

Urbanités

Chroniques - Janvier 2016 - Mondes urbains chinois

Pratiques de visite et imaginaires touristiques des quartiers concessionnaires italien et britannique de Tianjin

Yue Lu, Maria Gravari-Barbas et Daisy Debelle



Couverture : La mise en valeur de Wudadao dans l'ancienne concession britannique de Tianjin (Lu, 2015)

L'émergence récente du tourisme urbain en Chine nous invite à réfléchir sur le patrimoine concessionnaire des villes chinoises, ses imaginaires et ses pratiques touristiques. Tianjin, ville proche de Pékin, possède un ensemble remarquable de quartiers concessionnaires construits par neuf pays (la Grande-Bretagne, la France, les États-Unis, le Japon, l'Allemagne, l'Italie, la Russie, l'Autriche et la Belgique) après la Seconde Guerre de l'Opium, entre 1860 et 1945. Dans cette ville qui connaît un développement important notamment après la création, en 1897, de la liaison ferroviaire qui la relie à la capitale, les commerçants, entrepreneurs ou diplomates européens s'établissent dans ces quartiers dont le style architectural éclectique manifeste les caractéristiques distinctives des échanges sino-occidentaux.

Les concessions se situent le long de la rivière Haihe et couvrent une superficie totale de 1 530 hectares, soit 9 fois celle de la vieille ville de Tianjin (Yang, 2004). Au cours des dernières années, les quartiers concessionnaires ont expérimenté un processus de requalification, d'esthétisation, voire de patrimonialisation et de touristification. Intégrés dans le processus du développement urbain, ils sont restaurés, rénovés ou reconstitués, de façon à offrir une narration spatiale cohérente (Psara, 2009). Ils représentent aujourd'hui une importante ressource pour la municipalité de Tianjin qui développe de nouvelles stratégies à leur égard. De fait, ils deviennent la destination de la promenade du week-end, voire une destination touristique nationale. En effet, alors que la ville accueille peu de visiteurs étrangers (Bureau de statistiques de Tianjin, 2015), le nombre des visiteurs chinois est en constante augmentation. La ville, particulièrement bien desservie par le TGV qui la relie à Pékin, constitue un

terrain approprié pour la compréhension du tourisme intérieur chinois (Taunay, 2011) mais aussi pour celle de la place que ces quartiers jouent dans la ville contemporaine.

Par ses référents occidentaux, le paysage culturel de ces quartiers historiques est propice à la formation d'un imaginaire touristique distinct de celui du reste des villes chinoises. L'objectif de cet article est d'analyser les imaginaires touristiques et les pratiques des visiteurs chinois dans les quartiers historiques concessionnaires. L'article tente d'apporter des éléments de réponse sur le rôle que les imaginaires touristiques jouent dans la façon dont on visite une hétérotopie touristique urbaine (Noppen et Morisset, 2004), c'est-à-dire un lieu « *absolument autre que tous les emplacements qu'il reflète et dont ils parlent* » (Foucault, 1984 (1967) : 46) visité touristiquement pour ces référents autres que ceux du lieu en question.

Quel est l'imaginaire de ces quartiers et quelles sont les pratiques qui s'y déroulent ? Quels sont leurs attributs les plus reconnus ? Est-ce leur statut historique et patrimonial ? Ou bien leur échelle urbaine, qui invite à la promenade, à la flânerie et à la consommation symbolique d'un décor urbain ? (Hirschmann et Holbrook, 1982). Ou encore leur caractère thématique, qui tend à les assimiler à un espace propice à la consommation ludique ? Et de quelle façon la nostalgie du passé entre-t-elle en collusion avec l'histoire de ces lieux, marquée par une occupation et une domination occidentales ?

Dans un contexte où les quartiers historiques, dans un grand nombre de villes européennes, mais aussi sud- ou nord-américaines ont tendance à s'autonomiser dans la ville, en constituant des « enclaves » ou des « bulles » touristiques (Judd, 1999) dédiées à la consommation réelle ou symbolique de produits ou d'expériences urbaines, il est important de comprendre ces phénomènes tels qu'ils émergent dans les villes chinoises en mettant au centre la perception de ces lieux par ceux qui les « consomment », les pratiquent ou les subissent.

La méthodologie de l'article associe l'observation systématique des visiteurs dans les quartiers concessionnaires [suivi des itinéraires de visite, pratiques de l'espace (arrêts de prise de photo, contemplation des bâtiments, shopping), pratiques de sociabilité (observation des groupes de visiteurs, suivi des échanges informels entre les visiteurs individuels et les groupes)] à des interviews auprès d'un nombre limité de visiteurs¹. Les résultats de cette enquête ont été croisés avec les résultats d'autres études (Chen, 2007 ; Zhang et Deng, 2009 ; Liu, 2011) qu'il nous a été donné de consulter.

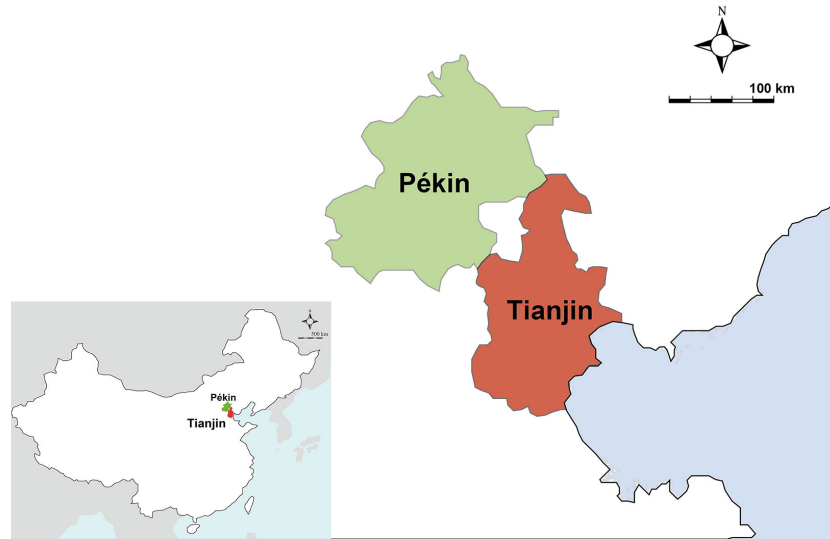
Le développement du tourisme urbain dans les quartiers thématiques de Tianjin

Ressources et images touristiques de Tianjin

Tianjin est l'une des quatre municipalités placées directement sous l'autorité du gouvernement central, située à 120 kilomètres de la capitale. Elle est la plus grande ville côtière du nord de la Chine avec une superficie de 11 917 kilomètres carrés et une population de 15,2 millions d'habitants en 2014. Elle est

¹ L'enquête a eu lieu du 18 août au 2 septembre 2015 dans le *New I-Style Town* dans l'ancienne concession italienne et dans les *Wudadao* dans l'ancienne concession britannique - les deux quartiers concessionnaires les plus touristifiés de Tianjin. 48 visiteurs ont été interrogés en tout [21 hommes, 27 femmes âgés de 16 à 63 ans (43,8 % de 16 à 25 ans, 16,7 % de 25 à 40 ans et 37,5 entre 40 à 60 ans)]. Parmi les interviewés, 22 personnes étaient originaires de la région de Tianjin (21 de la ville de Tianjin et 1 de la région), 25 d'une autre région chinoise. Un seul touriste étranger a été interviewé (selon notre observation et entretiens avec des gardiens dans les quartiers concessionnaires touristiques, ces lieux demeurent peu fréquentés par les non-Chinois). Cinq des enquêtés avaient déjà voyagé en Europe. Nous avons tout d'abord interrogé les visiteurs sur l'objectif de voyage et l'attractivité touristique de Tianjin pour connaître leurs perceptions de ce patrimoine concessionnaire avant leur visite. Nous avons ensuite cherché à comparer la connaissance du site avant la visite et les réactions des visiteurs après la visite. Nous avons également cherché à comprendre de quelle façon le profil des visiteurs (Chinois de Tianjin de la Région ; Touristes chinois en provenance d'un autre région ; touristes étrangers) intervient à la fois au niveau des imaginaires avant la visite et des pratiques de visite une fois sur les lieux. Les propos des visiteurs chinois ont été traduits en français par Yue Lu.

classée ville historique et culturelle² par l'administration nationale de l'aménagement urbain et rural et ville pittoresque touristique³ par le bureau du tourisme chinois (Municipalité de Tianjin, 2015).



1. Situation de Tianjin en Chine (Lu, 2015).

La mise en tourisme du centre historique de Tianjin doit beaucoup à son ancien maire, Li Ruihuan. Celui-ci, après un séjour en Europe en 1983, qui lui avait permis de découvrir l'architecture européenne, a initié une politique de restauration des [anciennes concessions](#). On lui attribue notamment la définition des zones à protéger et à rénover dans le quartier anglais (Zong, 2015).

Au début des années 2000 (Bureau d'urbanisme de Tianjin, 2002), Tianjin a accéléré son développement touristique. Celui-ci s'est appuyé sur la création d'une nouvelle image urbaine, par l'intermédiaire de campagnes telles que « Nouveau siècle, nouveau Tianjin, nouveau paysage » (*Xin shiji, xin Tianjin, xin jingguan*) et de la marque « la perle de la mer Bo, charme de Tianjin » (*Bohai mingzhu, meili Tianjin*) (Centre d'information national chinois, 2006). Pourtant, l'image touristique de Tianjin est longtemps restée ambiguë : en comparaison avec d'autres régions riches en ressources naturelles en Chine, Tianjin manque d'attraits. Par ailleurs, si sa proximité avec Pékin permet de drainer des visiteurs en provenance de la capitale, la concurrence de cette dernière lui permet plus difficilement de devenir une destination (Jin, 2005).

Ce sont les festivités associées au 600^e anniversaire de la fondation de la ville, fêté en 2004⁴, qui ont accéléré la prise de conscience quant au positionnement touristique de la ville (Centre d'information national chinois, 2006). Une grande exposition organisée à cette occasion au musée d'histoire de Tianjin, intitulée « Une centaine d'années de la Chine à travers Tianjin » (*Zhonghua bainian kan Tianjin*), visait à montrer que Tianjin est la quintessence de la société chinoise moderne et le théâtre de différents styles architecturaux. L'exposition a incontestablement contribué à construire une nouvelle narration urbaine, insistant sur la fusion originale des civilisations chinoises et occidentales à Tianjin (Marinelli, 2010a). De fait, Tianjin possède un très grand nombre de bâtiments de style « exotique » et est souvent désignée comme une « exposition d'architecture internationale » (*Wanguo Jianzhu bolanhui*). Aujourd'hui, la phase coloniale de Tianjin est activement réinterprétée comme marquant le début de la mondialisation de la ville. Au cours de la dernière décennie, la mairie a ainsi cherché à mettre en avant l'exemplarité du caractère architectural et urbanistique sino-occidental de la ville en

² Actuellement il y a 128 villes historiques et culturelles en Chine dont 8 disposent d'anciennes concessions.

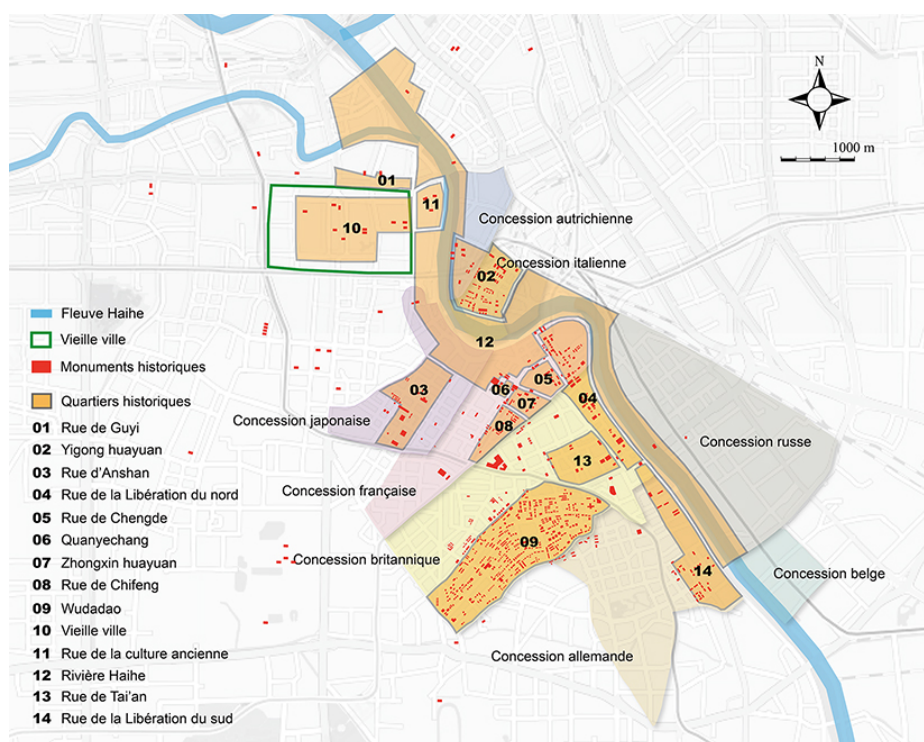
³ Parmi les 339 villes pittoresques touristiques, 11 disposent d'anciennes concessions.

⁴ La ville fortifiée de *Tianjinwei* est fondée 23 décembre 1404. À partir de cette date, la ville s'est développée en tant que porte d'entrée de la capitale, Pékin, et lieu nodal pour le transport fluvial du sud vers le nord.

communiquant sur son importance dans la construction de la Chine moderne : « Connaître l’histoire moderne de la Chine à travers Tianjin ». La stratégie de planification et rénovation urbaine des anciennes concessions de Tianjin a ainsi consisté en la mise en place de différents itinéraires thématiques⁵ qui témoignent de la façon dont la mise en tourisme contribue à la réécriture de l’histoire moderne locale, voire nationale.

Les quartiers historiques et culturels thématisés de Tianjin

Tianjin possède un vieux quartier chinois mais aussi 8⁶ anciennes concessions occidentales. Depuis 2005, la municipalité a identifié 877 monuments historiques à sauvegarder, inscrits sur 6 listes⁷ (Municipalité de Tianjin, 2013) et 14 quartiers historiques (Bureau d’urbanisme de Tianjin, 2005). 9 parmi ces 14 quartiers historiques sont situés dans les concessions.



2. Les anciennes concessions, quartiers et monuments historiques de Tianjin. La carte montre l’importance du quartier colonial, et notamment de la concession italienne et du Wudadao, dans le paysage patrimonial de la ville. Notre enquête concerne plus particulièrement les secteurs 02 et 09. (Lu, 2015, à partir du Schéma directeur de Tianjin 2005, Bureau d’urbanisme de Tianjin, 2005).

La promotion de la marque touristique « Connaître l’histoire moderne de la Chine via Tianjin », repose sur la planification de 12 quartiers touristiques dont 6 se trouvent dans les anciennes concessions⁸.

⁵ Dont : « Exposition internationale d'architecture » (*Wanguo jianzhu bolan hui*), « Maisons des célébrités » (*Mingren guju*), « Centre de l’industrie et du commerce moderne » (*Jindai zhongshangye zhongxin*) et « Éducation patriotique » (*Aiguo zhuyi jiaoyu*) (Liu, 2011).

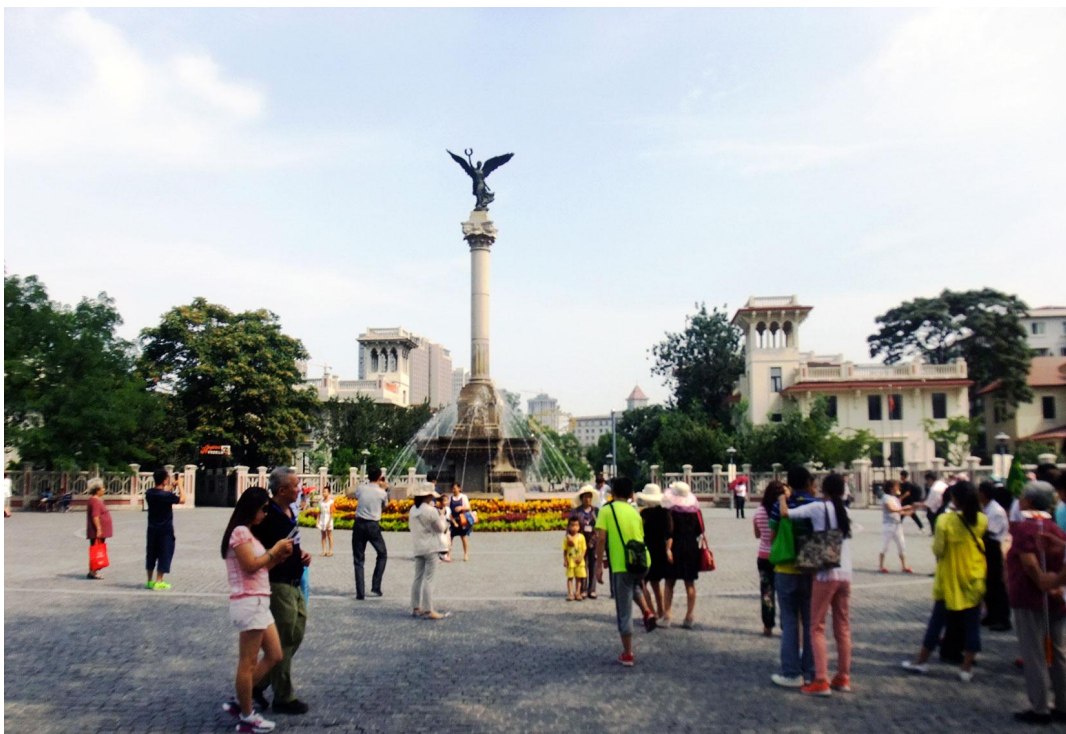
⁶ La concession américaine ayant été intégrée à la concession anglaise.

⁷ Les 6 listes ont été publiées respectivement en août 2005, février 2006, octobre 2006, janvier 2008, avril 2009, mars 2013, et ont identifié 323, 205, 87, 57, 74, 131 monuments historiques municipaux.

⁸ Il s’agit de la « Cité du Rhin » (*Laiyin xiaozhen*), le « Charme du continent européen » (*Oulu fengqing*), la

Ainsi, l'ancienne concession italienne, rénovée en 2008, est présentée comme le « quartier scénique italien » (*yishi fengqingqu*), ou comme l'*italian business park* (Marinelli, 2010b). En 2009 il est renommé *New I-Style Town* (*Xin Yi Jie*), le « I » faisant référence à l'Italie (Zhang et Zheng, 2009). Ce processus de patrimonialisation est toutefois marqué par des tensions et des conflits. Plusieurs parmi les maisons anciennes ont été démolies au cours des dernières années pour laisser la place à des centres commerciaux et autres infrastructures touristiques modernes. C'est souvent grâce à l'action associative (telle que celle développée par le *Tianjin Architecture Protection Volunteer Group*) que d'autres démolitions ont pu être évitées⁹.

Le *New I-Style Town* accueille régulièrement des événements. Il fut notamment le théâtre de la célébration centenaire des entreprises italiennes de la mode, organisée en 2009 dans le cadre du Festival chinois de l'industrie touristique locale. Le quartier comporte des bars, des cafés, de nombreux restaurants italiens avec des noms tels que « Venise » ou « Vérone » (Develle, 2015 ; Lu, 2015). Sur le site officiel du Bureau du tourisme de Tianjin, le *New I-Style Town* embelli est présenté par la municipalité comme « le seul quartier pittoresque de style italien en Asie » et promu comme un exemple réussi de mise en valeur du patrimoine exotique « permettant de découvrir l'Italie sans jamais quitter la Chine » (Marinelli, 2010b). On trouve cependant de nombreuses reconstructions italiennes en Chine telles que le « Village florentin », un centre commercial situé dans la municipalité de Tianjin. D'autres « Villages Florentins » sont aussi proposés par la firme italienne *Hydea*, dont plusieurs sont en cours de construction à Shanghai et Guangzhou (He et WU, 2005). On trouve aussi de nombreuses « Venise » en Chine. Ces tendances sont à rapprocher de la marchandisation du « produit Italie » et la multiplication de simulacres de paysages italiens analysé par Stéphanie Hom dans le cas des États-Unis ou du Japon (2015).



3. Le *New I-Style Town* de Tianjin. La place Marco Polo entièrement réaménagée en espace paysager touristique. L'importante présence des visiteurs montre le succès touristique du quartier (Lu, 2015).

« Rue célèbre de finances » (*Jinrong mingjie*), « Paris de l'Orient » (*Dongfang bali*), la « Scène italienne et autrichienne » (*Yi'ao fengqing*), la « Cité japonaise » (*Fusang shijing*) (Yao, 2005).

⁹ Voir aussi : <http://www.globaltimes.cn/content/485909.shtml>

Aujourd'hui, ce sont des excursionnistes et des touristes que l'on voit flâner à travers les rues du quartier italien de Tianjin, qui accueillent 15 000 visiteurs par jour en moyenne (Bureau du tourisme de Tianjin, 2015). En 2015, les quartiers historiques concessionnaires de Tianjin présentent également une variété de fonctions touristiques : shopping, loisirs et culture (Liu, 2011).

Imaginaires des concessions internationales et pratiques des touristes

Les imaginaires touristiques sont définis comme des imaginaires spatiaux qui se réfèrent à la virtualité en puissance d'un lieu en tant que destination touristique. Ils représentent, selon Bachelard, une façon d'entrer en relation avec l'espace et la matière qui génère du sens, sans pour autant déterminer strictement des comportements et des configurations (Bachelard, 1957, *in* Debarbieux, 2003). Les imaginaires touristiques permettent aux individus et aux groupes de se représenter un lieu en tant que destination touristique appréhendable (Gravari-Barbas et Graburn, 2012). Ils contribuent à créer le désir et à concrétiser un projet de voyage. Ils exercent une influence importante sur la perception, le comportement et la décision des touristes de visiter un site (Han, 2014). Non seulement ils influencent le choix de la destination mais, sur place, ils orientent, déterminent ou bien empêchent certaines pratiques (Gravari-Barbas et Graburn, 2012). Au-delà, par leur performativité, les imaginaires *façonnent* les lieux touristiques. Ils jouent ainsi le rôle d'une prophétie auto-réalisatrice, contribuant à faire advenir la territorialité imaginée. Ils n'apparaissent plus « comme une façon de *voir* le monde, mais également comme une façon de *faire* le monde » (Boukhris, 2012).

En Chine, la croissance économique et l'augmentation du niveau de vie de la population suscite de nouvelles demandes de « consommation expérientielle » de loisirs, de tourisme et d'éducation (Chen, 2007). Afin de répondre à ces nouvelles attentes, les lieux touristiques sont ré-imaginés en tant qu'espaces-supports de ces pratiques, conformes aux imaginaires des touristes. Pine et Gilmore (1999) suggèrent que dans le contexte de l'hypermodernité les services sont repackagés et présentés comme des expériences. La différence entre un *service* et une *expérience* réside selon Pine et Gilmore dans le fait que, dans l'offre expérientielle, le prestataire n'est plus un *fabricant* de produit ou un *prestataire* de service mais *l'agenceur d'une scène*. Il ne traite plus avec un *utilisateur* ou un *client* mais avec un *invité*. Ce dernier ne retire pas de cet échange des *produits* ou des *bénéfices*, comme c'était le cas dans l'économie des biens ou des services, mais des *sensations* et des *expériences*. À travers l'analyse des imaginaires et des pratiques de visiteurs locaux et nationaux des quartiers concessionnaires, lieux de pratiques touristiques hétérotopiques, nous montrerons le caractère d'exception de ces quartiers dans la ville contemporaine de Tianjin. Celui-ci est certes lié à leur patrimonialité. Mais il est également lié à la façon dont ils sont désormais aménagés et agencés comme une scène propice à de nouvelles expériences urbaines. Quels sont les imaginaires liés à ces espaces et comment se déroule la visite entre pratiques patrimoniales et pratiques ludiques ?

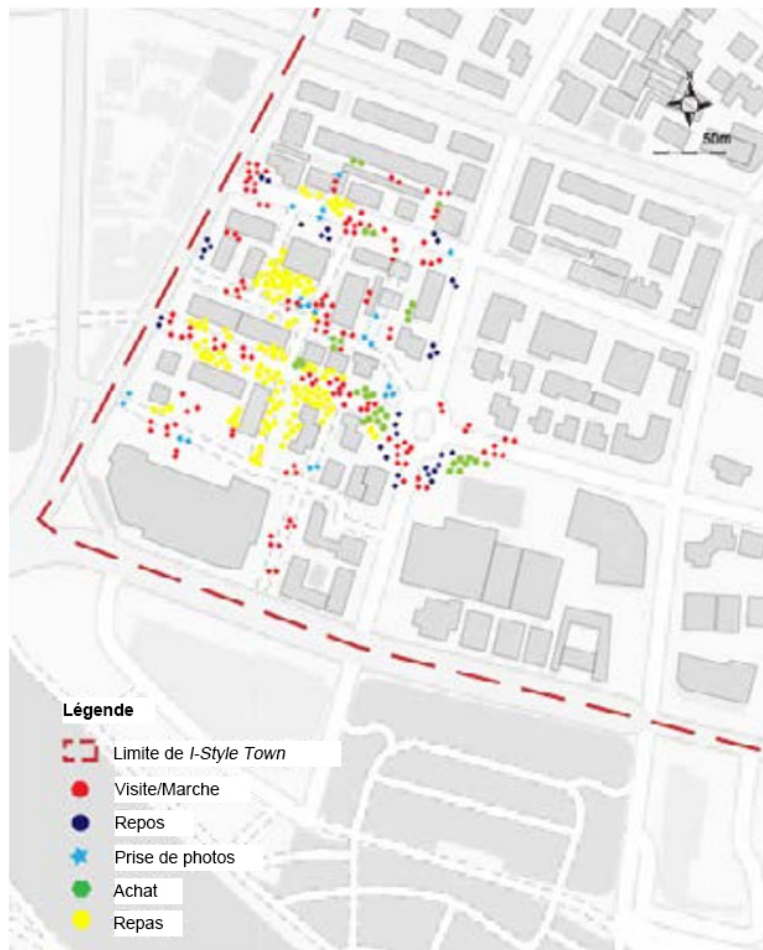
9:00



12:00



18:00



4. Les pratiques de visite dans les rues piétonnes de *New I-Style Town*¹⁰. On constate des pratiques distinctes selon les périodes de la journée. À 9 heures du matin, les touristes en groupe arrivent en masse, et prennent des photos depuis les points touristiques présentés par leurs guides. À midi, alors que les touristes en groupe sont partis, les visiteurs individuels arrivent peu à peu, et préfèrent se reposer sur les bancs à l'ombre. La fin de la journée est le moment le plus dynamique du quartier : de nombreux visiteurs se promènent dans les rues ou dînent dans les restaurants (Lu, 2014).

La visite des concessions, entre expérience éducative, nostalgie et marchandisation urbaine

Plusieurs quartiers historiques en Chine sont aménagés afin d'assurer une expérience éducative. Ainsi, les vestiges historiques des quartiers concessionnaires à Tianjin se présentent comme un microcosme de l'histoire moderne de la Chine (Liu, 2013). Les concessions étaient devenues un refuge pour la noblesse de la dynastie des Qings, d'anciens seigneurs de guerre et des politiciens du Gouvernement de Beiyang. Plusieurs personnages célèbres « en exil » (500 selon Liu, 2013) y ont ainsi résidé y compris les empereurs Puyi et Zhang Xun, les anciens présidents Li Yuanhong, Xu Shichang, Feng

¹⁰ Ces cartes proviennent d'une observation des pratiques touristiques qui a consisté à traverser rapidement les rues piétonnes du quartier pendant différentes périodes de la journée (aux alentours de 9h, 12h et 18h). L'observation a duré en réalité 15 minutes pour chaque période. La comptabilisation des flux a été faite au moyen d'un très grand nombre de photos couvrant l'ensemble des espaces concernés. Les photos ont permis non seulement d'identifier des personnes présentes dans les rues piétonnes mais aussi d'identifier leurs pratiques dans l'espace. Cette méthodologie ne vise pas à obtenir une quantification au visiteur près. Elle est davantage qualitative que quantitative et tire sa validité du nombre important des photos effectuées, de l'analyse faite a *posteriori* des photos prises et au caractère systématique des prises de vue (même heure, plusieurs jours de suite).

Guozhang, Cao kun, des premiers ministres, de nombreux chefs militaires, ainsi que des maires, ce qui constitue un phénomène unique dans l'histoire de la Chine.



5. Le musée de Cao Yu¹¹ dans le *New I-Style Town*. Ce musée est un peu à l'écart des rues piétonnes situées au cœur du *I-Style Town* limitant sa visibilité auprès des visiteurs (Lu, 2015)

La motivation principale des visiteurs qui pratiquent ces quartiers réside dans « l'admiration » des visiteurs pour ce passé. Le rapport à ce passé est différent selon l'âge des visiteurs interrogés. Les visiteurs entre 40-60 ans sont mus par une certaine nostalgie et sont sensibles à l'atmosphère historique du quartier et à l'ancienneté, réelle ou supposée, des bâtiments.

¹¹ Cao Yu (1910-1996), est souvent considéré comme le plus important dramaturge du XX^e siècle en Chine. Grâce à ses œuvres, le « théâtre parlé » a pris racine dans la littérature chinoise au XX^e siècle.



6. Une touriste en train de visiter le musée de Liang Qichao¹² dans le *New I-Style Town* (Lu, 2015)

Les quartiers concessionnaires de Tianjin sont toutefois l'expression de l'occupation de la ville par les forces étrangères. Ils constituent la trace architecturale et paysagère d'une page difficile de l'histoire nationale et locale. Comment sont-ils expérimentés par les visiteurs locaux et nationaux aujourd'hui ?

Parmi les visiteurs interviewés, certains considèrent que les concessions étrangères rappellent un souvenir d'humiliation nationale. L'histoire des concessions ne met toutefois pas en cause leur patrimonialité et elle ne semble pas entrer en conflit avec l'expérience de la visite. Les réponses des visiteurs soulignent cette ambiguïté : « Les concessions sont un témoignage de honte pour moi, mais les espaces intérieurs des bâtiments sont agréables et doivent être conservés et utilisés » (homme, originaire de la région, 18-25 ans, en visite d'une demi-journée) ; « Cette histoire est une honte, mais les bâtiments sont "innocents" ; que ce soit une histoire positive ou négative, elle doit être commémorée » (femme, originaire d'une autre région, 40-60 ans, en visite d'un jour).

L'étude de Sun (2010) montre que la rénovation des quartiers historiques dans les grandes villes chinoises (Pékin, Guangzhou, Suzhou) dans une finalité de développement touristique, conduit à l'instrumentalisation de la culture et à une perte d'identité. Celle-ci est souvent utilisée comme un « appât » pour attirer les touristes. La même remarque est faite par Fayolle-Lussac (2003) dans ses travaux sur la ville de Xi'an. Zhang Yining (2011) insiste sur les efforts de marchandisation de cette ville qui, comme Tianjin, met en avant ses différentes origines. Ainsi, dans le processus de touristification, il est difficile de trouver un équilibre entre la commercialisation du site et la mise en valeur culturelle entraînant la (re)construction du paysage urbain.

La sur-commercialisation des quartiers concessionnaires de Tianjin n'échappe toutefois pas aux visiteurs. Pourtant, plus que d'entrer en concurrence avec leur patrimonialité, la marchandisation de

¹² Liang Qichao (1837-1929), universitaire, journaliste, philosophe et réformiste chinois de la dynastie Qing. Ses écrits ont inspiré les intellectuels chinois et les mouvements de réforme.

ces quartiers profite de leur substrat patrimonial. Dans l'imaginaire des visiteurs interviewés, à la fois locaux et nationaux, celle-ci neutralise même les références à un passé qui pourrait être considéré de douloureux pour la mémoire locale et nationale. L'expérience éducative, historique et patrimoniale, qui constitue l'« élément d'appel » de la visite dans ces quartiers est ainsi indissociable de l'expérience commerciale, récréationnelle et ludique.



7. Un groupe de touristes visitent le *New I-Style Town* (Lu, 2015).

Les quartiers concessionnaires, une destination à la fois pour les visiteurs locaux et nationaux

Si pour les visiteurs nationaux les concessions sont une « destination » visitée pour son passé et ses monuments, pour les locaux, les quartiers touristiques concessionnaires apparaissent tout d'abord comme des lieux de pratiques sociales. On se donne rendez-vous entre amis, on se déplace en couple ou en famille. La co-présence des autres visiteurs, les possibilités de conversation informelle, une attitude de flânerie adoptée par les autres visiteurs, l'existence d'espaces aménagés pour la promenade, créent un cadre qui encourage la visite et la déambulation. Selon un visiteur « les comportements de la foule font partie de ce paysage très intéressant » (homme, originaire de la région, 18-25 ans, en visite de 2 heures).

L'ambiance « intime » dans ces quartiers concessionnaires est également fréquente dans les réponses des enquêtés. Pour un tiers des visiteurs, locaux et nationaux, l'espace dans ces quartiers est agréable et à « échelle humaine » : « la petite échelle du quartier le rend plus humain, on n'est ni pressé ni stressé » (femme, originaire de la région, 15-28 ans, en visite d'une demi-journée). Les bistros et les cafés design, aménagés dans des lieux patrimoniaux, créent un lieu à part dans la ville, conforme aux imaginaires de certains visiteurs de la ville européenne.



8. Le *New I-Style Town* de Tianjin. La hauteur des bâtiments et les espaces extérieurs montrent une atmosphère intime par rapport aux gratte-ciels situés en arrière-plan (Lu, 2015).

La déambulation apparaît comme un changement de rythme dans l’appréhension que les visiteurs ont de ces espaces, surtout pour les habitants de Tianjin qui recherchent plutôt dans ces quartiers une coupure de rythme et d’espace : « L’accès est libre, c’est agréable de se promener après le travail ou quand on est très fatigué. On n’est pas obligé de faire des achats » (homme, originaire de la région, 40-60 ans, en visite d’une demi-journée). Pour la plupart des visiteurs locaux, cette sociabilité ne relève toutefois pas du quotidien. Elle garde un caractère exceptionnel à la portée des classes moyennes-supérieures. La sortie – pour aller au restaurant, pour boire un verre dans un bar, pour écouter de la musique dans la rue – constitue le motif principal de la visite de ces quartiers.

Ces pratiques prennent place dans un espace qui a été largement reconfiguré. Les quartiers concessionnaires de Tianjin ont en effet connu au cours des dernières années un processus de restauration, voire de reconstruction de leur architecture. Ces interventions ont grandement contribué à l’esthétisation du quartier, tant en ce qui concerne l’architecture, le paysage et le mobilier urbain, que la nature des commerces qui y prennent place. Un paysage hyper-esthétique (Lipovetsky et Serroy, 2013) se met en place en tant que scène sur laquelle s’installent les nouvelles pratiques.



9. La mise en lumière de l'ancienne maison de Tang Yulin dans le *New I-Style Town* (Lu, 2015)

Les enquêtés mettent systématiquement en avant le caractère esthétisé et haut de gamme des quartiers concessionnaires. Certains visiteurs ont exprimé leur affection pour l'environnement et l'architecture de ces quartiers où ils auraient bien voulu s'installer s'ils en avaient les moyens : « si j'ai assez d'argent pour acheter une belle maison, j'aimerais en avoir une comme celles que l'on trouve ici, solide, avec des murs épais et des matériaux de bonne qualité. On ne peut pas vivre plus confortablement, c'est un rêve » (femme, originaire d'une autre région, 40-60 ans, en visite d'un jour).

Il apparaît ainsi que ces quartiers sont une destination pour les visiteurs nationaux qui cherchent à découvrir des pages d'histoire moderne de la Chine. Mais ils le deviennent aussi pour les habitants locaux et régionaux qui se rendent dans un lieu à part dans la ville, identifié et circonscrit, dans lequel ils savent qu'ils trouveront un cadre urbain attractif, offrant plusieurs possibilités culturelles et ludiques. Plusieurs analyses (Maitland 2007 ; 2013) insistent sur le brouillage opéré dans certains quartiers urbains occidentaux (centres-villes historiques, quartiers « créatifs » ou *waterfronts* requalifiés) entre touristes et locaux. Les quartiers concessionnaires de Tianjin, qui drainent à la fois un public touristique et les classes créatives locales, apparaissent ainsi comme le laboratoire de ces pratiques touristiques et ludiques transgressives dans la ville chinoise.

Les quartiers concessionnaires, entre quête d'un ailleurs authentique et « parc à thème européen » ?

Nombreux travaux (MacCannell, 1973 ; Yang et Xi, 2015) analysent la demande des touristes pour des produits jugés « authentiques ». Celle-ci concerne également les espaces urbains qui se dotent de tous les signes véhiculant un message d'authenticité (Ning, 1999 ; Goulding, 2000 ; Waite, 2000). Grâce aux histoires et aux récits légendaires, les quartiers historiques urbains offrent une ambiance imaginaire, qui invite les visiteurs à participer à une expérience de voyage dans un ailleurs spatial et temporel (Lowenthal, 1985).

Les quartiers historiques concessionnaires de Tianjin sont ainsi présentés dans les discours des visiteurs nationaux comme des espaces d'un « dépaysement » spatial et temporel. Cet « ailleurs » est l'Europe de la fin du XIX^e et du début du XX^e siècle. Beaucoup de visiteurs nationaux se rendent dans les concessions pour chercher un espace unique et différent de leur lieu de vie : « Pour moi, visiter les concessions, c'est aller dans un endroit qu'on ne peut pas voir habituellement ailleurs » (femme, originaire d'une autre région, 40-60 ans, en visite d'un jour).



10. Des visiteurs se détendent dans le Stade de Minyuan de Wudadao dans l'ancienne concession britannique de Tianjin (Lu, 2015).

L'architecture et le paysage urbain créent un cadre, perçu comme « européen » dans lequel se déroule une expérience touristique multisensorielle : on regarde les « bâtiments européens » (femme, originaire d'une autre région, 40-60 ans, en visite d'un jour) ; on goûte « des desserts occidentaux » (femme, originaire d'une autre région, 18-25 ans, en visite d'une demi-journée) ; on boit de la « bière allemande » (femme, originaire d'une autre région, 40-60 ans, en visite d'un jour) ; on déguste des « grillades à la française » (homme, originaire de la région, 40-60 ans, en visite d'une demi-journée). L'imaginaire de la ville européenne s'exprime aussi à travers la flânerie dans les rues piétonnes bordées de bâtiments d'architecture européenne.

La visite de ces quartiers est donc justifiée en partie, pour les visiteurs locaux et nationaux, par leur cadre européen « authentique ». Mais ce cadre européen « authentique » est performatif et encourage des pratiques hybrides : on est invité à se comporter, à consommer ou à se déplacer à « l'européenne ».



11. Des visiteurs prennent un café en plein air dans le *New I-Style Town* (Lu, 2015).

Toutefois, la connaissance et l'expérience de l'Europe est un critère discriminant dans la perception de l'authenticité des quartiers concessionnaires européens. Parmi les 48 personnes interrogées, seulement 5 ont voyagé en Europe. Ces personnes sont plus exigeantes sur l'authenticité des concessions. Ils critiquent des aspects matériels et immatériels des bâtiments : « Ces quartiers me semblent un peu faux (...) ils appartiennent à un style européen très simplifié, tels que les kiosques montrant une combinaison de style chinois et occidental » (homme, originaire de la région, 40-60 ans, en visite d'un jour). Mais certains parmi les visiteurs qui n'ont jamais voyagé en Europe critiquent également l'authenticité des quartiers, car ils perçoivent leur caractère d'exception dans la ville : « l'environnement (de ces quartiers) me semble irréel, c'est trop mis en scène pour les touristes » (homme, originaire d'une autre région, 25-40 ans, en visite d'une demi-journée) ; « Dans les quartiers de style occidental, les commerçants sont chinois, les gens qui visitent ne sont pas étrangers non plus, alors comment peut-on dire que ceux sont des quartiers occidentaux ? » (femme, originaire de la région, 18-25 ans, en visite d'une demi-journée). Ainsi, dans le *I-Style Town*, le style italien n'est pas évident pour les visiteurs : « On évoque ici le style italien, mais en fait il y a la Tour Eiffel, la Seine... » (homme, originaire de la région, 18-25 ans, en visite de 2 heures).

Les pratiques des visiteurs, locaux et nationaux, sont ainsi marquées par les imaginaires européens associés à ces quartiers. Les visiteurs ne sont certes pas dupes. Ils se prennent au jeu car ils le souhaitent, dans une démarche qui peut être qualifiée de « post-touristique » (Viard, 2000 ; Cohen, 2008)¹³. Les pratiques touristiques et de visite qui se mettent en place permettent en effet de jouer avec l'hétérotopie touristique européenne que sont aujourd'hui les concessions de Tianjin.

¹³ Pour Erik Cohen (2008) « le post-touriste », au lieu d'être intéressé par les origines des attractions supposées authentiques, préfère interagir, de façon ironique et joueuse, avec des lieux et attractions manifestement inauthentiques.



12. Le restaurant français « La Seine » dans le *New I-Style Town*. Dans ce quartier, on trouve un grand nombre de restaurants occidentaux, qui ne sont pas uniquement italiens (Lu, 2015)

Performativité des imaginaires et thématisation des quartiers historiques concessionnaires

Le paysage culturel unique des quartiers historiques concessionnaires donne lieu à la formation d'un imaginaire exotique différent de celui du reste de la ville chinoise. L'aménagement de ces espaces a donné lieu à l'apparition d'un nouvel espace social dans le tissu urbain existant (Zhang et Deng, 2009).

Les visiteurs recherchent des interactions dans ces quartiers « à taille humaine ». Prenant en compte les besoins des visiteurs, la ville a repensé depuis le début des années 2000 l'aménagement du centre historique. Ainsi, la mise en scène des places où se tiennent restaurants, bars et brasseries n'est pas sans dégager un parfum de ville occidentale.

Cette recherche d'exotisme ne se traduit pas de la même manière selon le profil des visiteurs enquêtés. Les plus jeunes visiteurs cherchent plutôt un espace de loisirs là où les personnes âgées s'attachent plus aux valeurs culturelles du site et à son histoire. Quant à la perception du site, là où les résidents de Tianjin imaginent un espace de calme, hors du temps, susceptible de leur permettre de s'échapper de la ville moderne, les visiteurs en provenance d'autres régions s'attendent à trouver un quartier élégant et luxueux. Il en ressort aussi que les perceptions varient entre les visiteurs qui n'ont jamais quitté la Chine et qui attendent un espace plus chinois et ceux qui ont voyagé et sont plus exigeants avec le patrimoine « européen » restauré et mis en scène des concessions. Dans les deux cas il y a un décalage entre l'imaginaire et la « réalité » du site ; pourtant, les pratiques qui s'y développent cherchent à se conformer aux imaginaires des lieux, confirmant leur caractère performatif.

Ainsi, les quartiers concessionnaires relèvent aujourd'hui d'imaginaires divers et se situent dans une croisée de pratiques qui sont à mettre en rapport avec les aménagements qui ont été entrepris depuis quelques années. La patrimonialité de ces quartiers, pleinement reconnue par un ensemble de dispositifs de protection et de labellisation, sert de faire-valoir à la mise en place d'une scène urbaine

dans laquelle se déroule aujourd'hui tout un ensemble de pratiques récréationnelles, ludiques, touristiques ou commerciales. Les pratiques de ces micrographies urbaines scénarisées de l'Italie ou du Royaume-Uni, construites au XX^e siècle dans une approche nationaliste en tant qu'expression de la domination occidentale, diffèrent peu aujourd'hui de celles des simulacres florentins et vénitiens construits plus récemment dans différentes villes chinoises. Il se joue ainsi à Tianjin une pièce de théâtre urbaine particulièrement fascinante exprimée par la façon dont les imaginaires européens participent de l'urbanité chinoise contemporaine. La distance entre les quartiers concessionnaires « authentiques » et les nouveaux projets commerciaux à thème italien, tels que les Villages florentins, s'amenuise progressivement par les aménagements successifs qui voient le jour dans les concessions patrimonialisées. L'italianité du *New I-Style Town* ou le caractère « parisien » des concessions françaises, pratiquement débarrassés dans les imaginaires des visiteurs des références « honteuses » à leur passé colonial, deviennent ainsi une aménité urbaine à visiter, à admirer, à contempler, à consommer.

Par le rôle qu'ils jouent dans la ville contemporaine, par leur exemplarité patrimoniale, historique et touristique, les quartiers concessionnaires représentent ainsi un laboratoire intéressant pour l'étude des imaginaires et des pratiques touristiques urbains.

YUE LU, MARIA GRAVARI-BARBAS ET DAISY DEBELLE

Yue Lu est doctorante à l'EA EIREST 7337 (Équipe Interdisciplinaire de Recherche sur le Tourisme) de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Ses travaux portent principalement sur le patrimoine et le tourisme dans les quartiers de style italien à Tianjin en Chine.

luyue_2009@hotmail.com.

Maria Gravari-Barbas est architecte, professeure des universités en géographie. Elle dirige l'IREST et l'EA 7337 EIREST et coordonne la Chaire UNESCO "Culture, Tourisme, Développement", Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

maria.gravari-barbas@univ-paris1.fr.

Daisy Debelle a soutenu son doctorat en 2015 au sein de l'EA 7337 EIREST. Ses travaux portent principalement sur les nouvelles dynamiques du tourisme et de la patrimonialisation des anciennes concessions en Chine et du quartier français en particulier de Tianjin.

daisy.debelle@gmail.com.

Bibliographie

Bachelard G., 1957, *La poétique de l'espace*, Paris, PUF, 251 p.

Boukhris, L., 2012, « L'imaginaire touristique à l'épreuve du Costa Rica : entre « voir » et « faire » le territoire », [Via@](#), n°1, en ligne.

Bureau de statistiques de Tianjin, 2015, « L'état de développement du tourisme à Tianjin » (Tianjin shi lvyou hangye fazhan xianzhuang), [Tianjin Statistical Information Net](#), en ligne.

Bureau du tourisme de Tianjin, 2015, « La zone scénique touristique de style italien » (Yidali fengqing lvyouqu), [Tianjin Tour](#), en ligne.

Bureau d'urbanisme de Tianjin, 2002, cité in Yang Q., 2004, « Tianjin/International Invite Tenders of Hai River Renovation in 2002 - part 2 », [Asian City Research](#), en ligne.

Bureau d'urbanisme de Tianjin, 2005, *Schéma directeur de Tianjin 2005-2020* (Tianjin shi chengshi zongti guihua 2005-2020), édition de Tianjin kexue jishu (Tianjin kexue jishu chubanshe).

Centre d'information national chinois, 2006, « Quelques réflexions sur l'accélération du développement de l'industrie du tourisme à Tianjin » (Dui jinyibu jiakuai Tianjin lvyouye fazhan de jidian sikao), *China Economic Information Network*, en ligne.

Chen L., 2013, « La stratégie de thèmes et la régénération du paysage dans les quartiers historiques » (Zhuti celue yu lishi jiequ jingguan zaisheng), *Art & Design Research*, n°2, pp.78-81.

Debarbieux B., 2003, « Imaginaire Géographique », in Levy J., Lussault M., *Dictionnaire de Géographie*, Paris, Belin, pp.489-491.

Debelle D., 2015, *Les nouvelles dynamiques du tourisme et de la patrimonialisation en Chine, étude des anciennes concessions et du quartier français en particulier*. Thèse soutenue en 2015, Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Fayolle-Lussac B., 2003, « Le patrimoine comme enjeu de développement urbain : le cas de Xi'an (Chine), in Gravari-Barbas M., Guichard-Anguis S. (dir.), 2003, *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du XXI^e siècle*, Paris, Presses de l'université de Paris-Sorbonne.

Foucault M., 1984, « Des espaces autres. Hétérotopies », *Architecture, Mouvement, Continuité*, N°5, pp.46-49 (publication originale : Conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967).

Goulding C., 2000, « The commodification of the past, postmodern pastiche, and the search for authentic experiences at contemporary heritage attractions », *European Journal of Marketing*, vol.34, n°7, pp.835-853.

Gravari-Barbas M., Graburn Raburn N., 2012, Editorial, « Les imaginaires touristiques », *Via Tourism Review*, n°1, en ligne.

Han D., 2014, *Études sur les imaginaires touristiques des quartiers historiques. Le cas du secteur historique et culturel de la Rue Hengshanla - rue Fuxing* (Jiyu neirong fenxifa de lishi jiequ lvyou yixiang yanjiu. Yi hongshanlu – fuxinglu lishi wenhua fengmaoqu weili), mémoire de master, Shanghai Normal University.

He S., Wu F., 2005, « Property-Led Redevelopment in Post-Reform China : A Case Study of Xintiandi Redevelopment Project in Shanghai », *Journal of Urban Affairs*, vol.27, n°1, pp.1-23.

Hirschmann E.C., Holbrook M.B., 1982, « The Experiential Aspects Of Consumption : Fantasies, Feelings And Fun », *Journal Of Consumer Research*, vol.9, n°2, pp.132-139.

Hom S.M., 2015, « Italy without Borders : Simulacra, Tourism, Suburbia, and the New Grand Tour », *Italian studies*, vol.65, n°3, November, pp.376-397.

Jin L., 2005, « Contraintes du développement de l'Industrie du tourisme à Tianjin et des solutions », *Economic Geography* (Jingji dili), vol.25, n°5, pp.736-739.

Judd D.R., 1999, « Constructing the tourist bubble », in *The Tourist City*, New Haven, Yale University Press, pp.35-53.

Lipovetsky G., Serroy J., 2013, *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, Hors-série Connaissance, 496p.

Liu H., 2013, « Voir les huit concessions par "Jieqiang" : Pékin est l'avant-scène, Tianjin est la coulisse » (Cong "jieqiang" tan baguo zujie : beijing shi qiantai, tianjinshi houtai), *Journal Wenhui* (Wenhui bao), en ligne.

Liu W., 2011, *Études sur les impacts des quartiers thématiques sur le tourisme urbain* (Zhuti jiequ dui chengshi lvyou de yingxiang yanjiu), mémoire de master, Tianjin University of Commerce.

Lowenthal D., 1985, *The past is a foreign country*, Cambridge University Press, Cambridge.

Lu Y., 2015, *Patrimoine et Tourisme dans l'ancienne concession italienne à Tianjin : vers un espace hybride original chinois*, thèse en cours, Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

MacCannell D., 1973, « Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings » *American Journal of Sociology*, vol.79, n°3, pp.589-603.

Maitland R., 2013, Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the search for the 'real London', *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, 12 – 19.

Maitland R., 2007, "Tourists, the creative class and distinctive areas in major cities: The roles of visitors and residents in developing new tourism areas", in RICHARDS, Greg et WILSON Julie, *Tourism, Creativity and Development*, Routledge.

Marinelli M., 2010a, « Tianjin, a Permanent Expo of World Architecture », *China Heritage Quarterly*, n°21, en ligne.

Marinelli M., 2010b, « The 'New I-Style Town': From Italian concession to commercial attraction », *China Heritage Quarterly*, n°21, en ligne.

Municipalité de Tianjin, 2013, « Listes des monuments historiques de Tianjin », *Tianjin Historical Architecture Website*, en ligne.

Municipalité de Tianjin, 2015, « Entrer à Tianjin », [Site des affaires administratives de Tianjin](#) (Tianjin zhengwu wang), en ligne.

Ning W., 1999, « Rethinking authenticity in Tourism experience » *Annals of tourism research*, vol.2, n°26, pp.349-370.

Noppen L., Morisset L. K., 2004, « Le touriste et l'urbaniste », *Téoros*, vol.23, n°2, pp.64-67.

Pine B.J., Gilmore J.H., 1999, « Welcome To The Experiences Economy », *Harvard Business Review*, pp.97-107.

Psara S., 2009, *Architecture and Narrative: The Formation of Space and Cultural Meaning*, Abingdon, Routledge, 304p.

Song H., Chang A. et Wu Y., 2015, « Analyse sur l'évolution de thématisation touristique urbaine » (Chengshi lvyou zhutihua fazhan de dongtai bianhua fenxi), *Modern Urban Research - Tourisme* (*Xiandai chengshi yanjiu - lvyou*), n°2, pp.94-98.

Sun Y., 2010, *La rénovation des centres historiques par le développement du tourisme* (Yi lvyou weidongli de jiucheng gaizao), thèse soutenue en 2010, South China University of Technology.

Taunay B., 2011, *Le tourisme intérieur chinois*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 255p.

Viard J., 2000, *Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux*, Paris, L'Aube, 165p.

Waitt G., 2000, « Consuming heritage: Perceived historical authenticity », *Annals of Tourism Research*, vol.27, n°4, pp.835-862.

Wang S., Hang Y., 2007, *Modern China through the Eyes of Tianjin: 100 Firsts*, Tianjin, édition de Tianjin renmin (Tianjin renmin chubanshe), 227p.

Yang D., 2004, *Les neuf concessions de Tianjin* (Tianjin de jiuguo zujie), Tianjin, édition de Tianjin Guji (Tianjin guji chubanshe), 216p.

Yang J., Xi Y., 2015, « Études sur l'authenticité de l'expérience touristique sous angle de la perception du symbole » (Fuhao ganzhixia de lvyou tiyan zhenshixing yanjiu), *Journal de Beijing International Studies University* (Beijing di'er waiguoyu xueyuan xuebao), n°7, pp.34-39.

Yao G., 2005, « Tianjin va développer 12 quartiers thématiques touristiques » (Tianjin jiang kaifa jianshe 12da lvyou zhuti bankuai), *Beifang wang*, en ligne.

Zhang J., Deng H., 2009, « Interprétation de la formation de l'espace de consommation de style occidental - la perspective de la théorie de la production spatiale » (Jiedu chengshi jindai fengmaoxing xiaofei kongjian de suzao - Jiyu kongjian chansheng lilun de fenxi shijiao), *Urban Planning International* (Guoji chengshi guihua), vol.24, n°1, pp.43-47.

Zhang Y., 2011, *Cultural Tourism Products: A Case Study in the Xi'an City*, Las Vegas, University of Nevada, 37p.

Zong B., 2015, « Découverte de l'histoire et de la culture de Tianjin, la provenance du nom de Wudadao » (Tansuo Tianjin lishi wenhua, Wudadao mingzi de youlai), *Zhonghua wang*, en ligne.