autres pays comme l'Ukraine, la Slovénie ou l'Albanie (Morokvasic et Roudolph 1996, Verbole 2000, Nicholson 2005, Pribytkova 2005) je n'ai pas retrouvé cette frénésie de construire des maisons poussée à l'extrême. Les migrants investissent dans des activités diverses, des petites fabriques, boutiques ou ateliers, etc. En Roumanie cette tendance immobilière est pré-

sente dans tous les villages marqués par la migration de travail mais le cas de Maramureș (de même que celui Oaș) est démesuré.

La seule utilité évidente de ces nouvelles maisons reste le tourisme et, en attendant leurs propriétaires, elles sont transformées en auberges. On part à l'étranger pour travailler, on y gagne de l'argent et en même temps on voit les exigences de confort qui existent là-bas, on rentre et on investit, battit et / ou transforme pour y habiter à un moment donné dans le futur et, en attendant, on héberge les touristes : voici un cercle de rapports cause - effet qui est très important dans la transformation de ces villages.



L'élément de la latinité

Quand j'ai commencé à étudier les couloirs de mobilité dont je parlais auparavant, j'ai émis l'hypothèse que ceux-ci sont empiriquement liés parce que les endroits les plus « touristifiés » sont aussi les plus grandes pépinières de migration. Cette hypothèse n'a pas été entièrement confirmée, néanmoins les deux couloirs sont liés d'une façon indirecte.

L'orientation des migrants prioritairement vers des pays de langue latine (la France ou la Belgique dans les années '90, l'Italie et l'Espagne ces dernières années), a été justifiée par un argument possible : la facilité d'adaptation dans ces endroits « d'esprit latin », semblables quelque part à la Roumanie, la langue ayant son appui dans l'histoire. L'hypothèse de la latinité figurait comme un leitmotiv dans tous les témoignages. C'est par après que je me suis rendu compte que ce discours était celui des media et masquait, comme le dit Dana Diminescu, une autre réalité, notamment l'épuisement successif de tous les marchés du travail en Europe, commençant par les plus proches et arrivant aux plus lointains et aussi les plus récemment attirants. (Diminescu, 1998) Les gens de Maramureș ont été parmi les premiers à partir systématiquement après les années '90, de la même manière que la migration interne de travail, d'abord en proximité et de plus en plus loin. Probablement ils trouvent que la raison de la latinité tellement balayée dans la presse est plus intéressante. Le fait qu'ils n'ont pas de motivation intrinsèque de soutenir l'argument latin ne prouve pas une cristallisation de l'identité ; autrement dit, le fait qu'ils présentent une version qui n'est pas vraie ne veut pas nécessairement dire qu'ils croient à ce qu'ils disent. Il faut voir les différentes causes et surtout le côté économique qu'on a tendance à cacher.

Les deux derniers pays visés par la migration de travail roumaine sont l'Italie et l'Espagne. Depuis quelques années il y a également un important flux de touristes italiens et espagnols. Les hôtes ont souvent l'impression que ces

touristes viennent avec un certain mépris pour les Roumains : « *Les Espagnols ont des préjugés mais moins de mépris que les Italiens. Ils viennent ici en prenant des risques, ils se font une image des Roumains qu'ils voient là-bas, ils n'ont aucune idée de ce qu'ils vont trouver. Ils finissent toujours par aimer.* » (P.I., f, 42) Si en 2003 la majorité des touristes étaient francophones, en 2005-2006 la configuration moyenne des auberges que j'ai inclus dans ma recherche était : deux familles d'Italiens, une famille d'Espagnols, une de Français et une de Roumains. Ce que j'ai trouvé intéressant, c'est que les hôtes à leur tour considéraient que les Italiens et les Espagnols étaient assez ignorants, « *ils ne sont guère si bien informés et documentés d'avance que les français* ». (I.G., m, 49) Tout cela pour dire que cette nouvelle vague d'Italiens et Espagnols n'est pas indépendante de la massification migratoire des roumains vers ces deux pays.

Le « continuum tourisme – migration »

Quand on analyse les pratiques touristiques on constate que celles-ci sont souvent reprises par les migrants et l'inverse. Si on demande à quelqu'un d'observer le comportement des migrants quand ils arrivent dans leurs villages de départ pendant l'été, il va nous décrire des touristes : des gens qui débarquent en famille, s'installant dans les maisons, faisant la fête et défilant au centre du village. En fait, tous ces gens sont en train de passer leurs deux-trois semaines de congé, ils font des promenades dans la région, des visites, ils participent aux fêtes, ce qui est aussi le parcours des touristes qui débarquent au Maramureș. Le migrant pourrait facilement recevoir toutes les étiquettes familières appartenant aux touristes, avec souvent peu de différence identifiable entre les deux catégories. Ces pratiques communes nous conduisent à un questionnement par rapport à la terminologie utilisée. Prenons l'exemple des « migrants transnationaux » et des « touristes résidentiels » : ce sont deux catégories faciles à confondre parce

que les deux définissent des personnes qui choisissent de s'installer temporairement dans un autre pays pour des périodes variables, tout en ayant un statut résidentiel ; il n'y a pas de différence claire entre leur motivations par rapport au temps de loisir et de travail ; les migrants sont prioritairement dans une position de recherche de travail et de revenus, tandis que les autres dans une situation de loisir. Mais dans beaucoup de cas les touristes résidentiels initient eux aussi des activités lucratives. Un français qui vient s'installer au Maramureș pendant quelques mois par an, après avoir acheté une maison, va souvent l'utiliser en tant qu'auberge, ce qui n'est qu'une autre forme d'activité touristique.

Au delà de cet exemple où deux statuts peuvent pratiquement se confondre, les migrants et les touristes se partagent une complexité de positions dans ce continuum tourisme – migration (Williams et Hall, 2002). Les chercheurs qui estiment que des nouvelles formes de mobilité remettent en question la distinction entre tourisme et migration sont de plus en plus nombreux. Les analyses de la mobilité humaine ont besoin de nouvelles conceptualisations et méthodologies. Quelques auteurs parlent de « circulation » (Chapman et Prothero, 1985) ou de « mouvement temporaire » (Williams et Hall, 2002) pour englober plusieurs types différents de mobilité, dont le tourisme et la migration. Le problème terminologique provient aussi de la disjonction entre deux domaines complètement séparés qui s'occupent de la mobilité, la sociologie de la migration et l'anthropologie du tourisme, avec leurs approches respectives différentes. Habitants, voyageurs, étrangers, touristes, migrants, les étiquettes sont bien établies et intégrées dans des sous-catégories par les différentes branches des sciences sociales. Mais comment comprend-t-on le migrant qui devient un touriste chez soi ou le visiteur qui se sent plus sur place que l'habitant? Que fait-on avec ces touristes post-modernes qui prennent leur sac à dos et passent souvent des semaines ou des mois entiers dans un village pour mieux

comprendre et goûter la vie? Comme on l'a vu, le tourisme rural implique dans la plupart des cas une certaine catégorie de touristes qui cherchent à se fondre dans l'authenticité locale, jusqu'à participer à la vie de tous les jours, même aux travaux. Le migrant devient donc touriste, le touriste devient l'habitant, et ce dernier, que devient-il ?

Conclusions

Dans ce texte, j'ai essayé de faire la liaison entre deux formes de mobilité, tourisme rural et migration de travail, à travers cinq points d'articulation.

Une spécificité du tourisme rural au Maramureș est que celui-ci est inclus (*embedded*) dans un contexte économique, social, culturel et historique particulier. L'évolution intéressante du tourisme basé sur l'authenticité de la région est le résultat de la rencontre complexe de différentes activités des multiples acteurs dans la région.

Une certaine « tradition » dans la migration de travail et dans la pluriactivité complexe des gens en tant que stratégie de vie est spécifique à la région, conférant une continuité à un phénomène autrement nouveau dans l'Europe post-communiste. La migration de travail est une problématique importante aujourd'hui et un thème privilégié que je n'ai pas pu ignorer dans cette étude de cas.

On se retrouve donc au Maramureș devant deux types de « couloirs de mobilité », vers et à partir de la région. Ces couloirs se superposent, au niveau des pratiques tout comme au niveau des réseaux et des ressources. Les cinq points plus concrets qu'on a abordés ici sont la circulation de l'argent, le rôle des médiateurs culturels des migrants, la question du confort et la façon d'investir dans les maisons, la problématique de la latinité et finalement l'angle terminologique, notamment le continuum tourisme - migration.

Ce qu'on reproche souvent aux études anthropologiques sur le tourisme est un manque

de pertinence pour la distinction entre les conséquences sociales du tourisme et d'autres processus de changement qui se déroulent indépendamment dans une société (Crick, 1989). En étudiant les changements sociaux et culturels entraînés par la modernisation, on constate que le tourisme en est souvent le bouc émissaire. Dans cette étude de cas, élargir le cadre à la migration de travail nous évite ce piège.

Les mobilités de toutes sortes sont aussi conséquences et causes d'une diffusion générale des modèles culturels et économiques et les gens sont exposés à un changement social rapide. Les points de départ et les points d'arrivée changent en coupant les références solides et en rendant les choix de vie difficiles. C'est dans cette ambiance que l'invention de la tradition, de l'authenticité et d'autres marqueurs identitaires

peut facilement dérapier. « La culture locale est une arène pour des choix, des justifications et des représentations conscientes de toutes sortes de voyageurs ou d'indigènes, ces dernières s'adressant souvent à des publics multiples. » (Appadurai, 1996 / 2005 : 85) Les relations et les comportements se construisent à partir des raisonnements différents de ceux économiques. Dans chacune des situations, la mobilité renforce chez ces individus les ressources et l'expertise comme double capacité de se souvenir du passé et de désirer le futur, ne se contentant pas de renverser les certitudes de la vie quotidienne, mais en ouvrant aussi la voie à de nouveaux projets et stratégies de vie. Grâce et à cause de ceux-ci, des groupes d'individus doivent vivre au rythme plus vif de l'improvisation.

Notes :

¹ Réseau de tourisme rural construit à partir du mouvement « Opérations Villages Roumains »

² Association Nationale du Tourisme Rural, Ecologique et Culturel

³ Terme proposé par Stahl comme l'équivalent de „gospodarie“

Bibliographie :

- APPADURAI, A. : « Apres le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation » (en original *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, 1996), Payot et Rivages, Paris, 2005
- BARTH, F. : „Economic spheres in Darfur“, *Themes in economic anthropology*, (ed.) R. Firth, Londres, Tavistock, 1967
- BENTHALL, J. : „The Anthropology of Tourism“, *Anthropology Today*, vol. 4, juin, 1988
- BLEAHU, A. : „Romanian Migration to Spain. Motivation, Networks and Strategies, *New Patterns of Labour Migration in Central and Eastern Europe*, Coordonnateur D. Pop, Public Policy Center, Cluj-Napoca, 2005
- CANAPA, M.-P. et CHARY F. : *Paysans et Nations d'Europe centrale et balkanique. La réinvention du paysan*, Maisonneuve, Paris, 1985
- CHAPMAN, M., PROTHERO, R. M. : *Circulation in Third World Countries*, Routledge, Boston, 1985
- CRICK, M. : „Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Serenity“, *Annual Review of Anthropology*, vol. 18, 1989, p 307-344
- CRISTEA, G. et DANCUS M. : « Maramureș, un muzeu viu in centrul Europei » (*Maramureș, un musée vivant au milieu de l'Europe*), Fondation Culturelle Roumaine, Bucarest, Bucarest, 2000

- DE HAAN, A. et ROGALY B. : „Labour Mobility and Rural Society“, Portland; Londres, 2002
- DIMINESCU, D. : „Installation dans la mobilité“ (Settlement in the mobility : The Migration to France of Romanian Peasants from the Oas Region. Social Usage of an Economic Handicap or Economic Usage of a Social Handicap? SSHA, Chicago, 1998, nov.19-22
- DIMINESCU, D., OHLINGER R. et R. REY R. : « Les circulations migratoires roumaines: Une intégration européenne par le bas? », *Social Researches*, Programme *Circulations migratoires* avec l'appui du DPM et du FASILD, 2001
- DOQUET, A. : « Des masques dogon à la dynamique actuelle des identités », Programme de recherche IRD, Bamako, *Actualités de la recherche au Mali*, no.3, 2001
- DOQUET, A. : « Se montrer Dogon. Les mises en scène de l'identité ethnique », *Ethnologies comparées – Passes recomposés*, no. 5, 2002
- GARABUAU, I. : « Pour cerner la notion d'authentique », *Anthropotes*, vol. I, no. 4, 1996
- GERAUD, M.-O. : « Esthétiques de l'authenticité : tourisme et touristes chez les Hmong de Guyane française », *Revue d'Ethnologie française – Touriste, autochtone : qui est l'étranger ?*, no.3, 2002
- GLICK-SCHILLER, N. : „The Centrality of Ethnography in the Study of Transnational Migration. Seeing the Wetland instead of the Swamp“, *American Arrivals*, 2003
- GRÜNEWALD, R. de Azeredo : „Tourism and Cultural Revival“, *Annals of Tourism Research*, vol. 29, 2002, p 1004-1021
- HARRIS, N. : *Thinking the Unthinkable. The Immigration Myth Exposed*, I.B. Tauris, Londres, 2002
- HENDRY, J. : *Wrapping Culture: Politeness*, Presentation & Power in Japan and Other Societies, Clarendon Press, Oxford, 1993
- IHORA, A. : *Le tourisme rural en Roumanie*, Mémoire de licence, Université Libre de Bruxelles, 2002
- KARNOUOH, C. : *L'invention du peuple*, Arcantère, Paris, 1990
- LAGRAVE, R. et DIMINESCU, D. : « Pour une anthropologie des migrations roumaines en France. Le cas du Pays d'Oas », *Migrations Études* no. 91, 1999, nov.-dec.
- LANFANT, M.F., JADEL, J.-P., BOYER, M. : *Le tourisme international entre tradition et modernité*, Laboratoire d'Ethnologie, Université de Nice
- LATOURET, B. : *Changer de société – Refaire de la sociologie*, Editions de la Découverte, Paris, 2006
- LONG, L. D. et OXFELD, E. : *Coming Home: Refugees, Migrants, and Those Who Stayed Behind*, University of Pennsylvania Press, 2004
- MENDRAS, H. : La fin des paysans. Changement et innovations dans les sociétés rurales françaises, *Collections U2*, Armand Colin, Paris, 1970
- MESNIL, M., MIHAILESCU, V. : « La table sens dessus dessous. De l'hospitalité agonistique », *La Revue du M.A.U.S.S.* semestrielle, Nr. 12 « Plus réel que le réel, le symbolisme », La Découverte, Paris, 1998
- MICHAUD, J. : « Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes ». *Anthropologie et sociétés*, vol. 25-2, 2001
- MIHAILESCU, V. : « Omul locului. Ideologie autohtonista în cultura română », Recueil de textes, *Teritorii, scrieri si descrieri*, coordonnateur O. Groza. Bucarest, Paideia, 2003
- MIHAILESCU, V. : *What is Anthropology at Home Good for in Times of Transition?* SSN Publications, 2004
- MORENO, J., LITTRELL, M. A. Littrell : „Negotiating Tradition. Tourism Retailers in Guatemala“, *Annals of Tourism Research*, vol. 28, 2001, p 658-685
- MOROKVASIC M., ROUDOLPH, H. Roudolph : « Migrants. Les nouvelles mobilités en Europe » L'Harmattan, Paris, 1996
- NICHOLSON, B. : „Migrants as Agents of Development: Albanian Return Migrants and Micro-Enterprise“, *New Patterns of Labour Migration in Central and Eastern Europe*, Coordonnateur D. Pop. Cluj-Napoca, Public Policy Center, Cluj-Napoca, 2005
- PRIBYTKOVA, I. : „Labour Market of Ukraine and its Migration Potential in Social Dimension“, *New Patterns of Labour Migration in Central and Eastern Europe*, Coordonnateur D. Pop. Cluj-Napoca : Public Policy Center, 2005
- RAUCH, A. : « Le tourisme ou la construction de l'étrangeté », *Ethnologie française*, 2002
- REY, V., GROZA, Groza, O., IANOS, I, PATROESCU, M.: *Atlasul Romaniei*, Editions Rao, Bucarest, 2002

- ROMHILD, R. : *Practiced Imagination. Tracing Transnational Networks in Crete and Beyond. Research Group Transnationalism*, Working Paper no. 3, 2003
- ROSENOW et PULSIPHERP : „The Good, The Bad and the Ugly“, *Cultural Survival Quarterly*, « The tourist trap – Who’s getting caught? », 1982
- SAPIR, E. : „Culture, Genuine and Spurious“, *American Journal of Sociology*, no. 29, 1924
- TAELMAN, C. : *Le potentiel de développement du tourisme rural en Roumanie*, Mémoire de licence, Université Libre de Bruxelles, 2000
- URBAIN, J.-D. : *Secrets de voyage. Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*, Payot & Rivages, Paris, 1998
- URRY, J. : *Sociology beyond Societies. Mobilities for the Twenty-First Century*, Routledge, Londres, 2000
- VERBOLE, A. : „Actors, Discourses and Interfaces in the Rural Tourism Development at the Local Community Level in Slovenia: Social and Political Dimensions of the Rural Tourism Development Process“, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 8-6, 2000
- WILLIAMS, A. M., HALL, C.M. : „Tourism, Migration, Circulation and Mobility : The Contingencies of Time and Place“, *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*, Kluwer Academic Publishers, Londres, 2002, p. 1-60

