



MASTER TOURISME

Parcours Management des Industries du Tourisme

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

LE TOURISME URBAIN, L'INSCRIPTION DE L'HABITANT DANS LA DYNAMIQUE TOURISTIQUE DE PROXIMITÉ

Présenté par :

Rozenn COQUET

Année universitaire : **2020 – 2021**

Sous la direction de :
Driss BOUMEGGOUTI



MASTER TOURISME

Parcours Management des Industries du Tourisme

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

LE TOURISME URBAIN, L'INSCRIPTION DE L'HABITANT DANS LA DYNAMIQUE TOURISTIQUE DE PROXIMITÉ

Présenté par :

Rozenn COQUET

Année universitaire : **2020 – 2021**

Sous la direction de :
Driss BOUMEGGOUTI

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e).

REMERCIEMENTS

Les travaux présentés dans ce mémoire sont l'aboutissement de plusieurs mois de recherches. Je tiens donc à témoigner ici ma reconnaissance aux personnes qui m'ont épaulée et soutenue tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

En premier lieu, je remercie M. Driss Boumeeggouti, mon maître de mémoire durant ces deux années d'étude.

Ensuite, je témoigne ma reconnaissance à toutes les personnes qui ont accepté d'être sollicitées et de participer aux études. Leur participation a été éclairante et m'a apporté une vision plus étoffée de mon sujet.

Je tiens à remercier sincèrement Sonia Moussay, Patrick Robiano et Lucas Brun, qui à eux trois constituent l'association En Quête de Patrimoine. Un merci ne suffit pas à exprimer ma gratitude envers chacun des membres de l'association. Je les remercie pour leur accueil chaleureux, leur sympathie, leur confiance et plus simplement l'opportunité professionnelle qu'ils m'ont accordée. Je tiens à souligner le formidable travail mené par l'association qui, malgré des conditions que nous savons tous extrêmement difficiles, ne recule pas devant les obstacles et contribuent à la valorisation du riche patrimoine de Toulouse et sa métropole. Je suis convaincue que de belles perspectives de développement attendent En Quête de Patrimoine à l'avenir.

Je souhaite remercier mes amies, pour toujours avoir porté un regard curieux et un intérêt réel sur l'avancement de mes travaux de recherche. Je remercie également mes camarades de classe Anne, Solène, et tout particulièrement Mathilde avec laquelle cette aventure individuelle est devenue collective.

Enfin, pour m'avoir encouragée et soutenue dans mon parcours scolaire, ils sauront pourquoi, mes remerciements vont à ma famille, Liza, Xavier, et Christine Coquet qui a par ailleurs pris le temps de relire attentivement ce mémoire.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	6
PARTIE I - LA RECOMPOSITION DE LA DYNAMIQUE TOURISTIQUE DES MÉTROPOLES URBAINES :	9
LE TOURISME DE PROXIMITÉ	9
INTRODUCTION PREMIÈRE PARTIE	10
Chapitre 1 - Le phénomène touristique en milieu urbain.....	10
Chapitre 2 - Le tourisme de proximité : envisager le tourisme et le loisir en ville différemment .	29
Chapitre 3 - Le tourisme de proximité : simple phénomène de transition ou pratique durable ? .	43
CONCLUSION PREMIÈRE PARTIE	57
PARTIE II - LE CADRE DU STAGE, ENVIRONNEMENT D'ÉTUDE ET HYPOTHÈSES	58
INTRODUCTION DEUXIÈME PARTIE	59
Chapitre 1 - L'association En Quête de Patrimoine	60
Chapitre 2 - Initier la pratique touristique de l'environnement métropolitain chez les habitants par la médiation et la valorisation patrimoniale	72
Chapitre 3 - Les enjeux du travail d'En Quête de Patrimoine pour les habitants : problématique, hypothèses et méthodologie	82
CONCLUSION DEUXIÈME PARTIE	95
PARTIE III – ANALYSE DES RÉSULTATS OBTENUS, INTERPRÉTATION ET PRÉCONISATIONS	96
INTRODUCTION TROISIÈME PARTIE	97
Chapitre 1 – L'évolution chronologique du rapport de l'habitant à son environnement urbain par le prisme de la médiation	98
Chapitre 2 – La modification des rapports de l'habitant à sa ville par la pratique touristique de son environnement spatialement proche : éléments de réponse apportés aux hypothèses .	107
Chapitre 3 – Apport de la théorie à l'opérationnel : préconisations générales et limites.....	117
CONCLUSION TROISIÈME PARTIE	125
CONCLUSION GÉNÉRALE	126
BIBLIOGRAPHIE	130
TABLE DES ANNEXES	135
ANNEXES	136
TABLE DES FIGURES	179
TABLE DES TABLEAUX	179
TABLE DES MATIÈRES	180

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans notre société, le tourisme est aujourd'hui un phénomène démocratisé. Avant la crise de la covid-19, l'espace urbain était devenu un des espaces réceptifs privilégiés par les touristes. Le phénomène touristique urbain s'est développé en Europe avec l'accroissement des mobilités, et notamment l'émergence des vols *low cost*. L'augmentation des mobilités a contribué à l'attractivité des grandes métropoles européennes. Jusqu'à 2020, les *city-break* (courts séjours) représentaient le symbole de la consommation touristique urbaine. L'introduction de l'activité touristique au sein d'un espace n'est jamais anodine et, avant la crise sanitaire, les rues bondées de Barcelone, les eaux polluées des canaux de Venise, ou la gentrification des quartiers de Lisbonne, étaient devenues les symboles des maux que peuvent éprouver les populations locales envers cette activité. Entre apport économique et dépossession des lieux de vie des habitants, le tourisme urbain repose sur un équilibre complexe. Pourtant, le tourisme est aujourd'hui une pratique réalisée par beaucoup, et, avant la covid-19, l'habitant qui exprimait une saturation de la pratique dans son espace, endossait lui aussi occasionnellement le rôle du touriste décrié au sein d'une autre ville. Cette accessibilité du tourisme a contribué à la modification de la morphologie des villes, qui sont devenues des espaces de récréation en quête d'attractivité. Ainsi, les frontières entre tourisme et loisirs semblent de plus en plus poreuses, et l'habitant en recherche de rupture avec le quotidien réalise désormais des pratiques qui s'apparentent à des pratiques touristiques d'un touriste extérieur. Or, par la multitude d'offres touristiques, de loisirs, et la multifonctionnalité de leurs espaces, les métropoles représentent des lieux favorables au tourisme endogène et au dépaysement de proximité.

En dépit de certaines définitions institutionnelles, le point de vue adopté tout au long de ce mémoire est qu'un habitant peut être un touriste dans sa propre ville. Ce point de vue, déjà émergent dans la littérature touristique, et pratiqué par certains individus, a été appuyé par la crise sanitaire qui a restreint les mobilités de tous.

Ce mémoire part donc du postulat qu'un habitant peut adopter une démarche touristique au sein de sa propre ville. Le touriste endogène, au contraire du touriste exogène, n'est pas voué à ne plus avoir accès à l'environnement approché au cours de la pratique. Dès lors, la question de l'évolution de son rapport à son environnement à la suite de l'adoption d'un regard touristique sur celui-ci peut être soulevée. Cette interrogation conditionnera l'angle adopté au cours du développement de cette étude.

La première partie de ce mémoire constituera la base théorique permettant de contextualiser le sujet ainsi que les champs d'études explorés. Grâce à une revue de littérature, cette partie permettra de faire le lien entre le milieu urbain, le tourisme urbain, le tourisme de proximité, la figure de l'habitant-touriste. Aux éléments énoncés s'ajoutera un parallèle avec la crise sanitaire qu'il est incontournable de prendre en compte dans l'étude, tant elle bouleverse et interroge le secteur du tourisme en 2021.

La seconde partie de ce mémoire corrélera apport théorique et professionnel dans le cadre du stage de fin d'études réalisé dans l'association En Quête de Patrimoine. Grâce à l'organisme de stage, la base théorique s'inscrira dans une recherche plus spécifique conditionnée autour des activités de médiation et de valorisation patrimoniale, qui représentent l'essence même de l'association. Ainsi, la mise en rapport des différentes facettes de l'étude permettra de distinguer la problématique, les hypothèses, et la méthodologie employée.

La troisième et dernière partie de ce mémoire reposera quant à elle sur l'examen et l'analyse des résultats obtenus au cours des études dispensées. Cette analyse permettra d'apporter des éléments de réponse à la problématique et aux hypothèses émises. À cela s'ajouteront d'autres réflexions sous forme de préconisations.

Les propos énoncés dans ce mémoire sont issus de recherches de terrain, d'ouvrages théoriques, de nombreux articles scientifiques, mais également d'articles professionnels et grand public, sourcés et consultables en note de bas de page et bibliographie.

Tableau 1 : Méthodologie et structure de la réflexion du mémoire

Processus	Contenu
Mémoire de première année	Reprise et adaptation du sujet qui portait sur le tourisme de proximité en milieu urbain.
Question de départ	Quels peuvent être les effets de la pratique d'un tourisme de proximité sur les habitants d'une métropole ?
Problématique	Comment, et dans quelle mesure, la constitution d'une offre touristique de proximité en milieu urbain, basée sur la valorisation du patrimoine, peut-elle inscrire l'habitant dans de nouveaux rapports à son environnement ?
Champ d'étude	L'espace urbain, le tourisme de proximité, les pratiques touristiques endogènes au sein des métropoles, la médiation, la valorisation patrimoniale.
Hypothèses	<ul style="list-style-type: none"> • Hypothèse 1 : La pratique d'un tourisme de proximité basé sur la médiation patrimoniale est vectrice d'appartenance et d'appropriation de l'habitant à son environnement ; • Hypothèse 2 : La valorisation patrimoniale par des activités de médiation adressées aux habitants contribue à les sensibiliser et à les impliquer dans leur espace ; • Hypothèse 3 : La valorisation d'un patrimoine proche par la médiation encourage et incite l'habitant à adopter ou à renouveler une démarche touristique de proximité.
Terrain d'étude	L'association En Quête de Patrimoine et les habitants de la métropole toulousaine, anciens participants aux médiations de l'association.
Collecte des données	Réalisation d'entretiens qualitatifs avec d'anciens participants à une médiation patrimoniale effectuée avec l'association En Quête de Patrimoine. Dans le cadre du stage, au sein de l'association En Quête de Patrimoine, administration d'une enquête recueillant les impressions des participants à une médiation en autonomie sous la forme d'un jeu-concours photographique.
Traitement et analyse des données	Confrontation des données recueillies au cadre d'étude théorique.
Résultats	Réponses aux hypothèses et à la problématique formulée.

**PARTIE I - LA RECOMPOSITION DE LA DYNAMIQUE
TOURISTIQUE DES MÉTROPOLIS URBAINES :
LE TOURISME DE PROXIMITÉ**

INTRODUCTION PREMIÈRE PARTIE

La première partie de cette étude repose sur un travail exploratoire qui reprend les thématiques majeures du sujet, et s'attache à définir et à comprendre l'espace urbain, le tourisme urbain, le tourisme de proximité, ou encore les différents enjeux que soulève la crise de la covid-19 pour l'activité touristique générale et en milieu urbain. Cette partie consacrée à des travaux de recherche aura pour vocation de mieux appréhender les notions et concepts qui seront mobilisés au cours de cette étude.

CHAPITRE 1 - LE PHÉNOMÈNE TOURISTIQUE EN MILIEU URBAIN

Le tourisme en milieu urbain est une pratique répandue et l'une des formes de tourisme les plus plébiscitées pour les courts séjours avant la crise de la covid-19, en raison de la multitude d'offres et d'expériences que les métropoles proposent. Notre sujet étant basé sur la pratique touristique en milieu urbain, c'est pourquoi il apparaît pertinent de contextualiser le tourisme au sein de l'environnement urbain qui est le cadre de l'étude.

1. L'espace urbain : un espace complexe au enjeux multiples

1.1 Comprendre la ville et l'espace urbain

La ville est un espace aujourd'hui commun et qui fait sens pour de nombreux individus. Pourtant, ce terme n'a cessé d'évoluer au cours de l'histoire. Prenant ses origines du mot latin « villa », qui désignait dans l'Antiquité la maison de campagne, la ville est ensuite devenue une agglomération dès l'époque gallo-romaine¹. En somme, elle est un lieu d'accumulation.

¹ Dictionnaire Littré. *Définition « ville » [en ligne]*. Disponible sur <https://www.littre.org/definition/ville>. (Consulté le 01-2-21).

La ville au sens le plus large désigne :

« Le lieu de concentration des hommes et d'accumulation historique [...]. C'est à la fois l'accumulation des vivres (ou des richesses), qui permet de dégager des surplus pour des classes sociales non productives, et donc de stimuler les échanges, l'accumulation des strates, qui surélève progressivement le niveau des rues et du bâti, et l'accumulation humaine »².

De nos jours, le mot « ville » fait partie du langage courant, et ce, même lorsqu'il s'agit de se référer à l'urbain. Ce dernier est un terme plus actuel qui est employé pour désigner « *ce qui se rapporte à la ville* »³. Cette transition de la ville à l'urbain, ou plutôt à l'urbanisation des espaces, a été décrite par le géographe Lussault. Selon lui,

« Les trois urbanisations vécues dans nos sociétés au cours de l'histoire sont : la cité, la ville et l'urbain. La ville est alors héritière de la cité et cède devant l'urbain généralisé. L'urbain se déploie partout, sans bornes claires, tout en multipliant les limites internes »⁴.

La ville est devenue un véritable lieu stratégique, décisionnel, de concentration des richesses et du pouvoir, aux frontières mouvantes et dont l'attractivité ne cesse de croître. On assiste aujourd'hui à un phénomène d'urbanisation à l'échelle mondiale. Selon un rapport des Nations Unies publié en 2018, on prévoit en 2050 à « *deux personnes sur trois le nombre d'habitants des villes ou autres centres urbains* »⁵.

En France, les flux de population convergeant vers les espaces urbains n'ont cessé d'augmenter.

² Géoconfluence. *Définition « ville » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/ville>. (Consulté le 05-2-21).

³ Géoconfluence. *Définition « urbain » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/urbain>. (Consulté le 05-2-20).

⁴ *Ibid.*

⁵ ONU. *2,5 milliards de personnes de plus habiteront dans les villes d'ici 2050 [en ligne]*. Disponible sur <http://bit.ly/37ENGw2>. (Consulté le 25-3-21).

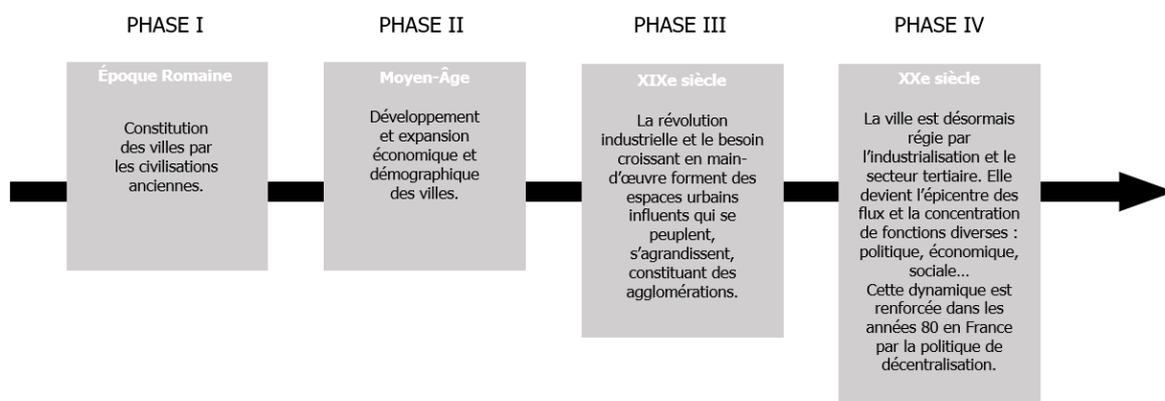
Lors du dernier grand recensement de 2007, la part de la population française résidant au sein d'un espace pouvant être qualifié d'urbain était de plus de 77,5 %⁶.

Si aujourd'hui les géographes s'accordent sur le sens commun de l'espace urbain, la qualification de ce dernier reste entourée de subjectivité au niveau mondial, car marqué par les événements géographiques, sociologiques, démographiques, historiques..., qui ont façonné les nations.

1.2 La structuration de l'espace urbain en France

En France, l'évolution de la cité à l'espace urbain au cours des siècles a été marquée par quatre grandes phases. Ces phases, qui apparaissent dans la frise ci-dessous, ont mené aux politiques de structuration de l'espace urbain que nous connaissons aujourd'hui.

Figure 1 : L'évolution de la cité à l'espace urbain en France⁷



De nos jours, l'espace urbain français est contrôlé, structuré et défini. Il convient alors de comprendre les termes associés à cet espace vaste pour en percevoir les diverses dynamiques et enjeux qui s'y opèrent.

⁶ Insee. *Le découpage des unités urbaines de 2010* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280970>. (Consulté le 05-15-20)

⁷ Boumegegouti Driss. *Le tourisme urbain*. Cours de Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2019.

En France, lorsque l'on évoque l'urbain, on parle avant tout d'unité urbaine, qui est une commune (ou un ensemble de communes), constituée d'une zone bâtie continue de plus de 2 000 habitants⁸. Si cette unité dispose de plus de 10 000 emplois, elle constitue un pôle qualifié d'urbain. Quand 40 % de la population habitent une unité urbaine ou une commune rurale, travaillent en dehors de celle-ci, mais dans son pôle urbain, on parle alors de communes périurbaines. Lorsqu'une unité urbaine réunit un pôle urbain et des communes périurbaines, elle devient une aire urbaine qui peut être petite (entre 1 500 et 5 000 emplois dans l'aire urbaine), moyenne (entre 5 000 et 10 000 emplois) ou grande (plus de 10 000 emplois)⁹.

Le terme « agglomération » quant à lui est apparu avec le phénomène d'urbanisation générale, et traduit l'évolution des moyens de transport, l'implantation de centres commerciaux et zones d'activités en périphérie des villes-centres. Ces éléments, qui constituent l'agglomération, conduisent à diversifier les pratiques dans l'espace urbain¹⁰.

On utilise aussi régulièrement le mot « métropole », qui fait référence aux grandes agglomérations et unités urbaines qui exercent des activités de commandement ou sont dotées de fonctions spécialisées (économique, politique, innovation...), et rayonnent en dehors de leurs frontières physiques et à différentes échelles (régionale, nationale ou mondiale). On les appelle « zones d'influence »¹¹. En France, elles sont au nombre de vingt-deux, et reconnues par l'État par la loi de réforme des collectivités territoriales du 16 décembre 2010.

⁸ Insee. *Le découpage des unités urbaines de 2010 [en ligne]*. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280970>. (Consulté le 25-3-21).

⁹ Insee. *Définition « Aire urbaine » [en ligne]*. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c2070> (Consulté le 25-03-21).

¹⁰ Géoconfluence. *Définition « agglomération » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.enslyon.fr/glossaire/agglomeration>. (Consulté le 25-3-21).

¹¹ Géoconfluence. *Définition « métropole » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.enslyon.fr/glossaire/metropole>. (Consulté le 25-3-21).

Elles sont dotées d'un statut juridique et ont vu leurs compétences se renforcer depuis la loi de Modernisation de l'Action Publique Territoriale et d'Affirmation des Métropoles (MAPTAM) du 27 janvier 2014, notamment dans le domaine des aménagements (spatial, économique, social ou culturel), mais également dans la gestion des populations et services¹². Le statut de métropole peut être conféré à un espace urbain français de plus de 400 000 habitants et à une aire urbaine de plus de 650 000 habitants¹³.

Au-delà de la simple dimension physique et démographique, la structuration de l'urbain en France repose également sur les phénomènes d'influence et d'attraction qui confèrent ou non une plus grande importance aux villes.

La suite de l'étude s'orientera d'ailleurs sur les espaces urbains métropolitains au sens établi par l'État français.

1.3 Les métropoles : des espaces multifonctionnels définis par les mobilités

Plus que des grandes villes, les métropoles sont devenues des lieux concentrant différentes fonctions politiques, économiques, de production, résidentielles, ludiques et récréationnelles... Ces dernières peuvent à présent être qualifiées de multifonctionnelles. Ce caractère multifonctionnel, désormais intrinsèque aux métropoles, est notamment lié au développement des mobilités.

La mobilité désigne « *un changement de lieu accompli par une ou des personnes* »¹⁴. De manière générale, la mobilité n'est pas seulement caractérisée par le déplacement physique, elle englobe également des notions telles que l'accessibilité ou les technologies. Souvent motivée par des aspects sociaux ou professionnels, elle peut être l'objet d'un choix volontaire ou être subie par les individus.

¹² CGET. *Métropoles & métropolisation [en ligne]*. <https://www.cget.gouv.fr/dossiers/metropoles-metropolisation>. (Consulté le 25-03-21.)

¹³CGET. *Les métropoles [en ligne]*. <https://www.gouvernement.fr/action/les-metropoles> . (Consulté le 28-3-21.)

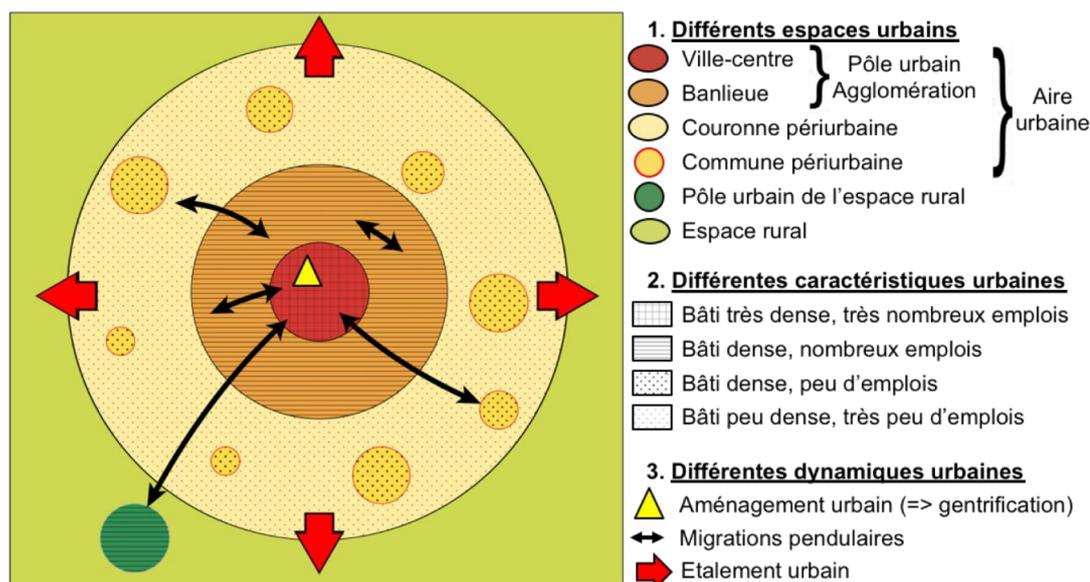
¹⁴ Géoconfluence. *Définition « Mobilité » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/mobilite>. (Consulté le 26-3-21).

Depuis le XVIII^e siècle et le développement des chemins de fer, les mobilités n'ont cessé d'augmenter, favorisées par des moyens de transport qui se sont démocratisés, à l'image de la voiture au XX^e siècle et l'avion dans les années 80. Certains de ces moyens de transport ont été introduits au sein même des espaces métropolitains, afin d'en faciliter l'accès et la circulation des différents flux.

Pour les métropoles, les mobilités constituent un enjeu majeur et évoluent au gré des politiques d'aménagement instaurées.

En France, l'urbanisation s'est réalisée principalement avec la construction après la Seconde Guerre mondiale, puis a été encouragée par des politiques favorisant l'accès à la propriété dans les années 1970. Cela se traduit encore aujourd'hui par une urbanisation relativement diffuse et qui se déploie largement en dehors des centres-villes (LE BRETON, *et al*, 2000, p. 19). Ainsi, les espaces périurbains autour des métropoles sont nombreux et engendrent des flux quotidiens importants, tels que les fameux flux pendulaires (domicile-travail) qui entraînent des congestions sur les axes routiers aux abords des métropoles. Marqués par la séparation spatiale et fonctionnelle (quartier résidentiel, quartier d'affaires...), mais également par une séparation sociale (quartiers périphériques marginalisés), les besoins en mobilité et la dépendance aux transports sont très forts dans l'environnement métropolitain. Pour répondre à ces besoins de plus en plus complexes, les métropoles déploient des réseaux routiers et ferroviaires, et multiplient les transports en commun pour absorber les flux centrifuges et centripètes qui convergent vers le centre-ville. Par les services publics, les métropoles démocratisent l'autonomie et la vitesse de déplacement des individus : ce qui facilite et contribue au dynamisme économique de la ville. Réels enjeux économiques, d'attractivité et de compétitivité, les mobilités sont au cœur de la dynamique multifonctionnelle de la ville. Toutefois, les mobilités restent encadrées par le pouvoir législatif, qui prévoit à travers des documents d'urbanisme, d'orienter les choix d'aménagement des métropoles.

Figure 2 : Schéma de l'organisation et des dynamiques d'une aire urbaine¹⁵



Depuis 1982, la Loi d'Orientation des Transports Intérieurs (LOTI) oblige les métropoles de plus de 100 000 habitants à répondre aux besoins en mobilité urbaine. Cette loi prévoit un Plan de Déplacement Urbain (PDU), qui planifie, organise et articule les mobilités des individus et marchandises. Ce plan est intégré au Plan Local d'Urbanisme (PLU), qui lui encadre et prévoit l'aménagement. Le PDU doit être en cohérence avec le Schéma de Cohésion Territoriale (SCOT). Depuis l'an 2000, la loi relative à la Solidarité et au Renouvellement Urbain (SRU) donne plus d'importance au PDU. Depuis 2019, afin d'adapter les systèmes de transports et l'aménagement urbain aux enjeux et défis écologiques, la Loi d'Orientation des Mobilités (LOM) favorise et règlemente les mobilités douces, et prévoit des plans de mobilité qui intègrent toutes les formes de mobilité. Ces nouveaux plans ont vocation à remplacer le PDU.

¹⁵ Site de M. Molaic. *Les aires urbaines, nouvelle géographie de la France mondialisée*, 22-7-2020. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/2QgChQ7>. (Consulté le 1-4-2021).

1.4 Lieu d'exposition et de confrontation

Espace complexe d'appréhension, l'urbain n'est pas uniquement soumis à des phénomènes physiques, la ville est avant tout un organisme vivant (JANIN, 2009, p. 90). En effet, la ville est également le théâtre de nombreux phénomènes sociaux dus à la multiplication d'êtres sociaux au sein d'un espace commun. Ces dynamiques urbaines sont d'ailleurs des marqueurs qui définissent et façonnent les espaces urbains. Pour le géographe Levy, c'est par la coprésence et l'interaction sociale qu'un espace peut être appelé « urbain » (LEVY, LUSSAULT, 2013). C'est d'ailleurs le géographe Levy qui a popularisé la notion d'urbanité, qui désigne en géographie le lien entre l'organisation spatiale d'un lieu et les interactions sociales. Selon lui, l'urbanité repose sur une combinaison entre la densité (démographique, du bâti...), et la diversité (sociologique, activités, fonctionnelle, temporelle...). L'augmentation de la taille d'un espace renforce le couple densité-diversité, et multiplie les interactions et contacts au sein de cet espace. Ainsi les métropoles sont des lieux de forte urbanité. Celle-ci se reflète notamment dans les espaces publics, véritables scènes d'exposition à la mixité sociale par la coprésence d'individus de différentes classes sociales dans un même lieu. S'opère également une mixité fonctionnelle, qui confère des fonctions de loisir, de commerce ou d'habitation à l'espace¹⁶. Espaces hétérogènes, parfois même ségrégués, qui abritent des modes de vie et comportements singulièrement différents (FIJALKOW, 2017, p. 55), les métropoles constituent des lieux à l'urbanité marquée qui permettent et facilitent la diffusion et l'infusion des pratiques et modes d'habiter.

¹⁶ Treize Minutes, Lévy Jacques. *Urbanité : la force des liens faibles [en ligne]*. Disponible sur <https://vimeo.com/121451668>. (Consulté le 10-4-21).

2. La pratique touristique dans l'espace urbain

2.1 Le tourisme urbain

À l'image de l'espace littoral ou de la montagne, en raison de ses multiples usages, l'espace urbain fait l'objet d'une mise en tourisme et est un support de cette activité.

Le tourisme a été introduit au XVIII^e siècle avec le Grand Tour, qui consistait en un voyage initiatique de la jeunesse aristocratique anglaise à travers l'Europe. L'activité touristique s'est au fil des siècles diffusée jusqu'à devenir un phénomène d'ampleur. Dès le XIV^e siècle, et l'apparition des théories hygiénistes, on prête au tourisme des vertus thérapeutiques qui ont mené entre le XIV^e et le XX^e siècle à la construction de stations balnéaires et de montagne par l'aristocratie puis la bourgeoisie.

La démocratisation et la normalisation du tourisme vont apparaître après la Seconde Guerre mondiale. Dès lors, le tourisme se massifie en créant, sous l'impulsion d'acteurs financiers et de promoteurs immobiliers, de nouvelles stations, parfois même ex nihilo, destinées à répondre aux besoins de plus en plus hédonistes de la population et à la demande croissante en loisirs.

La diffusion du phénomène touristique a redéfini les espaces et nos rapports à ceux-ci. Principalement pratiqué par des urbains lors de sa diffusion, le tourisme a également contribué à la reproduction des pratiques urbaines quotidiennes au sein même des lieux touristiques. À l'image des stations touristiques qui, selon l'équipe MITT (groupe français de recherche Mobilités, Itinéraires, Tourismes), ont émergé par un processus d'urbanisation spécifique où le transfert de la monumentalité, des aménités et de services urbains est au centre (ÉQUIPE MIT, 2002). Autrement dit, l'introduction de pratiques touristiques et urbaines dans un lieu crée une urbanité et urbanise ce dernier.

Le tourisme urbain quant à lui est une forme de tourisme qui résulte de la pratique d'une activité touristique et de loisir en milieu urbain. Toutefois, la multifonctionnalité de l'espace urbain complexifie la définition précise du phénomène. Dès les années 90, les géographes tentent de définir cette forme de tourisme et, selon le géographe Caze, toute pratique touristique dans un espace de plus de 2 000 habitants peut être considérée comme du tourisme urbain (CAZES, POTIER, 1996, p. 8).

Longtemps dépréciées, les grandes villes étaient fuies. En effet, avant les années 60 et les premières politiques d'aménagement et embellissements, les villes-centres étaient en déclin, les commerces de proximité étaient concurrencés par l'installation des complexes commerciaux et grandes surfaces en périphérie. Les périphéries qui, justement, attiraient à l'époque de nombreux ménages. Ces facteurs avaient conduit à une certaine paupérisation et taudification du bâti, notamment dans les centres historiques¹⁷. La pratique touristique était donc réalisée dans les espaces balnéaires, montagnards et ruraux, afin de répondre aux besoins de bien-être et d'espace des touristes citadins. Cependant, à partir des années 80, des évolutions sociétales, à l'image de l'avancement de l'âge de départ à la retraite, de l'augmentation du nombre de couples actifs, de célibataires, et familles monoparentales, le tout cumulé au développement des mobilités automobiles et aériennes, créent un regain d'intérêt pour les grandes villes et métropoles (CAZES, POTIER, 1996, p. 26). L'accroissement des liaisons aériennes *low cost* a achevé la démocratisation de cette forme de tourisme, en décroissant et en brouillant les rapports à la distance et au temps. Ainsi, les *city break*, qui sont des très courts séjours dans les grandes villes européennes, étaient devenus communs avant la crise du covid-19 en mars 2020.

« On bouge beaucoup, de plus en plus souvent, pour des périodes de plus en plus courtes, au point même que s'est mis en place un tourisme international de proximité. Un week-end à Lisbonne, Berlin, Saint-Pétersbourg ou Cracovie n'est plus un grand voyage » (URBAIN, 2012).

Toutefois, le tourisme urbain ne se limite pas aux voyages d'agrément. Il englobe également un large aspect attaché au tourisme d'affaires, incluant séminaires, congrès, déplacements d'affaires. Ce volet « affaires » du tourisme urbain ne sera pas développé dans la suite de l'étude.

¹⁷ Boumeggouti Driss. Géographie du tourisme. Cours Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2019.

2.2 Le tourisme : une activité au cœur des stratégies des métropoles

Créateur d'emplois, générateur de consommation et d'entrées de devises sur le territoire d'accueil, vitrine du dynamisme de la ville sur scène nationale et internationale, le développement de l'activité touristique représente un enjeu considérable pour les grandes métropoles.

À ce titre, des stratégies sont pensées et érigées afin de mettre en tourisme le territoire. Ces stratégies se basent principalement sur l'aménagement urbain et le patrimoine monumental bâti, support et élément majeur d'attractivité touristique. Ainsi, le patrimoine urbain devient l'objet de mise en valeur, mise en scène et de protection. Cette protection intervient en France dès les années 60, avec la création de la loi Malraux, qui encourage les propriétaires de constructions présentant un intérêt patrimonial et culturel dans des zones définies, à engager des travaux pour conserver ce patrimoine urbain¹⁸. Puis, à partir de 1979, et sous l'impulsion de la loi sur la décentralisation, des Zones de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) sont délimitées afin de mettre en valeur et protéger le patrimoine urbain. Depuis 2010, les ZPPAUP ont été remplacées par les Aires de mise en valeur de l'architecture¹⁹ et du patrimoine (Avap), qui ont les mêmes objectifs que les ZPPAUP, mais qui intègrent dorénavant une dimension durable. Ce sont des moyens de sauvegarde et de protection, mais aussi des facteurs d'attractivité pour les destinations, comme l'inscription d'un patrimoine sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Bordeaux, par exemple, est une ville qui a bénéficié d'une grande attractivité suite à l'inscription de l'unité patrimoniale du « Port de la lune » en 2007.

La protection du bâti n'est pas la seule mesure utilisée par les métropoles afin de devenir des espaces attractifs. En effet, à cela s'ajoutent des stratégies d'aménagement, et la mobilisation d'outils tels que les événements, ou encore le marketing territorial.

¹⁸ CGET. Dispositif fiscal Malraux [en ligne]. Disponible sur <https://www.cget.gouv.fr/dossiers/dispositif-fiscal-malraux>. (Consulté 24-2-2020).

¹⁹ Ministère de la Culture. *Les ZPPAUP-AVAP [en ligne]*. Disponible sur <http://bit.ly/2Tt4CS7>. (Consulté le 24-2-2020).

Ainsi, la mise en tourisme fait partie d'une politique d'aménagement volontariste des villes. Ces stratégies s'appuient principalement sur le patrimoine bâti qui constitue « *une ressource au développement du tourisme en ville* » (FEREROL, 2019, p. 6). Par la mise en avant de ce qui fait leur particularité, les métropoles opèrent des transformations dans l'objectif d'attirer les acteurs avec des capitaux importants, dont les touristes (BONARD, FELLI, 2008, p. 11).

Toutefois, la préservation et la mise en valeur du patrimoine urbain par la patrimonialisation ne sont pas les seuls leviers des villes pour tenter de faire converger les flux. En effet, depuis les années 80 l'évènement urbain fait partie des stratégies déployées. Offrant aux villes une visibilité qui s'accroît selon l'importance de l'évènement, ce dernier a pleinement investi les métropoles. Selon Chaudoire, les évènements urbains maintiennent la cohésion sociale tout en favorisant la diversité. Ils permettent de soutenir le développement endogène, c'est-à-dire les loisirs des habitants, mais s'inscrivent également dans une logique de valorisation de la ville, nécessaire dans un environnement concurrentiel entre les métropoles (CHAUDOIRE, 2007).

La ville est patrimonialisée, événementialisée, et désormais elle s'artialise²⁰. L'art devient un outil de valorisation notamment avec le *street-art*²¹. Cet art urbain qui était autrefois méprisé et décrié, est aujourd'hui demandé, protégé voire patrimonialisé, à l'instar des œuvres du célèbre artiste anglais Banksy à Paris, ou bien celles de Space Invaders à Toulouse.

La protection du bâti, l'aménagement et la construction de stratégies de développement touristique et d'attractivité sont au cœur des enjeux de la ville. Étant des espaces multifonctionnels, les métropoles se doivent à présent, pour être dynamiques, de concilier différentes stratégies en vue de devenir des espaces attractifs, qui rayonnent sur la scène internationale.

²⁰ L'artialisation est un phénomène qui désigne dans ce cas une intervention artistique modifiant un lieu.

²¹ Le « Street art » est l'art, développé sous une multitude de formes, dans des endroits publics ou dans la rue.

Banksy art, *Qu'est-ce que le street art?* [en ligne], Disponible sur <http://www.banksy-art.com/street-art.html>. (Consulté le 18-4-2021).

Les métropoles françaises et européennes se livrent à une concurrence accrue et investissent lourdement. Telles des entreprises, elles se dotent d'une marque et d'un logo pour mieux se vendre auprès des néo-habitants, touristes, entreprises, investisseurs...

2.3 Une activité vectrice de maux chez les populations locales

La protection du patrimoine revêt une importance primordiale. Cependant, on constate, et plus particulièrement dans l'espace urbain, qu'une mise en écrin des monuments et sites d'une ville par des stratégies de patrimonialisation peut conduire à terme à des phénomènes de muséification des centres urbains. Ceci contribue certes à augmenter la valeur d'un espace en termes de regard porté et conféré, mais également la valeur du foncier sur la zone. Le tourisme entretient des rapports marchands et capitalistiques avec le foncier notamment, et cela produit des effets sur l'ordre urbain (NAHRAT, Stock, 2012, p. 11). L'habité permanent devient un habité touristique temporaire, les commerces de proximité sont remplacés par des commerces à destination des touristes (PAQUOT, 2016, p. 88). Le tourisme donne alors lieu à la muséification des villes-centres et du patrimoine urbain. La muséification n'est pas un constat nouveau. Mais avec l'émergence du tourisme collaboratif et les plateformes de location immobilière de courte durée comme *Airbnb*, la muséification s'étend à plusieurs métropoles. Nombre d'entre elles ont décidé de prendre des mesures pour endiguer ce phénomène en restreignant et en encadrant la gestion des locations de courte durée.

Privatisés, marchandisés, les habitants sont exclus de l'espace de rayonnement des métropoles contenant les éléments d'attractivité (palais des congrès, monuments...) (DUBOIS, CREON, 2001) et cela renforce la ségrégation urbaine (MATHIEU, 2013). De plus, l'aménagement métropolitain orienté vers des stratégies de développement touristique accentue la délimitation de l'espace, qui perd son caractère plurifonctionnel. Un phénomène de zonage s'instaure alors, compartimentant la ville par fonction (loisir, habitation, commerce).

Ce sont ces sentiments de dépossession du territoire qui mènent à des conflits entre touristes et habitants, pour et à cause des modalités d'appropriation de l'espace et des ressources sur le territoire (DELAPLACE, SIMON, 2017, p. 119).

Ces conflits entre touristes et résidents, engendrés par la mise en tourisme du territoire, sont très diversifiés, mais restent latents et indirects (DELAPLACE, SIMON, 2017, p. 119). On peut citer : les nuisances sonores, l'accaparement de l'habitat, la gestion de l'eau, la gestion des déchets... L'hybridation des espaces urbains peut donc conduire à un sentiment de mal-être des populations locales qui dérivent vers des ressentiments à l'égard de l'activité touristique dans la ville.

Ces conflits, vécus au quotidien par les habitants des quartiers touristiques des métropoles, peuvent conduire à des expressions de rejet envers l'activité touristique et les touristes eux-mêmes. Dans les métropoles européennes les plus touchées (comme Barcelone, Amsterdam ou Berlin), pour décrire ce phénomène de tourisme de masse, qui mène au surtourisme ou en anglais à *l'over tourism*, on emploie aussi le terme popularisé entre 2014 et 2017 de « tourismophobie ». La tourismophobie correspond à un :

« Rejet de l'industrie touristique et de ses partenaires institutionnels (administrations publiques, municipalités, offices de tourisme, administrations portuaires et aéroportuaires) et commerciaux (OTA, hôtels, attrait, transporteurs) par des habitants d'un territoire, qui se sentent légitimement ou non dépossédés de leurs droits, avantages et paisibilité »²².

Ces conflits, liés aux comportements laxistes des touristes, à la mauvaise gestion des flux et aux modifications de l'environnement quotidien, sont dus à l'appropriation des espaces et des ressources des territoires (DELAPLACE, SIMON, 2017, p. 119). Ce qui donne lieu à des manifestations publiques, des affiches et banderoles dans l'espace public pour exprimer ce mécontentement.

Pourtant, les métropoles tentent d'endiguer ces ressentiments par diverses mesures. Par exemple, Amsterdam réprime plus fortement les incivilités, et organise des nettoyages de l'espace public plus réguliers, Barcelone crée des zones d'exclusion hôtelière dans le centre-ville, dans le but de mieux répartir les flux touristiques sur la métropole. Créateur de richesses et de rayonnement, mais

²² Welcome City Lab. *Cahier-tendance*, n° 3, 2018, p.21. [en ligne]. Disponible <https://welcomcitylab.parisandco.paris/Services/Veille>. (Consulté le 20-4-2021).

également vecteur de contraintes pour les locaux, le tourisme ne fait pas toujours l'unanimité. Néanmoins, les habitants des métropoles ne représentent pas une foule homogénéisée qui rejette massivement le tourisme. Une enquête du cabinet d'études TCI-Research révèle que dans plusieurs grandes métropoles européennes, bien que les nuisances que représentent la foule, les bruits, la pollution ou l'augmentation des prix du foncier soient décriées, beaucoup de locaux sont fiers du développement touristique de leur métropole, même si toutefois ils ne s'y sentent pas ou que très peu intégrés²³. Ce manque d'intégration peut alors accentuer le malaise lors de l'exposition à l'altérité.

3. Un espace en pleine mutation : covid-19

3.1 La crise sanitaire : le marqueur d'une industrie essoufflée

Entre la fin de l'année 2019 et le début 2020 s'est rependue une pandémie mondiale : la covid-19. Le gouvernement français décrit la covid-19 comme :

« Le virus identifié en janvier 2020 en Chine est un nouveau coronavirus, nommé SARS-CoV-2. [...] Les coronavirus sont une famille de virus qui provoquent des maladies allant d'un simple rhume (certains virus saisonniers sont des coronavirus) à des pathologies plus sévères (comme les détresses respiratoires du MERS, du SRAS ou de la covid-19) »²⁴ .

Ce virus, présentant de grands dangers, s'est propagé à travers la planète. Le 11 mars 2020, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) qualifiait la maladie de pandémie mondiale²⁵. Son apparition a été un réel choc pour tous. Se transmettant par les voies aériennes et le contact à autrui, la covid-19 a contraint les individus à l'échelle mondiale à ralentir leur déplacement ainsi que leurs contacts sociaux.

²³ *Idid*, p.24.

²⁴ Gouvernement. Comprendre la COVID-19, 28-1-2021. [en ligne]. Disponible sur <https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus/comprendre-la-covid-19>. (Consulté le 10-4-2021).

²⁵ Organisation mondiale de la Santé. COVID-19 – Chronologie de l'action de l'OMS, 27-4-2020. [en ligne]. Disponible sur <https://www.who.int/fr/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>. (Consulté le 10-4-2021).

Ce virus mondialisé a restreint les libertés et mobilités et, dans de nombreux pays, la lutte contre la maladie s'est traduite par des confinements et des restrictions lourdes : limitation des déplacements, couvre-feux, restriction du nombre d'individus pouvant se réunir en groupe, port du masque, distanciation sociale, fermeture des lieux recevant du public, à l'image des magasins et restaurants...

Impliquant un déplacement sur un territoire d'accueil et reposant sur la rencontre et la découverte de l'ailleurs, le secteur du tourisme a été touché de plein fouet par la crise. Reflet emblématique et représentatif de la société de consommation mondialisée dans laquelle nous évoluons, « *le tourisme de masse s'est développé sur les valeurs de la société de consommation et de la mondialisation à outrance. L'épidémie de covid-19 nous fait prendre conscience que le modèle progressiste est saturé* »²⁶.

Depuis déjà plus d'une décennie, les spécialistes constatent l'épuisement du modèle touristique actuel, érigé il y a maintenant plus de 50 ans, durant les Trente Glorieuses. Ce modèle a favorisé la diffusion d'un tourisme de masse, industriel, inscrit dans une logique de performance et d'efficacité basée sur l'augmentation continue des flux, sans prise en compte des impacts sur le territoire. Aujourd'hui, les changements climatiques déjà visibles, ou encore les évolutions socioculturelles, la prise en compte de la durabilité, et à présent la crise sanitaire de la covid-19, ont mis en exergue l'essoufflement du secteur et la nécessité d'évoluer.

Voyageurs contraints de rester à l'autre bout du monde, bateaux de croisière à l'arrêt, territoires à la monoactivité touristique désertés, eaux polluées de la lagune vénitienne redevenues limpides, la covid-19 a rendu publiques et visibles les problématiques latentes de l'activité touristique industrielle telle que nous la pratiquons.

²⁶ Maffesoli Michel. Le tourisme moderne est mort, vive le tourisme postmoderne !. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 52-56.

3.2 L'impact de la crise sanitaire sur le tourisme urbain

Avant la pandémie mondiale de 2020, le tourisme urbain était un des reflets de la consommation touristique de masse. Nombreux étaient les individus qui collectionnaient frénétiquement les voyages de courte durée dans les capitales et grandes villes européennes, le plus souvent sous la forme de *city Break*, encouragés par les prix attractifs des compagnies aériennes *low cost*.

Par ses caractéristiques multifonctionnelles et d'exposition à l'altérité accrue, l'urbain est un espace propice à la transmission du virus. Pour cette raison, le tourisme urbain dans les grandes villes et métropoles, a été très impacté par la crise sanitaire.

D'après une étude d'Oxford Economics, réalisée en septembre 2020 dans 309 villes, on prévoit une chute des arrivées touristiques urbaines de 58 %, soit une perte de 373 millions de visiteurs²⁷. Pour la revue professionnelle *Tourmag*, le tourisme urbain est une forme qui présente plus de désavantages pour la reprise des activités du secteur touristique suite à la maladie. Pour cause, on note à présent :

«

- a) *L'absence des clientèles internationales, empêchées par la fermeture des frontières et l'arrêt des vols internationaux.*
- b) *La forte réduction des déplacements professionnels et de l'activité MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions).*
- c) *L'amputation de ce qui faisait jusque-là leur attrait et leur identité : les événements culturels, la foule, l'animation, l'offre nocturne, voire selon les moments et les lieux, les restaurants et les bars..., la crise économique consécutive à la baisse de fréquentation générant par ailleurs des risques élevés de disparition d'une partie de l'offre (hôtels, restaurants, offre culturelle...) »²⁸.*

²⁷ Oxford Economics. City travel falls and recovery: impacts of COVID-19 on city tourism, 28-9-2020. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3uNVt6r>. (Consulté le 11-4-2021).

²⁸ Veille Info Tourisme. La quadruple peine du tourisme urbain post Covid, 14-11-2021. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3sf6D2u>. (Consulté le 11-4-2021).

Dorénavant désavantagé par ce qui faisait autrefois ses atouts majeurs, le devenir de cette forme de tourisme reste incertain, suspendu aux espoirs d'éradication du virus et à la possibilité de reprise des acteurs et professionnels qui faisaient des villes des espaces ludiques et récréatifs.

3.3 Une industrie à repenser

Face aux effets et constats que la covid-19 nous pousse à affronter sur l'industrie du tourisme et des loisirs, il apparaît légitime de s'interroger sur l'avenir d'une des grandes industries du XXI^e siècle.

Être touriste répond à un besoin, une nécessité de rupture avec le quotidien. Le sociologue Dumazedier lui attribue trois fonctions qui sont le délassement, le divertissement et le développement, et qui confèrent aux loisirs un caractère indispensable à l'être humain, et par conséquent à notre société²⁹. Pour ces raisons, le sociologue Urbain déclarait dans une revue professionnelle fin 2020 que : « *le désir de voyage est porté par de puissants imaginaires qui ne devraient pas s'écrouler du fait de la crise du covid-19. Il est probable en revanche que le tourisme voie son modèle se complexifier* »³⁰. Toujours selon Urbain, le tourisme est une construction culturelle empreinte d'un imaginaire fort qui ne pourra disparaître du jour au lendemain. Cependant, l'industrie devra intégrer de nouveaux principes de protection de soi comme de l'autre³¹, et peut-être également de l'espace.

Si le besoin et le désir de voyage ne devraient pas être totalement éteints par la crise sanitaire, de nombreuses problématiques subsistent. En effet, le tourisme est une activité non délocalisable qui nécessite la venue du touriste sur le territoire. Or, comment est-il possible de mieux gérer les flux et de se prémunir des phénomènes de masse ? Cependant, est-il possible pour les territoires de réduire leur dépendance à cette activité et ainsi limiter les impacts négatifs notamment aux niveaux social et environnemental ?

²⁹ Bessière Jacinthe. Sociologie du tourisme. Cours de Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2020.

³⁰ Urbain Jean-Didier. La crise ne va pas tuer l'imaginaire touristique !. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 62-67.

³¹ *Ibid.*

Sans compter qu'à cela il faut ajouter que même si le tourisme est une activité démocratisée, elle n'en est pas moins élitiste. L'observatoire des inégalités a mis en lumière que 80 % des cadres partaient en vacances, contre 50 % des ouvriers, et ni dans les mêmes endroits ni dans les mêmes conditions³².

Alors, face à tous ces défis économiques, sociaux, environnementaux, le tourisme pourra-t-il un jour être une activité pérenne, synonyme de respect des territoires et de l'autre, tout en restant viable économiquement ? Même si actuellement il n'est pas possible de prédire le devenir de ce secteur d'activité en mutation, voire en refonte, il est certain que la reprise ne pourra se faire comme dans le monde d'avant.

³² Christin Rodolphe. Repartir, mais pas comme avant... *Le Monde diplomatique*, juillet 2020, p. 16-17. [en ligne]. Disponible sur <https://institutions-mondediplo-com.gorgone.univ-toulouse.fr/>. (Consulté le 21-03-2021).

CHAPITRE 2 - LE TOURISME DE PROXIMITÉ : ENVISAGER LE TOURISME ET LE LOISIR EN VILLE DIFFÉREMMENT

L'activité touristique est encadrée par des définitions strictes qui nuancent pratiques touristiques et de loisirs. Toutefois au vu des évolutions sociétales actuelles, certaines pratiques sortent des cadres préalablement définis. Ce second chapitre mettra en exergue la porosité des frontières entre tourisme et loisir, et touriste et habitant dans leurs pratiques de l'espace urbain.

1. Le tourisme de proximité

1.1 Être un touriste

Au sens littéral premier, le CNRTL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales) définit le touriste comme : « *celui, celle qui fait du tourisme, qui voyage pour son plaisir, pour se détendre, s'enrichir, se cultiver* »³³. Cependant, qualifier le touriste n'est pas une chose aussi évidente.

Ainsi, si je vais visiter un monument à 10 km de mon lieu d'habitation pour m'enrichir, me détendre, me cultiver, est ce que je voyage ?

En effet, évoluant dans la dimension temporelle du temps libéré qui s'oppose au temps travaillé, en réalité le temps exempt de toutes contraintes sociales, le tourisme et les loisirs ont souvent été distingués dans la littérature. Cette distinction provient du fait qu'en sociologie des loisirs on considère généralement que le tourisme correspondrait à une pratique spécifique du temps libre (KNAFOU, *et al*, 1997). Ainsi, l'activité touristique serait toujours reliée à un déplacement qui transporterait le pratiquant dans l'espace-temps du hors quotidien, par opposition à son environnement quotidien (KNAFOU, *et al*, 1997). Les loisirs seraient donc des activités réalisées sur le temps libéré dans un environnement quotidien, et le tourisme une activité de loisir, également sur le temps libéré, mais qui créerait une rupture avec le quotidien.

³³ CNRTL. *Définition « Touriste »*, [en ligne]. Disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/touriste>. (Consulté le 4-2-2021).

Cette dichotomie entre tourisme et loisirs est perpétuée par la définition même du tourisme, donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme, et actée lors de la conférence d'Ottawa en 1991, qui est la suivante :

« Les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs »³⁴.

Toutefois, cette définition datant de 1991 est restrictive et omet des pratiques (NAPOLI, 2017, p. 37), car une place très importante y est donnée à la distance et à la durée. Or, l'inhabituel est-il toujours lointain ? Peut-on se sentir dépaycé dans un lieu proche et sans impliquer une nuitée ?

Actuellement, le tourisme et les loisirs sont encore distingués, car on considère que les loisirs appartiennent à une temporalité différente : ils se pratiquent en journée ou la nuit³⁵. Par ailleurs, *« le tourisme répond à une logique d'évènements exogènes alors que les loisirs répondent à une logique d'évènements mercatiques endogènes »* (DEMEN-MEYEUR, 2005, p. 15). Cependant, les géographes et spécialistes s'accordent désormais à admettre qu'il existe un recouvrement entre la pratique touristique et le loisir (KNAFOU, in ASSOCIATION DU DIALOGUE METROPOLITAIN DE TOULOUSE, 2013, p. 16). En effet, la frontière devient poreuse entre le tourisme et les loisirs, et cela est d'autant plus marqué en milieu urbain. Par la multiplication des séjours de courte durée, le temps quotidien qu'est le loisir se mêle au tourisme qui acquiert une dimension plus quotidienne (KNAFOU, *et al*, 1997).

De plus, si on recontextualise les pratiques de tourisme et de loisirs à la pandémie que nous vivons actuellement, on s'aperçoit que les frontières entre le tourisme et les loisirs, le quotidien et le hors quotidien, le proche et le lointain, ne sont plus simplement poreuses, mais perméables.

³⁴DGE. *Mémento du tourisme [en ligne]*. Disponible sur <http://bit.ly/2vLwgkf>. (Consulté le 4-2-2021).

³⁵Géoconfluence. *Définition « Tourisme » [en ligne]*. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/tourisme>. (Consulté le 26-02-2021).

Pour cause, en ces temps de pandémie, de restriction sociale et de mobilité, la quête de dépaysement même proche, l'envie de s'évader dans la sphère du quotidien, n'ont jamais été aussi présentes.

1.2 Concevoir un tourisme de proximité

Le mot proximité provient du latin « proximitas », qui signifie au sens propre voisinage, et au sens figuré affinité, ressemblance³⁶. Aujourd'hui on emploie ce terme dans le langage courant et le mot proximité vient même à être curieusement accolé au terme tourisme qui évoque dans l'imaginaire majoritaire une idée de lointain.

Le tourisme de proximité est une forme de tourisme. Les professionnels de l'industrie se réfèrent à cette forme de tourisme dans quatre cas, pour évoquer (ATOOUT FRANCE, 2015, p. 11) :

- Les pratiques de loisirs des résidents dans un territoire donné ;
- Les séjours incluant au minimum une nuitée dans un territoire limitrophe ;
- Les clients des parcs de loisirs qui proviennent d'une zone géographique à une distance temporelle limitée, que ce soient des personnes demeurant à proximité ou des touristes hébergés non loin du parc ;
- Les acteurs du tourisme social qui évoquent les enjeux de développement local sur les territoires.

Ainsi, cette forme de tourisme reste complexe à définir, parce qu'il n'y a pas de consensus réel entre les professionnels sur cette question, mais aussi parce que la proximité est une notion subjective et multidimensionnelle. Cette proximité peut être (ATOOUT FRANCE, 2015, p. 15) :

- Spatiale ;
- Temporelle ;
- Affective et sociale ;
- Culturelle et identitaire.

³⁶ CNRTL. *Définition « Proximité »*, [en ligne]. Disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/proximit%C3%A9>. (Consulté le 4-2-2021).

Au vu des définitions du touriste abordées en amont, il semble peu évident d'envisager l'existence du touriste de proximité. Pourtant, en élargissant la définition et en tenant compte des évolutions des pratiques touristiques que nous aborderons de manière plus précise dans la suite de l'étude, il apparaît, qu'au sens d'un séjour incluant au minimum une nuitée dans un territoire limitrophe, l'on puisse qualifier les individuels réalisant cette pratique comme des touristes. Cependant, le tourisme de proximité, en se référant aux pratiques de loisirs des résidents au sein de leur territoire, mais sans inclure de déplacement n'en serait pas. Les pratiques de ces individus relèveraient davantage du champ du récréationnel (NAPOLI, 2017, p. 37). Cependant, Knafou et Stock considèrent avant tout le tourisme comme un « *système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la 'recréation' des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors du quotidien* »³⁷. Or, les acteurs de l'offre de proximité participent aussi à la récréation des habitants et font partie du système d'acteurs.

Cette frontière, autrefois établie entre les loisirs et le tourisme, devient au fil des décennies et crises mondiales de plus en plus perméable, et le tourisme de proximité dans les lieux ordinaires, finalement très proches de l'individu dans toutes les dimensions, incite l'habitant à approcher et à découvrir son territoire sous de nouvelles perspectives et avec un regard différent, un regard touristique.

Ainsi, en observant la définition du touriste et des pratiques touristiques de proximité sous un autre angle, on est à même de concevoir l'existence d'une forme de tourisme de proximité, dont le sujet est l'habitant qui appréhende et se déplace au sein d'un territoire qui lui est proche, avec un regard et une démarche touristique (HASCOËT, LEFORT, 2015, p. 7). Le fait d'être un touriste dans son propre espace quotidien est une autre approche, un état d'esprit (COMINELLI, *et al*, 2018, p. 438).

³⁷ Fuzier Anne, Gay Christophe, Landrivière Sylvie. Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain !. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 73-78.

1.3 Les enjeux de la pratique touristique de proximité

Les pratiques touristiques au sein d'un environnement proche ne sont pas nouvelles. Mais la nécessité d'exercer une activité touristique plus respectueuse des hommes, de l'environnement, des espaces d'accueil, et accessible à tous, a fait émerger la demande touristique de proximité.

Que le tourisme de proximité soit un choix volontaire ou subi de la part des individus, sa démocratisation revêt de nombreux enjeux. La visibilité et la nécessité de mettre en place de telles pratiques touristiques s'est d'autant plus illustrée avec la crise sanitaire de la covid-19 qui a réduit les déplacements et les contacts sociaux, mais pas nécessairement les besoins de dépaysement. En réponse à la pandémie, de nombreuses destinations, qu'elles soient littorales, rurales ou urbaines, se sont engouffrées sur ce créneau, perçu aujourd'hui comme la première porte de sortie de crise vers la reprise. Nombreux ont d'ailleurs été les territoires à vanter les charmes de « l'à côté » dans les campagnes de communication de l'été-automne 2020.

Si l'avenir du tourisme au sens industriel reste incertain, un engagement vers un tourisme de proximité permettrait peut-être de réduire certaines lacunes du modèle touristique actuel ou pré-covid.

D'un point de vue écologique tout d'abord, la pratique d'un tourisme de proximité engage une réduction des déplacements et répond à une demande émergente des individus qui souhaitent faire attention à leur émission de CO₂, ou qui ont développé cette pathologie nommée le *flyskam*, la honte de prendre l'avion en suédois. Ainsi les pratiques touristiques de proximité contrebalancent l'un des défauts majeurs de l'industrie touristique pré-covid qu'est la pollution liée aux transports.

De plus, encourager et développer des pratiques touristiques de proximité, c'est également reconsidérer l'impact de l'activité sur les territoires d'accueil, et en premier lieu envers la population locale, car le touriste s'intègre et est déjà intégré à un environnement social et spatial local. Mais, il est nécessaire de rappeler que dans la société occidentale actuelle, le voyage est et perdure en tant que facteur de distinction et de valorisation sociale. Il reste « *avec le progrès des moyens de transport, une sorte d'obligation généralisée dans tous les pays développés : il faut*

*avoir "fait" au moins quelques pays extracontinentaux »*³⁸. Or, le tourisme n'est pas accessible à tous. En France, selon la DGE (Direction Générale des Entreprises), le taux de départ en vacances, sous-entendu les longs séjours pour motif personnel, était en 2015 de 65 %, et en 2017 de 57,4 %. Ce qui signifie que sur les deux années, près d'un tiers des Français n'ont pas eu accès aux vacances³⁹. Le tourisme de proximité présentant des frais de transport et une durée sur place moins longue, sa pratique permet alors une diffusion et un accès à un public plus large ne possédant pas toujours les ressources nécessaires.

Enfin, sur le plan économique, le tourisme de proximité peut aider certains acteurs à pérenniser leurs activités en étant moins dépendants d'un tourisme exogène qui peut selon les territoires être fortement lié à la saisonnalité.

Le tourisme de proximité n'est pas une solution miracle qui panse tous les maux de l'industrie touristique pré-covid, mais sa pratique peut peut-être permettre d'ajuster certaines dissonances du système.

³⁸ Maffesoli Michel. Le tourisme moderne est mort, vive le tourisme postmoderne !. *Espaces tourisme et loisirs*, n° 355, 2020, p. 52-56.

³⁹ Dissart Jean-Christophe, Le staycation un phénomène parti pour rester ?. *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 6-9.

2. La métropole : une multitude d'espaces initiant des pratiques variées pour une demande déjà constituée

2.1 Un espace touristique et de reproduction

Les métropoles sont des espaces pluriels devenus touristiques et récréatifs par les politiques d'aménagement menées : revalorisation du bâti, ou encore création d'une logique événementielle, ont laissé s'immiscer l'activité touristique et le touriste, son représentant, entrer dans le quotidien des habitants. Ces deux figures évoluant dans la ville se rencontrent et se croisent, notamment au sein de l'espace public. La mise en tourisme du patrimoine des métropoles a créé des lieux touristiques. Or, l'augmentation des coprésences en milieu urbain, par la pratique touristique, n'est pas sans effet sur les comportements de l'habitant, comme celui du touriste qui est d'ailleurs bien souvent l'habitant d'une ville ou métropole lui-même.

Une exposition à l'altérité et à la coprésence marquée au sein d'un espace n'est pas sans conséquences. On peut ainsi penser au concept développé par le philosophe et historien René Girard : « le désir mimétique ». Le désir mimétique traduit chez tout un chacun la volonté d'imiter l'autre et de désirer l'objet du désir de l'autre, et cela même de façon inconsciente. Dans des pratiques touristiques urbaines, la volonté du touriste de devenir pour une courte période un habitant, et celle de l'habitant de se divertir et de rompre avec son quotidien par la pratique de loisirs, se rejoignent dans des lieux qui se partagent (FABRY, et al, 2015, p. 11).

Afin de conjuguer ce mimétisme et de conserver leur attractivité, les métropoles ont constitué des lieux hybrides répondant aux besoins de dépaysement et de récréation des populations, à l'image des installations éphémères, mais récurrentes telles que Paris Plage (KNAFOU, in ASSOCIATION DU DIALOGUE METROPOLITAIN DE TOULOUSE, 2013, p. 11), qui s'apparentent à une reproduction de l'usage touristique des espaces balnéaires en milieu urbain, répondant à la recherche de divertissement des citoyens dans leur espace proche (FABRY, et al, 2015, p. 11).

Ainsi, la pratique touristique et les loisirs se confondent et habitants et touristes se mélangent dans certains lieux devenus hybrides, complexifiant davantage l'espace et la définition des pratiques.

La ville devient attraction : « *on y trouve quelques grandes attractions touristiques, capables d'attirer et de capter un public venant de loin, mais surtout un réseau informel de multiples attractions locales captant un public de proximité* »⁴⁰.

Les métropoles sont dorénavant des espaces multi-usages aux lieux hybrides qui favorisent l'exposition à l'altérité et la transmission des pratiques entre habitant et touriste.

2.2 Visite et tourisme en lieux alternatifs

Le tourisme est actuellement érigé sous la forme d'une grande industrie de masse dans des lieux hyperspécialisés et spécifiques à son exercice. On parle de centralité spatiale. Ces espaces dédiés, sont bien souvent régis selon des temporalités spécifiques (GRAVARI-BARBAS, 2017). Pourtant des pratiques touristiques en marge de cette industrie existent, et ces dernières suivent des trajectoires sociales, économiques, culturelles et touristiques différentes (*Ibid.*). Elles sont qualifiées d'alternatives. Impulsées par la demande qui souhaite sortir du modèle de masse, comme par des acteurs du territoire, les activités touristiques alternatives répondent à une volonté d'ordinaire, de contextualisation, et recherchent de l'authenticité, contrairement aux centralités imposées.

Ainsi, le touriste sort des sentiers battus et explore des espaces et territoires originellement non touristiques. Ces visites et immersions en lieux alternatifs ne concernent pas seulement les touristes exogènes, car une translation réciproque s'exerce, pour reprendre le terme de Maitland (MAITLAND, in GRAVARI-BARBAS). Il s'agit d'une translation entre le touriste qui demande à vivre comme un local, et les habitants de classe moyenne mondialisée qui pratiquent la ville comme des touristes au sein de ces lieux décrits comme alternatifs. Dès lors, on constate un décloisonnement entre les touristes et les habitants, et une abolition partielle entre les espaces touristiques et non-touristiques (GRAVARI-BARBAS, 2017).

⁴⁰ Philippe Vincent, Bienvenue dans la ville attraction ! *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 40-46.

L'abolition de l'espace touristique au sens spatial du terme reste partielle, car les lieux d'exercice des pratiques alternatives en ville restent bien souvent délimités (banlieues, friches urbaines...).

Les visites et pratiques touristiques alternatives ne sont encore une fois pas des phénomènes nouveaux, mais l'espace urbain y est propice de part sa diversité. Des acteurs pluriels⁴¹ (associations, artistes, habitants, commerçants, militantismes sociaux, acteurs culturels...) se sont insérés dans une dynamique touristique – même si nombre d'entre eux refusent de se définir de la sorte – et participent à la recomposition et à la redéfinition de l'expérience touristique hors des sentiers battus, dans des lieux quotidiens, alternatifs.

2.3 Le post-tourisme en milieu urbain et l'élargissement de la sphère patrimoniale
Annoncée dès 1985, l'ère du post-tourisme n'est pas récente et correspond à l'hybridation des pratiques touristiques et ordinaires en marge du tourisme dans son spectre industriel. Cette notion a particulièrement été développée par le géographe Bourdeau et se définit comme :

« Le dépassement des cadres de pensée, de structuration et de pratique du tourisme à la fois du fait de l'évolution sociétale globale et de l'évolution sectorielle du champ récréatif. Il renvoie à une dynamique de décroisement de l'ici et de l'ailleurs, du temps ordinaire et du temps extraordinaire, de l'"habiter" et du "visiter" »⁴².

Cette notion est complexe et peu évidente d'appréhension, mais permet toutefois de poser un cadre théorique sur les pratiques touristiques des habitants au sein de leur métropole. Cette hypothèse démontre les fractures, transitions, et le renouvellement de l'offre touristique notamment en milieu urbain.

L'ordinaire peut donc faire partie du champ lexical du tourisme.

⁴¹ Jacquot Sébastien, Elargissement de la sphère patrimoniale. *Espace tourisme et loisirs*, 2018, n° 340, p. 6-9.

⁴² Géoconfluence. Définition « Après-tourisme / Post-tourisme » [en ligne]. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/apres-tourisme-post-tourisme>. (Consulté le 26-4-2021).

Les pratiques post-touristiques en milieu urbain encouragent également la patrimonialisation et l'élargissement de la sphère patrimoniale, permettant de considérer et de reconsidérer l'environnement qui est habituellement qualifié d'ordinaire, et ainsi lui conférer un autre regard, un autre imaginaire. En effet :

« La mise en avant d'un patrimoine "ordinaire" dans des espaces "du quotidien" définit ainsi la patrimonialisation de lieux alternatifs, une alter-patrimonialisation, qui s'accompagne de pratiques touristiques diffuses, mélangées, hybrides »⁴³.

On constate donc un lien entre le développement des pratiques post-touristiques et la patrimonialisation des lieux du quotidien hors des centralités en milieu urbain. Ces notions et leur lien sont importantes pour comprendre le contexte et le cadre de la suite ce mémoire.

3. L'habitant-touriste

3.1 Un environnement social et sociétal propice au développement de la figure de l'habitant-touriste dans les métropoles

Les pratiques touristiques de proximité ne sont pas un phénomène récent. Toutefois, des évolutions et facteurs sociaux et sociétaux incitent désormais l'habitant à devenir le touriste de son environnement.

En effet, nos modes de consommation ont profondément changé, et l'essor de la technologie a bouleversé nos rapports au quotidien et à l'espace. Selon le rédacteur de Funfaircity, qui est un blog spécialisé dans l'observation et la prospection des nouveaux lieux de loisirs en ville, quatre facteurs majeurs ont influencé la dynamique ludico-touristique chez les habitants dans les espaces.

⁴³ Jacquot Sébastien, Elargissement de la sphère patrimoniale. *Espace tourisme et loisirs*, n° 340, 2018, p. 6-9.

«

- a) *L'essor de l'activité numérique (communication et consommation) qui a probablement engendré, en réaction, une recherche d'expériences à partager en vrai.*
- b) *L'envie de vivre des expériences inédites tout au long de l'année, près de son lieu de vie, et pas seulement en vacances.*
- c) *L'augmentation générale et le fractionnement croissant du temps libre pour toutes les tranches d'âge de la population française, combinés à la diminution progressive de la taille des logements et, par suite, des équipements de loisirs qu'ils abritent ; un environnement incitant donc l'habitant au loisir.*
- d) *Le développement et la démocratisation de technologies et de matériels autrefois réservés à des activités professionnelles (spectacle, sport de haut niveau...) »⁴⁴.*

Ces facteurs sociaux et sociétaux émergents renforcent donc l'hybridité des lieux dans les villes, le décloisonnement des rapports entre l'ici et l'ailleurs, ainsi que la touristification des lieux perçus au premier abord comme ordinaires.

De plus, à ces facteurs s'ajoute à présent la crise sanitaire, qui a impliqué un recentrage des pratiques touristiques sur le local, l'environnement spatial proche mettant au grand jour l'habitant-touriste autrefois plus discret, et socialement moins distingué.

3.2 L'influence du regard

Le tourisme et les destinations touristiques sont empreints d'images et d'imaginaire qui ne sont pas figés, mais qu'il est difficile de modifier. Créer un changement de regard autour d'un espace commun n'est pas une chose aisée.

⁴⁴ Philippe Vincent, Bienvenue dans la ville attraction ! *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 40-46.

Modifier, influencer le regard du visiteur endogène, est un enjeu majeur dans la pratique d'activités touristiques de proximité, car le changement de regard, le réenchantement, sont finalement la clé de la disparition des limites entre le proche et le lointain dans l'esprit du visiteur.

Le regard étant usé par l'habitude, voir le patrimoine et approcher un environnement dans une démarche de découverte n'est pas toujours évident. Lorsqu'il s'agit de pratiques d'hyper proximité à l'échelle d'un habitant du quartier, il est parfois nécessaire que des regards extérieurs d'habitants de la métropole se posent, afin qu'il puisse comprendre l'intérêt de son environnement. « *Autrement dit, les logiques de la reconnaissance d'un patrimoine impliquent aussi la figure de ce tiers qu'est le touriste, acteur à la fois de la reconnaissance de la valeur d'un patrimoine et de la redistribution des revenus de ce patrimoine* »⁴⁵ .

L'activité touristique des visiteurs contribue à opérer un changement des populations locales sur leur propre espace, et ce même lorsqu'il s'agit de touristes habitant en dehors du quartier visité, conférant ainsi de la valeur aux lieux du quotidien des habitants.

Opérer un changement dans les lieux considérés comme « ordinaires » est aussi un vecteur de la patrimonialisation, et de considération de l'environnement dans lequel vivent les autochtones (GRAVARI-BARBAS, 2017). Bien que la patrimonialisation dans sa forme la plus extrême puisse entraîner une gentrification et des modifications profondes dans un quartier, le simple fait de pouvoir se représenter, grâce à l'évolution du regard, un environnement comme une forme de patrimoine, peut inscrire les habitants dans des démarches de protection et de valorisation, comme le démontre Jacquot dans les Cités Jardins de Stains en région parisienne ou Hascoët dans les quartiers-nord de Marseille.

Toutefois, encourager les pratiques touristiques de proximité, y compris celles d'hyperproximité au sein d'un quartier habité, n'est pas nécessairement et obligatoirement relié à l'apport d'un regard extérieur. Le changement de regard peut s'opérer par d'autres actions de découverte, directement adressées aux locaux dans

⁴⁵Jacquot Sébastien, Elargissement de la sphère patrimoniale. *Espace tourisme et loisirs*, 2018, n° 340, p. 6-9.

une optique de réenchantement, mais résultant d'une démarche volontaire de l'habitant, favorable et propice aux dépaysements au sein d'un espace proche.

3.3 Prendre en compte l'habitant dans la dynamique touristique urbaine

Selon Bourdeau, le tourisme s'est dissout au fur et à mesure des années dans les pratiques quotidiennes de tous (BOURDEAU, in SIMON, 2018, p. 8). Et, pour reprendre l'expression du géographe Lussault, le tourisme s'est même infusé et étalé dans des lieux considérés jusqu'alors hors de sa portée. Cette infusion, diffusion et transgression du tourisme hors de ses frontières autrefois établies, a permis plusieurs redéfinitions structurelles de l'activité en milieu urbain (SIMON, 2018, p. 9) :

- Redéfinition des lieux touristiques qui ne sont plus toujours attachés à la centralité ;
- Redéfinition de l'expérience touristique qui se rapproche à présent des pratiques des habitants ;
- Redéfinition des catégories entre touriste et habitant ;
- Redéfinition et élargissement des acteurs et offres au sein de la ville.

L'activité touristique exogène se mêle à celle qui est endogène et compose de nouvelles offres à l'image même des métropoles hybrides et diversifiées.

Autrefois victimes du tourisme, et parfois encore aujourd'hui, les habitants sont pourtant au cœur de la dynamique touristique urbaine que nous connaissons. Réelle pierre angulaire du socle touristique urbain, la géographe Loisy les définit comme des maillons essentiels du système touristique, et leur attribue trois rôles. En premier lieu, il s'agit du rôle de client, car l'habitant des métropoles est aujourd'hui à l'affût d'offres touristiques de proximité. En second lieu, elle leur donne le rôle de prestataire au sein de certains produits touristiques, et enfin elle leur confère le rôle d'ambassadeur et de prescripteur de leur territoire⁴⁶.

⁴⁶ Loisy Marine, L'habitant, maillon essentiel du système touristique. *Espace tourisme et loisirs*, 2017, n° 335, p. 7-11.

Selon le géographe Simon, considérer l'habitant, et redéfinir la dynamique touristique urbaine, permet, à l'échelle du territoire de réenclencher des logiques de réappropriation identitaire des habitants des métropoles dans des espaces ou « *l'imaginaire pâtit d'un déficit d'incarnation* » (SIMON, 2018, p. 10). Toujours selon Simon, cette considération autorise l'habitant à apporter un nouveau regard sur son espace et à faire cohabiter le patrimoine devenu patrimoine par désignation, et celui devenu patrimoine par le fait de l'appropriation.

L'habitant s'est ancré au cœur de la dynamique touristique métropolitaine, et ne peut plus être omis, ou mis en marge, car son adhésion et sa participation revêtent des enjeux touristiques externe et interne, mais aussi des enjeux internes à la métropole et aux rapports directs de l'individu à son environnement.

CHAPITRE 3 - LE TOURISME DE PROXIMITÉ : SIMPLE PHÉNOMÈNE DE TRANSITION OU PRATIQUE DURABLE ?

Au vu des évènements récents et de la crise de la covid-19 qui a bouleversé le système touristique établi, de nombreux acteurs se sont tournés vers une clientèle de proximité. Ce troisième chapitre s'interrogera sur l'industrie touristique et la place des pratiques touristiques de proximité au sein de cette industrie qui subit encore aujourd'hui les séquelles de la crise sanitaire.

1. Le tourisme de proximité : un moyen de combler certaines lacunes de l'activité touristique industrielle ?

1.1 La multiplication des risques et phénomènes de crise

Érigé au rang d'industrie, le tourisme est devenu aux XX^e et XXI^e siècles une vitrine de la mondialisation et de la globalisation du monde. Dans les sociétés occidentales, voyager est devenu un fait commun presque banal. Pourtant, l'activité touristique est non délocalisable et nécessite le déplacement de l'individu pour être consommée. Elle est donc intrinsèquement fragilisée par sa dépendance aux mobilités, et aux évolutions des territoires sur lesquels elle est développée. L'activité touristique n'est alors pas exempte de risques.

Ces risques peuvent être de différentes natures. Les principaux risques sont climatiques, sanitaires, sécuritaires, terroristes, géopolitiques, économiques, technologiques. Dans le secteur du tourisme, la présence de risques se traduit par une réduction, voire une disparition, des flux de visiteurs, signifiant ainsi l'arrêt de l'activité. La gestion des risques représente donc un enjeu majeur pour assurer la pérennité de l'activité touristique des destinations. Cependant, la crise sanitaire de la covid-19 est la démonstration même d'une ingérence des facteurs risques, et surtout de l'impossibilité de faire face et d'endiguer ce risque pour les professionnels du secteur. La covid-19 n'est pas la première crise qui a ébranlé l'activité touristique. Avant elle la liste est longue, avec une accentuation ces dernières décennies de la récurrence de ces risques. On peut ainsi citer : « *la légionellose, le 11 septembre, l'épidémie du SRAS, la guerre en Irak, la crise économique, les crises géopolitiques au Maghreb...* » (CROUTSCHE, ROUX, 2005, p. 2), auxquels on peut ajouter la crise financière de 2008, la grippe H1N1, les séries d'attentats en Europe depuis 2010 et

bien d'autres encore. Bien que nous soyons encore en train de surmonter la crise de la covid-19, cette liste malheureuse ne semble pourtant pas vouloir s'arrêter. « *Selon de nombreux experts, cette crise (covid-19) en annonce d'autres, notamment sanitaires ou environnementales, contribuant à une plus grande instabilité de nos sociétés mondialisées* »⁴⁷. Il n'est pas fantasque de penser que l'un des phénomènes de crise majeure sous-jacente qui menace l'activité touristique dans sa perception industrielle depuis de nombreuses années est la crise environnementale, que nous savons tous consciemment ou inconsciemment imminente.

Quels que soient les phénomènes de crise, ces derniers marquent les individus. À ce propos, il existe d'ailleurs des corrélations de variables qui, rassemblées, freinent la décision de voyage, telles que l'agrégat risque : épidémie, guerre et insécurité (CROUTSCHE, ROUX, 2005, p. 4). Au-delà du simple bouleversement dans nos intentions, la crise sanitaire de la covid-19 a eu un impact plus profond et plus brutal en restreignant les individus dans leurs libertés et en les empêchant de voyager. Finalement, « *le virus révèle la situation d'essoufflement de notre civilisation* »⁴⁸ et la nécessité d'un changement de modèle. La crise de la covid-19, et la multiplication des phénomènes de risque qui s'annoncent, ont permis d'amorcer de nouvelles réflexions que l'on connaît nécessaires pour une meilleure refonte du système touristique. Les crises sont toutefois propices au renouveau et à l'innovation, car « *les périodes de crise sont souvent caractérisées par des changements des modes de consommation qui se traduisent par de nouveaux paradigmes dont le but est de satisfaire de nouvelles demandes émergentes* » (PAPATHEODOROU, et al, 2009, p. 42). Que peut-on donc attendre du tourisme post-covid ? Peut-on mieux envisager le risque ?

⁴⁷ Fuzier Anne, Gay Christophe, Landrivière Sylvie. Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain!. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 73-78.

⁴⁸ Liogier Raphaël. La société industrielle est morte, vive la société postindustrielle. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 57-61.

1.2 La réduction des mobilités : un phénomène à anticiper ?

Depuis plusieurs années, la prise de conscience environnementale est devenue collective. Reportages, articles de presse, films documentaires, émissions de radio ou télévisuelles, informent les populations sur les dangers de la dégradation de notre environnement. Les considérations environnementales apparaissent dans les modes de vie et de consommation des individus. On prône désormais le consommé local et raisonné, dans le respect des producteurs comme de la planète. Le tourisme est une industrie extrêmement polluante, car elle nécessite le déplacement des individus sur le territoire d'accueil. Or, à l'heure actuelle il n'existe toujours pas de moyens de transport totalement neutres et sans impact sur l'environnement pour se déplacer loin et rapidement. Cependant, le transport n'est pas le seul vecteur de pollution dans ce secteur. En effet, on peut également compter l'alimentation, l'hébergement, ou les autres achats des voyageurs. Selon une étude publiée dans la revue scientifique *Nature Climate Change*, si l'on comptabilise tous ces vecteurs, l'activité touristique d'agrément et d'affaires confondues sont responsables de 8 % de l'émission des gaz à effet de serre à l'échelle mondiale. Et les perspectives données dans cette étude ne prévoient pas de réduction⁴⁹. Bien que la crise de la covid-19 ait considérablement ralenti le tourisme mondial, les questionnements sur les modes de consommation touristique ne sont pas récents. Déjà en 2018, le cabinet Raffour constatait dans son baromètre annuel que les aléas climatiques, le respect de l'environnement sur place, et l'impact environnemental du trajet pour se rendre sur la destination, sont respectivement en troisième, quatrième et cinquième position dans les critères de choix des destinations des Français. Ce même cabinet d'étude révèle qu'en dix-sept années d'enquête sur les comportements touristiques des Français, les préoccupations environnementales ne cessent d'être plus visibles.

⁴⁹ National Geographic. *Le tourisme serait l'un des vecteurs principaux du réchauffement climatique, 2018*, [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/36A9v1B>. (Consulté le 5-4-2021).

Aujourd'hui plébiscitées et encouragées par les métropoles, les mobilités douces, comme la marche à pied, la trottinette, le vélo et les transports en commun, font dorénavant partie du quotidien des résidents des métropoles, et certains habitants devenus touristes n'hésitent plus à privilégier ces moyens de transport au cours de leurs déplacements d'agrément.

Bien que le défi climatique à l'échelle de la planète ne soit plus une surprise pour la grande majorité des individus, la modification des habitudes de consommation reste trop lente, et les énergies non renouvelables utilisées pour nos déplacements dans nos technologies modernes se raréfient d'année en année, à l'image des minerais ou du pétrole. Pour le moment, et dans un contexte hors crise sanitaire, la réduction des déplacements ou le tourisme de proximité résident d'un choix volontaire. Mais la réduction des mobilités sera peut-être contrainte demain. Que ce soit pour des raisons éthiques, sanitaires, politiques ou techniques, la réduction des mobilités semble dans tous les cas être à anticiper.

Dans les métropoles françaises et européennes, le tourisme de loisirs urbains s'est principalement développé par la démocratisation des transports, et notamment les vols *low cost* dans le domaine de l'aérien et les séjours de courte durée. Une fois de plus, la crise de la covid-19, qui a considérablement réduit les mobilités des Européens, a démontré la fragilité du système touristique urbain qui repose en grande partie sur les déplacements. Il apparaît alors nécessaire pour les métropoles touristiques de considérer autrement les pratiques touristiques, et d'entamer des démarches volontaristes d'intégration du tourisme endogène à leur système de production touristique.

1.3 Des territoires touristifiés saturés

La ville est un espace pluriel qui attire des flux de natures très diverses. Ces dernières années, le tourisme urbain n'a cessé de prendre de l'ampleur et, à l'instar des autres formes de tourisme démocratisées, il s'est massifié. Bien que le tourisme présente un grand nombre d'externalités positives, sa massification peut pourtant fragiliser les espaces et milieux.

« *La crise sanitaire met en évidence le fait que cette vision consensuelle néglige une condition triviale, à savoir la capacité de se déplacer en masse* »⁵⁰. Or, le modèle touristique urbain repose sur la masse, dans un espace par définition déjà condensé et massifié.

La crise de la covid-19 a mis en lumière la faculté du secteur touristique à déstabiliser les villes et leur activité économique en cas de crise. Car une activité touristique trop présente au sein d'un espace peut créer une déstabilisation et, à terme, devenir l'activité première de la ville, être une monoactivité. Or, la pérennité de l'activité touristique n'est pas une certitude. « *Le débat sur la relocalisation de l'économie par la pratique d'un tourisme de proximité se double donc d'un enjeu de déspecialisation des territoires, avec à la clé une sortie du tout-tourisme qui implique de penser en termes de diversification économique* »⁵¹.

De plus, comme déjà abordé en amont de cette partie, le surtourisme n'est pas sans conséquences sur la structuration de l'espace des villes et leur dynamique d'évolution. Ainsi, sous l'impulsion de cette activité, et sous couvert d'attractivité, les stratégies de patrimonialisation et d'aménagement urbain peuvent conduire à des phénomènes de gentrification. Les habitants sont alors dépossédés de leur espace par la nouvelle dynamique urbaine favorable au tourisme qui s'organise. Cette dépossession est accentuée par l'abondance de la présence des touristes dans l'espace. Ces éléments conduisent à l'apparition de tensions sociales entre habitants et riverains ; ce qui contribue à la fragilisation de la ville par l'activité touristique.

La covid-19 a remis en perspective le modèle touristique dans lequel nous évoluons, un modèle consumériste qui est arrivé à saturation et va même jusqu'à déstabiliser économiquement, socialement et écologiquement les territoires dans lesquels il est implanté. Toutefois, se concentrer uniquement sur un tourisme alternatif et de proximité n'a pas pour effet de stopper le cercle non vertueux de la fragilisation de l'espace par l'introduction de l'activité touristique.

⁵⁰ Bourdeau Philippe. Le bout du monde en bas de chez soi. *Le Monde diplomatique*, 2020, Dossier : tourisme année zéro, p.16-17. [en ligne]. Disponible sur <https://institutions-monedediplo-com.gorgone.univ-toulouse.fr/2020/07/BOURDEAU/61947>. (Consulté le 21-03-2021).

⁵¹ Bourdeau Philippe. Le tourisme face à ses limites en période de crise. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 68-72.

En effet, en milieu urbain nous faisons face à un engrenage où toutes les pratiques qui favorisent la patrimonialisation peuvent entraîner des aménagements contribuant à la gentrification de l'espace et à la délocalisation des habitants bien souvent zone plus périphérique (GRAVARI-BARBAS, 2017). Il s'agit donc aujourd'hui de constater les failles de l'activité touristique pré-covid afin de ne pas réitérer ses fragilités dans le monde d'après.

2. Une demande de proximité ancienne

2.1 Une envie de dépaysement de proximité accentuée par la crise de la covid-19

La confusion de la sphère du loisir et du tourisme qui s'opère depuis plusieurs années est particulièrement visible au sein des métropoles. « *Les loisirs deviennent de plus en plus des machineries à dépaysement et les pratiques ludiques de proximité sont motivées par la recherche d'une rupture avec le quotidien* » (FABRY N., PICON-LEFEBVRE V., PRADEL B, p. 11). Cette réalité s'exprime au quotidien, que ce soit l'été avec les installations urbaines qui reproduisent les pratiques littorales, ou lors des Journées Européennes du Patrimoine qui incitent les urbains à découvrir leur patrimoine commun, mais également insolite. Ainsi, on constate depuis plusieurs années que le besoin de dépaysement de proximité est déjà installé chez les citadins. Encore une fois, la crise de la covid-19 a redistribué les cartes et créé un profond besoin de dépaysement chez un grand nombre d'individus, et notamment les habitants des grandes métropoles reclus dans des espaces parfois sans accès direct à l'extérieur. Ces contraintes liées à la crise ont fait émerger ou ressurgir le plaisir de la découverte. « *L'impossibilité de se déplacer aussi rapidement qu'auparavant a été compensée par le plaisir de redécouvrir d'autres moyens de se recréer et de se dépayser, parfois à deux pas de chez soi* »⁵².

⁵² Fuzier Anne, Gay Christophe, Landrivière Sylvie. Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain!. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 73-78.

Cette accélération de la déconstruction entre le proche et le lointain et dans la reconstruction des rapports directs des individus à leur environnement dont ils ont finalement été privés, a fortement contribué au renouvellement des regards et à la reconsidération du patrimoine proche. « *D'autres redécouvrent le patrimoine naturel et industriel de leur région, avec un regard renouvelé sur leur territoire, qu'ils arpentent comme un ailleurs* »⁵³. La pandémie semble avoir permis aux métropolitains de croire qu'il était possible de vivre un réenchâtement de proximité, et ce au sein même des frontières de leur métropole qui pouvait pourtant leur sembler familière. Contraints dans leurs mobilités et libertés de déplacement, les individus ont donc été dans l'obligation de se tourner vers une offre touristique faisant partie de leur espace proche. Bien que les pratiques touristiques et de loisirs des habitants dans leur métropole se soient vérifiées au cours du temps, et se sont accentuées depuis la crise, la période de transition que nous vivons nous interroge toujours sur le côté éphémère de la massification de ce recentrage plus local des pratiques des métropolitains.

2.2 Se recentrer vers le local en temps de crise : un réflexe propre à la crise sanitaire ?

Les phénomènes de crise constituent des marqueurs de changements majeurs dans les comportements et modes de consommation des populations. En ces temps de changement et de perte de repères, on constate un recentrage des consommations des Français vers le local. En 2021, on retrouve ce recentrage local aussi bien dans le tourisme et les loisirs que dans les consommations alimentaires. Dans une enquête réalisée par Kantar WP en 2020, 92 % des répondants déclarent privilégier les produits d'origine France et 87 % disent essayer d'acheter des produits locaux aussi souvent que possible (FRANCEAGRIMER, 2020, p. 21). Une tendance qui se traduit aussi dans les demandes touristiques, car l'heure est actuellement au fait de prendre soin de soi et de se rassurer⁵⁴. Cette tendance est d'ailleurs soulignée par le Welcome City Lab dans son cahier des tendances 2020.

⁵³ Fuzier Anne, Gay Christophe, Landrivière Sylvie. Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain!. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 73-78.

⁵⁴ Welcome City Lab. *Cahier-tendance*, n° 5, 2021, 96 p. [en ligne]. Disponible <https://welcomecitylab.parisandco.paris/Services/Veille>. (Consulté le 1-3-2021).

Facteur de rassurance et évocateur d'authenticité, le local redevient un argument de vente en ces temps sanitaires perturbés. Bien que le local soit actuellement sur le devant de la scène, on constate qu'il apparaît comme un point de repère et est souvent prôné lors des crises. À l'image du *staycation*, qui est un néologisme provenant de la contraction des mots « *stay* » (qui signifie rester en anglais), et « *vacation* » (qui lui signifie vacances). Le concept du *staycation* pourrait donc être traduit comme des vacances à la maison en langue française. Apparue pour la première fois en 2003 aux États-Unis, le *staycation* s'est plus largement répandu à travers le pays en 2008 lors de la crise financière des *subprimes* (FOX IN JAMES, *et al*, 2017, p. 387) qui a déstabilisé l'économie et par conséquent le secteur du tourisme.

La pratique du *staycation* désigne le fait de choisir de réaliser ses vacances dans son environnement quotidien en programmant des activités chaque jour avec un retour chez soi en fin de journée (ATOUT FRANCE, 2015, p. 18). Toutefois, le *staycation* n'exclut pas toujours les nuitées hôtelières. D'ailleurs dans certaines définitions de la littérature américaine, cette tendance est décrite comme une pratique où :

" Les vacanciers restent à la maison plutôt que de voyager dans une autre destination. Le vacancier utilise ce temps pour explorer son environnement local, comme séjourner dans un hôtel de sa ville ou explorer la campagne avoisinante " (VACKOVA IN JAMES, *et al*, 2017, p. 389).

La finalité de cette pratique est la même que celle qui motive tout départ en voyage, autrement dit la rupture avec l'environnement quotidien, même si ici cette rupture n'est pas spatiale.

Si le retour au local semble être récurrent en période de crise, on constate qu'il n'est pas simplement inhérent à ces dernières. En effet, le tourisme de proximité et le recentrage vers le local font aussi écho aux mutations sociétales que nous vivons, que ce soit sur le plan technologique ou environnemental.

Finalement, le tourisme de proximité et l'ancrage local des consommations sont exacerbés par la covid-19, mais ne sont pas des pratiques émergentes, mais simplement des pratiques en cours de démocratisation de par la rapidité des bouleversements quotidiens que nous connaissons à présent. Le sociologue Oudghiri perçoit d'ailleurs actuellement le tourisme local comme :

« Le grand gagnant des évolutions en cours depuis une dizaine d'années. La crise du coronavirus va sans doute lui donner un coup d'accélérateur. Le local séduit, car il constitue une réponse à la crise écologique. La redécouverte des plaisirs simples et l'envie de fuir des lieux envahis par des masses de touristes commençaient à titiller une partie de la clientèle »⁵⁵.

2.3 Une offre et des acteurs déjà positionnés sur le marché pré-covid

Relayés à une offre décrite comme plus alternative et une visibilité plus secondaire, les acteurs de l'offre touristique de proximité dans les métropoles étaient pourtant déjà organisés pré-covid. En effet, comme il a été décrit en amont de cette étude, l'émergence de la demande alternative a élargi la sphère des acteurs positionnés sur l'offre touristique urbaine, et notamment l'offre à destination d'une clientèle de proximité. Ainsi, un grand nombre d'acteurs, et notamment associatifs, se sont positionnés sur la partie « proximité » du marché touristique des métropoles, car, pour les touristes, acteurs de l'offre ou habitants, le tourisme de proximité peut aussi revêtir d'autres aspects que la simple découverte. Bien qu'il n'y ait pas de recensement de ces activités de tourisme et de loisirs plus marginales dans les grandes métropoles françaises, les offres touristiques de proximité étaient bel et bien implantées pré-covid. Généralement regroupées sous l'argument de l'alternatif et de l'insolite, les offres de proximité sont multiples et touchent les différents secteurs de l'activité touristique, loisirs, hébergeurs... :

⁵⁵ Oudghiri Rémy. Piste pour concevoir l'offre touristique de demain. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 99-103.

« L'insolite est l'argument le plus souvent employé pour activer ce levier, qu'il s'agisse de promouvoir la découverte de lieux non touristiques a priori (les catacombes ou les cimetières, par exemple), de créer de nouveaux sites de loisirs (tels que Paris Plages) ou d'inciter à passer une nuit à l'hôtel près de chez soi »⁵⁶.

Déjà visible avant la crise sanitaire, l'offre de tourisme et de loisir de proximité en milieu urbain connaît aujourd'hui un attrait fort de la part de la demande, en somme des habitants des métropoles. Si certaines grandes villes telles que la métropole lyonnaise ou Paris avaient déjà commencé à travailler et à développer leur stratégie de destination en tenant compte des pratiques de tourisme et de loisirs des habitants, d'autres en revanche n'avaient pas encore abordé cette facette du prisme touristique urbain. La covid-19 a changé la demande et l'offre touristique urbaine, du moins pour un temps. À l'heure actuelle, de nombreux plans ont été érigés pour lancer le mouvement et les flux de proximité par les destinations. Il apparaît donc nécessaire d'observer comment s'articulera à l'avenir le système déjà présent pré-covid d'acteurs d'offre de proximité à destination des publics endogènes dans les métropoles, et leur inclusion dans les stratégies globales des destinations urbaines.

3. Instauration d'un système plus durable

3.1 Redonner du sens aux pratiques touristiques

La période de la covid-19 a représenté une pause, un calme, un silence de cette industrie touristique surexploitante. Cette frénésie du voyage désormais à l'arrêt est notamment due au fait que dans notre société le voyage et le tourisme représentent un facteur de distinction sociale très ancré. Nous naviguons dans un flot continu de représentations et d'images qui alimentent nos imaginaires touristiques et notre représentation de l'ailleurs. Ces représentations sont fortement alimentées par les médias et médias sociaux qui valorisent socialement le voyage sur nos écrans à longueur de journée.

⁵⁶ Vergopoulos Hécate, Quand l'insolite fait voyager les urbains chez eux. *Espace tourisme et loisirs*, 2020 n° 353, p. 10-15.

Désormais freinés dans cette quête de voyage incessante, certains spécialistes pensent qu'il est temps de redonner du sens. « *Un tel tourisme est non seulement sans esprit ni culture – ce qui, au fond, importe peu –, mais aussi sans affect, sans sentiment, sans racines – ce qui est plus grave* »⁵⁷. Ce recul que prend la société sur l'activité touristique questionne les individus sur leurs propres pratiques et leur sens. Si le tourisme est un besoin et que la notion de rupture au quotidien est contributive au bien-être de tous, il semble que la parenthèse pandémique soit la bienvenue pour que ce dernier continue de délivrer les vertus qui lui sont accordées, et afin de redonner du sens à cette activité. Selon le sociologue Christhin :

*« Là, le voyage prend tout son sens en tant qu'expérience sensible, en mouvement, de cette solidarité étendue. Cela non pas au gré de déplacements sans âme ni saveur, mais grâce à des échanges relationnellement plus denses, plus rares, plus poétiques et moins superficiels »*⁵⁸.

Alors, comment réinterroger les pratiques qui ont été façonnées et sont inscrites dans le système industriel qui commence à faire figure de rejet aujourd'hui ? Bien que le tourisme de proximité soit la solution brandie par de nombreuses destinations, les autres formes de tourisme appartenant au tourisme industriel de masse ne seront pas éradiquées pour autant. Pour le sociologue Urbain, « *le désir de voyage reste porté par de puissants imaginaires qui ne seront pas déboulonnés. Le voyageur va intégrer de nouveaux paramètres liés au principe de protection, entre souci de l'autre et protection de soi* »⁵⁹. Ainsi, à la suite de la crise sanitaire, on peut imaginer l'émergence de nouveaux paramètres et demandes des touristes, qui permettront de repenser l'activité touristique et peut-être lui redonner un sens.

⁵⁷ Maffesoli Michel. Le tourisme moderne est mort, vive le tourisme postmoderne !. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 52-56.

⁵⁸ Christhin Rodolphe. Repartir, mais pas comme avant... *Le Monde diplomatique*, juillet 2020, 16, 17p. [en ligne]. Disponible sur <https://institutions-mondediplo-com.gorgone.univ-toulouse.fr/>. (Consulté le 21-03-2021).

⁵⁹ Urbain Jean-Didier. La crise ne va pas tuer l'imaginaire touristique ! *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 62-67.

3.2 Connexion avec le territoire

L'industrie touristique est une industrie non délocalisable, qui nécessite la venue de flux sur un territoire pour être consommée. Toutefois, on constate que le système érigé à la fin du XX^e siècle n'est majoritairement pas en connexion avec les territoires d'accueil. Cette déconnexion, observée et révélée depuis de nombreuses années déjà, s'illustre dans le mode d'accueil, la gestion des ressources et le mal-être des habitants face à la figure que représente le touriste. Pourtant, l'adhésion de l'habitant et la prise en compte du territoire sont essentielles à l'élaboration d'une activité pérenne, que ce soit au niveau économique, social ou environnemental. Une fois de plus, la covid-19 a permis de souligner cette déconnexion en contraignant nos mobilités, et en mettant en exergue certaines conséquences du tourisme, notamment sur l'environnement.

Le tourisme de proximité s'adresse directement aux habitants du territoire sur lequel l'activité est entreprise. Cette forme de tourisme est donc par essence plus à même d'être en meilleure conscience de l'espace, des acteurs et enjeux qui s'y jouent. Le voyageur local pourrait ainsi contribuer à une meilleure résilience des territoires ⁶⁰ face à la crise ou face aux dérives et écarts du système touristique productiviste.

Cependant, même les formes de tourisme de proximité en espace urbain et à destination des habitants ne sont pas à l'abri des écueils de l'industrie. En effet, toute mise en tourisme n'est pas sans impact, et ce, même lorsqu'il s'agit d'espaces considérés comme ordinaires. En effet, mettre en valeur un territoire c'est aussi attirer le regard des investisseurs, au risque de fragiliser et de déstabiliser la dynamique territoriale d'un quartier, peut-être pas nécessairement très stable en amont de la mise en tourisme (SIMON, 2018, p. 10).

Pour reprendre les réflexions du géographe Bourdeau, plus que le tourisme en lui-même, c'est son industrialisation, sa massification, et sa marchandisation qui sont au cœur de la déconnexion entre touriste et territoire.

⁶⁰ Dissart Jean-Christophe, Le staycation un phénomène parti pour rester ? *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 6-9.

3.3 Une alternance dans l'exploration des territoires proches et lointains ?

Actuellement en phase de recentrage, le secteur du tourisme est mis face à ses incohérences et problématiques ; il se questionne. Comment va repartir le tourisme ? Quel modèle pour demain ? Il est déjà soumis à des pressions en rapport à la raréfaction des ressources naturelles, l'environnement, ou encore la considération des populations locales... Suite à la pandémie mondiale, certains sociologues comme Oudghiri estiment que le tourisme s'inscrira dans plusieurs phases :

« Une phase de recentrage au cours de laquelle les touristes vont voyager près de chez eux ; une phase de rattrapage au cours de laquelle les voyageurs frustrés tenteront de compenser le temps perdu ; une phase de rééquilibrage qui marquera l'entrée dans un monde nouveau »⁶¹.

Mais quel sera ce nouveau monde ? Il n'est pas possible de prédire le devenir du tourisme et les professionnels du secteur imaginent des scénarii radicalement différents. Il est certain que de nouveaux paramètres devront être pris en compte, même s'il est vrai que les individus ont une tendance très forte à oublier rapidement les phases de crise, comme le soulignait le sociologue Urbain⁶². D'où la phase de rattrapage évoquée par Oudghiri. Pour le géographe Bourdeau, un des scénarii probables est le renforcement des démarches d'automobilisation et le renoncement pour des raisons militantes, telles que la réduction de l'usage de l'avion. Ainsi, partir moins loin ou alors loin, mais plus longtemps⁶³, confortant les tendances déjà émergentes depuis une dizaine d'années, telles que le tourisme de proximité, l'itinérance douce, le retour vers le local et la lenteur.

⁶¹ Oudghiri Rémy. Piste pour concevoir l'offre touristique de demain. *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 99-103.

⁶² Urbain Jean-Didier. La crise ne va pas tuer l'imaginaire touristique ! *Espaces tourisme et loisirs*, 2020, n° 355, p. 62-67.

⁶³ Bourdeau Philippe. Le bout du monde en bas de chez soi. *Le Monde diplomatique*, 2020, Dossier : tourisme année zéro, p. 16-17. [en ligne]. Disponible sur <https://institutions-mondediplo-com.gorgone.univ-toulouse.fr/2020/07/BOURDEAU/61947>. (Consulté le 21-03-2021).

Dans l'hypothèse d'une récurrence des phases de crises et au vu de l'expérience vécue avec la covid-19, il n'est donc pas invraisemblable à terme d'imaginer une réduction des voyages lointains de courte durée, et par conséquent une alternance des pratiques touristiques entre le tourisme de proximité, le tourisme doux, et plus occasionnellement le tourisme dans des destinations plus lointaines. Le désir de voyage ne sera pas remis en cause, mais pourra peut-être s'exprimer au sein d'un environnement spatialement plus proche et à travers des mobilités et pratiques touristiques moins impactantes pour la planète et les territoires d'accueil.

CONCLUSION PREMIÈRE PARTIE

En conclusion de cette partie exploratoire, il a donc été établi que l'espace urbain est un espace complexe et multifonctionnel, lieu de dynamiques et de phénomènes sociaux qui lui sont propres. L'introduction de l'activité touristique à ces espaces a amplifié cette complexification en intégrant de nouveaux acteurs : les touristes. Ceux-ci semblent parfois être mieux considérés que les habitants dans les stratégies d'aménagement et de développement des métropoles, catalysant ainsi diverses formes de conflits. Toutefois, au moment de cette amplification des conflits face aux flux touristiques jugés trop abondants, la crise sanitaire de la covid-19 a sonné l'arrêt temporaire du tourisme exogène, remettant en question les stratégies de développement territoriales érigées par les métropoles.

Par la force du tourisme et des politiques d'aménagement volontaristes, les métropoles sont devenues des espaces ludiques. Fortes de leurs diversités, elles attisent même la curiosité touristique de leurs propres résidents en quête de dépaysement, et qui endossent ainsi le rôle de touriste en partant à la découverte de lieux et territoires spatialement proches, mais pourtant vecteurs de rupture avec le quotidien. Ainsi, considérer et envisager un tourisme de proximité, un tourisme des habitants au sein de leur métropole, apparaît aujourd'hui essentiel alors même que le tourisme entre dans une phase de reconstruction.

La crise sanitaire a mis en exergue les dérives du système touristique que nous avons connu pré-covid. En effet, le tourisme de masse, la frénésie et la collection des voyages par les individus, ou encore la déconnexion entre l'activité et le territoire d'accueil, sont autant d'éléments non exhaustifs qui interrogent sur les façons de voyager. La proximité et le local sont aujourd'hui plébiscités par les destinations et acteurs pour la relance de l'activité suite au virus. Cependant, même si l'on estime à présent que le tourisme de proximité et les pratiques touristiques endogènes devraient à l'avenir, et au regard des crises, se développer, nul ne sait encore quelle sera la place réelle dans le modèle touristique urbain du « nouveau monde ».

**PARTIE II - LE CADRE DU STAGE, ENVIRONNEMENT
D'ÉTUDE ET HYPOTHÈSES**

INTRODUCTION DEUXIÈME PARTIE

Le tourisme de proximité des habitants au sein de leur métropole est aujourd'hui un fait. Cette deuxième partie, qui mêle environnement professionnel et théorie, s'attachera donc à préciser ce phénomène au travers du prisme de la médiation culturelle, basée sur la valorisation patrimoniale.

Dans un premier temps, l'association En Quête de Patrimoine, qui œuvre pour la valorisation du patrimoine au sens large dans la métropole toulousaine sera présentée. Ce chapitre se concentrera sur la structure d'accueil en elle-même, sa démarche et ses activités.

Dans un second temps, l'environnement général dans lequel évolue l'association sera décrit. Des notions plus généralistes, telles que la médiation et le patrimoine, seront ainsi rapprochées aux pratiques touristiques de proximité des Toulousains dans leur métropole, à travers les médiations ou prestations réalisées par En Quête de Patrimoine.

Enfin, après avoir mis en relation les différents objets qui constitueront notre sujet d'étude, le troisième chapitre de cette seconde partie sera consacré au développement de la problématique choisie, ainsi qu'à la description des hypothèses émises. Par ailleurs, la méthodologie suivie au cours de ces travaux qui ont permis de mener le travail de recherche, et les études dispensées, feront également l'objet de ce dernier chapitre.

CHAPITRE 1 - L'ASSOCIATION EN QUÊTE DE PATRIMOINE

L'association En Quête de Patrimoine a constitué la structure d'accueil et l'environnement d'étude dans lequel j'ai évolué au cours de mon stage de fin de cursus universitaire. Dès lors, ce chapitre a pour vocation de présenter l'organisation, en comprendre la démarche, le contexte et les enjeux afin de mieux appréhender la suite de cette étude qui aura pour cadre En Quête de Patrimoine.

1. Présentation de la structure de stage

1.1 En Quête de Patrimoine

L'association En Quête de Patrimoine a été créée il y a à peine plus d'un an par Sonia Moussay, historienne du patrimoine et médiatrice de formation. Avant sa constitution sous cette forme juridique, En Quête de Patrimoine était une auto-entreprise créée en 2012, également par Mme Moussay. L'objet premier de l'association est de se concentrer sur la valorisation du patrimoine culturel, dans le but de donner des clés de compréhension à tous les publics ayant le souhait de découvrir ou de s'approprier le patrimoine valorisé. Ainsi, l'association ne se limite pas à la valorisation du patrimoine bâti ou du patrimoine identifié, mais propose des actions mettant en avant le patrimoine (historique, architectural, artistique, scientifique, technique, industriel...), et donc tout objet patrimonial pouvant présenter un intérêt dans la compréhension de l'environnement appréhendé. Pour entreprendre cette démarche, En Quête de Patrimoine s'appuie sur l'expertise historique et l'expérience de terrain de Mme Moussay.

Aujourd'hui, l'association se compose des adhérents et de son président, M. Patrick Robiano. Elle est également représentée par deux salariés, dont Mme Moussay, et un chargé de communication, M. Lucas Brun. L'association compte aussi des bénévoles qui peuvent être impliqués lors d'événements ou de médiations.

L'association réalise des prestations diverses et variées qui peuvent prendre la forme de visites, de médiations, de jeux, d'enquêtes, d'animations, avec toujours en toile de fond la volonté de valoriser le patrimoine au sens large, et de favoriser son accès et sa transmission à tous, dans une démarche scientifique et artistique.

Mettre en lumière, faire connaître et valoriser le patrimoine environnant, c'est également le faire exister aux yeux de tous, et avoir la possibilité de le faire vivre ou revivre, mais surtout de le sauvegarder et de le protéger.

1.2 Le terrain d'action de l'association

L'association a comme principal terrain d'action la ville de Toulouse et sa métropole. Toulouse est une ville située dans le Sud-Ouest de la France et est le chef-lieu de la région Occitanie.

Nichée aux bords de la Garonne, la capitale occitane a une position géographique privilégiée, qui lui a permis de traverser les millénaires et de se doter d'une histoire riche lui conférant des atouts culturels et patrimoniaux indéniables. Mais au-delà de ses richesses, « la ville rose », comme elle est surnommée, en raison des briques de terre cuite de couleur rose-orangé qui revêtent les édifices de la ville, est la 4^e plus grande ville de France, et ce sont plus de 746 000 individus qui habitent la métropole toulousaine en 2014. La capitale occitane est caractérisée par un dynamisme économique très important. Elle est la première métropole française en termes de création d'emplois⁶⁴. Capitale européenne de l'aéronautique, la ville est à la pointe des innovations en ingénierie et dans les domaines scientifiques tels que l'aéronautique, le spatial, la santé et la cosmétique⁶⁵. Toulouse est aussi un pôle étudiant majeur dans l'hexagone. Ainsi, Toulouse et sa métropole représentent un terrain d'action large et propice pour le développement de cette structure.

Étant dans une dynamique de valorisation du patrimoine au sens large, et non pas du patrimoine monumental ou déjà reconnu, l'association œuvre aussi dans les Quartiers Prioritaires de la Ville (QPV) pour valoriser le patrimoine de ces quartiers.

⁶⁴ToulouseT. *Quelques chiffres clés [en ligne]*, Disponible sur <https://www.toulouseatout.com/chiffres-cles>. (Consulté le 10-06-2021).

⁶⁵*Ibid.*

Les QPV font partie de ce que l'on nomme « la politique de ville », qui est « *une politique de cohésion urbaine et de solidarité envers les quartiers les plus défavorisés. Elle vise à restaurer l'égalité républicaine et à améliorer les conditions de vie des habitants en mobilisant toutes les politiques publiques* »⁶⁶. Dans cet objectif, la loi de programmation pour la ville et de cohésion urbaine de 2014 délimite une géographie prioritaire de la ville. Ce sont 1 514 quartiers visés en France qui concentrent les revenus les plus faibles⁶⁷. Dans la métropole toulousaine ces quartiers sont au nombre de dix-sept⁶⁸ et, actuellement, l'association s'implique et intervient principalement dans trois d'entre eux : Soupetard et la Gloire à Toulouse, ainsi que les Barradels à Blagnac.

Bien que l'essentiel des activités d'En Quête de Patrimoine se concentrent sur la ville de Toulouse et sa métropole, l'association intervient ponctuellement dans d'autres villes d'Occitanie.

1.3 Un contexte de développement particulier : covid-19

Créée durant le premier confinement de 2020, en pleine pandémie mondiale, cette jeune association a connu et connaît toujours des conditions de développement particulières. Ayant pour objectif de valoriser le patrimoine, et notamment le patrimoine urbain pas toujours spécifiquement mis en avant, l'association structure son développement autour de deux branches. Une première branche est dédiée au développement des visites et prestations à destination d'un public privé, et une seconde est tournée vers des actions que l'on pourrait qualifier d'intérêt plus public, et répondant aux besoins d'apport de culture sur des espaces ou vers des populations ciblées par des financeurs divers. Ainsi, En Quête de patrimoine développe son propre catalogue d'offres privées, et un autre est destiné aux besoins des financeurs tels que la mairie, la CAF, Toulouse métropole, des bailleurs sociaux ou la préfecture.

⁶⁶Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales. *Quartiers de la politique de la ville [en ligne]*, Disponible <https://bit.ly/3vDdUe7>. (Consulté le 10-06-2021).

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸Toulouse Métropole. *Quartiers prioritaires de Toulouse Métropole [en ligne]*, Disponible sur <https://bit.ly/3wFHGAh>. (Consulté le 13-06-2021).

Les trois périodes de confinement subies en 2020 et 2021 ont fortement perturbé la structuration de cette association. En effet, les jauges de constitution d'un groupe coprésent au sein de l'espace public n'ont cessé de fluctuer, restreintes à six ou neuf individus, ou les médiations ont tout bonnement été interdites. Afin de passer cette première année difficile, et malgré une connaissance experte du terrain et une reconnaissance de Mme Moussay par de nombreux acteurs, l'association a dû, pour survivre, repousser le développement de son axe privé dont la viabilité était impossible à cause des restrictions sanitaires. En Quête de Patrimoine a donc fait le choix de se tourner majoritairement pour la fin d'année 2020 et le début d'année 2021 vers la réponse d'appels à projets, en vue d'obtenir des financements.

Orienter des actions vers des espaces ou publics spécifiques a toujours été une volonté de l'organisation. Toutefois, ce pan de l'activité n'était pas censé devenir l'axe de développement majoritaire. En effet, réaliser des appels à projets nécessite de nombreuses démarches administratives, une collaboration avec les différents coordinateurs de l'action, et des justifications conséquentes auprès des financeurs. Sans compter que les budgets accordés à la réalisation des prestations ne sont pas nécessairement à la hauteur des frais engagés par l'association (temps, investissement sur le terrain, réalisation de la prestation).

À présent que les conditions sanitaires s'apaisent, En Quête de Patrimoine souhaite reprendre le développement de ses activités vers le public privé, et restructurer son modèle économique, afin de ne plus être en partie dépendante des appels à projets et des financements des acteurs publics.

1.4 Diversité des missions confiées

En Quête de Patrimoine est une association jeune et très dynamique qui fonctionne avec uniquement une salariée à plein temps et un collaborateur à temps partiel. En raison de la jeunesse de l'association et des nombreux projets qui y sont menés, les missions qui m'ont été confiées ont été multiples et diverses, à l'image des activités de l'association.

J'ai donc pris part à des missions de développement : réflexions sur la stratégie de développement général de l'association ou la mise en œuvre de nouveaux projets et prestations. Ainsi, j'ai pu participer à la structuration de l'offre de l'association en fonction des différents publics visés, comme, par exemple, concevoir des animations, des visites.

Ayant à cœur de me former et de me faire participer à la vie associative dans sa globalité, il m'a également été confié des missions d'ordre administratif telles que la rédaction de fiches projets destinées à faciliter la réponse à des appels à projets, ou encore l'analyse et la rédaction de bilans post prestations financées par un organisme public et nécessaires à la perception de l'intégralité des financements.

En Quête de patrimoine est aussi une association reconnue pour sa présence sur le terrain. Il a donc été naturel de me confier des missions qualifiées de terrain. Mais l'action sur le terrain ne se limite pas uniquement à la simple installation, réalisation et participation aux diverses actions de l'association. En effet, elle englobe, notamment lorsqu'il s'agit territoires spécifiques ou de viser des publics comme les habitants eux-mêmes, la rencontre régulière des partenaires institutionnels associatifs et sociaux, de communiquer directement avec les résidents afin de se faire connaître auprès de certains publics parfois difficiles à capter. Se rendre sur le terrain fait pleinement partie des missions de l'association et contribue à cultiver son expertise, mais aussi à s'intégrer pleinement dans le tissu social et associatif local.

Mes missions au sein de cette organisation ont été multiples et elles avaient, de par la structure d'accueil et sa taille, pour objectif principal un apport d'aide tant au niveau du développement de l'organisation que celui de l'opérationnel.

2. La valorisation du patrimoine par l'activité de médiation culturelle

2.1 Valoriser le patrimoine pour En Quête de Patrimoine

Le patrimoine urbain est à l'image de son espace. Il est hétérogène, diffus et multiple. Le patrimoine valorisé par l'association prend en compte le patrimoine au sens large, c'est-à-dire pas seulement le patrimoine reconnu, mais également le patrimoine désigné.

Car le patrimoine est une notion qui peut être abstraite, mouvante, et relève d'une construction sociale. En effet, il peut être décrit dans le sens commun comme :

*« Ce qui est perçu par une société comme étant digne d'intérêt et devant de ce fait être transmis aux générations futures, qu'il s'agisse d'un patrimoine historique (un monument, un site...), d'un patrimoine paysager (par exemple une forêt, un massif montagneux, une perspective urbaine) ou d'un patrimoine immatériel (une musique, une cuisine...) ».*⁶⁹

Évoluant principalement en milieu urbain et dans la métropole toulousaine, En Quête de Patrimoine s'emploie à valoriser le patrimoine dans sa globalité, sans limites de géographie, de domaine d'activité, ou d'appréciation d'une période historique. Au travers de cette démarche, l'association entend apporter à tout un chacun des clés de lecture quant à son environnement, et lui permettre de le comprendre et de se l'approprier.

Les prestations proposées par l'association peuvent donc aller de la visite ou la balade de quartier dans la ville rose, à la découverte du patrimoine universitaire ou scientifique, de la création de jeux-concours photo, en passant par la valorisation de l'histoire de l'habitat social.

Si certains spécialistes du tourisme ou des géographes considèrent aujourd'hui la sur-patrimonialisation comme étant en partie due aux labellisations, aux reconnaissances institutionnelles..., et insistent sur son rôle dans l'accentuation des phénomènes de muséification ou de gentrification de certaines zones urbaines, la démarche de l'association ne réside pas dans la fabrication et la création de processus de patrimoine, mais dans le changement de regard, l'appréhension et la conscience du territoire observé.

⁶⁹ Géoconfluence. *Patrimonialisation [en ligne]*, Disponible sur <https://bit.ly/35F3hNz>. (Consulté le 14-06-2021).

2.2 La médiation, un vecteur de valorisation du patrimoine

La médiation culturelle est aujourd'hui un moyen bien connu et très utilisé lorsqu'il s'agit d'appréhender, de comprendre, et d'accéder à des informations culturelles, artistiques, scientifiques, patrimoniales... La médiation représente un lien, un espace d'échange entre le public et le savoir partagé. Ainsi le public est en mesure de s'approprier l'objet culturel approché (DAVALLON, in ULLAURI-LLORE E., DEBADE N., DODUIK N., et al, 2019, p. 3). Le médiateur fait alors office de transmetteur ou de diffuseur de savoir. Ce qui explique d'ailleurs la pluralité des acteurs de la médiation qui peuvent être spécialistes du savoir, comme des techniques de médiation ou bien des deux.

« La médiation culturelle représente un espace de liberté pour les participants : elle stimule la créativité et crée une rupture avec le quotidien » (SIMARD J., CASEMAJOR N., SUGAR A., et al, 2014, p. 3). En effet, selon leurs formes et objectifs, les médiations sont une porte d'accès vers de nouveaux horizons culturels. À travers ces découvertes, le visiteur peut, lorsqu'il s'agit de sa propre ville, voir son sentiment d'appartenance à cette dernière renforcé par le simple exercice de la médiation culturelle (*Ibid.*).

L'activité de médiation participe aussi fortement à la construction des images patrimoniales, car le patrimoine collectif et la manière dont il est traité, ou mis en avant par des activités de médiation, influence les représentations collectives de ce dernier (DAVALLON in ULLAURI-LLORE E., DEBADE N., DODUIK N., et al, 2019, p. 6). De plus, *« la manière dont ces images vont se construire et circuler produit des formes de mise en commun qui se partagent plus ou moins bien »* (GELLEREAU, 2009, p. 99).

Dans le cadre de l'exercice de ses activités de médiation, l'association En Quête de patrimoine tente donc de faire le lien entre les habitants de la métropole toulousaine et le patrimoine urbain au sens large. Ici, la démarche n'est pas dans l'unique promotion et valorisation du patrimoine qui le figerait et le fossiliserait. Dans l'environnement complexe et dense qu'est l'urbain, elle repose également sur le questionnement et se nourrit de la réflexion des participants autour de ce patrimoine toujours vécu, vivant, mais surtout qui est le leur.

La médiation comprenant différentes activités (visites, enquêtes et autres animations), comme le propose l'association, contribue à la valorisation et à la sensibilisation des objets patrimoniaux auprès du grand public (Cf. Annexe A).

2.3 Une organisation qui s'inscrit dans une démarche d'innovation et d'adaptation

En Quête de patrimoine est une jeune association dynamique, disposant de nombreuses propositions pouvant correspondre à un public large, et qui s'inscrit dans une démarche d'adaptation et d'innovation de ses activités. Soucieuse de construire des actions interactives, ludiques et réflexives pour le public, elle s'associe à d'autres structures et n'hésite pas à ajouter des éléments matériels à une médiation lorsque cela contribue à l'immersion dans la visite ou à la compréhension du visiteur de l'environnement ou des objets patrimoniaux observés.

À titre d'illustration, lors du troisième confinement, En Quête de Patrimoine a proposé des jeux-concours photos géants. Ces jeux étaient accessibles dans les quartiers de Soupetard–La Gloire à Toulouse et des Barradels à Blagnac. L'objectif était de retrouver des éléments de patrimoine dissimulés dans le quartier et pris en photos par un photographe (Cf. Annexe B), et de les rephotographier avec ses propres interprétation et point de vue. À cet exemple s'ajoute celui des Curieuses Visites Curieuses, qui ont pour vocation la valorisation du patrimoine scientifique par une visite guidée, et mêlant de l'histoire, de l'imaginaire et de l'humour, grâce à l'intervention d'un comédien. L'association reste en veille et à l'affût des nouveautés en matière de médiation puisque des projets d'intégration de la réalité virtuelle ou d'impression 3D aux visites sont en réflexion avec des partenaires locaux.

L'adaptation et l'envie de sortir de la médiation et des visites traditionnelles est une véritable volonté de la part de l'association, et cela se transmet d'ailleurs dans le choix des environnements, thématiques et espaces d'action développés, mais aussi à travers le nom même de l'organisation « En Quête de Patrimoine », qui fait écho à la fois au patrimoine peu remarqué et à sa recherche par les participants. Cette démarche d'adaptation et d'apport de renouveau, inscrite dans l'ADN de l'association, va se poursuivre à l'avenir puisque de nombreux autres projets de valorisation sont à l'étude.

3. L'habitant au centre de l'approche d'En Quête de Patrimoine

3.1 Le grand public

La vocation de l'association est de valoriser et de transmettre des connaissances sur le patrimoine au sens large, au plus grand nombre sans aucune distinction. Dans cette optique, elle développe des prestations directement adressées et communiquées au grand public. Toutefois, ce grand public n'est pas une masse homogène vers laquelle se dirige l'organisation. En effet, l'association étant orientée sur une offre proposant la découverte ou la redécouverte du patrimoine pas uniquement monumental ou faisant l'objet de reconnaissance officielle, elle s'adresse donc par essence à un public plutôt endogène. Par endogène, on entend les Toulousains, les habitants de la métropole ou des personnes résidant à proximité de la ville rose.

Ainsi l'association vise des publics de proximité ayant déjà un intérêt pour l'histoire, le patrimoine, la culture. Afin de toucher ce public, En Quête de Patrimoine bénéficie d'un partenariat avec l'office de tourisme de la ville de Toulouse, et les activités programmées apparaissent dorénavant dans l'agenda de l'office de tourisme. Les réseaux sociaux de l'association sont également développés afin de toucher cette cible.

Cependant, le grand public ne se limite pas uniquement aux individuels puisque les prestations peuvent également être proposées à des associations et organismes qui sont à la recherche d'animations ou visites auprès de groupes déjà constitués. Il s'agit pour le moment principalement de visites payantes à Soupetard, Amrouroux, Roseraie, aux Amidonniers, ou encore dans au domaine de Candie.

L'offre autofinancée de l'association touche donc un public large et pas nécessairement homogène. Étant donné qu'il s'agit d'une jeune association, et en dépit du contexte sanitaire, En Quête de Patrimoine tente désormais de se faire connaître du public et des acteurs de la scène touristique et culturelle toulousaine.

Toutefois, il est nécessaire de préciser que même lorsqu'il s'agit de prestations financées par différents organismes, l'association touche un public de proximité dans des territoires délimités, et ce même public, habitant généralement le quartier dans lequel s'est déroulée l'animation, peut être amené à devenir visiteur sur une action autofinancée visant un public plus large. Cependant, il est important de mentionner que l'autofinancement des visites grand public est encore un objectif que l'association n'atteint pas encore, faute de participation.

3.2 Les publics spécifiques

De par ses activités de valorisation du patrimoine, et notamment dans des quartiers plus méconnus de la métropole rose, En Quête de Patrimoine est amenée à orienter une partie de son offre afin que la finalité de cette dernière réponde à des besoins sur des thématiques sociales ou éducatives. En effet, apporter de la culture à des habitants qui n'y ont pas ou peu accès, ou amener directement ces habitants vers les lieux culturels de la métropole toulousaine, fait aussi partie des attributions de l'association.

Ces offres sont majoritairement l'objet de la réponse d'appels à projets lancés par des financeurs pour des publics cibles tels que les jeunes habitants au sein des quartiers prioritaires, les familles, les scolaires..., ou encore sur des territoires délimités, à l'image du quartier de Soupetard ou de la cité de La Gloire à Toulouse. Répondre à un appel à projets c'est également répondre aux critères et objectifs de ce dernier. C'est pourquoi l'association travaille au développement de visites et animations hybrides et adaptables. L'hétérogénéité de son public nécessite donc un grand travail de montage et de préparation des prestations. De plus, les activités liées à la médiation sont des activités vivantes qui ne sont jamais identiques de par la multitude variable qui s'y joue.

La pluralité des publics touchés par les activités de valorisation patrimoniale de l'association, et la diversité des objectifs recherchés en fonction des différents projets menés, permettent à l'association de rencontrer et de se faire connaître auprès d'un large panel d'habitants de milieux sociaux et cadres d'habitation divers.

Mais tous sont des habitants auxquels on immisce la volonté de découverte ou de redécouverte de leur espace par des pratiques ludico-touristiques qui permettent d'aborder un espace avec un autre point de vue que celui usé par la force de l'habitude ou de la lassitude.

3.3 Le contexte et l'environnement d'évolution d'En Quête de Patrimoine

Le public de l'association En Quête de Patrimoine est donc à l'image de l'espace urbain, il est hétérogène. Cette hétérogénéité représente donc un défi de développement pour la structure. Les prestations de médiation proposées doivent être diversifiées et adaptées, sans compter que les enjeux peuvent diverger. En effet, si on prend l'exemple de médiations proposées gratuitement aux habitants et menées au sein des QPV de la ville de Toulouse, on constate l'existence de barrières de mobilisation des habitants. Pour contrer ces barrières, des actions de communication sur le terrain sont nécessaires. Aller à la rencontre des habitants et s'insérer dans le tissu associatif et social à l'échelle du quartier est un des uniques moyens de toucher directement l'habitant et de l'inciter à découvrir ou à redécouvrir un territoire et son patrimoine avec des actions de médiation. À l'inverse, pour un public de proximité à la métropole toulousaine lors de médiations privées, la présence physique des équipes sur le terrain lors de la phase de communication ne sera pas attendue. En revanche, la communication digitale et la mise en place de partenaires et médias pour relayer l'information conditionnera les inscriptions des visiteurs. Ainsi, naviguer entre plusieurs territoires, publics, thématiques patrimoniales... apporte de grandes richesses et une diversité d'action à l'association, et suppose de concevoir des stratégies de développement conjointes, mais différentes. Bien entendu, peu importe la médiation menée, le niveau de qualité attendu, recherché et délivré doit sur le principe être le même.

Souhaitant initialement développer à parts égales son activité privée et celle destinée à des publics ou territoires spécifiques, l'association a fait face au contexte sanitaire, en plus des difficultés liées à sa jeunesse de constitution. La covid-19 a fortement perturbé le développement d'En Quête de Patrimoine, et ce, notamment dans l'apport de ressources privées.

La pandémie mondiale a bousculé le secteur du tourisme et de la culture, des restrictions et jauges de réunion ont été imposées, empêchant l'association de livrer des prestations privées. Aujourd'hui encore les ressources de l'association sont largement liées à des financements d'organismes publics résultant d'appels à projets. Ainsi, bien que tous les Toulousains, habitants de la métropole et d'ailleurs, soient encouragés à participer aux médiations comme tous les patrimoines sont dignes d'intérêt, la covid-19 a fortement limité la diversité des publics de l'association.

CHAPITRE 2 - INITIER LA PRATIQUE TOURISTIQUE DE L'ENVIRONNEMENT MÉTROPOLITAIN CHEZ LES HABITANTS PAR LA MÉDIATION ET LA VALORISATION PATRIMONIALE

Pour de nombreux individus habitant l'espace urbain, le patrimoine constitue un élément distinctif d'un espace d'identification. Par le biais des médiations basées sur la valorisation du patrimoine, le local est invité à découvrir ou à redécouvrir son environnement et, par là-même, à entrer dans une approche touristique. Ce chapitre étudiera la thématique du patrimoine local et de la médiation, et comment leur mise en relation peut permettre à une organisation telle que l'association En Quête de Patrimoine d'accéder au public endogène.

1. Le patrimoine : une porte d'accès à l'habitant

1.1 Valoriser le patrimoine urbain au sens large, une approche patrimoniale spécifique.

En Quête de Patrimoine a la volonté de valoriser et de favoriser l'accès de tous au patrimoine dans son sens large. Comme abordé en amont de cette partie, le patrimoine n'est pas figé, ni nécessairement matériel. D'ailleurs, l'un de ses attributs est d'établir des liens temporels et intergénérationnels entre le passé et le présent. En effet, il revêt avant tout une dimension collective, car c'est la reconnaissance et la considération d'un groupe envers un objet jugé digne de transmission qui lui confère un caractère patrimonial, et ce peu importe l'ancienneté de l'histoire à laquelle il est attaché (VERNIERES, 2015, p. 7). Ainsi quelle que soit sa nature et sa forme, publique ou privée, « *le patrimoine est un bien collectif, au sens économique du terme, c'est-à-dire un bien dont l'existence et l'usage ont une implication forte sur le bien-être de la collectivité dans son ensemble* » (VERNIERES, 2015, p. 9).

Selon l'économiste Vernières, le patrimoine forme un écosystème qui, pour reprendre ses mots, « *produit chez l'habitant une satisfaction privative et du lien social* » (VERNIERES, 2015, p. 9). Cet écosystème se traduit dans l'interdépendance aux autres biens patrimoniaux qui l'entourent. En effet, si ce dernier se situe dans une zone urbaine encerclée de bâtiments délabrés ou dans un territoire déprécié socialement, alors la valeur de ce bien patrimonial sera altérée (VERNIERES, 2015, p. 9).

Ainsi, par la création de médiations intégrant et mêlant toute forme de patrimoine, En Quête de Patrimoine entend aussi revaloriser le patrimoine présent dans l'espace dans sa globalité. Les médiations qu'elle conçoit reprennent toujours différents éléments patrimoniaux. Bien qu'elles puissent être orientées sur des thématiques, le visiteur est constamment invité à s'interroger sur l'environnement qui l'entoure. Ainsi, au cours d'une même prestation, peuvent être mêlés périodes historiques, toponymie, architecture, *street art*, anecdotes diverses..., car c'est l'appréhension de l'environnement sous sa forme la plus globale qui peut en permettre une meilleure compréhension.

La force du patrimoine et de son écosystème est qu'ils s'intègrent dans tout un environnement. Grâce à la présence des objets patrimoniaux au sein d'un espace, ce dernier peut être approché sous une multitude d'angles différents qui suscitent d'autres regards. D'où le choix de l'association de ne pas restreindre sa définition du patrimoine.

1.2 Susciter un changement de regard sur un environnement spatialement proche

Découvrir ou redécouvrir un environnement géographiquement proche nécessite d'inciter le participant à changer de regard. Provoquer le changement de regard c'est aussi questionner sur le quotidien.

« L'enchevêtrement des échelles locales, régionales et internationales qui caractérise les grandes villes multiculturelles contemporaines crée la possibilité de nouvelles découvertes et la nécessité de construire de nouvelles connaissances »⁷⁰.

Afin d'inviter à ce changement de regard qui est vecteur de rupture avec le quotidien, En quête de Patrimoine s'inscrit dans une démarche hybride de découverte et de valorisation ou de revalorisation du patrimoine, ainsi qu'une démarche pédagogique de compréhension et d'appropriation du territoire urbain.

⁷⁰ Denissen Jens, Des voyages métropolitains pour habiter la grande ville à pied. *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 34-39.

Opérer la mutation du regard de l'habitant sur un espace qui lui est spatialement proche, c'est l'encourager à y être attentif et à faire attention⁷¹. Là est l'essence même de l'association.

Visiter un espace avec un œil neuf, c'est également participer à la mutation des imaginaires touristiques et à la revalorisation sociale de certains d'entre eux. Pour cause, réinvestir les ailleurs quotidiens revient à leur conférer une dimension nouvelle. Le géographe Bourdeau souligne le nouvel ancrage de la proximité dans les imaginaires touristiques par « la loi de la proxémie » développée par Moles et Rhomer. Cette loi entend de manière simplifiée, que l'individu accordera toujours plus d'importance à ce qui est proche que ce qui est lointain (VIEVARD, 2021, p. 9).

Le regard est investi d'un pouvoir, car c'est par ce dernier que peuvent être requalifiés des territoires. Inciter un changement de regard, par l'intermédiaire d'activités de médiation à destination des habitants d'une métropole, permet de concevoir un dépaysement de proximité, mais aussi d'envisager un environnement à travers plusieurs prismes. Si la théorie de la proxémie appliquée aux imaginaires touristiques se vérifie à l'avenir, peut-être que le renouvellement du regard sera opérable chez un plus grand nombre d'habitants.

1.3 L'accès au patrimoine, une nécessité pour tous

Favoriser l'accès à la culture est une des autres missions de l'association, en plus de la valorisation patrimoniale. Les enjeux de la démocratisation de l'accès à la culture pour tous ne sont pas nouveaux. En France, de nombreux acteurs sont déployés et mettent en œuvre chaque année des dispositifs afin de permettre à tout un chacun de bénéficier des objets culturels. D'ailleurs, selon un rapport de Communication MDR, un cabinet d'étude canadien spécialisé dans la culture et le tourisme, l'accès à la culture pour tous revêt, en plus de sa valeur intrinsèque, de nombreux avantages sur le plan social comme économique.

⁷¹ *Ibid.*

En effet, socialement, la confrontation à des univers culturels divers dès le plus jeune âge facilite l'apprentissage des enfants. La culture a également un impact sur la santé mentale et le bien-être des individus en favorisant la cohésion sociale. De plus, la culture est un support de dynamisme social puisque que « *la culture aide à constituer le capital social, c'est l'élément rassembleur des communautés* » (COMMUNICATIONS MDR, 2016, p. 11).

« En réunissant les gens, les activités culturelles [...] engendrent une solidarité et une cohésion sociale favorisant l'intégration sociale, l'autonomisation des communautés et le développement des capacités, ainsi que le renforcement de la confiance, de la fierté citoyenne et de la tolérance » (COMMUNICATION MDR, 2016 p. 11).

L'importance de l'accès à la culture apparaît donc primordiale.

Le sociologue Besnard attribue quant à lui quatre fonctions sociales au développement de la culture : une fonction de socialisation (car la culture favorise l'intégration et l'adaptation des individus), une fonction ludique et récréative, une fonction éducative et culturelle, et enfin une fonction de régulation sociale (MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, 2012, p. 2).

Ainsi par ses actions de médiation, l'association En Quête de Patrimoine tend à favoriser l'accès à la culture et au patrimoine à tous, que ce soit en incitant les découvertes d'objets culturels et patrimoniaux moins reconnus, ou sur des territoires plus éloignés des aménagements volontaristes de mise en valeur déjà réalisés par la métropole toulousaine. Ou encore, en tentant de faciliter le déplacement de populations vers les lieux et institutions culturelles de Toulouse situés majoritairement dans la ville-centre. La culture est un des piliers constitutifs de notre société et rendre visible et mettre en avant celle qui nous est proche apparaît comme un moyen aisé de permettre à tous d'accéder à la culture et au patrimoine.

2. Approcher un public endogène : l'habitant, un touriste qui ne s'identifie pas comme tel

2.1 Mobiliser les publics endogènes autour d'un patrimoine commun

Initier des médiations, et finalement inciter l'habitant à porter un regard neuf et qui s'apparente à celui d'un touriste n'est pas une chose aisée. En effet, bien que l'habitant puisse avoir des pratiques touristiques dans sa propre métropole, il refusera souvent d'être qualifié comme tel, car il est lié d'un sentiment d'appartenance à l'espace physique que représente sa métropole d'habitation. De plus, comme le souligne le docteur en sciences du langage, Thiburce :

« La catégorie du "touriste" est souvent négative et cela même en dehors de la pratique du tourisme [...]. Celui "qui vient en touriste" est celui qui est mal préparé, peu investi... Il est difficile de savoir si c'est une représentation partagée par toutes et tous, mais il me semble qu'il y a une sorte d'embarras à se percevoir ou - en tout cas - à se revendiquer comme touriste. On se voit comme "voyageur", "promeneur", mais pas "touriste" » (THIBURCE, in VIEVARD, 2021, p. 8).

S'adresser à l'habitant ce n'est donc pas s'adresser aux touristes, il est nécessaire de distinguer le public endogène de celui que l'on qualifie d'exogène. Quand bien même une stratégie est adoptée pour viser le public endogène, il ne s'agit pas là non plus d'une foule compacte et aux mêmes besoins et motivations. Cela se vérifie au sein même d'En Quête de Patrimoine, puisque la grande diversité sociale, générationnelle, territoriale... des publics de la métropole toulousaine contraint l'association à ajuster et à adapter sans cesse ses médiations. Avec la crise de la covid-19, le tourisme de proximité a été très largement plébiscité par les destinations et, bien que des métropoles françaises mettent en place des stratégies tournées vers l'habitant, et que, même à Toulouse, une multitude d'acteurs associatifs, comme privés existe, on constate, à travers l'expérience d'En Quête de Patrimoine, que la mobilisation des résidents n'est pas si évidente. En effet, atteindre l'habitant et le mobiliser reste difficile. Pourtant on connaît l'appétence de ces derniers pour les événements, grandes manifestations, ou même les Journées Européennes du Patrimoine.

Cependant, l'habitant n'est pas un touriste ordinaire et, peut-être parce qu'il éprouve un sentiment d'appartenance à sa ville, il est plus complexe de l'inciter aux changements de regard et à la redécouverte. Dans le cas de l'association En Quête de Patrimoine, on constate aujourd'hui des défauts de participation qui ne permettent pas d'assurer les prestations, et ce, malgré la grande expérience de terrain de Mme Moussay et la communication réalisée. Cette difficulté de mobilisation des publics par l'association est principalement imputable à la jeunesse de cette dernière. Afin d'approcher l'habitant et l'inciter à devenir curieux, touriste sur son propre terrain, il faut infiltrer sa sphère quotidienne et se faire reconnaître. D'où la nécessité d'être présent physiquement, sur les plateformes digitales, et tant auprès des acteurs locaux du loisir et du tourisme que des acteurs sociaux.

Ainsi, à son comportement et sa façon d'approcher et de percevoir un territoire qui pourrait être qualifié d'ordinaire, l'habitant devient touriste pour autant qu'il ne peut à ses yeux être approché comme tel. Ce public, déjà très sollicité par son environnement multifonctionnel, nécessite une communication spécialisée et spécifique afin d'être approché et mobilisé.

2.2 L'approche d'En Quête de Patrimoine envers l'habitant

L'habitant de la métropole toulousaine est le principal public, mais également la principale cible de l'association. Réalisant des actions dans des territoires bien souvent en périphérie de la ville-centre, l'approche et le bon rapport à l'habitant sur des territoires qui ne font pas toujours l'objet d'observation et de curiosité est primordial. En effet, faire découvrir un patrimoine moins conventionnel ou plus méconnu dans des quartiers qui sont d'ordinaire peu visités nécessite la compréhension de l'habitant et l'intégration dans le tissu local et associatif. Car, être connu au sein de l'environnement local, c'est limiter les éventuels rejets de l'habitant envers l'autre, le visiteur, lui faire prendre conscience de la richesse patrimoniale de son lieu d'habitation, et peut-être l'inciter à adopter un autre regard.

C'est pourquoi l'association est dans une démarche de rencontres, d'échanges et d'intégration dans ces différents territoires d'action. Concrètement, cela se réalise sur le terrain par une implication forte auprès des partenaires sociaux (centres sociaux, centres d'animation, maisons de quartier), et des partenaires clés de la vie sociale locale (associations, cafés...). L'implication auprès de ces acteurs favorise la création de médiations en collaboration, ce qui permet de se faire connaître auprès des résidents du territoire. Mais l'association s'implique également physiquement sur le terrain pour promouvoir ses activités auprès de la population, en étant présente sur les marchés ou à la sortie des écoles (fêtes de quartier par exemple). À cela s'ajoutent aussi, suivant les actions réalisées, des relais de communication plus institutionnels, à l'image des publications et articles dans les médias de quartiers.

Ainsi, hormis les médiations organisées en centre-ville, l'association s'implique fortement auprès des habitants et dans la vie locale et sociale, car l'intégration pleine et entière de l'habitant (participant ou acteur) est au cœur des projets de l'association. Par ailleurs, échanger, communiquer avec les locaux, c'est aussi nourrir et enrichir les médiations de connaissances et anecdotes multiples qui renforcent le caractère authentique de l'expérience et de la découverte.

3. Proposer une offre en cohérence avec l'environnement valorisé

3.1 La médiation patrimoniale : un moment de partage

Le propre de toute médiation est de partager et de rendre compréhensible et lisible l'information par tous. Chez En Quête de Patrimoine, l'offre se traduit sous la forme de visites, animations, balades... La médiation se caractérise aussi par la déconstruction, le renouveau, ou les idées nouvelles qu'elle peut transmettre autour de l'objet ou la thématique développée. Selon le sociologue Péquignot :

« La fonction des médiateurs culturels est donc bien cadrée, ils agissent au sein des institutions (sociales) pour provoquer une mise en cause des évidences idéologiques qui, imposant un mode du voir, du lire, de l'écouter,

nous rendent aveugles, illettrés et sourds à la nouveauté proposée par l'artiste » (PEQUIGNOT, 2007, p. 6).

Étant donné que les objets patrimoniaux abordés par l'association ne sont bien souvent pas visibles de l'œil habitué du participant, la médiation est un réel temps d'échange et de partage. En effet, faire participer et intervenir l'habitant lors d'une communication est primordial, car pour valoriser le patrimoine au sens large, il faut autant le contextualiser par des images d'archives, des repères historiques, que le décontextualiser à l'aide de questions d'observation par exemple, qui permettent de concentrer l'attention du visiteur uniquement sur un élément patrimonial précis.

Le médiateur est acteur et auteur de son discours, par conséquent « *les intentions du créateur [...] fournissent la matière que le médiateur remodèle selon les finalités qu'il poursuit* » (ABOUDRAR, MAIRESSE, 2016, p. 75). L'une des missions principales de l'association étant la valorisation du patrimoine au sens large, elle aborde chaque espace et territoire de façon objective. La parole et le point de vue partagés au préalable par des locaux, habitants du quartier, professionnels..., sont intégrés à la médiation dans une démarche immersive qui facilite l'opération d'un changement de regard chez le participant.

Ainsi, l'approche menée par En Quête de Patrimoine se veut participative, car l'habitant vu comme un touriste de l'ordinaire n'est pourtant pas un touriste ordinaire, et mobiliser ses connaissances et son vécu au cours de la médiation implique ce dernier et contribue à enrichir le propos démontré. L'interaction et les échanges entre le public et le médiateur sont véritablement au cœur de l'approche d'En Quête de Patrimoine.

3.2 Adapter son offre au milieu approché

L'association organise des médiations dans des lieux qui n'ont pas une vocation touristique ou culturelle première. Les lieux abordés lors des activités organisées sont généralement des lieux de vie, d'habitation de la population locale. Lorsque l'on souhaite développer des activités de médiation en vue de valoriser le patrimoine au sens large, il apparaît nécessaire de faire preuve d'adaptation, par rapport au

public, au discours tenu, ou bien même à l'environnement spatial et social dans lequel se déroule la médiation.

En Quête de Patrimoine s'adresse à un public très large, et les participants ne sont pas toujours des habitués des pratiques culturelles. Or, pour encourager et favoriser ces pratiques auprès des habitants, un travail d'adaptation du propos est requis. En effet, en dépit de la véracité des faits historiques, il convient parfois de polir son discours, afin de ne pas blesser le participant dans sa sensibilité d'habitant qui entretient des liens d'appartenance avec l'environnement de la médiation.

« Un impératif de justesse tout particulier est requis du médiateur en présence de publics « éloignés », que l'institution culturelle intimide et qui peuvent rompre le fil ténu qui les relie à elle s'ils perçoivent (à tort ou à raison) la moindre condescendance ou la plus petite brusquerie à leur endroit » (ABOUDRAR, MAIRESSE, 2016, p. 77).

Ce travail d'adaptation se retrouve également dans la structuration technique du groupe. En effet, la distribution spatiale dans un quartier (ruelle étroite) impose une limitation du nombre de participants. Au-delà de cet aspect purement spatial, l'environnement social d'un territoire est lui aussi pris en compte lors des prestations réalisées par l'association. Pour cause, l'exposition à l'altérité, lors de la confrontation des habitants d'un quartier à un groupe d'observateurs du patrimoine dans un territoire dans lequel la valorisation du patrimoine ne fait pas l'objet d'aménagements volontaristes ou de stratégies de développement culturel ou touristique, peu susciter des réactions hostiles, voire de rejet. Afin de pallier à d'éventuelles réactions négatives et de ne pas donner une sensation de safari humain aux habitants, l'association, en plus de s'impliquer dans le tissu associatif et social local, adapte ses quotas de participants. De fait, lorsque des prestations sont réalisées avec des Toulousains externes à ce territoire, dans des quartiers prioritaires perçus comme sensibles, une limite sera fixée à une quinzaine de participants. Même si l'apport d'un regard externe, touristique, sur le patrimoine favorise le changement de regard des locaux sur leur environnement, cette

dynamique n'est pas réalisable si le regard de l'autre est synonyme de curiosité malvenue ou de frustration.

3.3 Faire évoluer les médiations pour toucher l'habitant

Inscrite dans une démarche de valorisation et de diffusion du patrimoine, En Quête de Patrimoine s'illustre par sa volonté de faire évoluer ses médiations et de proposer des formats variés dans le but d'interpeller l'habitant sur son patrimoine. Ayant parfois le regard usé par l'habitude, les locaux ont besoin d'une valeur ajoutée, d'un apport matériel technique, ou d'une dimension ludique supplémentaire pour le renouveler sur leur métropole. C'est pourquoi, l'association tient à proposer des formats de médiation qui sortent du cadre classique, par une démarche participative qui a pour objectif de questionner les locaux sur leur environnement, mais aussi de les mettre dans une position de recherche et d'interrogation autour du patrimoine appréhendé. À cette démarche initiale d'enquête, qui est au centre de chacune des prestations de l'association, on retrouve également la volonté de rendre ludiques les médiations. Il peut s'agir d'utiliser du matériel spécifique, comme des grandes bâches reprenant une vue aérienne du quartier, ou encore d'opérer un partenariat avec des associations de quartier en vue de réaliser avec les participants des maquettes 3D d'éléments patrimoniaux du territoire. Il peut aussi s'agir de créer un jeu concours-photo incitant les locaux à observer leur patrimoine afin de retrouver des éléments patrimoniaux et de les réinterpréter à leur manière à travers l'outil photographique. Du fait de la proximité entre le public et les objets de patrimoine abordés, faire évoluer les médiations et ajouter une dimension interactive dans le format même de la prestation, ou par des outils divers, permet à l'association de toucher et de remporter l'adhésion de l'habitant. La curiosité autour de l'environnement proche n'étant généralement pas naturelle chez les habitants des métropoles, elle doit être suscitée.

CHAPITRE 3 - LES ENJEUX DU TRAVAIL D'EN QUÊTE DE PATRIMOINE POUR LES HABITANTS : PROBLÉMATIQUE, HYPOTHÈSES ET MÉTHODOLOGIE

Après la contextualisation de la thématique du tourisme de proximité en milieu urbain, par le biais des activités de médiation axées sur la valorisation patrimoniale proposées par l'association En Quête de Patrimoine, dans les précédents chapitres de cette partie, le troisième chapitre s'attachera à exposer la problématique d'étude, à développer, les hypothèses émises, et enfin à annoncer la méthodologie employée.

1. La problématisation du sujet d'étude

1.1 Le cheminement vers la problématique

Au cours de mon cursus de second cycle universitaire, je me suis intéressée à la thématique du tourisme de proximité en milieu urbain. Ce sujet ayant d'ailleurs fait l'objet de mon premier mémoire de recherche réalisé en Master 1. J'ai décidé de poursuivre mes recherches et d'observer concrètement les pratiques touristiques des habitants dans leur propre ville, afin de mieux en percevoir les dynamiques et les enjeux. Par ailleurs, une crise inattendue, celle de la covid-19, est venue perturber fortement l'industrie du tourisme et remettre en question, au fur et à mesure de la progression de la maladie dans le monde et des annonces restrictives du gouvernement français, notre rapport au spécialement proche, à l'ici et l'ailleurs. Cette crise majeure de l'histoire du tourisme, et dont l'issue et les impacts systémiques restent encore à ce jour en suspend, a propulsé sur le devant de la scène les pratiques touristiques de proximité autrefois perçues comme peu distinguantes socialement.

Ayant la volonté d'approfondir mes travaux, et au vu du contexte sanitaire, j'ai souhaité orienter ces nouvelles recherches sur le sujet du tourisme de proximité en milieu urbain du point de vue de l'habitant, avec comme question de départ : *« Quels peuvent être les effets de la pratique d'un tourisme de proximité sur les habitants d'une métropole ? »*.

La recherche de la structure d'accueil pour mon stage de fin d'études a donc été orientée et conditionnée par la thématique du tourisme de proximité. L'association En Quête De Patrimoine, qui explore ce sujet de par ses activités, et qui s'implique auprès des habitants dans ces territoires d'action, m'a alors semblé être une structure porteuse pour poursuivre mes travaux.

1.2 Le choix de la problématique et des hypothèses

L'activité de l'association En Quête de Patrimoine est centrée sur la valorisation patrimoniale par l'intermédiaire d'activités de médiation. Dès lors, il apparaissait nécessaire d'établir une problématique en cohérence avec les activités de l'association, et de lier ces dernières aux effets des pratiques touristiques de proximité sur les habitants des métropoles.

Une problématique a donc été constituée pour ces travaux de recherche en accord avec la structure de stage. Il s'agit de la suivante :

Comment, et dans quelle mesure, la constitution d'une offre touristique de proximité en milieu urbain, basée sur la valorisation du patrimoine, peut-elle inscrire l'habitant dans de nouveaux rapports à son environnement ?

Cette problématique, qui cherche à observer l'éventuelle modification des rapports et perception de l'habitant suite à une pratique touristique de proximité basée sur la valorisation du patrimoine s'accompagne de trois hypothèses :

- Hypothèse 1 : La pratique d'un tourisme de proximité basé sur la médiation patrimoniale est vectrice d'appartenance et d'appropriation de l'habitant à son environnement ;
- Hypothèse 2 : La valorisation patrimoniale par des activités de médiation adressées aux habitants contribue à les sensibiliser et à les impliquer dans leur espace ;
- Hypothèse 3 : La valorisation d'un patrimoine proche par la médiation encourage et incite l'habitant à adopter ou à renouveler une démarche touristique de proximité.

Par l'intermédiaire de l'association En Quête de Patrimoine, et dans le cadre de ses activités, une réflexion sera amorcée sous l'angle « habitant » du tourisme de proximité en milieu urbain centré sur la valorisation patrimoniale.

2. Les hypothèses développées

2.1 Renouveler les rapports entre l'habitant et son espace par la médiation patrimoniale

La ville, comme abordé précédemment, est un espace complexe, multifonctionnel et en mutation constante, autant au niveau du renouvellement de population que du renouvellement urbain. Ces modifications perpétuelles de l'environnement sont parfois vectrices d'un décalage entre le lieu de résidence et l'habité (MITIC, 2007, p. 37), au sens géographique du terme qui est défini par Levy et Lussault comme le fait que « *l'habitat engendre des actions qui concourent à la formation d'un espace de l'habitat, les valeurs, savoirs et imaginaires qui les accompagnent* » (LEVY, LUSSAULT, 2013). Renouveler le regard de l'habitant sur sa ville par l'intermédiaire d'une médiation valorisant le patrimoine semblerait donc être une des voies pour faciliter l'habitation ou la réhabitation des divers quartiers de la métropole par ses habitants.

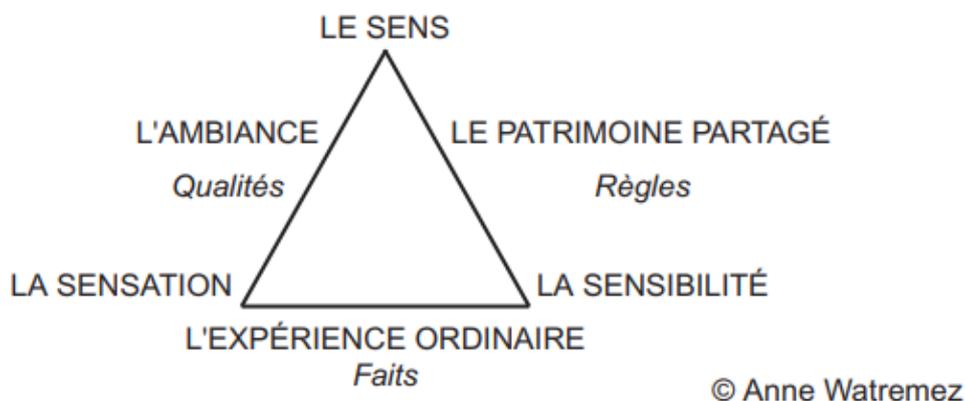
Par des actions de médiations culturelles, basées sur la valorisation du patrimoine au sens large, l'habitant est en mesure de renouveler son regard sur un lieu, en comprendre l'histoire, la construction, les modifications opérées... La valeur éducative de la médiation pourrait dès lors renforcer le sentiment d'appartenance des résidents à leur espace. Le territoire peu connu devient alors un lieu plus familier qui peut être investi, réapproprié par les habitants. Par réappropriation, on entend que l'habitant pourra être en mesure de retourner de sa propre démarche dans les lieux observés, les pratiquer et les percevoir sous un autre regard, son propre regard. De plus, l'apport de connaissances et le renouvellement des regards apportés par des prestations basées sur la valorisation patrimoniale de proximité, permettront au citoyen d'affirmer socialement sa posture d'habitant, connaisseur de son environnement et non pas simplement consommateur de ce dernier, à l'instar de la représentation classique du touriste exogène.

Par ces différentes fonctions, la médiation patrimoniale peut peut-être inscrire l'habitant dans un rapport renouvelé à sa ville, en élargissant ou en régénérant ses territoires d'appropriation et en renforçant son identification à sa métropole dans son ensemble.

2.2 La médiation patrimoniale : vecteur de sensibilisation et d'implication de l'habitant dans sa ville

Le patrimoine, bien qu'il soit défini, reste une notion subjective, car il est du domaine du sensible, et lorsqu'il n'existe pas de consensus public sur la désignation de l'objet observé comme patrimonial, c'est la subjectivité de l'individu et son rapport à l'objet qui lui donnera une qualification patrimoniale. Le patrimoine n'est donc pas nécessairement officiel aux yeux des habitants. C'est leur relation avec le lieu, le vécu, leur modalité de compréhension, et leur pratique de ce dernier qui le qualifient comme tel. Lié à des souvenirs et attaché aux modes de vie, il s'agit ici plus que d'un simple décor, c'est la scène sur laquelle se jouent les moments de vie, les odeurs, les sons, l'âme du lieu, et procure des émotions (WATREMEZ, 2010, p. 165).

Figure 3 : L'énonciation du rapport patrimonial selon trois régimes sémiotiques⁷²



⁷² Source : Watremez, 2010.

Parce que le patrimoine a cette qualité d'être subjectif chez les individus, cela suppose que sa perception soit mouvante et que le fait de l'observer, de l'appréhender par le biais d'activités de médiation puisse sensibiliser l'habitant à ce dernier. Le renouvellement de l'expérience urbaine par la médiation semble alors contribuer à toucher la sensibilité du citoyen pour que le patrimoine observé devienne remarquable à ses yeux d'habitant.

Sensibiliser le patrimoine en le valorisant peut aussi avoir comme conséquences l'implication de l'habitant dans son environnement. Car c'est grâce à cette sensibilité patrimoniale qu'un habitant amateur devient compétent pour parler, discuter et communiquer sur le sujet (WATREMEZ, 2010, p. 177). L'intérêt manifesté par l'individu à ce patrimoine traduit une forme d'implication. L'implication de l'habitant envers son patrimoine n'est pas nécessairement très engagée ou militante, mais dans la mesure où l'individu communique sur le propos et s'intéresse à son évolution, cela traduit déjà une forme d'engagement.

« Ces fragments d'espaces urbains se transforment en objets engagés dans des discussions concernant leur état ou leur modification : ils exemplifient une situation, une manière de faire approuvée ou condamnée, ils acquièrent une valeur, une qualité, un statut » (WATREMEZ, 2010, p. 171).

Ainsi, par la pratique d'un tourisme de proximité au sein de sa métropole, l'habitant pourrait acquérir une sensibilité patrimoniale face à son environnement proche et en deviendrait acteur, si ce n'est participant, de sa valorisation.

2.3 Une découverte de proximité en appelle une autre

Les pratiques touristiques de proximité et la redécouverte de l'environnement proche sont susceptibles de renforcer l'identité et l'attachement territorial des métropolitains⁷³. À travers des activités de médiation basées sur la valorisation du patrimoine proche, un premier travail de curiosité, de redécouverte d'un territoire est opéré.

⁷³ Dissart Jean-Christophe, Le staycation un phénomène parti pour rester ? *Espace tourisme et loisirs*, 2020, n° 353, p. 6-9.

Cette sensibilité, ou curiosité renouvelée de l'habitant par rapport à son environnement, peut-elle donc susciter l'envie de réitérer ces pratiques chez le citoyen ? La médiation patrimoniale en milieu urbain se veut accessible à un grand nombre d'individus, et dans un certain cadre, tel que des événements publics, être proposée gratuitement aux habitants. Par ces différentes opérations et son intervention dans des cadres touristiques et culturels variés, la médiation patrimoniale peut-elle permettre à l'habitant d'entamer une démarche touristique volontaire dans son environnement spatialement proche ? L'individu peut-il donc inscrire le réenchancement de proximité dans ses pratiques touristiques de manière durable, et les activités de valorisation patrimoniale peuvent-elles avoir une récurrence dans ses pratiques ?

Comme il a été abordé en amont de l'étude, les pratiques touristiques des habitants au sein de leur environnement spatialement proche ne sont pas nouvelles. Toutefois, elles ont été très largement plébiscitées et mises sur le devant de la scène durant la crise de la covid-19. Même si des incertitudes demeurent sur l'inscription durable de cette pratique à long terme, son élargissement ne relève peut-être pas uniquement de facteurs conjoncturels et de simples activités de médiation valorisant le patrimoine et la découverte de proximité qui puissent permettre une récurrence de la pratique touristique de son environnement urbain.

3. Le terrain d'étude et méthodologie employée

3.1 La méthodologie de recherche et construction des études

Effectuant un stage au sein de l'association En Quête de Patrimoine, qui réalise des médiations patrimoniales dans la métropole toulousaine et majoritairement auprès d'un public, c'est tout naturellement qu'il a été décidé d'utiliser ce cadre comme terrain d'étude. En vue d'observer les effets d'une médiation patrimoniale sur le rapport de l'habitant à son environnement urbain, il a été décidé de n'interroger que des individus qui avaient déjà réalisé une médiation avec En Quête de Patrimoine.

Afin de vérifier les hypothèses émises, il convient d'utiliser les outils des différentes méthodologies à disposition sur le terrain choisi. Le tableau synthétique ci-après a été déterminé par les recherches effectuées au préalable, et présente les

méthodologies mobilisées pour affirmer, infirmer, ou nuancer les hypothèses formulées :

Tableau 2 : Méthodologie envisagée pour la vérification des hypothèses⁷⁴

Hypothèses	Méthodologie employée	Public visé	Objectifs
<p>N°1</p> <p>La pratique d'un tourisme de proximité basé sur la médiation patrimoniale est vectrice d'appartenance et d'appropriation de l'habitant à son environnement</p>	<p>Étude qualitative</p> <p><i>Outil : entretien</i> → <i>semi-directif</i></p>	<p>- Les habitants de la métropole toulousaine ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine.</p>	<p>- Observer le rapport des habitants à leur environnement et attester ou non de l'évolution de ce dernier à la suite d'une médiation.</p> <p>- Savoir si la médiation influe sur les pratiques de la ville et l'appartenance à cette dernière.</p>

⁷⁴ Source : Auteure, 2021

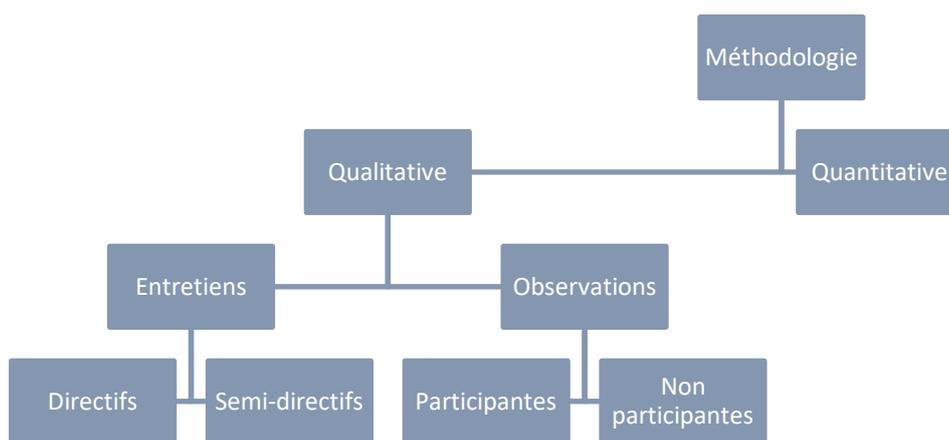
Hypothèses	Méthodologie employée	Public visé	Objectifs
<p>N°2</p> <p>La valorisation patrimoniale par des activités de médiation adressées aux habitants contribue à les sensibiliser et à les impliquer dans leur espace.</p>	<p>Étude qualitative</p> <p><i>Outil : entretien</i> → <i>semi-directif</i></p>	<p>- Les habitants de la métropole toulousaine ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine.</p>	<p>- Mieux comprendre la dynamique de changement de regard qui peut s'opérer sur son environnement proche et savoir si la médiation peut en être à l'origine.</p> <p>- Appréhender les raisons qui incitent à participer à une médiation.</p> <p>- Savoir si la sensibilité de l'habitant peut se traduire en une implication et quelle est-elle ?</p>
	<p>Étude quantitative</p> <p><i>Outil :</i> <i>Questionnaire</i> → <i>descriptif</i></p>	<p>- Les habitants de la métropole toulousaine ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine.</p>	<p>- Attester de la découverte de proximité.</p> <p>- Recueillir les impressions des participants d'une médiation.</p>

Hypothèses	Méthodologie employée	Public visé	Objectifs
<p>N°3</p> <p>La valorisation d'un patrimoine proche par la médiation encourage et incite l'habitant à adopter ou à renouveler une démarche touristique de proximité</p>	<p>Étude qualitative</p> <p><i>Outil : entretien</i> → <i>semi-directif</i></p>	<p>- Les habitants de la métropole toulousaine ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine.</p>	<p>- Savoir si la médiation patrimoniale encourage les locaux à pratiquer leur ville avec un autre regard, pratiquer les endroits découverts de leur propre initiative.</p> <p>- Savoir si la démarche peut s'inscrire dans les pratiques touristiques des habitants.</p>
	<p>Étude quantitative</p> <p><i>Outil :</i> <i>Questionnaire</i> → <i>descriptif</i></p>	<p>- Les habitants de la métropole toulousaine ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine.</p>	<p>- Attester de l'envie du public de poursuivre la dynamique de découverte ou redécouverte de son environnement.</p>

3.2 L'étude qualitative

La méthode qualitative est une méthode dite « intensive », où l'on recherche par des observations et entretiens la profondeur sociale. L'objectif de cette méthode est d'analyser les représentations, les imaginaires, en dépit des contraintes sociales⁷⁵. Dans cette méthode, on recueille la subjectivité des individus afin de comprendre des faits. La méthode qualitative utilise deux outils qui sont l'entretien approfondi et l'observation.

Figure 4 : L'étude qualitative⁷⁶



L'étude qualitative représente la majeure partie de l'étude. En effet, elle a été constituée de quatre entretiens semi-directifs (Cf. Annexes D, F, H, J), mais également d'observations participantes puisqu'il m'a été donné l'opportunité par Enquête de Patrimoine d'assister en position d'observation à de nombreuses médiations et de pouvoir échanger avec les participants sur les hypothèses énoncées.

⁷⁵ Bessière Jacinthe. *Sociologie du tourisme*. Cours de Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2020.

⁷⁶ Source : Oliveira Diana. *Méthodologie d'entretien*. Cours de Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2020.

Le choix des personnes entretenues

Dans le but de mieux comprendre l'organisation, les rapports des habitants de la ville rose à leur environnement, et comment ces derniers pouvaient évoluer à la suite d'une pratique touristique de proximité, il a été choisi d'administrer les entretiens et d'observer un seul et même groupe d'individus : les habitants de la métropole ayant déjà réalisé une médiation patrimoniale (visites guidées, jeux-concours photo, activités lors d'évènements...) avec l'association En Quête de Patrimoine.

Ce choix s'explique par la recherche, via cette étude, à observer les changements qui peuvent s'opérer chez un habitant par rapport à son environnement à la suite d'une activité touristique orientée sur une thématique patrimoniale. L'association a un public large et intervient autant sur des appels à projets qu'en prestation privée ; la palette d'individus qui compose ses participants est donc étendue. Les personnes interrogées ont été sélectionnées sur le seul critère de leur participation à une médiation. Par médiation, il est entendu différents types de prestation, et pas nécessairement une seule et même visite guidée pour tous les sondés.

La réalisation d'un guide d'entretien (cf. Annexe C)

Avant de conduire l'entretien, et conformément à la méthodologie de l'entretien semi-directif, un guide d'entretien a été réalisé. Il est le fil conducteur qui aide au bon déroulement de la discussion. Il est organisé par thèmes à aborder en fonction des hypothèses. Il contient également des questions et relances, même si celles-ci peuvent être modifiées en fonction du déroulé de l'entretien.

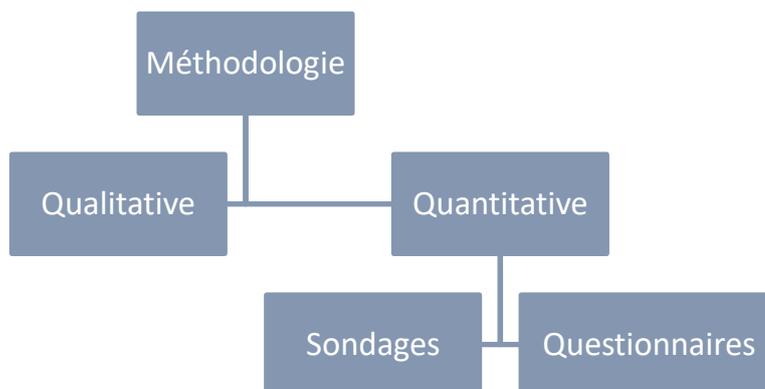
L'administration de l'entretien

L'administration s'est organisée par téléphone, compte tenu des conditions sanitaires du printemps-été 2021.

3.3 L'étude quantitative

La méthode quantitative est une méthode dite « expansive », qui recherche la représentativité en interrogeant un nombre conséquent d'individus en fonction de la population observée. La finalité d'une telle méthode est d'expliquer un phénomène par des facteurs, comportements, opinions... La méthode quantitative explique des faits par leurs récurrences.

Figure 5 : L'étude quantitative⁷⁷



L'étude quantitative réalisée dans ce mémoire a été administrée à la suite d'un jeu-concours photo organisé de mars à avril 2021. Cette étude a été réalisée à des fins professionnelles pour l'association En Quête de Patrimoine, dans le but de recueillir des informations sur le déroulement de cette médiation réalisée en autonomie dans le quartier de Soupetard à Toulouse (Cf. Annexe B). Cette étude, effectuée dans le cadre des activités de l'association En Quête de Patrimoine, a donc été utilisée de nouveau pour ce travail de recherche.

Public visé

Dix-neuf individus avaient participé à ce jeu-concours, en renvoyant leur reproduction photographique par mail à l'association. Il a donc naturellement été choisi de transmettre le questionnaire à ces dix-neuf participants. Quinze individus ont accepté de remplir le questionnaire.

⁷⁷ Source : Oliveira Diana. *Méthodologie d'entretien*. Cours de Master 1 MIT, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2020.

Mode d'administration

Ce questionnaire a été administré lors du troisième confinement en France, soit d'avril à mai 2021. Le mode d'administration retenu a donc été le mail, d'autant que l'association communiquait déjà avec les participants du jeu-concours photo par l'intermédiaire de ce canal.

Outil utilisé

L'outil Google Forms a été sélectionné par En Quête de Patrimoine, car il s'agissait d'un questionnaire à petite échelle.

Ce questionnaire professionnel (*Cf.* Annexe L), réalisé dans le cadre du stage, présente un intérêt dans les travaux de recherche entrepris dans cette étude, car il livre, grâce à certaines questions, des informations supplémentaires sur le rapport des habitants à leur environnement et l'évolution de ce dernier suite à une médiation patrimoniale.

CONCLUSION DEUXIÈME PARTIE

Cette seconde partie, qui assemble les aspects théoriques de la partie précédente, et l'ébauche des aspects plus opérationnels de la troisième partie, a permis de mieux appréhender la structure En Quête de Patrimoine, de contextualiser le sujet d'étude, toujours à travers les activités de l'association, et de développer la méthodologie d'étude employée.

Ainsi, grâce à la jeune association En Quête de Patrimoine, il a été possible d'observer les habitants et leurs pratiques touristiques de proximité. Il en ressort que, même en appartenant à des groupes sociaux différents, les Toulousains ont des pratiques touristiques de proximité. Toutefois, qu'elles soient volontaires, ou incitées par des projets de politique publique ou de la ville, ces pratiques demeurent. La médiation culturelle, basée sur la valorisation du patrimoine au sens large, peut inciter les Toulousains à découvrir ou à redécouvrir leur quartier ou d'autres espaces plus périphériques de la métropole toulousaine.

Cependant, le regard habitué de l'habitant, et l'appartenance qu'il éprouve déjà envers son espace, nécessitent une médiation qui sorte du cadre traditionnel et généraliste, tout en étant adaptée au public, comme aux espaces observés. En effet, pour voir son environnement avec un œil nouveau, l'habitant doit être questionné, participer activement à la médiation face au médiateur, et ne peut être assimilé à un touriste exogène, qui constitue d'ailleurs un groupe auquel il ne s'identifie pas.

Ces questionnements, découvertes de proximité, et l'incitation à l'approche touristique de son environnement ont-elles pour autant un impact sur le rapport de l'habitant à sa ville ? Telle est la problématique qui a été annoncée et à laquelle nous tenterons de répondre dans la troisième partie de ce mémoire, à travers diverses études menées qui ont pour population les anciens participants à des médiations de l'association En Quête de Patrimoine.

**PARTIE III – ANALYSE DES RÉSULTATS OBTENUS,
INTERPRÉTATION ET PRÉCONISATIONS**

INTRODUCTION TROISIÈME PARTIE

Après avoir exploré les champs d'étude dans la première partie de ce mémoire, puis identifié et appréhendé le terrain d'étude dans la seconde partie, la troisième partie aura pour vocation de mettre en relation théorie et terrain, en vue d'apporter des éléments de réponse à la problématique et aux hypothèses. Dès lors, chacun des chapitres de cette dernière partie s'appuiera sur l'analyse des études dispensées.

Le premier chapitre se concentrera sur l'analyse des résultats, d'un point de vue chronologique. Ainsi, les études réalisées permettront d'étudier l'évolution du rapport de l'habitant d'une métropole à sa ville, par le prisme d'une médiation patrimoniale.

Le second chapitre de la troisième partie représentera un chapitre d'analyse et de réflexion autour des résultats obtenus. Il permettra de mettre en lumière d'autres éléments émergents de l'étude, et de les rapprocher aux hypothèses émises en amont de ce mémoire.

L'ultime chapitre de ce mémoire apportera quant à lui des préconisations destinées à tous les acteurs ayant la volonté de renouveler le rapport de l'habitant à sa ville par la pratique touristique de proximité. À ces recommandations s'ajouteront quelques lignes sur les limites qui peuvent être exprimées vis-à-vis de l'étude.

CHAPITRE 1 – L'ÉVOLUTION CHRONOLOGIQUE DU RAPPORT DE L'HABITANT À SON ENVIRONNEMENT URBAIN PAR LE PRISME DE LA MÉDIATION

Ce premier chapitre représente l'analyse des résultats obtenus lors des enquêtes menées. Son objectif est de traduire chronologiquement les effets directs de la médiation sur le rapport qu'entretiennent les habitants à l'espace proche qui devient l'espace touristiquement approché.

1. Avant la médiation

1.1 Le rapport initial du résident à son environnement

Chaque habitant a des rapports différents avec sa ville, son espace d'habitation, et appréhende de manière variée son environnement proche. Toutefois, au cours des études menées, un facteur commun s'est détaché entre ces individus, touristes de proximité, à la recherche du patrimoine méconnu dans leur ville. Ce facteur commun est leur connaissance et leur pratique de la ville. En effet, on pourrait s'attendre à un public large regroupant aussi bien des néo-résidents que des habitants de longue date. Pourtant, chacun des sujets entretenus, et donc des participants à une médiation de l'association En Quête de Patrimoine, habite la ville rose depuis plusieurs années. À cela s'ajoute pareillement une connaissance relative et manifeste de la ville, dont différents quartiers ont déjà été vécus, voire habités. La ville pré médiation est donc un environnement familier auquel le sujet s'identifie généralement. Cependant, le cadre de la médiation quant à lui n'est pas toujours réellement connu par l'habitant. Toutefois, c'est la qualité de Toulousain, curieux de son espace urbain dans son ensemble, qui confère aux citoyens interrogés un intérêt pour le patrimoine caché, le patrimoine plus méconnu.

Au vu des études, on remarque donc que l'intérêt pour le patrimoine, et l'envie de redécouverte à travers une médiation patrimoniale, est étroitement lié aux rapports de proximité qu'entretient l'habitant à Toulouse de façon générale. Cette dimension est affective, puisque tous ont déclaré aimer Toulouse. Mais il s'agit aussi, et surtout, d'une dimension temporelle. Puisqu'habiter depuis plusieurs années dans la ville semble susciter chez l'habitant la volonté d'en changer les perceptions.

1.2 L'envie de nouvelles découvertes

Les rapports de proximité affective et spatiale peuvent être un moteur de l'envie de découverte ou de redécouverte de son environnement proche. Mais ils ne sont pas les seuls déclencheurs. En effet, d'après les observations de terrain effectuées au cours du stage, et les entretiens menés, on ressent que les prémices de cette volonté de redécouverte reposent sur une curiosité du participant sur son environnement, à l'image d'une des interrogées qui confiait : « *Je suis assez curieuse et intéressée par beaucoup de choses, et entre autres par les visites de Toulouse* »⁷⁸. Comme il a été abordé en amont de l'étude, la démarche touristique au sein de son espace proche est une démarche volontaire. La curiosité et l'envie d'approcher son environnement différemment sont au cœur de l'enclenchement de la pratique.

À cette curiosité de l'habitant pour sa ville, peut aussi s'ajouter un besoin de contextualisation de l'espace, car la ville est un espace évolutif et mouvant. Cette contextualisation de l'espace dans son évolution peut être passée, comme l'évoquait un participant : « *C'est vrai que je connaissais peu l'histoire du quartier. Et quand j'ai vu sur Facebook la publicité pour la visite des Amidonniers au travers du prisme de l'industrie, j'ai sauté sur l'occasion en me disant que c'était une bonne idée pour découvrir ce quartier* »⁷⁹, comme elle peut être récente, à l'image de cette autre participante qui affirmait être venue à la visite pour connaître les évolutions du quartier⁸⁰.

Bien que la majorité des sujets interrogés semblaient avoir avant la médiation une certaine sensibilité au patrimoine et à l'histoire, cette dernière n'est pas forcément naturelle ou exprimée.

⁷⁸ Mme C, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

⁷⁹ M. A, habitant et ancien participant d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

⁸⁰ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

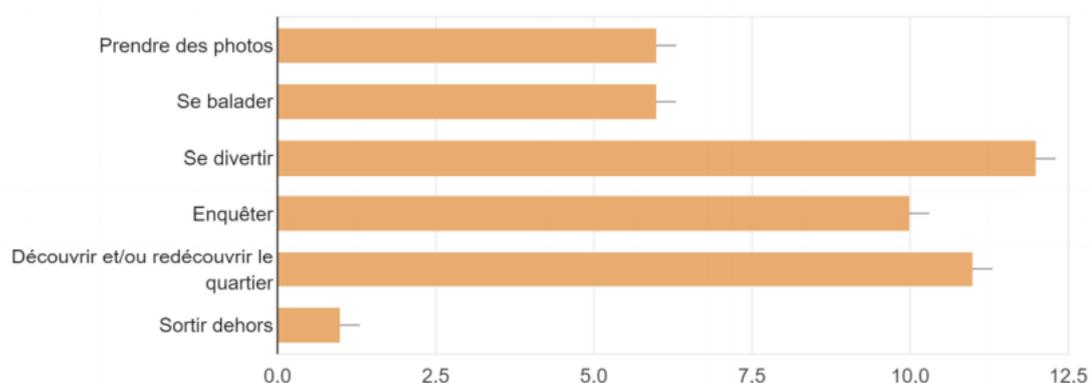
Cependant, une pratique touristique peut être incitée, comme ce fut le cas dans le jeu-concours photo organisé par l'association En Quête de Patrimoine. Cette médiation, communiquée directement, a incité l'habitant à être curieux et à explorer son environnement proche.

Le graphique ci-après, réalisé auprès des participants du jeu concours-photo, détaille les autres facteurs qui peuvent être à l'origine de la participation à une médiation.

Figure 6 : Questionnaire, « Qu'est-ce qui a motivé votre participation ? »⁸¹

Qu'est-ce qui a motivé votre participation ?

15 réponses



On constate ici qu'en plus de la curiosité manifeste des participants, c'est la dimension ludique de la médiation qui les a encouragés à appréhender leur ville avec un autre regard.

L'envie de découverte nouvelle de l'habitant, et sa participation à une médiation valorisant le patrimoine, semblent donc être influencées par différents facteurs qui ne sont pas nécessairement combinés, tels que l'attention et la sensibilité que porte l'individu à son espace urbain, le lieu de la médiation, la thématique, sa dimension ludique. Ainsi, l'émergence d'un ou de plusieurs de ces facteurs favorise la pratique touristique de proximité sous forme de médiation patrimoniale.

⁸¹ Extrait du questionnaire, 2021.

2. Pendant la médiation

2.1 La découverte ou redécouverte de l'espace proche qui s'opère

Les habitants ne sont pas des touristes ordinaires et, bien qu'ils soient liés au territoire dans son ensemble, ils n'en connaissent pas nécessairement l'histoire et le patrimoine. Dès lors, un réenchâtement de proximité par une médiation patrimoniale peut s'opérer. De fait, la mise en valeur de patrimoine méconnu favorise l'émergence d'un autre regard chez le participant.

Au cours de toutes les médiations réalisées par les sujets des études, tous ont déclaré avoir découvert ou redécouvert un quartier de Toulouse à travers les médiations. Cette sensation de découverte peut être le fruit d'apprentissages nouveaux, comme le déclarent deux participantes à des visites guidées : « *J'ai appris beaucoup de choses* »⁸², ou encore, « *Il y'a beaucoup de choses que j'ai découvertes grâce à ces deux visites* »⁸³.

À l'apport de connaissances nouvelles s'ajoutent également le changement de regard et l'expérience de la médiation qui résident dans l'observation, la lenteur, et favorisent une appréhension plus touristique du territoire. En effet, l'habitant n'observe généralement pas son milieu dans une démarche volontaire : « *Je n'ai pas pris le temps de visiter le quartier, de m'y promener* »⁸⁴.

Cependant, l'expérience de la médiation, à l'instar du commentaire de cette participante, crée une dynamique d'observation et d'attention nouvelle à l'environnement proche : « *Certains détails, quand on habite le quartier on les connaît, mais d'autres on les connaît pas. Pour des détails comme la mosaïque devant laquelle on passe régulièrement à laquelle on ne fait pas attention tout simplement* ».

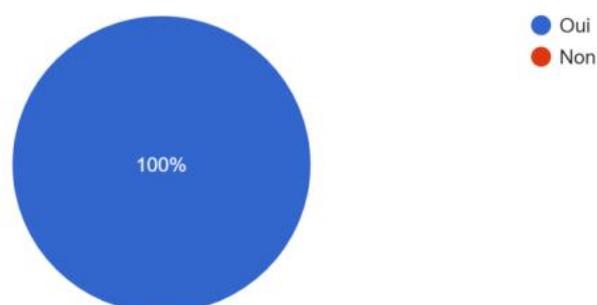
⁸² Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

⁸³ Mme C, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

⁸⁴ *Ibid.*

Figure 7 : Questionnaire, « Considérez-vous avoir découvert ou redécouvert votre quartier en participant au jeu ? »⁸⁵

Considérez-vous avoir découvert ou redécouvert votre quartier en participant au jeu ?
15 réponses



Comme le démontre le graphique ci-dessus, la médiation basée sur une valorisation du patrimoine proche, est donc vectrice de redécouverte du territoire et d’appréhension plus touristique de sa ville par l’habitant. Ainsi, par l’expérience de la médiation, s’opèrent un dépaysement et une rupture avec le connu, le quotidien au sein d’un espace qui lui est spatialement proche.

2.2 Une approche « hors des sentiers battus » : inscrire l’habitant dans une démarche touristique

L’habitant peut être un touriste dans son propre espace. Toutefois, pour opérer un changement de regard sur l’environnement, l’observer et l’inscrire dans une démarche touristique, la médiation ne peut se résumer à l’apport de connaissances générales sur le patrimoine reconnu de la ville. En effet, d’après les observations effectuées, on constate que l’approche hors des sentiers battus, que ce soit par l’espace observé, le format de la médiation ou par la thématique proposée, favorise l’inscription de l’habitant dans la démarche touristique. La dimension hors des sentiers battus proposée par En Quête de Patrimoine permet de disposer d’une offre alternative se différenciant des visites générales qui ne font pas toujours l’unanimité chez les habitants, comme le déclarait un des participants : « *Le centre-ville est sursaturé de visites avec les incontournables* »⁸⁶.

⁸⁵ Extrait du questionnaire, 2021.

⁸⁶ M. A, habitant et ancien participant d’une médiation d’En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d’entretien, du 13 juillet 2021.

Cette approche, hors des sentiers battus, peut aussi être présente lorsque l'habitant réalise une médiation en autonomie telle que dans le jeu concours-photo proposé par l'association dans le quartier de Soupetard et La Gloire à Toulouse. En effet, l'apport d'une dimension ludique mobilise l'habitant et l'encourage à approcher son environnement touristiquement. C'est d'ailleurs ce côté ludique qui a été très apprécié des habitants, comme décrit dans les extraits de commentaires ci-dessous :

«

- *Le fait d'enquêter et de trouver les lieux à photographier ;*
- *Le plaisir de trouver les énigmes ;*
- *L'originalité et la recherche pure et simple des lieux à trouver ;*
- *L'originalité de ce " loisir", l'intérêt de découvrir des choses devant lesquelles on est passé sans les voir, et d'apprendre un peu de leur histoire »⁸⁷.*

L'approche hors des sentiers battus, sur laquelle sont axées les médiations de l'association En Quête de Patrimoine, semble contribuer à l'inscription de l'habitant dans une démarche non seulement de redécouverte, mais également de rupture avec le quotidien, un rapport touristique avec l'environnement proche au cours de l'expérience de la médiation.

3. Après la médiation

3.1 Une modification de l'imaginaire

À l'issue de la médiation, on remarque que le fait d'avoir observé et appréhendé le patrimoine d'un quartier peut modifier la perception de cet environnement chez l'individu.

Cette perception nouvelle peut être due au fait de la recontextualisation du quartier au sein de la ville.

La valorisation d'un patrimoine plus méconnu fait réapparaître aux yeux des participants un intérêt historique et culturel des quartiers, et non plus seulement la fonction d'habitation, comme le dit un habitant : « *Pour moi, c'est un quartier très résidentiel. Et le fait d'avoir découvert ce passé, ça me permet d'imaginer les Amidonniers un peu plus industriels, un peu plus sauvages, dans le sens de peu construit, alors que maintenant, il a été fortement urbanisé* »⁸⁸. Ainsi, on constate qu'une modification autour de l'imaginaire du quartier support de la médiation peut s'opérer chez les Toulousains. Post médiation, le lieu n'est plus seulement rattaché à l'image d'un espace urbain résidentiel, mais à une histoire.

Par ses activités axées hors des sentiers battus, l'association s'efforce de valoriser les espaces plus périphériques par l'intermédiaire de la médiation patrimoniale. Ces activités de médiation peuvent a posteriori changer, ou du moins nuancer, la vision et les sentiments négatifs d'un Toulousain sur le quartier observé, comme l'explique l'une des participantes : « *Je n'y vais jamais dans ces quartiers moi, pour tout vous avouer. Et on a une mauvaise image, des a priori, parce qu'il y a beaucoup de faits divers dans les journaux. Donc, remettre ça sous une autre lumière, c'est très intéressant* »⁸⁹. La valorisation des atouts historiques et patrimoniaux dans le cadre des activités de médiation peut donc influencer positivement un habitant et ébranler ses jugements premiers.

⁸⁸ M. A, habitant et ancien participant d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

⁸⁹ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

Toutefois, ce renouvellement du regard sur l'espace observé post médiation est à nuancer, car pour certains habitants, et notamment lorsqu'il s'agit de leur quartier de résidence, leur vision de ce dernier n'est pas modifiée. Cependant, comme le fait transparaître une ancienne participante, la découverte d'un patrimoine qui lui était jusqu'alors inconnu renforce sa vision positive de son quartier et la fierté qu'elle éprouve à y résider⁹⁰.

Bien que la modification de l'imaginaire ne soit pas fulgurante dans ce cas, il paraît toutefois juste d'affirmer qu'elle reste présente par le simple renforcement de l'image positive qu'éprouve l'habitante sur son environnement d'habitation.

3.2 Une réappropriation de sa ville

Au-delà de l'impact sur la perception de l'environnement que peut provoquer une médiation patrimoniale, on constate également l'émergence d'une envie de réappropriation de l'espace découvert ou redécouvert par les anciens participants. La réappropriation de l'espace, suite à la médiation, se fait généralement de manière autonome. Elle peut consister en un retour de l'habitant sur les lieux observés. Ainsi, des participants déclaraient : « *Je suis revenue dans le quartier* »⁹¹, ou encore, « *j'y ai travaillé (sous-entendu le quartier), mais je n'ai pas pris le temps de visiter le quartier, de m'y promener. Je peux le faire maintenant comme dans les vieilles rues de Toulouse de l'hyper centre* »⁹².

La réappropriation de l'espace peut aussi reposer sur la reprise par l'ancien visiteur-habitant des codes de la médiation menée. C'est-à-dire, l'observation et l'attention portée sur les détails et le choix volontaire d'un déplacement lent, propice au renouvellement du regard.

⁹⁰ Mme D, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 20 juillet 2021.

⁹¹ M. A, habitant et ancien participant d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

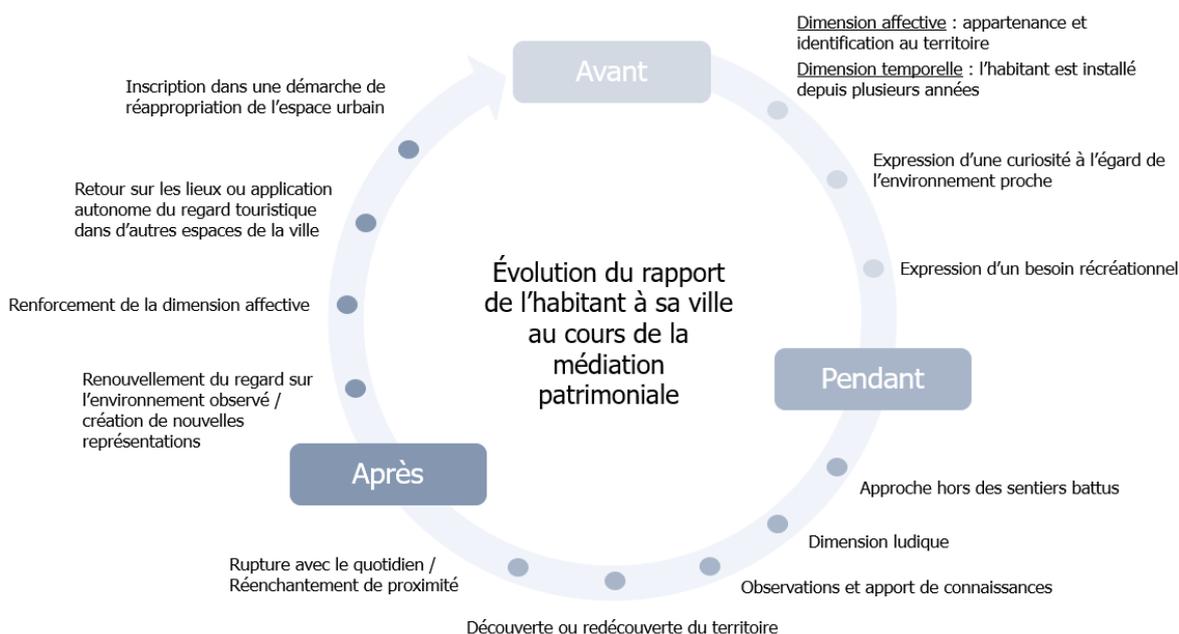
⁹² Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

Suite à la médiation, l'habitant peut donc renouveler en autonomie les découvertes patrimoniales, à l'image de cette autre personne entretenue au cours de l'étude qualitative : « *Quand au quotidien, on ne fait pas attention. Il y a toujours un aspect routinier et on ne regarde pas forcément. Donc, j'essaie de voir avec d'autres yeux* »⁹³, et ajoutait : « *Oui, j'aime faire ça. Il y a toujours des détails invraisemblables dans une ville, qu'on ne voit pas forcément si on ne vous les montre pas* »⁹⁴.

La médiation valorisant le patrimoine proche semble être en mesure d'impacter a posteriori les pratiques des habitants et leur manière d'habiter la ville.

En effet, les découvertes effectuées et les méthodes de médiation employées par l'association En Quête de Patrimoine favorisent une démarche de réappropriation de l'espace urbain par les citoyens.

*Figure 8 : Évolution du rapport de l'habitant à sa ville au cours de la médiation patrimoniale*⁹⁵



⁹³ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ Source : Auteure.

CHAPITRE 2 – LA MODIFICATION DES RAPPORTS DE L’HABITANT À SA VILLE PAR LA PRATIQUE TOURISTIQUE DE SON ENVIRONNEMENT SPATIALEMENT PROCHE : ÉLÉMENTS DE RÉPONSE APPORTÉS AUX HYPOTHÈSES

Ce second chapitre a pour vocation d’apporter des éléments de réponse aux hypothèses formulées, grâce aux études menées. Il s’appuiera sur d’autres éléments saillants ayant émergé des différentes études, ainsi que sur l’analyse chronologique de l’évolution du rapport de l’habitant à sa ville au cours de l’expérience de la médiation patrimoniale réalisée dans le premier chapitre. Dès lors, chacune des hypothèses sera abordée, et leur affirmation ou leur infirmation sera prononcée.

1. Hypothèse 1

La première hypothèse émise est la suivante : la pratique d’un tourisme de proximité basé sur la médiation patrimoniale est vectrice d’appartenance et d’appropriation de l’habitant à son environnement

1.1 Un sentiment d’appartenance et de fierté renforcé

Lorsque le patrimoine d’un quartier est valorisé sous la forme d’une médiation patrimoniale, l’habitant ne reste généralement pas insensible à la démarche quand elle est portée à sa connaissance, et ceci sans même nécessairement y prendre part.

La mise en valeur culturelle et touristique d’un quartier non central d’une métropole, par le levier de la médiation, peut renforcer le sentiment d’appartenance à ce dernier. Pour cause, l’inclusion du patrimoine proche, et la reconnaissance de celui-ci par des tiers, jouent sur l’attachement de l’individu à son espace. La valorisation de ce patrimoine avive l’expression d’un sentiment d’appartenance au lieu, de fierté d’y résider, et d’être inclus et compté au sein de la richesse urbaine de la métropole.

Un habitant ayant réalisé une médiation avec l'association En Quête de Patrimoine illustre ce fait par les propos suivants : « *Ceux qui s'intéressent, je pense qu'ils ont eu le même sentiment que moi de se dire "ah, ça y est, on s'intéresse enfin un petit peu à notre quartier, y'en a pas que pour Le Capitole" »*⁹⁶.

Ainsi, la médiation qui renouvelle le regard d'un tiers sur le patrimoine proche de l'habitant est génératrice d'appartenance, mais aussi d'inclusion dans la ville. Le territoire valorisé n'est plus perçu comme une entité résidentielle détachée de la zone de concentration des flux et des richesses, la ville centre. « *Le fait qu'on mette un coup de flash sur notre quartier, alors que vous avez peut-être lu, entendu, à quoi nous, habitants de ce quartier, nous avons l'impression de ne pas être des habitants de Toulouse, tant on nous met au rabais »*⁹⁷. Valoriser un patrimoine peu connu par les citoyens semble, en plus d'aviver la fierté et l'appartenance des habitants du quartier, le réintégrer à sa ville.

1.2 Une intégration dans la ville en général

L'intégration du Toulousain à la ville dans sa globalité peut être renforcée par la valorisation publique du patrimoine d'un quartier comme nous venons de l'aborder, mais elle peut également résider dans le contenu de la médiation. Autrement dit, le fait de créer une manifestation publique valorisant le patrimoine proche permet à tout habitant qui en a connaissance de ressentir un sentiment d'inclusion et d'appartenance, et ceci sans même y participer, et même si le fond de la médiation, le discours tenu, qui n'est entendu que par les participants, peut lui aussi être générateur d'inclusion dans la ville.

L'apport d'information et de clés de connaissance et de compréhension sur la ville et son histoire, comme le réalise En Quête de Patrimoine dans toutes ses médiations, quelles qu'en soient les formes, représente un moyen pour l'habitant de s'ancrer dans la ville.

⁹⁶ Mme D, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 20 juillet 2021.

⁹⁷ *Ibid.*

Appréhender la ville, son passé, sa dimension historique, facilite l'intégration de l'habitant. Cette idée a été exprimée par plusieurs participants lors des entretiens qualitatifs, tels que Mme B, participante à une visite guidée : « [...] *une visite de quartier, pour des Toulousains, oui ça a un intérêt évident. Ça permet une meilleure connaissance de la ville et de son évolution* ». Ces propos ont été étayés par un autre participant : « *Je pense parce que j'ai toujours tendance à penser qu'on habite mieux un lieu dont on connaît l'histoire. Et je pense que l'histoire permet d'expliquer le présent, et donc que c'est toujours intéressant de connaître l'histoire du quartier* ». Changer le regard de l'habitant qu'il porte sur son environnement par l'apport de connaissance historique et patrimoniale semble également être un élément de renforcement de l'appartenance et de l'inclusion de l'habitant à son espace.

1.3 Conclusion hypothèse 1

À travers les différentes études menées et observations, il semble évident que la pratique d'un tourisme de proximité basé sur la médiation patrimoniale n'est pas sans effet sur l'habitant, le participant.

En effet, sa pratique peut impacter le rapport de l'habitant dans sa manière de concevoir son espace, qu'il s'agisse de son quartier d'habitation ou bien d'un autre espace au sein de sa ville. Par le simple intérêt manifesté à un lieu traditionnellement peu observé, un sentiment de fierté peut naître et une identité locale renforcée. Le discours produit au cours de la médiation est aussi constitutif du déclenchement ou du renforcement de ces sentiments. La contextualisation d'un lieu facilite la création d'une identité locale au sein de l'espace mouvant et complexe qu'est la ville. Prendre conscience des richesses patrimoniales et de l'histoire d'un lieu apparaît également comme un moyen de comprendre la ville, ses évolutions passées, et ses enjeux futurs.

D'après les analyses effectuées et les propos recueillis, il apparaît donc que l'activité touristique de proximité, sous la forme d'une médiation reposant sur la valorisation du patrimoine, est vectrice d'appartenance et d'appropriation de l'habitant à son environnement.

Toutefois, ce propos est à nuancer. Car on ne sait pas si l'effet est durable, et tout dépend de la sensibilité de l'individu à son environnement. De plus, même si des sentiments, ou du moins le renforcement de ces derniers, semblent être présents chez les individus étudiés, ils ne demeurent qu'évoqués par les anciens participants des médiations d'En Quête de Patrimoine.

Pour ces raisons, il est juste de considérer que l'hypothèse émise n'est pas réfutée, mais n'est pas concrètement affirmée. Une étude complémentaire de plus grande envergure, avec une temporalité plus étendue, serait nécessaire à l'affirmation certaine de cette hypothèse.

2. Hypothèse 2

La seconde hypothèse formulée était la suivante : la valorisation patrimoniale par des activités de médiation adressées aux habitants contribue à les sensibiliser et à les impliquer dans leur espace.

2.1 L'implication par la communication

Au cours de la médiation, et à travers les découvertes et redécouvertes effectuées, l'habitant perçoit son environnement avec un regard différent, il y devient plus sensible. La sensibilité est subjective et varie en fonction des individus, son expression n'est pas toujours directe. Toutefois, l'implication de l'habitant dans la valorisation du patrimoine proche a posteriori de la médiation traduit la sensibilisation de ce dernier.

Par implication, il n'est pas nécessairement entendu de grandes démonstrations et d'engagement militant de la part de l'ancien participant dans la valorisation du patrimoine mis en avant lors de la médiation. En effet, il peut tout simplement s'agir d'actions moindres, mais néanmoins valorisantes, telles que la communication autour du patrimoine approché ou les activités de l'association En Quête de Patrimoine.

L'habitant, l'ancien participant, devient prescripteur, preuve de sa sensibilisation nouvelle. Cette communication réalisée par l'ancien participant et diffusée à d'autres habitants peut être directe. À l'instar de plusieurs enquêtés qui affirmaient : « *Oui, j'en ai parlé à quelques relations* »⁹⁸ ou « *je vais la recommander à des amies* »⁹⁹, ou encore « *J'en ai parlé autour de moi. J'en ai parlé aussi avec une amie que j'ai entraînée à faire l'autre, c'est-à-dire La Gloire* »¹⁰⁰.

La prescription de l'habitant peut également dépasser le stade oral et devenir digitale, comme que le confiaient d'anciens participants qui ont partagé avec des amis¹⁰¹ les activités de l'association sur le réseau social Facebook ou des groupes d'habitants tels que Mme D : « *Comme on fait partie d'une association, forcément, on en a parlé dans l'association* »¹⁰².

En plus de la communication, l'implication peut également être traduite par sa volonté de transmission. C'est ce qu'expliquait à la fin d'une visite une habitante qui souhaitait faire connaître le patrimoine découvert en visite à sa famille et ses amis à l'occasion d'une promenade future. Lors de son entretien, Mme D confiait sa volonté de retransmettre ce patrimoine à ses enfants.¹⁰³

Sensibilisés au patrimoine proche par l'intermédiaire de la médiation, les Toulousains s'impliquent dans sa valorisation en partageant et en communiquant leurs savoirs. Ceci constitue donc une forme d'engagement à part entière.

⁹⁸ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'Enquête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

⁹⁹ M. A, habitant et ancien participant d'une médiation d'Enquête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

¹⁰⁰ Mme C, habitante et ancienne participante d'une médiation d'Enquête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

¹⁰¹ *Op cit*, note 99.

¹⁰² Mme D, habitante et ancienne participante d'une médiation d'Enquête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 20 juillet 2021.

¹⁰³ *Ibid*.

2.2 L'implication formelle et concrète

En plus de la seule prescription comme témoignage de l'implication des habitants dans la valorisation de leur patrimoine plus méconnu à l'issue d'une médiation, certains s'impliquent dans la dynamique de valorisation à l'échelle locale.

Sensibles et fiers de leur patrimoine, les habitants expriment la volonté de le faire partager au plus grand nombre. Une ancienne participante à une visite de l'association a ainsi sollicité la mairie de Toulouse et différents acteurs de la valorisation patrimoniale de la ville, afin de faire remarquer une école réalisée au début du XX^e siècle par l'architecte Jean Montariol. Cette école fait partie des objets patrimoniaux évoqués lors de la visite. Sa requête consistait à ouvrir ce monument et à le faire découvrir aux Toulousains à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine¹⁰⁴. Nul ne sait pour le moment si l'interpellation de cette habitante pourra aboutir. Cependant, elle traduit une réelle implication et mobilisation de l'ancienne participante dans une dynamique de valorisation patrimoniale.

L'habitant peut donc devenir un véritable moteur de valorisation patrimoniale de sa ville.

2.3 Conclusion hypothèse 2

À travers l'association En Quête de Patrimoine, on peut constater que le tourisme de proximité, basé sur la pratique d'une médiation patrimoniale adressée aux habitants, contribue à modifier leur perception de leur environnement proche.

De fait, cette pratique touristique permet à l'habitant la découverte et redécouverte de son espace. Ces découvertes, combinées au discours produit lors de la médiation, sensibilisent le participant en provoquant le réenchantement de proximité, favorisant ainsi la construction d'un nouvel imaginaire autour de l'espace observé. Cette sensibilité peut même dans certains cas, notamment chez les Toulousains externes au quartier approché, modifier leur vision voire leurs a priori sur ce dernier.

¹⁰⁴ Mme D, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 20 juillet 2021.

Les analyses des études réalisées démontrent aussi que cette sensibilisation n'est pas ancrée dans le simple temps de la médiation, mais est durable. En effet, c'est cette sensibilité ressentie à l'égard du patrimoine mis en avant au cours de la médiation qui pousse à s'impliquer dans sa valorisation. Bien entendu, la valorisation peut prendre différents degrés, mais par la simple prescription des activités de l'association et la communication de l'expérience vécue à des tiers, l'individu s'implique dans la dynamique de valorisation patrimoniale. Le passage de certains d'entre eux à la mise en place d'actions concrètes et indépendantes démontre une nouvelle fois la sensibilité nouvelle ou renouvelée de l'individu à la suite de sa participation à une activité de médiation.

La seconde hypothèse produite dans ces travaux de recherche semble donc pouvoir être confirmée par les observations et analyses menées avec les anciens participants d'En Quête de Patrimoine. La valorisation patrimoniale, par des activités de médiation adressées aux habitants, contribue donc à les sensibiliser et à les impliquer dans leur espace. Toutefois, il est important de considérer la sensibilisation et l'implication des habitants à différentes échelles, car l'implication est subjective, sans compter qu'elle reste relativement discrète.

3. Hypothèse 3

La troisième hypothèse exprimée est la suivante : la valorisation d'un patrimoine proche par la médiation encourage et incite l'habitant à adopter ou à renouveler une démarche touristique de proximité

3.1 Le renouvellement de la pratique touristique en autonomie ou encadrée

Ayant franchi la barrière de la première participation à une activité ludico-touristique, l'habitant peut exprimer sa volonté de reconduire la pratique touristique. Cette reconduction peut être réalisée en autonomie comme il a été abordé dans le chapitre précédent lors du point sur la réappropriation. En effet, il n'est pas rare que l'ancien participant retourne sur les lieux de la médiation en autonomie avec une approche touristique, bien qu'il ne la qualifie pas comme telle.

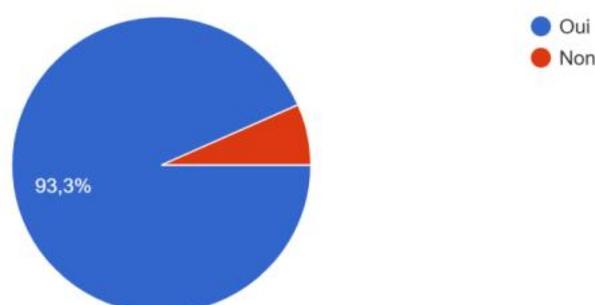
Ainsi, nombreux ont été les participants à transmettre leur volonté par des commentaires, à l'exemple des écrits suivants : « *Proposer ce jeu plus souvent !* », « *Peut-être développer cette façon de regarder autour de nous dans d'autres quartiers...* »¹⁰⁵.

Vouloir renouveler l'expérience vécue peut aussi demeurer dans l'envie de réitérer la pratique en réalisant une autre médiation réalisée par un prestataire d'offre touristique de proximité. Lors de l'administration de l'étude qualitative, tous les entretenus ont exprimé leur souhait de continuer à suivre les activités de l'association afin de prendre part à d'autres médiations. Nombreux ont été les participants du jeu-concours photo à souhaiter prolonger la médiation par une visite, comme le témoigne le graphique ci-après.

*Figure 9 : Questionnaire, « Souhaitez-vous que l'association vous invite à une exposition ou des visites explicatives sur les lieux photographiés ? »*¹⁰⁶

Souhaitez-vous que l'association vous invite à une exposition ou des visites explicatives sur les lieux photographiés ?

15 réponses



Certains d'entre eux étaient déjà inscrits dans cette dynamique de réitération de la pratique touristique au sein de leur métropole, puisqu'ils participent régulièrement à des visites effectuées par l'office du tourisme de la ville de Toulouse¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Extrait du questionnaire, « Pouvez-vous nous dire ce qui a plu dans ce jeu ? », 2021.

¹⁰⁶ Extrait du questionnaire, 2021.

¹⁰⁷ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

Mme C, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 13 juillet 2021.

Toutefois, cette réitération de la pratique touristique n'est pas complètement partagée par tous, et partout. En effet, on peut constater chez certains habitants que le désir de réitérer l'expérience touristique se cantonne à leur territoire de résidence, comme ce fut le cas pour l'interrogée Mme D.¹⁰⁸

On observe donc que, que ce soit en autonomie ou en collectif, avec l'intervention d'un acteur touristique, l'expérience de la médiation et la redécouverte de sa ville insufflent chez l'habitant une envie de réitérer la pratique touristique de proximité.

3.2 Conclusion hypothèse 3

La pratique touristique au sein de son environnement proche semble renouveler l'attention de l'habitant à son environnement, et être en mesure de modifier son appréhension à ce dernier.

Le patrimoine plus méconnu, ainsi valorisé et mis en lumière à travers le prisme de la médiation, encourage l'habitant à questionner, à observer son espace. Par l'intervention d'une activité touristique, l'habitant se réapproprie sa ville, son patrimoine et renouvelle sa manière d'habiter.

Ainsi, une fois franchie la barrière de la première participation, de manière autonome ou par un tiers, l'ancien participant, acteur de la médiation dans la ville, semble réitérer les pratiques touristiques au sein de son environnement proche. Bien que cette réitération ne concerne pas tous les sujets observés dans l'étude, l'expression d'une volonté de renouveler la pratique touristique est présente chez la majorité des enquêtés.

La troisième hypothèse formulée semble être confirmée. La valorisation d'un patrimoine proche par la médiation encouragerait et inciterait l'habitant à adopter ou à renouveler une démarche touristique de proximité. Néanmoins, il semble important de nuancer l'affirmation. Pour cause, les anciens participants ont majoritairement exprimé leur volonté de renouveler la démarche touristique de proximité, mais nul ne sait si tel a été le cas.

¹⁰⁸ Mme D, habitante et ancienne participante d'une médiation d'Enquête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 20 juillet 2021.

Ainsi, afin de confirmer pleinement cette hypothèse, il conviendrait de poursuivre l'étude et de l'inscrire dans une durée plus longue dans l'intention de réinterroger les personnes enquêtées afin de savoir si la pratique touristique a bien été renouvelée.

CHAPITRE 3 – APPORT DE LA THÉORIE A L'OPÉRATIONNEL : PRÉCONISATIONS GÉNÉRALES ET LIMITES

Ce troisième et dernier chapitre de ces travaux de recherche s'apparente à un bilan sur les études menées au sein de l'association En Quête de Patrimoine. Dans un premier temps, des préconisations générales seront apportées pour toute structure souhaitant s'inscrire dans une démarche de renouvellement du rapport de l'habitant à son espace par la réalisation d'une pratique touristique. Puis, dans un second temps, les limites de l'étude seront définies.

1. Préconisations générales : renouveler le rapport de l'habitant à sa ville par une pratique touristique de proximité

1.1 Proposer une offre adaptée à l'habitant

Comme il a été développé tout au long de cette étude, l'habitant peut être un touriste dans sa propre ville. Cependant, il ne s'agit pas d'un touriste exogène. En effet, sa qualité d'habitant doit être considérée et intégrée à la médiation.

Bien que certains citoyens aient une curiosité naturelle pour leur environnement, il est souvent nécessaire d'apporter une raison d'entamer une démarche touristique pour certains. En effet, l'habitant se considérant déjà comme un « connaisseur » de son environnement, il est important de sortir du cadre traditionnel de la simple visite commentée généraliste pour lui donner une raison d'entamer la démarche touristique. La ville est un environnement riche dont le local n'a plus toujours conscience. Or, pour poser les yeux sur un patrimoine, son patrimoine, l'offre se doit de susciter la curiosité, l'envie de découverte. Lorsqu'il s'agit d'interpeller touristiquement un habitant sur sa ville, trois éléments sont primordiaux dans la conception de l'offre par les acteurs : le choix du territoire approché, la thématique développée, la forme de la médiation opérée.

Concevoir une offre qui s'écarte de la centralité ou des objets d'attention des touristes exogènes, c'est donner accès à un patrimoine plus méconnu, insolite, à valoriser, plus à même d'initier une pratique touristique de proximité. Ainsi, l'habitant, qui n'apprécie pas nécessairement être considéré comme un touriste, ne se sent pas assimilé dans sa pratique de l'espace à ce dernier.

Mettre en lumière des quartiers plus excentrés, c'est aussi un moyen de dépayser l'habitant dans sa ville, qu'il n'habite jamais dans sa globalité. Le choix d'un territoire hors des sentiers battus revient aussi à sensibiliser le citoyen sur son patrimoine, et à créer une continuité dans la démarche de valorisation patrimoniale à l'échelle locale.

La thématique développée est importante, car, par son statut d'habitant, l'individu n'est plus au stade des généralités, comme le déclarait une personne entretenue¹⁰⁹. La thématique ne représente que le fil conducteur vers le patrimoine. Pourtant, c'est elle qui est à l'origine de la redécouverte et du réenchantement de proximité. Qu'elle repose sur un personnage historique, sur l'évolution d'un quartier, ou sur la photographie, elle peut être à l'origine de la mobilisation, et notamment lorsqu'il s'agit de visite.

Enfin, la forme de la médiation revêt une importance prépondérante. Car nous vivons dans des villes attraction où la recherche de loisir est constante. La médiation se doit donc d'être une expérience. L'intégration d'une dimension ludique dans sa forme, en particulier par l'apport d'éléments favorisant la participation (matériel, discours), permet de capter l'attention de l'habitant et d'engager un changement de regard.

L'articulation de ces éléments, en plus de la prise en compte de l'environnement global, oriente la conception vers une offre touristique destinée à un public endogène.

1.2 S'intégrer dans le tissu social et associatif local

Développer le relationnel avec des partenaires, des soutiens de proximité dans les quartiers observés, est une part non négligeable du travail que doit mener tout acteur proposant des prestations culturelles et touristiques dans des espaces généralement peu approchés avec ce regard, en particulier les quartiers prioritaires ou jugés comme sensibles.

¹⁰⁹ Mme B, habitante et ancienne participante d'une médiation d'En Quête de Patrimoine, Toulouse, extrait d'entretien, du 15 juillet 2021.

Tisser du lien et entretenir de bons rapports avec les acteurs, les « figures » de quartiers, qu'il s'agisse de commerçants, structures associatives culturelles ou sociales, constitue un travail de terrain qui ne peut être omis. De fait, obtenir l'adhésion de partenaires, piliers de la vie de quartier, représente une passerelle vers l'habitant, particulièrement en termes de compréhension de la démarche culturelle et touristique. Ayant des relations privilégiées et régulières avec les habitants, ces acteurs sont des communicants. Cette communication de confiance permet d'introduire le travail de valorisation patrimoniale mené auprès des locaux. Cette présentation facilite l'acceptation de l'exposition à l'altérité et du regard posé sur le quartier, non pas inquisiteur, mais observateur. Par leurs échanges avec les résidents, ces acteurs peuvent intervenir dans la promotion des prestations auprès du public, et notamment lorsque la médiation se déroule sur le territoire en question. D'ailleurs, certains d'entre eux peuvent même prendre part aux médiations simplement en participant, à l'image des structures sociales ou associations d'immeubles. Il peut aussi s'agir de les intégrer dans la conception de l'offre. Ainsi, la participation d'un commerçant, un atelier d'artiste ou autre structure, renforce la dimension authentique de l'expérience touristique.

À cela, il faut ajouter que ces partenaires centraux dans la dynamique de quartier sont des sources d'informations qui permettent de maintenir une veille sur les évolutions à l'échelle locale. De plus, par leurs savoirs et leur ancrage local, ils participent à la construction du discours de valorisation du patrimoine de proximité.

1.3 Communiquer auprès de l'habitant

S'adresser à l'habitant, afin de générer une dynamique touristique endogène, ne revient pas à communiquer avec un touriste exogène. Étant donné qu'on souhaite le mobiliser dans sa sphère locale, la communication doit aussi s'effectuer à l'échelle locale, et peu importe le support choisi.

En effet, on remarque, lorsque l'on souhaite atteindre l'habitant, que l'échange est au cœur de tous. Car il faut inciter cette envie de découverte qui n'est pas toujours innée. La communication de terrain, en allant à la rencontre des citoyens, est un levier fort de mobilisation, notamment dans les quartiers prioritaires où la culture est parfois moins accessible.

Investir les lieux d'échange, tels que les marchés, les événements de quartiers, les halls d'immeuble, ou encore distribuer des flyers dans les boîtes aux lettres, est un des moyens directs d'interpeller l'habitant sur son patrimoine. De plus, pour les publics définis comme « empêchés », la relation tissée avec l'acteur de l'offre leur permet de franchir plus sereinement la barrière invisible que peuvent dresser les activités culturelles.

Toutefois, la communication directe seule ne peut être viable. En effet, il serait impossible de couvrir tout le territoire toulousain avec cette unique méthode, qui demande un investissement fort et un temps considérable. Pour ces raisons, et à l'heure du tout digital, une présence sur le web et les médias sociaux est incontournable. Cependant, il faut rester dans un esprit de communication locale, adressée à un public un minimum averti, et cibler ces campagnes de promotion digitale vers ce dernier. C'est pourquoi, la communication doit également être relayée sur des supports locaux d'information (agendas de quartier, sites de mairie ou groupes d'habitants de quartiers sur les réseaux sociaux). D'où l'importance d'une intégration dans le tissu social et associatif local.

Néanmoins, il est pertinent d'ajouter qu'avant toute chose, la complexité de la communication envers l'habitant peut être lente et la mobilisation du public réside dans le fait de se faire connaître à l'échelle de la ville. Cependant, cette reconnaissance est laborieuse à acquérir, car la prescription de la démarche touristique d'un habitant à un autre est finalement l'une des communications les plus efficaces. Aujourd'hui, c'est d'ailleurs le manque de connaissance de l'association qui fait défaut à En Quête de Patrimoine. Toutefois, la jeune association est complètement consciente de ce phénomène et travaille grandement sur sa communication.

1.4 Considérer l'habitant, un élément central de la médiation

Comme évoqué de nombreuses fois à travers cette étude, insuffler une pratique touristique endogène, et renouveler le rapport de l'habitant à son espace, demande l'élaboration d'une offre spécifique. L'habitant doit être considéré comme un élément central dans chacune des préconisations formulées précédemment.

De fait, l'habitant n'est pas exempt de savoirs et il représente une source d'information importante qui nourrit la médiation et enrichit la valeur authentique de l'expérience touristique proposée. Dès lors, en vue de renouveler son rapport à sa cité, il est fondamental d'entreprendre la médiation dans une démarche participative, valorisante de l'habiter, comme de l'habitant. Pour ce faire, et pour reprendre les propos de la philosophe Zask¹¹⁰, toute démarche participative doit comprendre le trio complémentaire qui est prendre part, apporter une part, recevoir une part.

En somme, cela signifie que le participant doit être à égalité, et considéré comme une partie prenante dans la démarche touristique. Par l'apport de son savoir, il façonne le discours et la valorisation du patrimoine commun. Dès lors, de sa participation à la médiation, il percevra les bénéfices qui sont l'introduction à de nouvelles connaissances et un autre regard, plus observateur, sur un environnement qui lui est spatialement proche.

Mettre l'habitant au centre de la démarche touristique par l'intégration d'un aspect participatif revient à conjuguer pratique touristique et considération, et reconnaissance pleine et entière du touriste de proximité en sa qualité d'habitant. Surtout qu'on ne peut omettre que la sensibilisation de l'habitant aux diversités et aux richesses de sa ville l'ancre dans une dynamique de valorisation patrimoniale, par le renouvellement de la démarche, la prescription de l'activité ou du patrimoine observé, voire par l'implication concrète et formelle dans sa valorisation.

À noter que les divers points énumérés sont non exhaustifs et pourront être étoffés. Cependant, ils constituent les préconisations premières qu'une structure peut appliquer si elle souhaite renouveler le rapport de l'habitant à sa ville par une pratique touristique de proximité.

¹¹⁰ ZASK Joëlle. La participation : *prendre, apporter et recevoir une part*, 2016, vidéo [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3fST3yz>. (Consulté le 1-8-2021).

2. Limites rencontrées

2.1 Les limites des études administrées

La vocation du mémoire de Master 2 est de prolonger le processus d'initiation à la recherche entamée lors de la première année de Master. Ainsi, ces travaux de recherches se sont appuyés sur les bases théoriques mobilisées au cours de l'élaboration du mémoire de Master 1, et forment une continuité dans la démarche de recherche entreprise.

L'organisme d'accueil n'a pas conditionné le cadre opérationnel du stage et n'était pas dans l'attente de préconisations ciblées et spécifiques. Il a donc davantage représenté un terrain d'observations et de recherches. Pour ces raisons, ce document revêt la forme d'un mémoire de recherche appliquée.

Les habitants anciens participants à une médiation patrimoniale ont été questionnés, afin d'attester ou non de l'évolution de leur rapport à leur espace proche suite à une pratique touristique de proximité. Les résultats obtenus ont permis de dégager des axes d'analyses et de réflexions qui peuvent être désignés comme relativement pertinents pour répondre à la problématique et aux hypothèses développées. Néanmoins, bien que le nombre d'individus interrogés soit raisonnable pour le terrain, il n'en reste pas moins limité pour une application des résultats à une plus grande échelle. Les études réalisées peuvent alors apparaître fragiles pour en extrapoler les conclusions. Bien que ces travaux de recherche auraient mérité une étude de plus grande ampleur dans diverses métropoles françaises, et auprès d'une multitude d'habitants-touristes de proximité, les résultats obtenus doivent tout de même être considérés. En effet, même s'il est avéré dans la littérature et dans la connaissance publique que l'habitant peut réaliser une pratique touristique dans son espace, et bien que la crise sanitaire ait fortement participé à sa mise en lumière, elle n'est pas pour autant démocratisée.

Malgré l'utilisation du cadre du stage comme terrain d'étude et les perplexités qui peuvent être prononcées quant à la généralisation de la recherche menée, cette étude n'a pas été sans apport opérationnel.

Elle a permis d'orienter les tâches professionnelles demandées, notamment dans la création de projets. Elle a aussi été la source d'observations attentives et d'échanges avec les habitants, permettant d'apporter un point de vue externe et d'objectiver la prise de décisions.

2.2 Un contexte sanitaire perturbé

Nul n'a été épargné par la crise de la covid-19 en 2020 et 2021. Le secteur du tourisme a d'ailleurs été l'un des plus touchés par cette crise sans précédent. À l'échelle mondiale, les pertes estimées dans ce secteur en 2020 s'élèveraient à 2 400 milliards de dollars, selon un rapport de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce Et le Développement (CNUCED)¹¹¹. Bien que difficile pour les acteurs du secteur jusqu'à l'été et l'assouplissement des mesures, l'année 2021 semble toutefois amorcer une reprise de l'activité puisque, selon une étude du cabinet ADN tourisme¹¹², 82 % des territoires déclarent réaliser une saison supérieure ou égale à 2020. En dépit de la situation sanitaire, les Français ont toutefois repris leurs pratiques touristiques en privilégiant un tourisme interne, comme le révèle une étude Atout France. Cette même étude met également en exergue le peu d'attrait des Français pour l'espace urbain, qui est victime de ses accumulations et n'est plus synonyme de sécurité sanitaire. L'imaginaire de ces hauts lieux touristiques pré-covid a fortement pâti de la crise sanitaire, au point que, toujours selon le rapport Atout France, les espaces urbains sont des destinations envisagées par seulement 10 % des Français pour l'été 2021¹¹³. Au vu des améliorations notoires pour le secteur depuis l'été 2021, des questions demeurent pour les professionnels du tourisme et de la culture quant à la durée des jauges encore en vigueur, ou l'arrivée du pass sanitaire qui bouleverse les professions exposées au public. À ces interrogations à court terme s'ajoutent les impacts sociaux de cette pandémie qui se révéleront sur le long terme, et qui affecteront sûrement les modes de consommation touristique.

¹¹¹ La Tribune. *Tourisme : les chiffres chocs d'une industrie foudroyée par le Covid-19, 30-6-2021*. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/2Vrakrs>. (Consulté le 04-8-2021).

¹¹² Banque des territoires. *Tourisme : avec l'été, la reprise est bien là, 08-7-2021*. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3jCNN3l>. (Consulté le 04-8-2021).

¹¹³ *Ibid.*

Perçu comme une bouée de sauvetage, le tourisme de proximité s'est imposé comme la voie vers la résilience pour les territoires, pour reprendre l'expression phare de cette sortie de pandémie. Pourtant, encore aujourd'hui, peu d'études étayent par des chiffres cette forme de tourisme, et encore moins sur sa pratique par l'habitant en milieu urbain.

Le stage de fin d'études s'étant déroulé entre mars et août 2021, il a été pleinement ponctué par les actualités sanitaires qui ont impacté les projets d'En Quête de Patrimoine. Née durant le premier confinement de 2020, la jeune association en plein développement n'a pas ménagé ses efforts tout au long de cette période. Pourtant, de nombreux obstacles se sont dressés, entre l'instauration de jauges, l'interdiction de réunions dans l'espace public, l'annulation de prestations pour des motifs liés au contexte sanitaire... À cela, il faut également mentionner que la mobilisation des publics durant cette période a été très complexe. En effet, les possibilités de rencontre avec les habitants ou les acteurs clés étaient quasi nulles. Or, c'est un levier fondamental pour le développement des projets de l'association. De plus, aucune étude n'atteste réellement de ce fait, mais sur le terrain il était observable que les craintes liées à la maladie, ou les lassitudes des habitants face aux restrictions, constituaient de réels freins à l'initiation d'une démarche touristique de proximité par le prisme de la médiation, même à titre gratuit. Ces facteurs ont constitué, et constituent toujours, un obstacle dans le développement de l'association qui travaille encore sur l'autofinancement de ses visites et avance sans visibilité réelle pour se projeter. C'est dans ce contexte complexe et des conditions tantôt progressives, tantôt régressives, qu'En Quête de Patrimoine évolue toujours actuellement.

CONCLUSION TROISIÈME PARTIE

La dernière partie de ce mémoire a permis de mettre en relation le terrain du stage, représentant celui de l'étude, avec les données recueillies auprès des habitants-touristes, ancien public des médiations d'En Quête de Patrimoine. L'examen des résultats obtenus, et l'application de la démarche méthodologique ont permis d'appréhender l'évolution du rapport de l'habitant à son environnement quand ce dernier observe une démarche touristique de proximité, et dans ce cas une médiation valorisant le patrimoine.

À la suite de cette recherche, il apparaît donc indéniable que la médiation patrimoniale n'est pas sans effets sur le rapport de l'habitant à son environnement. En effet, il ressort clairement que l'adoption d'une démarche touristique de proximité au cours d'une médiation sensibilise l'habitant à sa ville. Cette sensibilisation influe sur ses perceptions des quartiers observés, jusqu'à en modifier l'imaginaire qui l'entoure. Découvrir ou redécouvrir un environnement proche agit également sur l'intégration et l'appartenance de l'habitant à sa ville. Le renouvellement du regard sur un lieu considéré comme non digne d'intérêt touristique revient aussi à valoriser les résidents, et, pour les habitants externes au quartier, contribue à se réapproprier leur ville, à l'habiter. Cette réappropriation peut même pousser l'habitant à devenir un acteur de la valorisation patrimoniale. La découverte d'un patrimoine de proximité appelle d'ailleurs souvent à une reconduction de la pratique touristique individuellement, ou par l'intermédiaire d'offres proposées par des acteurs du secteur.

En confrontant les observations opérationnelles à des notions théoriques, des préconisations ont été envisagées. Cependant, il apparaît nécessaire de relativiser les résultats obtenus et les préconisations formulées au vu de l'échelle d'étude adoptée et des conditions conjoncturales qui peuvent avoir biaisé certains éléments relevés. Les recherches réalisées ont également démontré la complexité du sujet qui nécessiterait une prolongation des recherches entreprises. Ainsi, les conclusions et préconisations tirées pourraient être amenées à évoluer à l'avenir.

CONCLUSION GÉNÉRALE

À travers cette étude, une réflexion a été entamée sur les thématiques que sont : le tourisme de proximité en milieu urbain, les pratiques touristiques des habitants des métropoles au sein de leur propre ville, la médiation patrimoniale. L'articulation de ces thématiques, née d'un intérêt personnel et du stage mené dans l'association En Quête de Patrimoine, s'est cristallisée sur l'étude des rapports de l'habitant à son espace, et l'évolution de ces derniers par le prisme d'une pratique touristique de proximité sous la forme d'une médiation valorisant le patrimoine.

La base théorique de ce mémoire, majoritairement concentrée au sein de la première partie de ces travaux, a posé les jalons de cette étude. En effet, le tourisme urbain apparaît avant la crise sanitaire comme une des formes de tourisme privilégiée par les touristes. L'introduction de l'activité touristique au sein de cet environnement a profondément modifié les rapports des habitants à leur métropole, car il s'agit d'un environnement complexe et multifonctionnel. La pratique touristique dans ces espaces a contribué à la modification morphologique des métropoles, créant une hybridation des lieux et des pratiques. Les métropoles se sont inscrites dans des logiques d'*entertainment*, que ce soit dans l'aménagement et l'organisation de la ville que dans l'offre de loisirs proposée aux habitants et aux touristes, généralisant ainsi les pratiques récréatives dans les villes. Si bien qu'aujourd'hui, les pratiques de loisirs des métropolitains tendent à se rapprocher de celles des touristes. En effet, dès lors que la démarche de l'habitant est motivée par l'envie de rompre avec le quotidien, et de découvrir son espace, en adoptant non pas un regard de résident, mais un regard neuf, un regard touristique durant sa pratique, cela permet l'émergence d'un dépaysement de proximité. Dans ce cas, on peut alors pleinement admettre le décroisement des traditionnelles sphères séparant tourisme, loisirs et touriste, habitant. D'ailleurs, depuis la covid-19, ces pratiques tendent à être admises, puisque la pandémie a mis en exergue l'impuissance et les lacunes du système touristique actuel pour faire face aux phénomènes de crises sanitaire, ou environnementaux qui s'annoncent.

La seconde partie de ce mémoire, consacrée à la structure d'accueil, l'association En Quête de Patrimoine, a permis de relier base théorique et pratique de terrain. Proposant des médiations culturelles, axées sur la valorisation du patrimoine au sens large, cette association incite les Toulousains à découvrir ou à redécouvrir leur quartier, ou d'autres espaces plus périphériques de la métropole toulousaine. Par sa démarche, qui peut être qualifiée « hors des sentiers battus », l'association touche majoritairement un public endogène. Réalisant des médiations aussi bien destinées à tous ou d'autres, orientées vers les habitants des quartiers prioritaires de la ville, elle questionne les Toulousains sur leur patrimoine et les incite à adopter un autre regard sur leur environnement proche, et par conséquent à les inscrire dans une démarche touristique. L'habitant, à l'inverse du touriste exogène, n'est pas un simple consommateur du territoire, car il s'agit de sa ville, et il n'est pas voué à partir. La découverte ou la redécouverte de son environnement introduite par une médiation patrimoniale n'est donc pas sans effets sur sa perception, son appréhension de celui-ci. D'où l'émergence de la problématique : comment, et dans quelle mesure, la constitution d'une offre touristique de proximité en milieu urbain, basée sur la valorisation du patrimoine, peut-elle inscrire l'habitant dans de nouveaux rapports à son environnement ?

De par ses activités, l'association En Quête de patrimoine représentait un terrain de recherche idéal, et un vivier d'accès à des habitants ayant déjà réalisé une pratique touristique de proximité par l'intermédiaire de la médiation. Ainsi, grâce aux études menées, force est de constater que la pratique touristique de proximité, basée sur la valorisation du patrimoine, inscrit l'habitant dans de nouveaux rapports à son environnement. Tout au long de l'expérience de la médiation, l'habitant renouvelle l'appréhension de son environnement, en l'observant avec un regard non marqué par le quotidien. Au cours de la pratique, l'habitant qui découvre, ou redécouvre sa ville, acquiert une nouvelle sensibilité au patrimoine qui l'entoure. Cette sensibilisation implique d'ailleurs l'habitant dans la dynamique de valorisation, puisqu'il devient prescripteur de ces découvertes.

Les médiations de l'association mettant des lumières sur des quartiers peu mis en avant, il est apparu que cette démarche est valorisante du patrimoine comme de l'habitant du quartier. Celui-ci se sent intégré dans la dynamique culturelle de la ville, ce qui renforce la fierté qu'il éprouve envers son lieu de résidence et son sentiment d'appartenance et d'intégration à la ville. La pratique touristique de proximité peut aussi être synonyme de réappropriation de l'espace de la ville, pour les habitants qui retournent post médiation sur les lieux observés, et habitent pleinement leur environnement. L'étude a aussi montré que l'adoption d'un regard d'observation, touristique, appelle souvent au renouvellement de la pratique, seul ou par l'intermédiaire d'un professionnel. Ces travaux de recherche ont donc mis en avant l'évolution des rapports d'un habitant à sa ville suite à une pratique touristique endogène basée sur la médiation patrimoniale. Toutefois, afin d'inscrire l'habitant dans une démarche touristique, et par conséquent renouveler son rapport à son espace proche, il est important de ne pas le considérer uniquement comme un touriste, mais pleinement en sa qualité d'habitant. C'est pourquoi, pour toucher l'habitant, les acteurs doivent proposer une offre adaptée, être ancrés dans le tissu local et associatif des quartiers approchés, adopter une communication spécifique tournée vers le résident, et enfin considérer l'habitant comme un élément central de la médiation.

Les travaux de recherches menés ont donc mis en lumière la modification des rapports qui peuvent s'opérer entre l'habitant et son environnement suite à une pratique touristique de proximité. Cependant, il est nécessaire de souligner que cette problématique vaste n'a été traitée que sous l'angle des hypothèses choisies et abordées à travers la structure En Quête de Patrimoine. Il apparaît donc évident que des recherches plus approfondies sur un terrain d'étude plus vaste permettraient d'objectiver les résultats de l'étude et de traiter plus globalement cette question.

Réel symbole du redémarrage de l'activité touristique, ou du moins redémarrage partiel, le tourisme de proximité a été la voie de sortie de crise pour de nombreux territoires.

Pourtant, bien que l'espace urbain soit l'un des plus favorables à cette pratique et que les phénomènes de crise deviennent récurrents aux niveaux économique, environnemental et sanitaire, le dépaysement de proximité n'est toutefois pas démocratisé, et le recours à des acteurs du secteur pour l'habitant n'est pas toujours évident. De fait, même si la pratique de l'habitant est touristique, il ne la qualifiera jamais comme telle. Sans compter que, même si la crise a rendu plus acceptable le fait de rester chez soi pendant les vacances, cela reste toujours moins distinguant socialement que de voyager au-delà de ses frontières quotidiennes. Pourtant, éprouver un sentiment de rupture avec le quotidien, de dépaysement au sein de sa propre ville, n'est pas utopique. Nul ne sait encore quelles seront les évolutions qui émergeront de cette crise pour l'industrie du tourisme mais, au vu de la récurrence des phénomènes de crise, il apparaît évident que des changements devront être apportés à cette industrie non délocalisable. L'alternance des pratiques touristiques, entre proximité et lointaine, pourrait constituer une pierre à l'édifice de cette réflexion qui doit être menée collectivement.

BIBLIOGRAPHIE

ABOUDRAR Bruno Nassim, MAIRESSE François, La médiation culturelle. Paris : Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2016, 128 p.

ASSOCIATION DU DIALOGUE METROPOLITAIN DE TOULOUSE. Tourisme urbain, tourisme en ville. Actes de la journée d'étude, 4 dec. 2013, p68. [en ligne]. Disponible sur http://www.dialoguemetropolitain.fr/docs/TourismeUrbain_24-10-2014-L4.pdf. (Consulté le 13-3-2021).

ATOUT FRANCE, Tourisme de proximité mythes et opportunités. Paris : Edition Atout France, Collection : Marketing touristique, 2015, 118p.

BONARD Yves, FELLI Romain. Patrimoine et tourisme urbain. La valorisation de l'authenticité à Lyon et Pékin. *Articulo-Journal of Urban Research*, 2008, p. 1-12 [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/articulo.719>. (Consulté le 9-3-2021).

CAZES Georges, POTIER Françoise. Le tourisme urbain. Paris : Presse universitaire de France, Que sais-je ?, 1996, 127 p.

COMINELLI Francesca, FAGNONI Édith, JACQUOT Sébastien. Les espaces du tourisme et des loisirs : entre ordinaire et extraordinaire. *Bulletin de l'association de géographes français*, 2018, n°95, p. 432-441 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/bagf/3839> (Consulté le 6-3-2021).

COMMUNICATIONS MDR. Analyse de l'écosystème culturel : Document d'information sur la stratégie culturelle de l'Ontario, 2016, 127 p. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/36E5klv>. (Consulté le 23-6-2021).

CROUTSCHE Jean-Jaques, ROUX Michel. Risques et tourisme : vers un modèle causal d'évaluation de l'impact des risques sur le comportement des touristes. *Téoros*, n°24-1, 2005, p. 1-16 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/teoros/1531> (Consulté le 19-4-2021).

DAVALLON Jean. La médiation : la communication en procès ?. *MEI « Médiation et information »*, 2003, n°19, p. 37-59.

DEMEN-MEYER Christine. Le tourisme : Essai de définition. *Management & Avenir*, n°3, 2005, p. 7-25 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-1-page-7.htm>. (Consulté le 13-3-2021).

ÉQUIPE MIT. *Tourismes 1, Lieux communs*. Paris : Édition Belin, 2002, 319 p.

FABRY N., PICON-LEFEBVRE V., PRADEL B. *Narrations touristiques et fabriques de des territoires*. Paris : L'œil d'or, 2015, 229 p.

FEREROL Marie-Eve. Les secteurs sauvegardés : des outils de tourisme urbain durable avant l'heure ? *Téoros*, 2019, volume 38, n°1, p. 1-27 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/teoros/3430> (Consulté le 9-3-2021).

FIJALKOW Yankel, *Sociologie des villes*. Paris : Edition La Découverte, « Repères », 2017, 128 p.

FRANCEAGRIMER, L'impact de la crise de la COVID-19 sur la consommation alimentaire en France : parenthèse, accélérateur ou élément de rupture de tendances ?, 2020, p.33. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3wAOiz3>. (Consulté le 23-4-2021).

GELLEREAU Michèle. Les multiples interprétations d'un patrimoine industriel : stratégies de valorisation et dispositifs de médiations. *Art, mémoire et territoire*, 2009, n°78, p. 97-112 [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.4000/sds.8756>. (Consulté le 14-6-2021).

GRAVARI-BARBAS Maria. Réinventer l'ordinaire : les fronts pionniers du tourisme. *Lieux, acteurs, imaginaires*. Séminaire - PUCA, 2 fev. 2017, [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3hD2mUw>. (Consulté le 1-4-2021).

HASCOËT Yannick, LEFORT Isabelle. Au détour des barres et des tours [en ligne]. *Téoros*, 2015, n°34, p. 1-7. Disponible sur <https://bit.ly/3D8mUgn>. (Consulté le 6-3-2021).

JACQUOT Sébastien, *Politiques de valorisation patrimoniale et figuration des habitants en banlieue parisienne (Plaine Commune) », EchoGéo*, 2015, n°33 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/echogeo/14317>. (Consulté le 3-4-2021).

JAMES A., RAVICHANDRAN S., CHUANG N., et al. Using Lifestyle Analysis to Develop Lodging Packages for Staycation Travelers: An Exploratory Study. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, volume 18, n°4, p. 387-415 [en ligne]. Disponible sur <https://doi.org/10.1080/1528008X.2016.1250240>. (Consulté le 21-4-2021)

JANIN Éric. La ville sous l'œil du géographe. *Cahier de philosophie*, 2009, n°118, p. 87-105 [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/2K0IPNx>. (Consulté le 25-1-2020).

KNAFOU R., BRUSRON M., DEPREST F., et al. Une approche géographique du tourisme. *Espace géographique*, 1997, tome 26, n°3, p. 193-204 [en ligne]. Disponible sur https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1997_num_26_3_1071. (Consulté le 10-3-2021).

LE BRETON E., ASCHER F., BOURDIN A., et al. Les transports à la demande, un nouveau mode de gestion des mobilités urbaines, 2000, 220 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.researchgate.net/publication/279254739>. (Consulté le 2-3-2021)

LEVY Jacques, LUSSAULT Michel. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Edition Belin, 2013, p.1028.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. Histoire des politiques de « démocratisation culturelle » : La démocratisation culturelle dans tous ses états, 2012, 26 p. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3efDqjK>. (Consulté le 23-6-2021).

MITIC Nadia. Nouvelle offre touristique urbaine : vers un tourisme autochtone ?, Lausanne : Université de Lausanne, 2008, 166 p.

NAPOLI Jocelyne. Vers une formation efficiente en langue anglaise appliquée aux secteurs du transport aérien et du tourisme. Paris : Edition Connaissances Et Savoirs, 2017, 193p.

Stéphane, Mathis. Urbanité et tourisme : une relation à repenser. *Espaces et sociétés*, 2012, n°151, p. 7-14 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2012-3-page-7.htm>. (consulté le 29-3-2021).

PAPATHEODOROU Andreas, ROSSELLO Jaume, XIAO Honggen. Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 2010, n°49, p. 39-45 [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3jd8xzH>. (Consulté le 21-4-2021).

PAQUOT Thierry. Tourisme urbain : À quand la décroissance ? Editions Esprit. 2016, n°7, p 86-89 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-esprit-2016-7-page-86.htm>. (consulté le 1-4-2021).

PEQUIGNOT Bruno. Sociologie et médiation culturelle, *L'observatoire*, 2007/2, n°32, p. 3-7. [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2007-2-page-3.htm>. (Consulté le 23-6-2021).

SIMARD J., CASEMAJOR N., SUGAR A., et al. Synthèse, Les effets de la médiation culturelle : Participation, Expression, Changement. 2014, 22 p. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/2TOEhR3>. (Consulté le 10-6-2021).

SIMON Gwendal. Le tourisme : un levier au service des territoires et des habitants. Séminaire ENS, IAU - Nouvelles pratiques de l'aménagement et de l'urbanisme, Cycle 3, 25 mai. 2018, p. 8 -11. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/2UMgrWK>. (Consulté le 23-3-2021)

ULLAURI-LLORE E., DEBADE N., DODUIK N., et al. Médiation Culturelle, définition et mise en perspective d'un concept fondamental aux mondes de l'art. HAL archive ouvertes, 2019, 9 p. [en ligne]. Disponible sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01997150v2>. (Consulté le 14-6-2021).

URBAIN Jean-Didier, Histoire et évolution des comportements touristiques des français, *Temis*, 2012, hors-série juillet, p. 52-59. [en ligne] Disponible sur <https://bit.ly/2RtFik7>. (Consulté le 25-3-2021).

VERNIERES Michel, Le patrimoine : une ressource pour le développement, *Techniques Financières et Développement*, 2015/1, n° 118, p. 7-20. [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3wOGvOx>. (Consulté le 20-6-2021).

VIEVARD Ludovic. Images et désirs d'ailleurs. De l'hyper-tourisme à l'après-tourisme. *Pop sciences*, 2021, n°8, p.56 [en ligne]. Disponible sur <https://bit.ly/3i6kjtP>. (Consulté le 22-6-2021).

WATREMEZ Anne. Comprendre une relation au patrimoine par une analyse sémiotique du sensible, *Communication & langages*, 2010, vol. 166, n°4, p. 163-177.

TABLE DES ANNEXES

ANNEXE A : IMMERSSION DANS LES VISITES DE L'ASSOCIATION EN QUÊTE DE PATRIMOINE.....	136
ANNEXE B : COMMUNICATION MÉDIATION JEU CONCOURS	137
ANNEXE C : GUIDE D'ENTRETIEN GÉNÉRAL	139
ANNEXE D : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE M. A	143
ANNEXE E : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE M. A.....	147
ANNEXE F : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. B	149
ANNEXE G : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME B.....	155
ANNEXE H : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. C.....	158
ANNEXE I : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME. C.....	165
ANNEXE J : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. D	168
ANNEXE K : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME D.....	172
ANNEXE L : QUESTIONNAIRE, POST MÉDIATION « OÙ SUIS-JE ? ».....	174

ANNEXES

ANNEXE A : IMMERSION DANS LES VISITES DE L'ASSOCIATION EN QUÊTE DE PATRIMOINE

Curieuse Visite Curieuse sur la thématique des femmes scientifiques, en collaboration avec l'association Femmes & Sciences, une comédienne et En Quête de Patrimoine. Réalisée à Toulouse, le 01/04/2021.



Visite du quartier des Amidonniers. Réalisée à Toulouse le 14/08/2021.



ANNEXE B : COMMUNICATION MÉDIATION JEU CONCOURS « OÙ SUIS-JE ? » - ENQUÊTE DE PATRIMOINE

Affiche de communication A2

CONCOURS PHOTO

Où suis-je ?

Menez l'enquête !

Saurez-vous retrouver les 10 lieux photographiés dans Soupetard et La Gloire ?
Adoptez un certain regard sur le patrimoine, l'habitat, l'environnement qui vous entoure et faites en une photo. 10 lieux à retrouver, des photos truquées à identifier !
De nombreux lots à gagner !

Pour participer, c'est très simple :

- 1** Notez le nom de la photo et retrouvez l'endroit où elle a été prise
- 2** Refaites une photo du lieu avec votre propre regard
- 3** Envoyez la photo et son nom avec une légende de votre choix à concours.ousuisje@gmail.com

Participez jusqu'au 23 avril 2021

Les + originaux et les + créatifs seront récompensés.
Les gagnants seront contactés par email.
Retrouvez le règlement complet du concours sur www.enquetedepatrimoine.fr

Les photographies seront publiées sur les réseaux sociaux
Instagram : [enquetedepatrimoine](https://www.instagram.com/enquetedepatrimoine)
Facebook : En Quête de Patrimoine

Une animation organisée par l'association
ENQUÊTE DE PATRIMOINE
dans le cadre de l'appel à projet « Hiver Ensemble »

Merci aux partenaires du quartier : le Centre Social Soupetard / Jolimont, le Centre d'Animation de Soupetard, la Médiathèque Servyrolles, la FFPE, Accopt, le Fablab, Mieux Vivre à La Gloire, Ami Chemin, le LLI, le Conseil Citoyen.

toutouse métropole | contrat de ville | Occitane | MAIRIE DE FOULBASSE

ANNEXE C : GUIDE D'ENTRETIEN GÉNÉRAL

Introduction :

Bonjour. Tout d'abord, merci d'avoir accepté cet entretien. Je me présente : mon nom est Rozenn Coquet, je suis étudiante en master 2, management des industries du tourisme à l'ISTHIA à Toulouse. Dans le cadre de mon mémoire, qui a pour objet les pratiques touristiques de proximité, je réalise des entretiens. L'objectif de ces entretiens est de mieux connaître les individus qui participent aux prestations de l'association, de mieux connaître également et appréhender les pratiques ludico-touristiques des Toulousains, et d'établir les effets d'une médiation patrimoniale sur le rapport à l'environnement des individus.

Cet entretien, qui ne devrait pas durer plus d'une heure, sera par la suite retranscrit et anonymisé, et me permettra d'étoffer ma recherche. Il servira uniquement mes recherches universitaires et ne concerne en aucun cas une publication marchande. Me permettez-vous d'enregistrer cet échange ?

Thèmes	Questions	Relances	Ce que je cherche à savoir
Une pratique vectrice d'un sentiment d'appartenance et d'appropriation de l'environnement.	1 Pourriez-vous vous présenter en quelques mots, et me préciser votre quartier d'habitation, depuis combien de temps ?		Connaître le sujet.
La médiation patrimoniale sensibilise et implique les habitants au sein de leur espace.	2 Pouvez-vous m'expliquer ce qui vous a donné envie de participer à cette activité ?	Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi d'y participer ? Est-ce la première fois ? Connaissiez-vous déjà l'association ? Si oui → Comment ? Depuis quand ?	Connaître les motivations du sujet. Savoir si c'est un habitué.
La valorisation d'un patrimoine proche, par la médiation, encourage et incite l'habitant à adopter ou renouveler une démarche touristique de proximité.	3 Connaissiez-vous ce quartier avant la médiation ?	Pouvez me donner des exemples de vos découvertes ou redécouvertes ?	Connaître le rapport du participant à l'environnement de la médiation.

	<p>→Si oui Avez-vous découvert ou redécouvert des éléments de patrimoine ?</p> <p>→Si non Avez-vous découvert des éléments de patrimoine ?</p>		
	<p>4 Suite à cette activité, comment qualifieriez-vous votre perception de ce quartier ?</p>	<p>Peut-être y a-t-il des endroits où vous n'osiez pas aller, que vous avez redécouverts ? Ou comprendre l'histoire de ce dernier en change votre perception ?</p> <p>Votre perception a-t-elle évolué ?</p> <p>Si oui → à quel niveau ? pouvez-vous m'en dire un peu plus ?</p> <p>Est-ce que cela donne un autre regard, une autre image ou vous fait voir le quartier sous un autre angle ?</p> <p>Pour vous, qu'est-ce qu'évoque ce quartier ? Quelques adjectifs pour le qualifier ?</p>	<p>Obtenir le sentiment de l'habitant sur l'environnement observé post médiation.</p> <p>Attester ou non de l'opération d'un changement de regard de l'habitant de la métropole toulousaine sur son environnement et dans quelle mesure ?</p>
	<p>5 Selon vous, quels impacts peuvent avoir ce type d'activité sur les habitants ?</p>	<p>Pensez-vous que la médiation / ce type d'activité, puisse modifier votre rapport à votre quartier d'habitation ?</p>	<p>L'impact de la médiation sur l'intégration de l'habitant à son environnement.</p>

	<p>6 Selon vous, le contenu de ces / cette visite(s) représente-t-il un intérêt particulier ?</p>	<p>D'après vous, faut-il proposer d'avantage ce type de médiation ?</p>	<p>La sensibilisation de l'habitant au patrimoine rencontré et l'espace observé suite à la prestation réalisée.</p>
	<p>7 Partagerez-vous la médiation que vous avez réalisée avec d'autres individus ?</p>	<p>La recommanderiez-vous à votre entourage ? Avec qui ? Des membres de votre famille, voisins, amis, collègues... ?</p> <p>Et comment partageriez-vous l'animation, en en parlant autour de vous, via les réseaux sociaux ? Un post en story sur Instagram, sur Facebook, etc.</p>	<p>L'habitant deviendra-t-il prescripteur des pratiques touristiques de proximité ?</p> <p>Montrer le degré de motivation – voir si l'habitant est prêt à prendre part à la promotion de ce type de pratique touristique.</p>
	<p>8 D'après vous est-il pertinent de proposer ce type de découverte patrimoniale dans d'autres quartiers de Toulouse ?</p>	<p>Pensez-vous que la découverte d'un patrimoine plus méconnu ou caché des quartiers périphériques de la ville soit pertinent ? / présente un intérêt ?</p>	<p>Avoir un avis d'habitant sur l'intérêt qu'il porte à la valorisation du patrimoine de sa ville.</p>
	<p>9 Pensez-vous à l'avenir prêter une attention différente ou particulière à votre environnement quotidien ?</p>	<p>Seriez-vous partant pour découvrir le patrimoine d'un autre quartier ?</p> <p>Pensez-vous à un quartier en particulier ? Y en a-t-il un qui attise votre curiosité ?</p>	<p>La médiation réalisée incite et participe au renouvellement des pratiques touristiques de proximité.</p>

	10 Seriez-vous prêt à refaire cette activité (revenir vous balader ou effectuer une activité de loisir) dans ce quartier de Toulouse ?		La durabilité du changement de regard et le rapport d'inclusion d'un habitant à un territoire proche, mais non familier.
	11 Selon-vous est-ce que certains éléments de la médiation peuvent être améliorés ?	Avez-vous des suggestions ? Durée, contenu, nombre de participants, interactions ?	Renseignements sur les prestations en elles-mêmes et retours du participant.

Conclusion :

Madame, Monsieur, l'entretien est terminé. Vous pouvez, si vous le souhaitez, ajouter ou revenir sur des éléments que nous venons d'aborder ensemble. Je tiens à vous remercier pour le temps que vous m'avez accordé. Cet entretien me permettra d'avancer dans mes recherches. Je pourrais, si cela vous intéresse, vous faire part de ces dernières lorsque mes travaux seront terminés. Encore merci d'avoir répondu à mes sollicitations. Bonne journée.

ANNEXE D : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE M. A

Retranscription de l'entretien réalisé avec un participant à une visite du quartier des Amidonniers, Toulouse, extrait d'entretien du 13 juillet 2021.

Légende :

R.C : Auteure

M.A : Participant à la visite

*RC : Bonjour, c'est Rozenn, de l'association Enquête de Patrimoine.
Je vous remercie d'avoir accepté aussi rapidement de faire un petit entretien avec moi.*

M. A : Pas de souci.

*RC : On en avait discuté un petit peu dimanche dernier.
Je suis étudiante dans le domaine du tourisme actuellement, et je réalise un mémoire de fin d'études sur la thématique du tourisme de proximité en milieu urbain.
Cet entretien, c'est l'occasion de pouvoir échanger avec vous qui avez réalisé une médiation avec Enquête de Patrimoine. Du coup, un peu sur vos pratiques de tourisme de proximité et sur la médiation.
Cela ne devrait pas durer longtemps.
L'entretien sera retranscrit puis anonymisé. Je voulais savoir si vous me donniez votre accord pour l'enregistrer.*

M. A : Oui, pas de problème.

*RC : Je vais commencer.
Pourriez-vous me présenter votre relation avec Toulouse. Depuis combien de temps vous y habitez, dans quel quartier ?*

M. A : Je vis à Toulouse depuis 19 ans. J'ai commencé mes études ici. Après j'ai trouvé du travail. Donc, j'y suis resté.
Au cours de ma vie toulousaine, j'ai vécu dans différents quartiers : le Ranguel, Jean-Jaurès, les Amidonniers, et maintenant à la Colonne, près de la médiathèque.

RC : Qu'est-ce qui vous a donné envie de participer à la visite proposée par Enquête de Patrimoine ?

M. A : En fait, j'ai vécu plusieurs années aux Amidonniers. Je me suis toujours interrogé sur ce nom « Amidonniers », que j'imaginai lié à l'amidon, mais je ne savais pas trop comment. Et comme je sais que c'est un quartier entre la Garonne et le Canal de Brienne, je me disais bien qu'il devait y avoir eu une activité industrielle assez florissante. C'est vrai que je connaissais peu l'histoire du quartier.

Et quand j'ai vu sur Facebook la publicité pour la visite des Amidonniers au travers du prisme de l'industrie, j'ai sauté sur l'occasion en me disant que c'était une bonne idée pour découvrir ce quartier.

RC : Comme vous avez habité aux Amidonniers, est-ce que vous avez découvert ou redécouvert des choses dans ce quartier pendant la visite ?

M. A : Oui, alors je connaissais peu l'histoire du Bazacle, par exemple, voire même pas du tout. Après, j'étais assez intéressé par les différents types de maisons, La Maraîchère qui rappelait qu'avant il y avait des terrains cultivés plutôt que des habitations. Et l'histoire de La Manufacture des Tabacs. J'étais plusieurs fois passé devant la crèche, en me posant la question de savoir quelle était exactement son histoire, mais j'ignorais qu'elle avait été acquise après des grèves de la part des ouvrières.

RC : D'accord.

Est-ce que cette médiation a un peu changé votre vision du quartier ? Ou c'est trop tôt pour le dire ?

M. A : Oui, parce que pour moi, c'est un quartier très résidentiel. Et le fait d'avoir découvert ce passé, ça me permet d'imaginer les Amidonniers un peu plus industriels, un peu plus sauvages, dans le sens de peu construit, alors que maintenant, il a été fortement urbanisé. J'y repensais l'autre jour parce que je suis revenu dans le quartier l'après-midi, et effectivement, j'essaye d'imaginer les lieux sans aucune construction, peuplé avec des moulins. J'ai trouvé ça très intéressant comme exercice.

RC : C'est super. Je trouve ça génial que vous soyez revenu en imaginant tout ça. C'est difficile parfois de se représenter un lieu sans urbanisation justement.

Est-ce que ce type de médiation peut modifier le regard des habitants à certains quartiers ?

M. A : Je pense parce que j'ai toujours tendance à penser qu'on habite mieux un lieu dont on connaît l'histoire. Et je pense que l'histoire permet d'expliquer le présent, et donc que c'est toujours intéressant de connaître l'histoire du quartier. Pourquoi les rues ont tel nom, pourquoi là il y a tel édifice, par exemple, ou telle statue ? C'est effectivement très intéressant et ça permet de mieux s'ancrer dans un quartier.

RC : Dans la même logique, faudrait-il proposer davantage ce type de visites aux habitants et dans d'autres quartiers à la périphérie du centre-ville ?

M. A : Oui, parce que le centre-ville est sursaturé de visites avec les incontournables : La Fondation Bemberg, les Augustins, Saint-Sernin...

En tous cas, pour les personnes qui s'intéressent à l'histoire de villes, hors des sentiers battus, je trouve que les visites de périphérie sont très intéressantes.

RC : Avez-vous « partagé » la médiation réalisée, ou est-ce que vous la recommanderiez à votre entourage ?

M. A : J'en avais parlé à un ami du quartier. Justement, j'ai vu qu'il y avait une autre visite prévue le 12 août aux Amidonniers, mais je n'ai pas pu partager sur Facebook car la fonction de partage est désactivée.

RC : C'est très bien de nous le faire remonter.

M. A : Quelle était la deuxième partie de la question ?

RC : Est-ce que vous recommanderiez des visites de ce type à d'autres personnes, lesquelles ?

M. A : La visite Amouroux-Soupetard qui a été annulée, qui sera reportée à plus tard, je vais la recommander à des amies qui habitent pas loin de chez moi. Comme Amouroux-Soupetard ça touche La Colonne et La Gloire, c'est toujours intéressant. Je vais essayer d'en parler autour de moi.

RC : Donc, vous êtes prêt à partager l'information sur les réseaux sociaux ?

M. A : Oui, tout à fait.

RC : Pensez-vous qu'à l'avenir vous regarderez différemment certains quartiers lorsque vous y irez pour vous promener, en faisant davantage attention aux détails ?

M. A : Oui, je pense que cela me permet de faire plus attention à mon environnement.

RC : Est-ce que des éléments peuvent être améliorés dans la visite ? Nous sommes preneurs de toutes suggestions.

M. A : Je vais d'abord dire ce que j'ai beaucoup aimé. Le respect du temps. J'aime bien quand les choses sont cadencées, qu'on dépasse pas trop l'horaire imposé. J'ai beaucoup aimé l'interactivité, le fait de poser des questions, de faire participer le public.

Les choses que je vois à améliorer, non, je vois pas trop.

Après, je fais pas beaucoup forcément ce genre de visite, donc je suis pas rôdé à l'exercice.

Non, j'ai trouvé que y'avait de l'interactivité, y'avait de la sympathie, c'était bien cadencé.

Bon, ce qui est plus gênant, c'est plus saisonnier, c'est qu'il faisait chaud, comme il y a beaucoup d'étapes au soleil. C'est plus compliqué.

Ce que je disais autrement par rapport aux Amidonniers, c'était peut-être pousser jusqu'au Bassin des Filtres qui est un peu plus loin dans la rue parce que ça s'intègre effectivement dans l'industrie du secteur. Mais là c'est plus lié au quartier, non à la visite globale.

RC : C'est à voir.

M. A : J'aurais pas trop de choses à améliorer. C'était bien. Vous vous êtes très bien débrouillée. C'était la première fois que vous faisiez ça ?

RC : Oui, le quartier des Amidonniers, c'était la première fois.

M. A : Je ne vous ai pas trouvée nerveuse, hésitante. Vous avez quand même été dans une situation un peu compliquée avec la personne qui avait un peu tendance à étaler sa science.

RC : Oui, c'est vrai.

M. A : Pas d'axes d'amélioration.

RC : J'en ai fini avec mes questions. Je vous remercie d'avoir répondu favorablement à ma sollicitation.

Comme je vous le disais, c'est uniquement pour des travaux universitaires.

Je vous remercie.

M. A : De rien.

ANNEXE E : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE M. A

Éléments principaux résultant de l'entretien	Extraits d'entretien	Analyse des données obtenues
Le rapport à la ville	« Je vis à Toulouse depuis 19 ans. J'ai commencé mes études ici. Après j'ai trouvé du travail. Donc, j'y suis resté. » « J'ai vécu dans différents quartiers : le Rangueil, Jean-Jaurès, les Amidonniers, et maintenant à la Colonne, près de la médiathèque. »	Le sujet est un habitant qui a une connaissance certaine de Toulouse. Il a habité dans différents quartiers de la ville.
Une curiosité volontaire	« C'est vrai que je connaissais peu l'histoire du quartier. Et quand j'ai vu sur Facebook la publicité pour la visite des Amidonniers au travers du prisme de l'industrie, j'ai sauté sur l'occasion en me disant que c'était une bonne idée pour découvrir ce quartier. »	La pratique touristique de proximité est la résultante d'une démarche volontaire de l'individu. Ce dernier est en quête de redécouverte d'un espace familier par différents angles et thématiques.
Une découverte ou redécouverte du quartier	« Je connaissais peu l'histoire du Bazacle, par exemple, voire même pas du tout. Après, j'étais assez intéressé par les différents types de maisons, La Maraîchère qui rappelait qu'avant il y avait des terrains cultivés plutôt que des habitations. Et l'histoire de La Manufacture des Tabacs. J'étais plusieurs fois passé devant la crèche, en me posant la question de savoir quelle était exactement son histoire. »	La médiation basée sur la découverte patrimoniale a permis de susciter l'intérêt de l'habitant et de redécouvrir son environnement. Une sensibilisation du participant au patrimoine du quartier s'est opérée durant la visite.
Vision du quartier post médiation	« Oui, parce que pour moi, c'est un quartier très résidentiel. Et le fait d'avoir découvert ce passé, ça me permet d'imaginer les Amidonniers un peu plus industriels, un peu plus sauvages, dans le sens de peu construit, alors que maintenant, il a été fortement urbanisé. »	Le regard touristique initié dans la médiation a permis d'opérer un changement d'appréhension du quartier visité par l'habitant.
Une démarche renouvelée	« Je suis revenu dans le quartier. » « J'essaye d'imaginer les lieux sans aucune construction, peuplé avec des moulins. »	La médiation patrimoniale d'un environnement proche entraîne chez cet habitant un renouvellement de la pratique.

	<p>J'ai trouvé ça très intéressant comme exercice. » « Oui, [...] pour les personnes qui s'intéressent à l'histoire de villes, hors des sentiers battus, je trouve que les visites de périphérie sont très intéressantes. »</p>	<p>Renouvellement seul, mais avec un regard externe, un regard touristique. Ce qui traduit également la sensibilité nouvelle, un nouvel imaginaire du participant post médiation.</p> <p>Une envie d'étendre sa pratique à d'autres quartiers de la ville plus périphériques et transparait une volonté de renouveler la pratique.</p>
Intégration et identification	<p>« Je pense parce que j'ai toujours tendance à penser qu'on habite mieux un lieu dont on connaît l'histoire. Et je pense que l'histoire permet d'expliquer le présent, et donc que c'est toujours intéressant de connaître l'histoire du quartier. »</p> <p>« C'est effectivement très intéressant et ça permet de mieux s'ancrer dans un quartier. »</p>	<p>Selon le sujet, l'habiter est, en plus de la curiosité naturelle, au centre de sa démarche. Une meilleure appréhension d'un quartier facilite l'intégration et l'ancrage de l'habitant dans sa métropole.</p>
Une approche touristique « hors des sentiers battus »	<p>« Le centre-ville est sursaturé de visites avec les incontournables. »</p>	<p>Le propos démontre une volonté de se distinguer des touristes exogènes et de sortir des sentiers battus en vue de provoquer un réenchancement.</p>
Le participant devient prescripteur et s'implique dans la valorisation	<p>« Je vais la recommander à des amies. »</p> <p>« J'en avais parlé à un ami du quartier. Justement, j'ai vu qu'il y avait une autre visite prévue le 12 août aux Amidonniers, mais je n'ai pas pu partager sur Facebook car la fonction de partage est désactivée. »</p>	<p>L'individu est sensibilisé et s'implique désormais dans la valorisation en étant prescripteur de médiation réalisée par l'association En Quête de Patrimoine. Cette prescription s'opère dans le cercle intime, mais également publiquement sur les réseaux sociaux.</p>
Un renouvellement du regard et une réappropriation de l'espace	<p>« Oui, je pense que cela me permet de faire plus attention à mon environnement. »</p>	<p>La médiation basée sur la valorisation patrimoniale favorise les pratiques touristiques de proximité et le réenchancement.</p>

ANNEXE F : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. B

Retranscription de l'entretien réalisé avec un participant à une visite du quartier des Amidonniers, Toulouse, extrait d'entretien du 15 juillet 2021.

Légende :

RC : Auteure

Mme B : Participant à la visite

*RC : Bonjour, c'est Rozenn, de l'association Enquête de Patrimoine.
Je vous remercie d'avoir accepté aussi rapidement de faire un petit entretien avec moi.*

Mme B : C'est normal.

*RC : On en avait discuté un petit peu dimanche dernier.
Je suis étudiante dans le domaine du tourisme actuellement, et je réalise un mémoire de fin d'études sur la thématique du tourisme de proximité en milieu urbain.
Cet entretien, c'est l'occasion de pouvoir échanger avec vous qui avez réalisé une médiation avec Enquête de Patrimoine. Du coup, un peu sur vos pratiques de tourisme de proximité et sur la médiation.
L'entretien sera anonymisé.*

Mme B : Cela ne me gêne pas si vous me citez.

RC : Je voulais savoir si vous me donniez votre accord pour l'enregistrer.

Mme B : Oui, pas de problème.

*RC : Je vais commencer.
Dans un premier temps, pourriez-vous vous présenter ? Depuis combien de temps vous habitez à Toulouse, si vous avez habité dans différents quartiers ?*

Mme B : Je suis retraitée, non toulousaine. J'ai fait toute ma carrière à l'étranger, dans une ambassade. Au moment de la retraite, on voulait rentrer en France. J'ai un mari britannique. On voulait une ville au hasard. On a visité plusieurs villes dans le sud de la France, et c'est Toulouse qui nous a plu. C'est une ville toujours aussi sympathique, qui renferme énormément de trésors historiques et culturels. J'habite le quartier Saint-Michel. On a une maison avec un petit jardin. Donc, on profite des avantages d'une grande ville, sans les inconvénients. C'est l'avantage de Toulouse. C'est la 4ème ville de France, mais on n'a pas l'impression d'être dans une très grande ville, comme à Lyon ou à Marseille.

RC : Pouvez-vous m'expliquer ce qui vous a donné envie de participer à la visite proposée par Enquête de Patrimoine dimanche ?

Mme B : Moi, je connaissais Sonia quand elle était dans une autre association qui s'appelait La Gargouille. Elle avait déjà ce genre de démarche avec la valorisation des quartiers, tant d'un point de vue social qu'architectural ou historique. Je trouvais qu'elle était très intéressante, un vrai puits de science, qu'elle travaillait bien ses exposés. On apprend beaucoup de choses. La Gargouille s'est délitée, comme ça arrive souvent à beaucoup d'associations. Et j'ai redécouvert Sonia en faisant une autre visite architecturale, et je me disais, « ça ressemble à La Gargouille ». Donc, c'est pour ça que je me suis inscrite à la visite, pour retrouver d'abord Sonia, parce que Le Bazacle, bien sûr, j'y étais déjà allée. Pour voir s'il y avait du changement. Voilà comment ça s'est passé.

RC : Comme vous connaissiez déjà les Amidonniers, est-ce que vous avez découvert ou redécouvert des choses dans ce quartier pendant la visite.

Mme B : Oui, bien sûr, l'histoire du moulin, je ne savais pas qu'ils avaient inventé une formule. J'ai appris beaucoup de choses. Et puis l'histoire des ouvrières de la Manufacture des Tabacs. Je ne savais pas qu'elles étaient de Saint-Cyprien. Oui, j'ai appris des choses.

RC : Suite à cette médiation, et peut-être d'autres visites que vous aviez faites avant dans le quartier. Est-ce que ça a changé un peu votre vision du quartier ?

Mme B : Pas nécessairement. De ce point de vue non. C'est surtout l'histoire du quartier, ça a reprécisé des choses. Par contre, j'ai fait une rencontre très intéressante avec un autre participant qui était incollable sur toutes les petites histoires. Je me suis inscrite à son blog, sur Facebook.

RC : Donc, maintenant, vous avez une bonne appréhension du quartier des Amidonniers.

Mme B : Oui, c'est beaucoup plus clair.

RC : Est-ce que pour vous, ce genre de visite peut avoir un impact sur les habitants ? Est-ce que vous avez découvert Toulouse de façon plus large ?

Mme B : La thématique était industrielle déjà. Ce n'était pas beaucoup les habitants. Il n'y avait pas beaucoup d'habitants d'après ce que vous disiez. C'était plutôt des travailleurs.

RC : Pensez-vous que ce genre de visite, pas forcément concentrée sur le centre-ville, est bénéfique pour vous, en tant qu'habitant de Toulouse.

Mme B : Oui, bien sûr. D'abord de découvrir des quartiers, des endroits où on n'irait pas forcément d'où on habite. De voir qui habite là. Ce qu'il y a, pas forcément des entreprises, mais des activités. Oui, la vie de quartier. C'était l'association de Sonia avant. On a visité La Reynerie, Le Mirail. Je n'y vais jamais dans ces quartiers moi, pour tout vous avouer. Et on a une mauvaise image, des a priori, parce qu'il y a beaucoup de faits divers dans les journaux. Donc, remettre ça sous une autre lumière, c'est très intéressant

RC : Est-ce que, selon vous, il faudrait proposer davantage de visites de quartiers plus périphériques ?

Mme B : Oui. Je me suis inscrite à deux visites qui ont été annulées. Moi, ça m'intéresse. Je pense que ça peut intéresser pas mal de Toulousains. Parce que vous en avez avec l'Office du Tourisme, par exemple, là je sors d'une visite de La Daurade qui était très intéressante, mais ça reste général parce qu'ils ont un public qui reste général. C'est-à-dire des touristes, des gens qui viennent de partout. Donc, ils sont obligés de faire une présentation où on nous redit à nous, Toulousains, la même chose au fil des visites. Mais c'est tout à fait normal puisque le public est différent. Donc une visite de quartier, pour des Toulousains, oui ça a un intérêt évident. Ça permet une meilleure connaissance de la ville et de son évolution.

RC : Oui. Pourriez-vous me citer, par curiosité, d'autres quartiers que vous aimeriez visiter un peu plus en périphérie ?

Mme B : J'aimerais aller à Ginestous. Je sais qu'il y a une station d'épuration. Mais à par cela, il y a sans doute d'autres choses à voir. Il y a tout le nord de Toulouse. Oui, tout le nord de Toulouse, je ne connais pas beaucoup. Donc, je suis partante. Le sud, je ne connais pas beaucoup. Il y a encore beaucoup de choses qui restent à découvrir en ce qui me concerne. Et puis Amouroux et Soupetard, si elle arrive à être reprogrammée et qu'il y a du monde.

RC : Normalement, ça devrait aller. On essaye de faire venir du monde.

Mme B : Oui, mais du temps de La Gargouille, il y avait du monde. C'est une question de mailings et de communication.

RC : Oui, mais l'association n'a qu'un an. C'est difficile de se faire connaître.

Mme B : Oui, et là ce sont les vacances. Et le mardi, il faut être retraité pour y participer.

RC : Là, c'est la première fois qu'on met en place des visites privées dans l'association. Donc, on se teste un peu sur les dates.

Mme B : Là, si vous faites ça en semaine, vous n'aurez que des mamies. C'est un fléau les mamies comme nous. Dans les visites culturelles, y'a pas un homme, y'a que des mamies.

RC : Dimanche, il y avait plus de jeunes.

Mme B : Oui, un peu plus, quelques quinquagénaires. Et vous, toute l'équipe d'En Quête de Patrimoine.

RC : Est-ce que vous avez partagé, parlé autour de vous de la médiation que vous avez réalisée.

Mme B : Oui, j'en ai parlé à quelques relations. Mais je ne connais pas beaucoup de monde à Toulouse car je ne suis pas toulousaine. Et, arrivé à un certain âge, on ne cherche pas forcément à se faire des amis. J'en ai parlé à d'anciennes collègues d'ambassade. Maintenant, ce sera à la rentrée. C'est vrai que l'effet bouche-à-oreille joue énormément. C'est ce qui marche le mieux.

RC : Puisque pour vous c'est dans votre démarche quotidienne de faire des médiations, est-ce que quand vous êtes seule, vous faites attention différemment à votre environnement ?

Mme B : Oui, je me rappelle des détails signalés. La petite statue que je n'avais pas forcément vue. Quant au quotidien, on ne fait pas attention. Il y a toujours un aspect routinier et on regarde pas forcément. Donc, j'essaye de voir avec d'autres yeux. J'ai appris ce matin que dans la rue Joutx-Aigues, il y a des anciennes colonnes du cloître de La Daurade. Mais la guide n'a pas su dire où ça se trouvait. J'ai regardé sur internet, je sais que c'est au n° 4, donc, je vais aller me poster et attendre qu'une voiture sorte. Vous voyez moi, j'en suis à un stade où j'ai dépassé les généralités.

RC : Est-ce que vous retournez dans des quartiers visités seule, en ayant ce regard-là ?

Mme B : Oui, j'aime faire ça. Il y a toujours des détails invraisemblables dans une ville, qu'on ne voit pas forcément si on ne vous les montre pas.

*RC : Seriez-vous prête à refaire une visite avec nous ?
Je suppose que la réponse est oui.*

Mme B : Si elles ne sont pas annulées parce que pour l'instant je n'ai que des remboursements.

RC : Nous en sommes désolés nous aussi, on préférerait qu'elles soient maintenues.

Mme B : Je reviens, je connais bien l'équipe. Je trouve que vous vous en êtes très bien sortie.

RC : Est-ce que vous avez des suggestions à nous faire sur la visite que vous avez faite aux Amidonniers, ou des choses qui peuvent être modifiées ou améliorées ? Même dans notre façon de gérer les annulations, ou de communiquer.

Mme B : Peut-être la communication, car c'est assez critique chez vous. Il faut vous débusquer. Moi, c'était le bouche-à-oreille. J'ai regardé. J'avais juste le nom En quête de Patrimoine. J'ai tapé Sonia Moussay, parce que je connaissais. Mais c'est pas évident de vous trouver. Alors là c'est parce que vous démarrez aussi. Alors là aussi, y'a juste à améliorer la « com ».

RC : Par curiosité, est-ce que vous nous avez vus dans l'agenda de l'Office du Tourisme ou pas ?'

Mme B : Ben c'était pas très clair. Nous, j'ai pas vu.

RC : Nous sommes censés y être. Je vais faire remonter l'information.

Mme B : C'était pas très clair, mais je pense qu'il y a des actions concurrentes.

RC : Pas forcément parce qu'on n'est pas sur le même registre.

RC : Oui, et ce sont des quartiers sur lesquels elle continue à travailler. Car quand on s'est implanté à Soupetard, Amouroux, elle ne connaissait pas du tout. Elle a fait tout un travail de recherches historiques.

Mme B : Elle bosse, elle est très pointue. À la Reynerie, elle nous a fait découvrir une rue, classe moyenne, pour les cadres d'une entreprise. Ça détonnait dans le quartier.

RC : Nous, on aimerait s'élargir dans plusieurs quartiers, mais on est petit encore. On fait Soupetard, La Gloire, Amouroux.

Mme B : Quand c'est pas annulé. Je vais me répéter.
Je voudrais bien, je ne connais pas ces quartiers. Peut-être le samedi.

RC : On va essayer. Je vais suggérer. Pendant les Journées Européennes du Patrimoine, on va faire Le Mirail et l'Université du Mirail. Mais vous les avez faits de nombreuses fois, je crois.

Mme B : Oui, mais apparemment, ils ont détruit des tours, et je n'y suis pas allée depuis quatre cinq ans. Donc là je retournerais parce que ça évolue aussi les quartiers. C'est un petit peu l'idée de voir les évolutions. Hier, je suis retournée à Empalot, ça a beaucoup changé. Ça, on l'avait fait avec Sonia.

RC : Vous souhaiteriez revenir dans un quartier cinq ans plus tard.

Mme B : Dans des quartiers qui sont en pleine transformation. Voir ce qu'ils en ont fait. Comment ils se sont débarrassés de ces horribles barres pour faire des trucs un peu plus vivables.

RC : Je me suis trompée. Le Mirail, ce sera pour Le Printemps de Septembre, et l'Université, c'est un projet tutoré, donc ce sera par des étudiants du Mirail, mais réalisé avec Sonia, en collaboration avec l'Université, et ce sera pour les Journées du Patrimoine.

Mme B : Je l'ai déjà faite l'Université du Mirail. En graffitis, ça vaut le coup. C'est un grand moment. On visite pas, mais j'y suis allée en tant qu'usagère, c'était très intéressant.

*RC : Ravie que ça vous ait plu.
J'ai fini avec mes questions.*

Mme B : Si ça peut aider pour la suite, autant pour vous que pour moi. Car si ça peut aider à faire des visites encore plus passionnantes.

RC : Exactement, moi ça m'aide dans mes travaux de recherche, mais ça me permet également de faire des retours à Sonia sur ce qui se dit, de prendre le temps d'échanger.

Mme B : Je vais vous suivre de près.

ANNEXE G : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME B

Éléments principaux résultant de l'entretien	Extraits d'entretien	Analyse des données obtenues
Le rapport à la ville	<p>« Je suis retraitée, non toulousaine. [...] Au moment de la retraite, on voulait rentrer en France. [...] a visité plusieurs villes dans le sud de la France, et c'est Toulouse qui nous a plu. »</p> <p>« C'est une ville toujours aussi sympathique, qui renferme énormément de trésors historiques et culturels. J'habite le quartier Saint-Michel. »</p>	<p>Le sujet est un habitant qui a une connaissance certaine de Toulouse. Le sujet est une personne curieuse et sensible à l'histoire, la culture et au patrimoine toulousain.</p>
L'évolution d'une ville un facteur de motivation, une curiosité volontaire	<p>« Le Bazacle, bien sûr, j'y étais déjà allée. Pour voir s'il y avait du changement. »</p> <p>« Ils ont détruit des tours, et je n'y suis pas allée depuis quatre cinq ans. Donc là je retournerais parce que ça évolue aussi les quartiers. C'est un petit peu l'idée de voir les évolutions. »</p>	<p>La découverte d'un nouvel endroit, l'apport de nouvelles connaissances (historique, architecturale, urbanistique) est un facteur favorisant la pratique touristique. L'évolution de la ville, qui est un espace mouvant, incite à la pratique et favorise sa répétition.</p>
Une découverte ou redécouverte du quartier	<p>« J'ai appris beaucoup de choses. »</p> <p>« L'histoire du quartier, ça a reprécisé des choses. »</p>	<p>L'apport de connaissances nouvelles favorise la redécouverte d'un espace dont l'habitant a déjà des connaissances.</p>
Une démarche renouvelée	<p>« Découvrir des quartiers, des endroits où on n'irait pas forcément d'où on habite. »</p> <p>« Je me suis inscrite à deux visites qui ont été annulées. Moi, ça m'intéresse. Je pense que ça peut intéresser pas mal de Toulousains. »</p> <p>« Je vais vous suivre de près. »</p>	<p>La médiation basée sur le patrimoine proche permet, chez un sujet toulousain mais externe au quartier, de susciter l'envie de répéter les découvertes de proximité dans d'autres quartiers de la métropole.</p>

Intégration et identification	« Donc une visite de quartier, pour des Toulousains, oui ça a un intérêt évident. Ça permet une meilleure connaissance de la ville et de son évolution. »	La connaissance de la ville permet une meilleure identification et un meilleur habiter de la métropole.
Une approche touristique « hors des sentiers battus », qui confère une autre image de l'environnement observé	« Je n'y vais jamais dans ces quartiers moi, pour tout vous avouer. Et on a une mauvaise image, des a priori, parce qu'il y a beaucoup de faits divers dans les journaux. Donc, remettre ça sous une autre lumière, c'est très intéressant. »	La mise en valeur d'un espace, par l'intermédiaire d'une médiation valorisant le patrimoine, permet de changer le regard d'un Toulousain sur ce dernier et de nuancer les a priori ou les sentiments négatifs à l'égard du quartier observé.
Le participant devient prescripteur et s'implique dans la valorisation	« Oui, j'en ai parlé à quelques relations. »	Le sujet communique sur l'activité et contribue par sa communication à valoriser le patrimoine observé lors de la médiation et les activités de l'association.
Le renouvellement du regard ou pratique durable et autonome qui permet une réappropriation de l'espace	« Oui, je me rappelle des détails signalés. La petite statue que je n'avais pas forcément vue. Quant au quotidien, on ne fait pas attention. Il y a toujours un aspect routinier et on regarde pas forcément. Donc, j'essaye de voir avec d'autres yeux. » « Oui, j'aime faire ça. Il y a toujours des détails invraisemblables dans une ville, qu'on ne voit pas forcément si on ne vous les montre pas. »	Le renouvellement du regard peut devenir une pratique autonome réalisée au cours d'une simple balade. L'habitant s'inscrit donc dans une démarche plus sensible, de réenchantement dans son environnement proche. De plus, l'habitant peut retourner dans l'espace redécouvert lors de la médiation, le pratiquer, et lui conférer son imaginaire.
L'habitant, un touriste spécifique	« L'Office du Tourisme, par exemple, là je sors d'une visite de La Daurade qui était très intéressante, mais ça reste général parce qu'ils ont un public qui reste général. C'est-à-dire des touristes, des gens qui viennent de partout. » « J'en suis à un stade où j'ai dépassé les généralités. »	Bien que les Toulousains puissent pratiquer touristiquement leur environnement, ils sont en quête de distinction, que ce soit dans le contenu de la médiation par la recherche du hors du commun et des sentiers battus, ou encore d'anecdotes. Ils ne peuvent se contenter des simples généralités, car ils ont des connaissances sur leur territoire.

Communiquer avec l'habitant	« Peut-être la communication, car c'est assez critique chez vous. Il faut vous débusquer. »	La promotion des activités de l'association n'est pas nécessairement visible par les habitants. Atteindre l'habitant qui n'est pas en recherche d'activité touristique et culturelle n'est pas suffisant avec une promotion uniquement digitale.
-----------------------------	---	---

ANNEXE H : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. C

Retranscription de l'entretien réalisé avec un participant à deux visites du quartier de Soupetard et La Gloire et participante à un jeu-concours photo, Toulouse, extrait d'entretien du 13 juillet 2021.

Légende :

RC : Auteure

Mme C : Participant à la visite

RC : Je vous explique juste un petit peu le contexte.

Je suis stagiaire dans l'association En Quête de Patrimoine. Je suis étudiante en Master 2. Pour la fin de mes études, je réalise un mémoire qui a pour objet le tourisme de proximité par les habitants de Toulouse. Donc, c'est la thématique générale. Et, comme vous avez participé au concours photo et à une visite organisée par l'association.

Cet entretien ne va pas être très long. Il va être retranscrit puis anonymisé. Il a un but universitaire et n'a pas vocation à être diffusé.

Est-ce que vous m'autorisez à vous enregistrer ?

Mme C : Oui, ça ne me gêne pas du tout.

RC : Parfait.

Donc, ma première question est la suivante.

Depuis quand vivez-vous à Toulouse ? Quel est votre rapport avec la ville de Toulouse ?

Vous vivez à Jolimont il me semble ?

Mme C : Donc j'habite entre Jolimont et Marengo. Donc près du sommet de Jolimont mais dans la descente vers le centre-ville. Je suis arrivée à Toulouse pour ma dernière année d'études. Ça correspondait au DESS mais ça s'appelait pas comme ça, en septembre 68. J'ai fait ensuite mon diplôme en 68-69. Voilà comment je suis arrivée à Toulouse. Mais je n'y vis pas depuis cette date. J'ai quitté Toulouse pendant 5-6 ans et j'y suis revenue en 1982 ou 1983. J'ai habité deux ans Toulouse, ensuite Balma, puis Toulouse. Je suis là où je vis aujourd'hui, l'appartement que vous connaissez, depuis septembre 1994. Donc, ça fait 25 ans que je suis à Jolimont.

RC : Je vais revenir un peu plus sur les médiations que vous avez faites avec l'association. Est-ce que vous pouvez m'expliquer ce qui vous a donné envie de participer à des visites et au jeu concours photo.

Mme C : Je suis assez curieuse et intéressée par beaucoup de choses, et entre autres par les visites de Toulouse. J'ai fait les visites traditionnelles historiques du centre et de l'hyper centre. J'en ai fait un certain nombre avec l'Office du Tourisme. Et j'ai découvert un peu par hasard ces visites-là, organisées dans les quartiers Soupetard, Gloire, en faisant mon

marché un samedi matin dans le quartier Soupetard. Il y avait deux personnes de l'association qui distribuaient des tracts proposant deux visites. Et j'ai fait les deux. Je connaissais le quartier car j'y ai travaillé des années, mais je n'y ai pas vraiment vécu. Donc, y'a beaucoup de choses que j'ai découvertes grâce à ces deux visites.

RC : Vous me devancez. Avez-vous des exemples de choses que vous avez découvertes ou redécouvertes dans ce quartier que vous connaissiez ?

Mme C : J'ai appris les différences entre les maisons : entre les Toulousaines et les Maraîchères, parce que pour moi, elles étaient toutes des Toulousaines. Donc, même quand je recevais de la visite ou des amis et que je faisais visiter Toulouse, pour moi ces maisons-là étaient toutes des Toulousaines. J'aurais échoué à l'examen.

RC : Maintenant vous savez.

Mme C : J'ai découvert la fontaine qui est en bas de l'avenue de la Gloire, avant le boulevard des Crêtes, la fontaine de la Coquille, et son histoire, que j'ignorais complètement. J'ai découvert aussi la peinture murale de la Cité de la Gloire réalisée par l'artiste toulousain Soone. J'ai découvert l'histoire de l'architecture de la Cité de la Gloire, des maisons des Jardins Familiaux, des petites maisons que je connaissais pas. J'ai découvert là aussi l'histoire de ce quartier, et sa destination. J'ai appris vraiment beaucoup de choses, surtout avec la première que j'ai faite, qui était plus longue. L'histoire aussi de la médiathèque Seyrverolles, son architecture que j'ignorais, et le projet de l'architecte-paysagiste et surtout urbaniste par rapport à la population. Oui, la vie du quartier quand ce n'était pas construit.

RC : C'est bien, vous avez retenu beaucoup de choses.

Mme C : Je ne sais pas si vous allez participer à la remise des prix du concours photo le 22.

RC : Oui, j'y serai.

Mme C : Si jamais je pense à d'autres choses, on pourra en reparler à ce moment-là.

RC : Vous avez déjà retenu beaucoup de choses.

Diriez-vous que suite à cette activité, vous avez une nouvelle perception du quartier ?

Mme C : Oui, surtout par rapport à son histoire. Maintenant, je l'inclus dans le temps et dans l'histoire, l'histoire récente.

RC : Vous avez peut-être redécouvert le quartier sous un autre angle ? Parce que vous y travailliez, mais n'aviez pas forcément cette même vision ?

Mme C : Oui, j'y ai travaillé, mais je n'ai pas pris le temps de visiter le quartier, de m'y promener. Je peux le faire maintenant dans les vieilles rues de Toulouse de l'hyper centre.

RC : Est-ce que vous vous voyez retourner vous promener dans ce quartier avec un regard plus orienté sur le patrimoine ?

Mme C : Oui, je crois que je pourrais le faire, même avec des gens que je connais et qui sont comme moi, qui connaissent pas forcément ces quartiers-là alors qu'ils sont pas loin.

RC : Selon vous, les médiations comme celles proposées par l'association peuvent-elles avoir un impact sur les habitants du quartier, ou qui habitent à côté ?

Mme C : Je ne sais pas ce que vous entendez par « avoir un impact ». Par rapport à la connaissance du quartier. Maintenant, quand vous parlez de médiations, moi, je n'en ai fait que deux. Donc, je connais pas l'activité de cette association. Je ne sais pas ce qu'elle avait fait avant, quels sont ses projets maintenant. Moi, je n'ai que cette expérience des deux visites que j'appelle visites guidées. Visite guidée, oui, parce que c'est une visite guidée.

RC : Oui, c'est une visite guidée.

Mme C : Avec une orientation particulière puisque c'est le patrimoine de proximité qui n'est pas répertorié au patrimoine historique, et compagnie. Mais, sur la connaissance du quartier, je pense que ceux qui habitent le quartier s'y intéressent et le voient différemment. Maintenant, si c'est pour créer des relations entre les personnes qui ont participé à ces visites guidées. Là, moi non.

RC : C'était plus par rapport à l'environnement du quartier comme vous m'en avez parlé.

Mme C : D'accord.

RC : Selon vous, le contenu de cette visite présente-t-il un intérêt particulier ? Faudrait-il proposer davantage ce type de visites guidées ?

Mme C : Pour moi oui. Maintenant, est-ce qu'on peut donner d'autres contenus à la visite de ce même quartier. Je trouve que c'était assez complet. Parce qu'il y avait de l'histoire. C'était une historienne entre autres qui faisait l'animation avec le photographe. Il y avait aussi beaucoup d'architecture. Moi, j'aime beaucoup les beaux-arts et l'architecture. Je ne suis pas du tout créative, mais j'aime beaucoup. Et donc, j'ai beaucoup appris sur l'architecture et l'histoire de l'architecture de ce quartier. Je ne sais pas ce qu'on pourrait apporter d'autre comme contenu. Je ne me rends pas compte du tout. C'est pas du tout ma profession. Je ne sais pas si on peut faire différemment ou compléter.

RC : Pour vous, les visites ont présenté un intérêt, de ce que vous m'en dites, au niveau architectural ou culturel.

Mme C : Ah oui, pour moi c'est certain. D'ailleurs, j'avais proposé à Sonia quand elle a commenté de l'extérieur l'école de la Juncasse de La Roseraie de proposer à la mairie de la faire visiter pendant les deux jours du patrimoine qui ont lieu en septembre. Elle m'a dit

que c'était pas sa place, qu'elle n'était pas compétente. J'en ai parlé à l'Office du Tourisme qui m'a dit à peu près la même chose, qu'ils n'avaient rien à voir avec la mairie, que je pouvais aller à la mairie pour en parler. Je suis allée à l'accueil de l'entrée du Capitole. Là j'en ai parlé. Les deux personnes qui étaient là m'ont dit qu'effectivement, c'était intéressant, qu'elles allaient faire remonter la demande. Et comme en plus, il y avait un livre blanc où on pouvait mettre des remarques, j'ai fait cette demande-là de la visite de cette école de la Juncasse pendant les Journées du Patrimoine, puisqu'en plus c'est une école primaire et maternelle, donc propriété de la mairie. Ce que j'en ai appris de l'intérieur, c'est que c'est un exemple magnifique d'art nouveau et il paraît qu'à l'intérieur il y a des mosaïques caractéristiques. Je trouve que c'est dommage que les Toulousains connaissent pas l'intérieur de cette école, qui est déjà remarquable de l'extérieur. Donc, je pense qu'il peut y avoir une ouverture sur d'autres habitants que ceux du quartier ou des quartiers proches puisque cette école a en plus le gros avantage d'être à côté d'une station de métro. Ça aussi, je l'ai mis entre parenthèses, très proche de la station de métro Roseraie. Donc, c'est très accessible à tous les Toulousains qui connaissent même pas le quartier j'imagine.

RC : Donc, à voir si la mairie s'en empare et fera quelque chose.

Mme C : Si la maire de quartier est présente le 22 juillet.

RC : Oui, elle sera là.

Mme C : Eh bien, vous me direz qui c'est et je lui en parlerai.

RC : Est-ce que vous avez partagé les visites guidées auxquelles vous avez participé ? Est-ce que vous les avez recommandées ou en avez parlé à votre entourage ?

Mme C : J'en ai parlé autour de moi. J'en ai parlé aussi avec une amie que j'ai entraînée à faire l'autre, c'est-à-dire La Gloire. Que j'avais trouvée moins intéressante. Alors que je lui ai parlé de la première de façon, pas passionnée, je dirais pas jusque-là, mais enfin très très intéressée. Du coup ça l'avait extrêmement motivée. Donc, elle a été un peu déçue. En revanche, c'est elle qui m'a entraînée à faire le concours photo. Ça je vous l'avais dit quand vous êtes venue chez moi pour me faire le boulot, le transfert que je savais pas faire entre ma tablette et votre site. Et, ça aussi, ça m'a intéressée car je n'ai jamais fait ça. De ma vie, je n'ai jamais fait un concours photo comme ça. Retrouver les monuments, les bâtiments, ça me plaisait de faire quelque chose de nouveau. En plus, on était encore confiné, parce que le couvre-feu était à 18 heures, je crois me rappeler. Et ça m'a fait une occupation complètement inhabituelle, et du coup, ça m'a beaucoup plu.

RC : Est-ce que vous pensez qu'il serait pertinent de proposer ce type de médiation (visites guidées, jeux concours photo) dans d'autres quartiers de la ville ?

Mme C : Je vous avoue que je connais pas beaucoup de quartiers un peu excentrés de la ville. Mais on peut imaginer que beaucoup de quartiers ont autant d'intérêt que le quartier Roseraie, Soupetard, La Gloire, sur le plan architectural. Parce que j'imagine que des

Toulousaines y'en a bien ailleurs aussi, et les Maraîchères aussi. Je pense que ça peut beaucoup intéresser les gens de ces quartiers de découvrir leur quartier de cette façon-là, sur le plan historique, sur le plan architectural. Je pense que oui. Y'a pas de raison que ça se passe dans un seul quartier. Je sais pas si vous avez déjà interviewé beaucoup de gens qui ont participé à ces visites guidées, mais si c'est possible dans les autres quartiers que les gens soient aussi intéressés que moi je l'ai été. Ça vaut le coup, franchement.

RC : Est-ce que vous, vous pourriez aller dans un autre quartier, est-ce que ça vous intéresserait de découvrir un autre quartier ?

Mme C : Peut-être que ça dépendrait des quartiers. Parce que pendant le confinement j'ai beaucoup marché. Je vous avoue que parfois j'ai dépassé le 1km, je faisais comme tout le monde, je prenais plusieurs feuilles de papier dans mon sac à dos. Comme c'est anonyme, je risque rien.

RC : Non, vous ne risquez rien. Si vous voulez, cette partie-là, je l'enlève.

Mme C : J'ai découvert le quartier de l'Obélisque, du Jardin de l'Observatoire. Y'a de magnifiques maisons dont j'ai appris par quelqu'un qui habite le quartier qu'elles avaient été achetées par des astronomes de l'époque, début du XX^e par là. Et que justement par rapport à l'Observatoire, par rapport aussi à l'Obélisque de 1815 qui commémore 1814, y'a beaucoup de choses à apprendre. Et ça, c'est pas du tout fait par l'Office du Tourisme de Toulouse.

RC : Oui. Ça vous intéresserait de le visiter. Vous l'avez visité par votre propre regard.

Mme C : Oui, toute seule. Et j'ai vu beaucoup de choses. C'était le printemps et le jardin était magnifique. Y'avait des glycines, des roses. Et j'ai découvert de très jolies maisons (petites, grandes, bourgeoises, immeubles). J'ai vraiment découvert beaucoup de choses, et puis le calme, le jardin. Alors, j'ai beaucoup fréquenté aussi le cimetière de Terre-Cabade. Franchement, pour avoir la paix. Et puis y'a de grands arbres. C'est pas du tout lugubre parce que c'est pas des carrés à la perpendiculaire. C'est très sinueux. Y'a comme des quartiers différents. Alors je me suis mise à déplier un plan avec des tombes célèbres que j'trouve jamais. Donc, j'ai même sympathisé avec les gardiens. C'était une période finalement ce confinement où j'ai découvert beaucoup de choses, et très agréables. Bon j'aurais peut-être pas fait ça toute l'année, mais pendant ce temps-là, j'en ai beaucoup profité. Et c'est vrai que, en revanche, je ne suis pas spécialiste, ni de l'histoire du quartier, ni de savoir du tout les personnages célèbres qui sont enterrés dans le vieux cimetière de Terre-Cabade.

RC : Diriez-vous que vous prêtez une attention différente à votre environnement ? Et quand vous allez dans des quartiers limitrophes, faites-vous davantage attention à l'architecture ?

Mme C : Je crois. Parce que l'été dernier, j'ai eu de la visite de beaucoup de famille. J'ai une famille très nombreuse qui est un peu partout dans le monde.

Et je me suis rendu compte en leur faisant visiter, je dirais, les incontournables, que je prêtais aussi attention, même dans ma rue là où j'habite, j'ai vu des heurtoirs de porte auxquels j'avais jamais prêté attention. Ça c'est vrai.

RC : Finalement, vous faites plus attention à votre environnement quotidien.

Mme C : Tout à fait.

RC : Finalement, ce n'est pas tout le temps. C'est quand vous le décidez.

Mme C : Oui, ou même je lève plus les yeux par exemple, pour voir des statues ou des bas-reliefs ou des hauts reliefs que j'avais jamais remarqués alors que j'étais passée plusieurs fois devant.

RC : D'accord.

J'arrive un peu à la fin. Je vais vous poser ma dernière question qui se rapporte plus à l'association.

Selon vous, y'a-t-il des éléments à améliorer lors des visites ou jeu concours photo auxquels vous avez participé ?

Mme C : J'avais répondu à un questionnaire. Moi, c'est faire connaître les activités proposées par l'association. Comment, je sais pas. Je ne sais pas quelles relations vous avez, faciles ou pas, avec la mairie. Parce que y'a beaucoup de politique aussi dans tout ça. Je le sais parce que moi je travaillais dans un service du conseil général à l'époque, conseil départemental actuel. Bon évidemment, qui a toujours été socialiste, avec la mairie qui elle est de droite. Bon, je sais que c'est compliqué de gérer une association avec une mairie, des changements de maire. Mais je trouve que une collaboration si elle est possible avec une mairie de quartier. J'en reviens aux Journées du Patrimoine. Ceci dit, le cimetière de Cabade, moi, je l'ai visité il y a très longtemps, je ne sais plus si c'était avec une association ou l'Office du Tourisme, pendant les Journées du Patrimoine.

RC : Oui, l'Office du Tourisme fait quelques visites, je crois.

Sachez qu'on a démarré quelques visites, payantes cette fois. On en a sur le quartier Amouroux, d'autres sont programmées sur le château de Candie. Je ne sais pas si vous connaissez le domaine de Candie.

Mme C : Je connais de nom. Je sais même qu'on y cultive de la vigne, mais je n'ai jamais vu, je ne sais même pas où c'est.

RC : Je ne sais pas moi-même où il est situé. Je vous le donne à titre d'information. Je sais que des visites sont programmées cet été. On a fait une visite dans les Amidonniers également, je profite de cet échange pour vous informer.

Mme C : C'est très bien. Et j'en parlerai autour de moi le 22. L'amie dont je vous parle est disponible aussi. Elle m'a dit qu'elle serait là aussi le 22 à la remise des prix. Je lui en parlerai aussi. C'est très très bien.

RC : Je vous remercie vraiment d'avoir accepté de participer à cet entretien.

Mme C : De rien, avec plaisir, j'aime bien faire partie de recherches comme ça. Ça m'intéresse.

RC : Merci. À très bientôt.

ANNEXE I : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME. C

Éléments principaux résultant de l'entretien	Extraits d'entretien	Analyse des données obtenues
Le rapport à la ville et au quartier visité	<p>« Je suis arrivée à Toulouse pour ma dernière année d'études. [...]. J'ai quitté Toulouse pendant 5-6 ans et j'y suis revenue en 1982 ou 1983. J'ai habité deux ans Toulouse, ensuite Balma, puis Toulouse. [...] ça fait 25 ans que je suis à Jolimont. »</p> <p>« Je connaissais le quartier car j'y ai travaillé des années, mais je n'y ai pas vraiment vécu. »</p>	<p>Le sujet habite depuis de nombreuses années à Toulouse et a vécu dans différents quartiers de la ville.</p> <p>L'habitante connaissait déjà les quartiers observés au cours des médiations.</p>
Une curiosité naturelle	<p>« Je suis assez curieuse et intéressée par beaucoup de choses, et entre autres par les visites de Toulouse. »</p>	<p>C'est la sensibilité et la curiosité naturelle pour le patrimoine et son environnement qui peuvent être à l'origine de la participation.</p>
Une découverte ou redécouverte du quartier	<p>« Y'a beaucoup de choses que j'ai découvertes grâce à ces deux visites. »</p> <p>« J'ai appris vraiment beaucoup de choses. »</p> <p>« Oui, j'y ai travaillé, mais je n'ai pas pris le temps de visiter le quartier, de m'y promener. »</p>	<p>Par l'apport de connaissances, les médiations patrimoniales permettent une redécouverte d'un environnement déjà connu.</p>
Une démarche renouvelée	<p>« J'en ai fait un certain nombre avec l'Office du Tourisme. »</p>	<p>Les médiations ayant pour objet le patrimoine proche sensibilise l'individu au patrimoine de sa ville et l'incite à reconduire la pratique.</p>
Renouvellement du regard sur le quartier observé	<p>« Oui, surtout par rapport à son histoire. Maintenant, je l'inclus dans le temps et dans l'histoire, l'histoire récente. »</p>	<p>Nouvelle perception de l'environnement observé par l'individu suite à la médiation. Ici le quartier apparaît comme recontextualisé au sein de la ville. Le quartier redevient digne d'intérêt culturel et touristique, en plus de sa fonction d'habitation.</p>
Intégration et identification		<p>Par rapport à Toulouse en général</p>

<p>Le participant devient prescripteur et s'implique dans la valorisation</p>	<p>« Oui, je crois que je pourrais le faire, même avec des gens que je connais et qui sont comme moi, qui connaissent pas forcément ces quartiers-là alors qu'ils sont pas loin. »</p> <p>« J'en ai parlé autour de moi. J'en ai parlé aussi avec une amie que j'ai entraînée à faire l'autre, c'est-à-dire La Gloire. »</p> <p>« D'ailleurs, j'avais proposé à Mme Moussay quand elle a commenté de l'extérieur l'école de la Juncasse de La Roseraie de proposer à la mairie de la faire visiter pendant les deux jours du patrimoine qui ont lieu en septembre. [...] Je suis allée à l'accueil de l'entrée du Capitole. Là j'en ai parlé. Les deux personnes qui étaient là m'ont dit qu'effectivement, c'était intéressant, qu'elles allaient faire remonter la demande. Et comme en plus, il y avait un livre blanc où on pouvait mettre des remarques, j'ai fait cette demande-là de la visite de cette école de la Juncasse pendant les Journées du Patrimoine, puisqu'en plus c'est une école primaire et maternelle, donc propriété de la mairie. »</p>	<p>Une sensibilisation au patrimoine de proximité est observée à la suite de la médiation.</p> <p>De cette sensibilité émerge une implication dans la valorisation de ce patrimoine, à travers la prescription de visites à des connaissances, mais également par l'implication dans la dynamique de valorisation. L'habitant peut être moteur de la valorisation de son patrimoine proche.</p>
<p>Le renouvellement du regard ou pratique durable et autonome qui permet une réappropriation de l'espace</p>	<p>« Oui, j'y ai travaillé, mais je n'ai pas pris le temps de visiter le quartier, de m'y promener. Je peux le faire maintenant comme dans les vieilles rues de Toulouse de l'hyper centre. »</p> <p>« Pendant le confinement j'ai beaucoup marché. [...] J'ai découvert le quartier de l'Obélisque, du Jardin de l'Observatoire. »</p>	<p>La médiation encourage la pratique touristique et le réenchantement de proximité qui peut s'opérer et se réitérer seul de manière autonome.</p>

	<p>« RC : Finalement, vous faites plus attention à votre environnement quotidien.</p> <p>Mme C : Tout à fait. Oui, ou même je lève plus les yeux par exemple, pour voir des statues ou des bas-reliefs ou des hauts reliefs que j'avais jamais remarqués alors que j'étais passée plusieurs fois devant. »</p>	
<p>Communiquer avec l'habitant</p>	<p>« J'ai découvert un peu par hasard ces visites-là, organisées dans les quartiers Soupetard, Gloire, en faisant mon marché un samedi matin dans le quartier Soupetard. »</p>	<p>La communication en direct facilite l'accès à l'habitant et l'adhésion à la démarche touristique de proximité.</p>

ANNEXE J : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN DE MME. D

Retranscription de l'entretien réalisé avec un participant après la participation à une médiation sous forme d'un jeu concours-photo, Toulouse, extrait d'entretien du 20 juillet 2021.

Légende :

RC : Auteure

Mme D : Participant à la visite

*RC : Bonjour Madame D,
C'est Rozenn de l'association En Quête de Patrimoine.*

Mme D : Oui.

RC : Je ne sais pas si vous avez vu dans mon mail, je suis étudiante en Master 2 dans le tourisme. Je fais mon stage de fin d'études dans l'association En Quête de Patrimoine. Je m'intéresse aux pratiques de tourisme de proximité que peuvent avoir les Toulousains. Dans ce cadre-là, je voulais m'entretenir avec vous pour vous poser quelques questions. L'entretien ne devrait pas durer trop longtemps. Il sera retranscrit et anonymisé, et utilisé à des fins universitaires.

Mme D : Donc, en fait, c'est individuel, ce n'est pas pour l'association.

RC : Non, c'est individuel. Mais c'est un peu lié puisque vous avez fait le jeu concours avec l'association.

RC : Me permettez-vous d'enregistrer l'entretien ?

Mme D : Oui.

*RC : Je vais commencer pour ne pas vous retenir trop longtemps.
Pourriez-vous me dire depuis combien de temps vous habitez à Toulouse ? Dans quel quartier ?*

Mme D : Je suis arrivée à Toulouse en 6ème, pour entrer au collège Jolimont. C'est-à-dire, il y a 30 ans. Donc, je connais le quartier depuis 30 ans.

RC : Vous habitez à Jolimont depuis 30 ans ?

Mme D : Ah, je suis allée me promener ailleurs pour travailler. Aujourd'hui j'habite de nouveau dans le quartier.

RC : Est-ce que vous pouvez me dire ce qui vous a motivée pour faire le jeu concours photo avec nous ?

Mme D : Eh bien, d'un point de vue patrimonial, parce qu'on connaît les bâtiments du quartier. Ensuite, par curiosité puisqu'on avait juste un détail à aller chercher. Certains détails, quand on habite le quartier on les connaît, mais d'autres on les connaît pas. Pour des détails comme la mosaïque devant laquelle on passe régulièrement à laquelle on fait pas attention tout simplement. On sait très bien où c'est, mais ça se limite là. Donc, y'avait la curiosité d'aller chercher. Et puis, le fait qu'on mette un coup de flash sur notre quartier, alors que vous avez peut-être lu, entendu, à quoi nous, habitants de ce quartier, nous avons l'impression de ne pas être des habitants de Toulouse, tant on nous met au rabais. Donc, l'éclairage sur notre quartier, c'est toujours agréable.

RC : D'accord. Vous avez la sensation peut-être d'avoir redécouvert des choses, lorsque vous avez fait le jeu concours photo dans le quartier ?

Mme D : Oui, tout à fait.

RC : Est-ce que suite à cette activité, vous avez une perception différente de ce quartier que vous connaissez bien ?

Mme D : Différente, non.

RC : Comme vous avez redécouvert des choses, avez-vous l'impression qu'il y a plus de patrimoine, ou pas forcément, dans le quartier ?

Mme D : Non, je me suis quand même renseignée plus d'une fois. Non, je connais le patrimoine à peu près du quartier. Ce n'est pas un net plus pour moi. Mais du coup, j'en ai re-re-retransmis à mes enfants.

RC : C'est très bien. Selon vous, quel peut être l'impact de ce type de visites pour les habitants ?

Mme D : Ceux qui s'intéressent, je pense qu'ils ont eu le même sentiment que moi de se dire : « ah, ça y est, on s'intéresse enfin un petit peu à notre quartier, y'en a pas que pour Le Capitole ».

RC : Très bien. Est-ce que, selon vous, dans la même optique, ça représente un intérêt particulier de montrer ces points du patrimoine aux habitants du quartier ?

Mme D : Ah oui. Parce qu'il y en a beaucoup qui ne connaissent pas. Bien sûr. Tous ceux qui connaissent pas, ils découvrent et c'est très bien.

RC : Pensez-vous qu'il faudrait proposer davantage ce type de visite, ce type de médiation, de jeu concours ?

Mme D : Peut-être, effectivement, ça permettrait d'entraîner plus de monde. Il faudrait peut-être le faire par les enfants, d'aller chercher les parents. Faire participer les parents qui s'intéressent pas au départ, mais parce que les enfants font le jeu, ils sont obligés d'être là et ils apprennent eux aussi.

RC : Est-ce que vous avez partagé le jeu concours autour de vous ? Est-ce que vous en avez parlé à d'autres personnes ?

Mme D : Comme on fait partie d'une association, forcément, on en a parlé dans l'association.

RC : Vous n'avez pas partagé sur les réseaux sociaux, ou autres ?

Mme D : Le site internet pour l'association, Facebook.

RC : Pensez-vous qu'il serait intéressant de proposer ce type d'activité dans d'autres quartiers plus périphériques de Toulouse ?

Mme D : Oui, toutes les associations le disent. Y'en a même qui bougent pas mal à ce sujet. Nous on est une toute petite association. Y'en a d'autres qui sont beaucoup plus grosses et virulentes au niveau actions.

RC : Est-ce que vous, vous seriez intéressée par la découverte de quartiers plus périphériques de la ville de Toulouse ? Ce serait soit sous la forme d'une visite guidée, soit sous la forme d'un jeu concours. On peut imaginer différents formats.

Mme D : Oui et non. Ca dépend du temps. Un emploi du temps ne permet pas de faire tout ce qu'on veut.

RC : Je comprends bien, mais vous disiez oui et non ?

Mme D : Oui, y'a peut-être des gens qui ont du temps et qui iront visiter.

RC : Est-ce que, à travers le concours, cette action vous a permis de prêter une attention différente quand vous vous baladez dans la ville ? Est-ce que vous faites plus attention aux détails ?

Mme D : Oui, oui. C'est ce que je disais sur la mosaïque. J'y passais tout le temps, sans faire attention à la mosaïque.

RC : Seriez-vous prête à faire ce même type de jeu ou une visite guidée dans le quartier ?

Mme D : Oui, bien sûr.

RC : C'est ma dernière question.

Est-ce qu'il y a des choses à améliorer dans le jeu concours, des éléments que vous souhaiteriez nous faire passer ?

Mme D : C'était pas très pratique. Y'avait les photos qu'il fallait qu'on trouve, mais la carte après était pas collée avec pour savoir où on pouvait les trouver. Donc les gens se posaient beaucoup de questions. Je leur ramenait la carte. C'était pas très clair, les consignes comment faire et quoi faire étaient pas des plus éclairantes. Donc, sur les consignes.

RC : Eh bien, j'en ai terminé avec mes questions. Je vous remercie d'avoir accepté d'y répondre.

RC : À très bientôt.

ANNEXE K : GRILLE D'ANALYSE DE L'ENTRETIEN DE MME D

Éléments principaux résultant de l'entretien	Extraits d'entretien	Analyse des données obtenues
Le rapport à la ville et au quartier visité	<p>« Je suis arrivée à Toulouse en 6ème, pour entrer au collège Jolimont. C'est-à-dire, il y a 30 ans. Donc, je connais le quartier depuis 30 ans. »</p> <p>« Aujourd'hui j'habite de nouveau dans le quartier. »</p>	Le sujet a une connaissance approfondie du quartier, c'est un espace auquel il appartient et s'identifie.
Une curiosité historique et patrimoniale	« D'un point de vue patrimonial, parce qu'on connaît les bâtiments du quartier. »	L'élément déclencheur de la participation est centré sur la contextualisation de l'environnement de vie quotidienne dans le temps, par son histoire et son patrimoine.
Une découverte ou redécouverte du quartier	« Certains détails, quand on habite le quartier on les connaît, mais d'autres on les connaît pas. Pour des détails comme la mosaïque devant laquelle on passe régulièrement à laquelle on fait pas attention tout simplement. »	La redécouverte du quartier s'est opérée par la mise en valeur de détails du patrimoine.
Inclusion dans la ville dans son ensemble	<p>« Le fait qu'on mette un coup de flash sur notre quartier, alors que vous avez peut-être lu, entendu, à quoi nous, habitants de ce quartier, nous avons l'impression de ne pas être des habitants de Toulouse, tant on nous met au rabais. »</p> <p>« Ceux qui s'intéressent, je pense qu'ils ont eu le même sentiment que moi de se dire : « ah, ça y est, on s'intéresse enfin un petit peu à notre quartier, y'en a pas que pour Le Capitole ».</p>	La mise en valeur touristique du patrimoine d'un quartier non central de la métropole contribue à renforcer le sentiment d'appartenance et l'identité locale des habitants ressentant un attachement à leur espace. Ces propos traduisent une fierté et une envie de s'inclure dans la ville et dans le patrimoine valorisé.

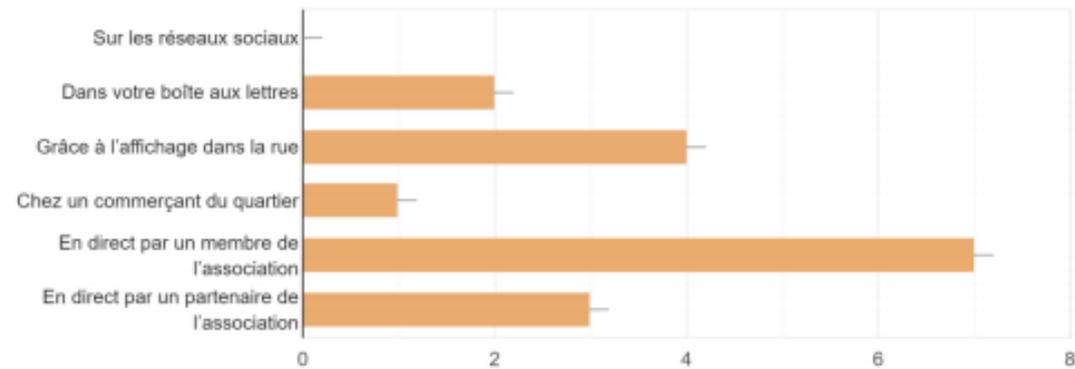
Renforcement du sentiment d'appartenance	<p>« RC : Est-ce que suite à cette activité, vous avez une perception différente de ce quartier que vous connaissez bien ?</p> <p>Mme D : Différente, non. »</p>	<p>Bien que la médiation n'ait pas changé l'image du quartier pour le sujet, il en ressort néanmoins un sentiment de fierté et d'appartenance renforcé.</p>
Une démarche non renouvelée dans d'autres quartiers de la métropole	<p>« Oui et non. Ça dépend du temps. Un emploi du temps ne permet pas de faire tout ce qu'on veut. »</p>	<p>La participation à une médiation ne suscite pas toujours une volonté franche de renouveler l'expérience touristique de proximité sur d'autres territoires toulousains. Toutefois, cela n'est pas exclu.</p> <p>Cependant, on remarque une ambiguïté du sujet puisqu'il affirme vouloir renouveler l'expérience sur son territoire.</p>
Une démarche renouvelée dans le quartier d'habitation	<p>« RC : Seriez-vous prête à faire ce même type de jeu ou une visite guidée dans le quartier ?</p> <p>Mme D : Oui, bien sûr. »</p>	
Sensibilisation et transmission	<p>« J'en ai re-re-retransmis à mes enfants. »</p>	<p>La médiation permet de sensibiliser et transmettre de nouvelles connaissances sur leur lieu d'habitation, et ainsi contribue à la valorisation du patrimoine.</p>
L'habitant s'implique et communique sur la médiation réalisée	<p>« Comme on fait partie d'une association, forcément, on en a parlé dans l'association »</p> <p>« Le site internet pour l'association, Facebook. »</p>	<p>Sensibilisé au cours de la médiation, l'habitant devient prescripteur et communique auprès de ses différents groupes d'appartenances. Cette communication est aussi bien digitale que directe.</p>

ANNEXE L : QUESTIONNAIRE, POST MÉDIATION « OÙ SUIS-JE ? »

Nombre de réponses 15 sur 19 participations à la médiation

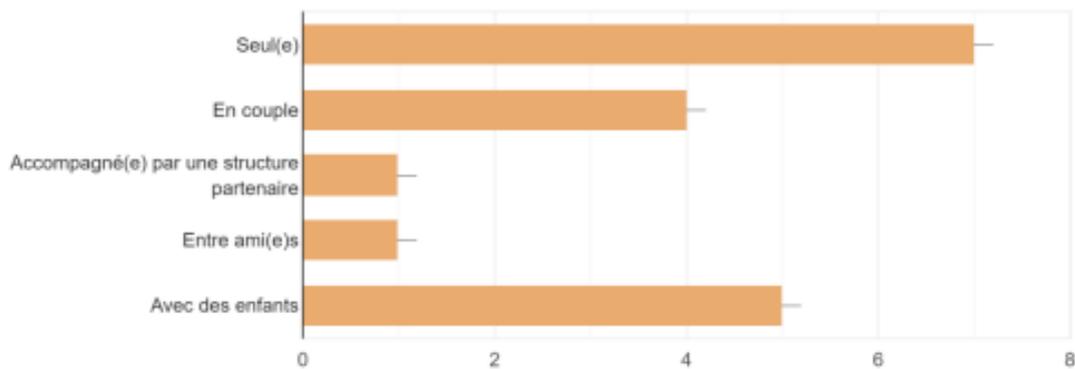
Comment avez-vous été informé du jeu ?

15 réponses



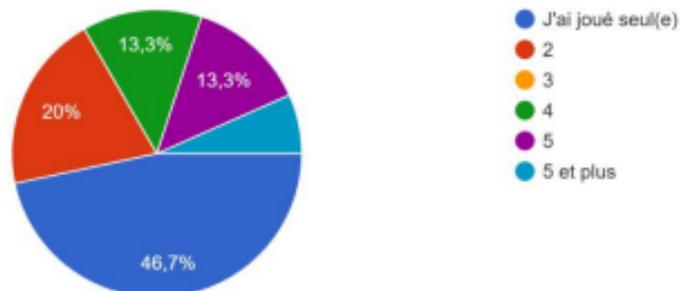
Comment avez-vous joué ?

15 réponses



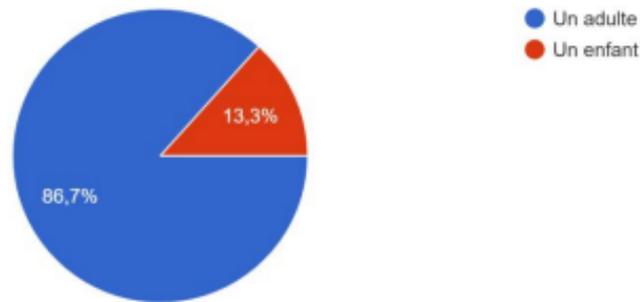
À combien avez-vous joué ?

15 réponses



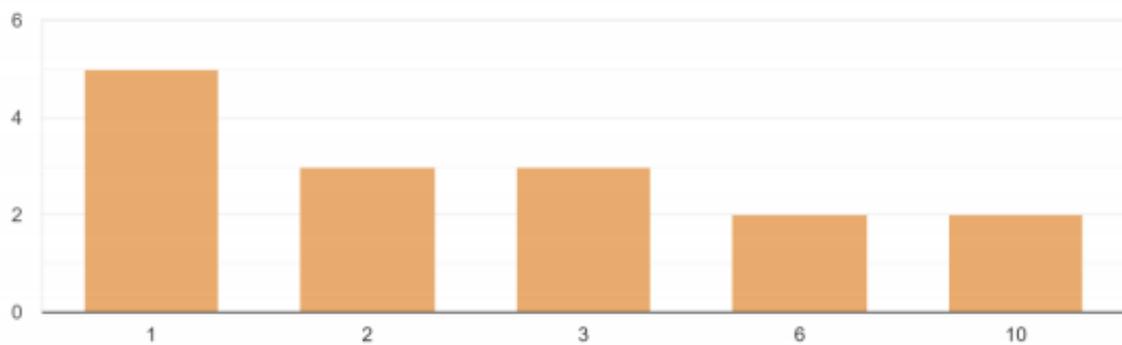
Qui est à l'initiative de votre participation à la visite ?

15 réponses



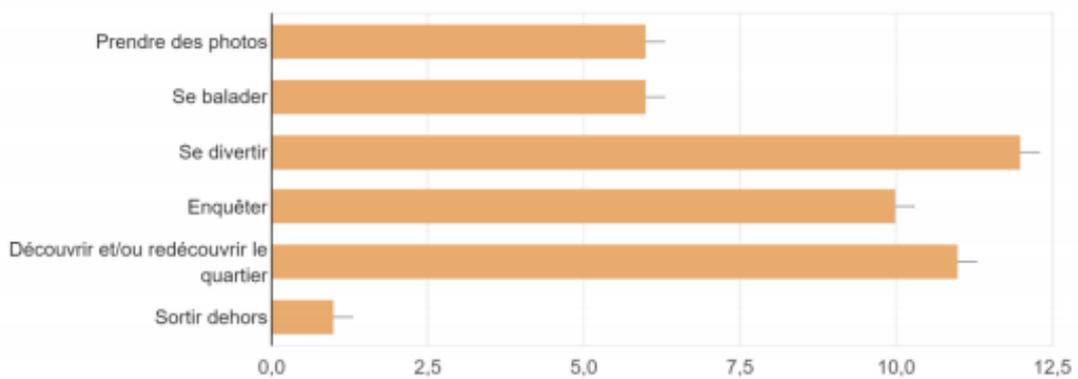
En combien de fois avez-vous joué ?

15 réponses



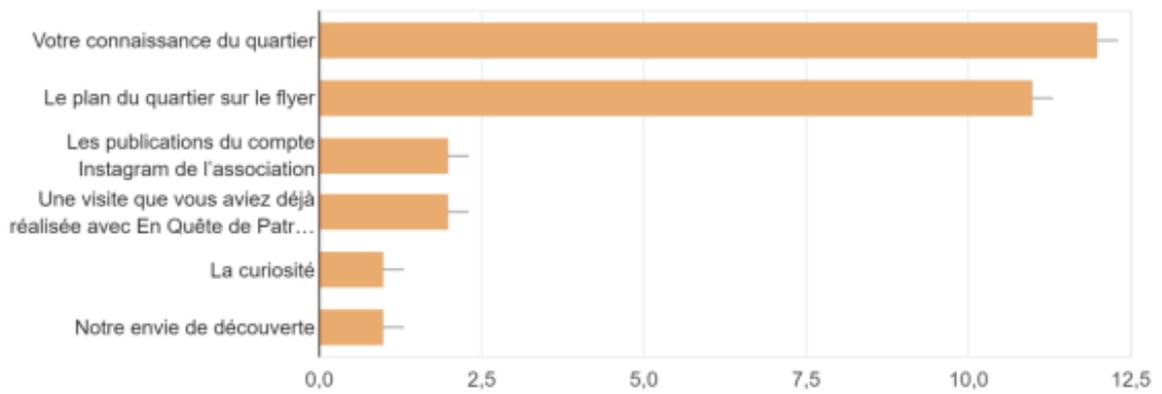
Qu'est-ce qui a motivé votre participation ?

15 réponses



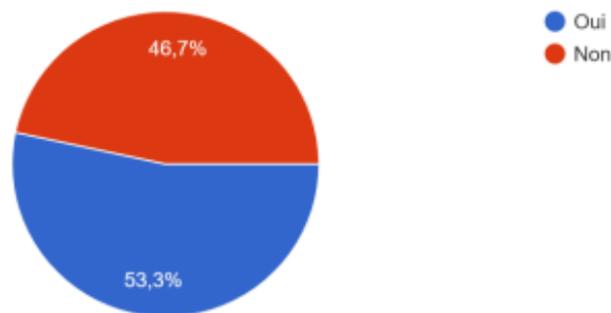
Qu'est-ce qui vous a le plus aidé dans votre enquête ?

15 réponses



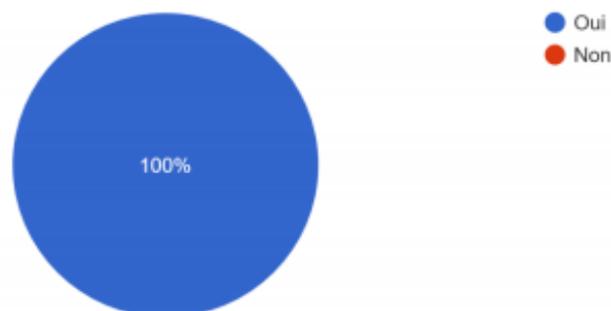
À l'occasion de votre enquête avez-vous eu l'occasion d'échanger avec d'autres habitants du quartier ?

15 réponses



Considérez-vous avoir découvert ou redécouvert votre quartier en participant au jeu ?

15 réponses



Pouvez-vous nous dire ce qui vous a plu dans ce jeu ?

15 réponses

- Redécouvrir le quartier en se baladant et enquêter .
- Le fait d'enquêter et de trouver les lieux à photographiés.
- Le plaisir de trouver les énigmes
- Le côté détective à plu aux enfants
- L'originalité et la recherche pure et simple des lieux à trouver.....une autre façon de marcher !!! La meilleure ?
- J'aime prendre des photos, pas forcément dans des endroits réputés comme « beaux » mais à l'occasion de promenades ou de visites à proximité de mon domicile, quelque chose qui attire mon attention et que j'essaie de prendre avec mes yeux mais aussi avec mon cœur. Dans ce jeu, il y avait à la fois un contexte précis mais avec la possibilité de s'exprimer de façon personnelle. Je dois ajouter que l'équipe est particulièrement sympathique et sérieuse dans ce qu'elle fait. Bravo !
- Super initiative. Nos enfants de 9, 7 et 5 ans ont appréciés toute la démarche (chercher le lieu, prendre la photo, réfléchir à la phrase, envoyer le mail et ... attendre le retour). Moment très agréable en famille. Le niveau était parfait, ni trop dur ni trop facile!
- Que j'ai fait des exercices et que je me suis amusé
- Que le jeu soit grandeur nature et qu'il fallait se balader pour trouver les réponses à l'heure et le jour de notre choix
- Le côté ludique et échange avec les gens du quartier
- Le jeu dans sa globalité : chercher des lieux grâce aux photos mais aussi participer en reprenant à notre tour le lieu en photo.
- Se retrouver, se balader et le côté ludique de l'enquete
- L'originalité de ce " loisir", l'intérêt de découvrir des choses devant lesquelles on est passé sans les voir, et d'apprendre un peu de leur histoire.
- Mener l'enquête pour finalement découvrir des lieux mystères dans un quartier que j'habite.

Pouvez-vous nous dire ce qui vous semble à améliorer ?

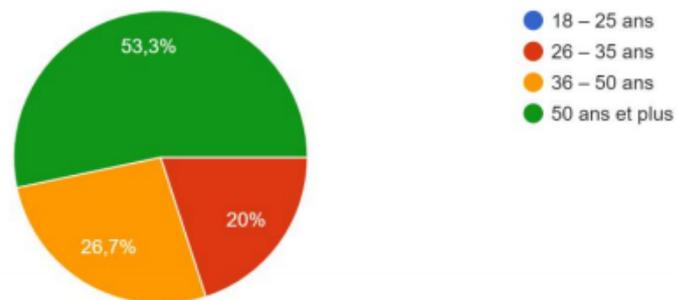
10 réponses

- Savoir exactement ce qui est recherché.
- Est cretrouver tout les lieux en essayant de faire le photo qui se rapproche le plus de celles L'affichages
- ou faire les plus belles photos
- ou les plus originales...
- À un moment on était pas sûr de l'objectif
- Ce serait bien aussi bien de savoir pour gagner quoi aussi?
- En effet, j'étais incapable de répondre à ma fille.
- Rien tout été super sympa, plus de photos aurais même été géniale
- Proposer ce jeu plus souvent !
- Rien. Peut-être développer cette façon de regarder autour de nous dans d'autres quartiers...

- Les consignes sur ce qu'il faut renvoyer, difficile de savoir si on pouvait/ devait écrire beaucoup ou juste quelques mots, etc.
- Permettre de participer plus facilement aux personnes âgées qui n'ont pas les réseaux sociaux ni de téléphone
- Peut être fournir aux participants du jeu, un petit écrit sur le côté historique des lieux.
- la consultation des photos sans compte instagram ou facebook
- la publicité pour vous faire connaître.
- Rien à redire, c'était parfait.

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

15 réponses



Souhaitez-vous que l'association vous invite à une exposition ou des visites explicatives sur les lieux photographiés ?

15 réponses

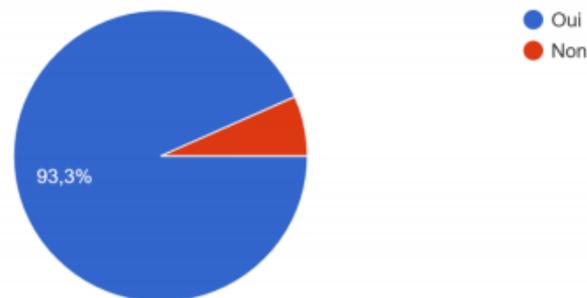


TABLE DES FIGURES

Figure 1 : L'évolution de la cité à l'espace urbain en France	12
Figure 2 : Schéma de l'organisation et des dynamiques d'une aire urbaine.....	16
Figure 3 : L'énonciation du rapport patrimonial selon trois régimes sémiotiques .	85
Figure 4 : L'étude qualitative.....	91
Figure 5 : L'étude quantitative.....	93
Figure 6 : Questionnaire, « Qu'est-ce qui a motivé votre participation ? »	100
Figure 7 : Questionnaire, « Considérez-vous avoir découvert ou redécouvert votre quartier en participant au jeu ? »	102
Figure 8 : Évolution du rapport de l'habitant à sa ville au cours de la médiation patrimoniale	106
Figure 9 : Questionnaire, « Souhaitez-vous que l'association vous invite à une exposition ou des visites explicatives sur les lieux photographiés ? »	114

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Méthodologie et structure de la réflexion du mémoire	8
Tableau 2 : Méthodologie envisagée pour la vérification des hypothèses.....	88

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	6
PARTIE I - LA RECOMPOSITION DE LA DYNAMIQUE TOURISTIQUE DES MÉTROPOLES URBAINES :.....	9
LE TOURISME DE PROXIMITÉ	9
INTRODUCTION PREMIÈRE PARTIE	10
Chapitre 1 - Le phénomène touristique en milieu urbain	10
1. L'espace urbain : un espace complexe au enjeux multiples.....	10
1.1 Comprendre la ville et l'espace urbain	10
1.2 La structuration de l'espace urbain en France	12
1.3 Les métropoles : des espaces multifonctionnels définis par les mobilités	14
1.4 Lieu d'exposition et de confrontation.....	17
2. La pratique touristique dans l'espace urbain	18
2.1 Le tourisme urbain.....	18
2.2 Le tourisme : une activité au cœur des stratégies des métropoles	20
2.3 Une activité vectrice de maux chez les populations locales	22
3. Un espace en pleine mutation : covid-19.....	24
3.1 La crise sanitaire : le marqueur d'une industrie essoufflée	24
3.2 L'impact de la crise sanitaire sur le tourisme urbain	26
3.3 Une industrie à repenser	27
Chapitre 2 - Le tourisme de proximité : envisager le tourisme et le loisir en ville différemment	29
1. Le tourisme de proximité.....	29
1.1 Être un touriste	29
1.2 Concevoir un tourisme de proximité.....	31
1.3 Les enjeux de la pratique touristique de proximité	33
2. La métropole : une multitude d'espaces initiant des pratiques variées pour une demande déjà constituée.....	35
2.1 Un espace touristique et de reproduction	35
2.2 Visite et tourisme en lieux alternatifs	36
2.3 Le post-tourisme en milieu urbain et l'élargissement de la sphère patrimoniale.....	37
3. L'habitant-touriste	38
3.1 Un environnement social et sociétal propice au développement de la figure de l'habitant- touriste dans les métropoles.....	38
3.2 L'influence du regard	39
3.3 Prendre en compte l'habitant dans la dynamique touristique urbaine	41

Chapitre 3 - Le tourisme de proximité : simple phénomène de transition ou pratique durable ?	43
1. Le tourisme de proximité : un moyen de combler certaines lacunes de l'activité touristique industrielle ?.....	43
1.1 La multiplication des risques et phénomènes de crise.....	43
1.2 La réduction des mobilités : un phénomène à anticiper ?	45
1.3 Des territoires touristifiés saturés.....	46
2. Une demande de proximité ancienne	48
2.1 Une envie de dépaysement de proximité accentuée par la crise de la covid-19	48
2.2 Se recentrer vers le local en temps de crise : un réflexe propre à la crise sanitaire ?...	49
2.3 Une offre et des acteurs déjà positionnés sur le marché pré-covid	51
3. Instaurer un système plus durable.....	52
3.1 Redonner du sens aux pratiques touristiques.....	52
3.2 Connexion avec le territoire.....	54
3.3 Une alternance dans l'exploration des territoires proches et lointains ?.....	55
CONCLUSION PREMIÈRE PARTIE	57
PARTIE II - LE CADRE DU STAGE, ENVIRONNEMENT D'ÉTUDE ET HYPOTHÈSES	58
INTRODUCTION DEUXIÈME PARTIE	59
Chapitre 1 - L'association En Quête de Patrimoine	60
1. Présentation de la structure de stage	60
1.1 En Quête de Patrimoine	60
1.2 Le terrain d'action de l'association	61
1.3 Un contexte de développement particulier : covid-19	62
1.4 Diversité des missions confiées.....	63
2. La valorisation du patrimoine par l'activité de médiation culturelle	64
2.1 Valoriser le patrimoine pour En Quête de Patrimoine	64
2.2 La médiation, un vecteur de valorisation du patrimoine.....	66
2.3 Une organisation qui s'inscrit dans une démarche d'innovation et d'adaptation.....	67
3. L'habitant au centre de l'approche d'En Quête de Patrimoine.....	68
3.1 Le grand public.....	68
3.2 Les publics spécifiques	69
3.3 Le contexte et l'environnement d'évolution d'En Quête de Patrimoine	70
Chapitre 2 - Initier la pratique touristique de l'environnement métropolitain chez les habitants par la médiation et la valorisation patrimoniale	72
1. Le patrimoine : une porte d'accès à l'habitant.....	72
1.1 Valoriser le patrimoine urbain au sens large, une approche patrimoniale spécifique. ...	72
1.2 Susciter un changement de regard sur un environnement spatialement proche	73

1.3	L'accès au patrimoine, une nécessité pour tous	74
2.	Approcher un public endogène : l'habitant, un touriste qui ne s'identifie pas comme tel..	76
2.1	Mobiliser les publics endogènes autour d'un patrimoine commun.....	76
2.2	L'approche d'En Quête de Patrimoine envers l'habitant	77
3.	Proposer une offre en cohérence avec l'environnement valorisé.....	78
3.1	La médiation patrimoniale : un moment de partage	78
3.2	Adapter son offre au milieu approché.....	79
3.3	Faire évoluer les médiations pour toucher l'habitant.....	81
Chapitre 3 - Les enjeux du travail d'En quête de Patrimoine pour les habitants :		
problématique, hypothèses et méthodologie.....		82
1.	La problématisation du sujet d'étude	82
1.1	Le cheminement vers la problématique	82
1.2	Le choix de la problématique et des hypothèses	83
2.	Les hypothèses développées	84
2.1	Renouveler les rapports entre l'habitant et son espace par la médiation patrimoniale..	84
2.2	La médiation patrimoniale : vecteur de sensibilisation et d'implication de l'habitant dans sa ville.	85
2.3	Une découverte de proximité en appelle une autre	86
3.	Le terrain d'étude et méthodologie employée	87
3.1	La méthodologie de recherche et construction des études.....	87
3.2	L'étude qualitative	91
3.3	L'étude quantitative	93
CONCLUSION DEUXIÈME PARTIE		95
PARTIE III – ANALYSE DES RÉSULTATS OBTENUS, INTERPRÉTATION ET PRÉCONISATIONS		96
INTRODUCTION TROISIÈME PARTIE.....		97
Chapitre 1 – L'évolution chronologique du rapport de l'habitant à son environnement urbain par le prisme de la médiation		98
1.	Avant la médiation.....	98
1.1	Le rapport initial du résident à son environnement.....	98
1.2	L'envie de nouvelles découvertes	99
2.	Pendant la médiation	101
2.1	La découverte ou redécouverte de l'espace proche qui s'opère	101
2.2	Une approche « hors des sentiers battus » : inscrire l'habitant dans une démarche touristique.....	102
3.	Après la médiation	104
3.1	Une modification de l'imaginaire	104
3.2	Une réappropriation de sa ville	105

Chapitre 2 – La modification des rapports de l’habitant à sa ville par la pratique touristique de son environnement spatialement proche : éléments de réponse apportés aux hypothèses	107
1. Hypothèse 1.....	107
1.1 Un sentiment d’appartenance et de fierté renforcé.....	107
1.2 Une intégration dans la ville en général.....	108
1.3 Conclusion hypothèse 1	109
2. Hypothèse 2.....	110
2.1 L’implication par la communication	110
2.2 L’implication formelle et concrète.....	112
3. Hypothèse 3.....	113
3.1 Le renouvellement de la pratique touristique en autonomie ou encadrée.....	113
3.2 Conclusion hypothèse 3	115
Chapitre 3 – Apport de la théorie à l’opérationnel : préconisations générales et limites	117
1. Préconisations générales : renouveler le rapport de l’habitant à sa ville par une pratique touristique de proximité	117
1.1 Proposer une offre adaptée à l’habitant.....	117
1.2 S’intégrer dans le tissu social et associatif local.....	118
1.3 Communiquer auprès de l’habitant.....	119
1.4 Considérer l’habitant, un élément central de la médiation.....	120
2. Limites rencontrées	122
2.1 Les limites des études administrées	122
2.2 Un contexte sanitaire perturbé	123
CONCLUSION TROISIÈME PARTIE.....	125
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	126
BIBLIOGRAPHIE.....	130
TABLE DES ANNEXES.....	135
ANNEXES	136
TABLE DES FIGURES.....	179
TABLE DES TABLEAUX	179
TABLE DES MATIÈRES	180

RÉSUMÉ

Est-il possible de devenir un touriste dans sa propre ville ? L'espace urbain est l'un des environnements privilégiés pour la pratique touristique. Le caractère multifonctionnel des métropoles en fait des espaces riches, propices à de nombreuses découvertes. Aujourd'hui, les frontières autrefois tracées entre tourisme et loisirs tendent à se confondre au sein de l'espace urbain, et une dynamique touristique de proximité émerge. L'habitant, à la recherche d'un dépaysement à proximité, pratique son espace proche avec un regard et une approche touristique. L'inscription de l'habitant des métropoles dans une telle démarche ne peut être sans effets sur la perception et l'appréhension qu'il a de son environnement proche. À travers des activités de médiation, ayant pour objectif de valoriser le patrimoine toulousain et réalisées par l'association En Quête de Patrimoine, ce mémoire s'interrogera sur l'évolution des rapports de l'habitant à sa ville suite à sa pratique touristique de celle-ci.

Mots clés : *tourisme urbain, tourisme de proximité, habitants-touristes, médiation, patrimoine.*

ABSTRACT

Is it possible to become a tourist in your own city? The urban space is one of the most common touristic environments. Metropoles are multifunctional places making them rich spaces that can lead people to many discoveries. Today, the boundaries that were once drawn between tourism and leisure tend to fade and a local tourism dynamic is emerging. Some locals are now experiencing their city in a touristic way. This form of local tourism influences the perception and the apprehension that inhabitants have of their home environment. This thesis will examine the evolution of the relationship between the local inhabitants and their city as a result of the cultural outreach activities aimed at valorizing the heritage of Toulouse carried out by the association En Quête de Patrimoine.

Key words: *urban tourism, proximity tourism, local tourism, cultural outreach activities, heritage.*