

**HAUTES TERRES, TERRITOIRES ET GESTION  
DES RESSOURCES**

---

IFRA ~ Les Cahiers, N° 27

IFRA

*Les Cahiers*

---

Numéro spécial / special edition

n° 27

janvier-mars 2005

## Positions de thèses

Hautes terres, territoires et gestion des ressources

Rural et urbain

Etudes urbaines

Réseaux

Justice, pouvoir et communication

**Paysannerie des hautes terres et tourisme :  
l'exemple du Kilimandjaro**

**Juhane DASCON**

La Tanzanie n'est rentrée que tardivement dans le système libéral d'échange (1986, premier accord avec le FMI) et n'a donc commencé à développer le tourisme international que dans les années 1990. Jusque là, le célèbre tourisme de « parcs naturels » d'Afrique de l'Est était essentiellement animé par le Kenya. Ainsi en 1980 le nombre d'entrées touristiques en Tanzanie n'était que de 80 000 personnes contre 500 000 en 1999 (chiffres OMT).

Pourtant, la Tanzanie possède de nombreuses réserves et parcs (40% du territoire est couvert par des aires protégées) qui sont le centre du tourisme régional et de nombreux sommets de renommée dont le Kilimandjaro, le « toit » de l'Afrique. Conscient de son retard en matière de politique touristique et encouragé par les organismes internationaux (FMI, Banque Mondiale, UE, NEPAD), l'État a mis en place des institutions dont l'objectif est de développer cette activité considérée par tous comme une alternative à la crise économique structurelle. Ainsi, le TTB (Tanzanian Tourism Board) et le TANAPA (Tanzanian Natural Parks) sont-ils deux acteurs institutionnels clés de cette politique avec localement des services de contrôle des espaces protégés comme le KINAPA (Kilimanjaro National Park) au Kilimandjaro.

La région du Kilimandjaro s'intègre dans la problématique touristique des hauts lieux montagnards qui ont fait l'objet de la construction d'un mythe, d'une image dans la dynamique des grandes ascensions de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Dans la représentation collective (essentiellement occidentale) ces ascensions marquent le début de la mise en désir de l'espace montagnard qui sera ensuite utilisée par l'activité touristique dans une logique de mise en produit. De la ressource essentiellement agricole qu'offrait la montagne, le tourisme a fait évoluer ces espaces vers une autre opportunité de revenus avec la particularité de multiplier et de diversifier les acteurs et les logiques d'acteurs.

La place de la région Kilimandjaro dans le tourisme national est relativement faible (20 000 touristes ont fait l'ascension en 1999) mais dynamise fortement l'activité locale. De nombreux emplois sont liés directement ou indirectement à cette activité : du vendeur de carte postale dans la rue, à l'artisan, du cybercafé au guide formé dans les

écoles d'Arusha ou de Moshi, le tourisme fait vivre de nombreuses familles.

La confidentialité du tourisme au Kilimandjaro est liée à la faible offre touristique. En effet, mis à part l'ascension (réservée au plus sportifs) peu d'activités sont à même d'attirer la manne touristique. Cependant, des projets émergent, comme le projet de tourisme culturel à Machame, création d'hôtels...et témoignent de l'importance de la dynamique touristique dans l'espace local.

Au Kilimandjaro, l'activité touristique s'intègre dans une histoire du développement qu'il faut considérer pour bien comprendre l'intégration de cette filière dans le territoire. Cette histoire se caractérise par la place importante que le Kilimandjaro a eu au sein de l'empire colonial puis au sein de l'État tanzanien dans la période post-coloniale de modernisation de l'État. En effet, la culture caféière, implantée par les administrations coloniales et les missions, a placé la montagne au cœur de l'État de par les revenus générés.

La modernisation agricole instaurée par les administrations coloniales a eu des conséquences majeure sur l'organisation des paysanneries de montagne, réduisant les populations locales au statut de producteur de l'espace national. Par ailleurs, ces réformes ont rendu les paysanneries dépendantes à plusieurs niveaux : dépendantes des industries, dépendantes des coopératives agricoles qui ont pris en main leur devenir, dépendantes d'une privatisation de l'espace...c'est le concept même de développement qui est au cœur de ces bouleversements puisqu'il a été dès ses prémisses considéré dans une optique verticale du global vers le local. Par ailleurs, la modernisation agricole s'est fondée sur la séparation et la spécialisation des espaces. L'organisation de la montagne et du Kilimandjaro plus particulièrement, est ainsi passée d'une logique verticale de complémentarité des espaces à une logique horizontale de spécialisation productive des terroirs. Cette séparation des espaces, à la base du développement, s'est également appuyée sur les aires protégées issues des idéologies occidentales de préservation environnementales. Ces espaces confisqués, à vocation de préservation et de contemplation, seront ensuite utilisés par le tourisme souvent au détriment des populations locales.

Dans cette histoire du développement, les années 1970 marquent en Tanzanie le début d'une crise structurelle (crise au sens de changement) importante que la crise caféière mondiale des années 1980 n'a pas atténuée. La crise montre les limites du modèle de

modernisation agricole colonial et post-colonial. La crise caféière qui frappe le Kilimandjaro est à resituer à l'échelle régionale car elle a concerné toutes les montagnes peuplées d'Afrique de l'Est (Mont Meru, Mont Elgon, Mont Kenya...). La limite du modèle se traduit localement au niveau de la région Kilimandjaro par de fortes mutations sociales (baisse des revenus, changement des rapports de genre, accroissement de la pauvreté) et spatiales (développement des cultures vivrières, émigration, concurrence spatiale...).

Comme dans toute période de changement, les sociétés cherchent les moyens de reproduire leur groupe social en modifiant leur logiques de production et en saisissant les ressources disponibles.

C'est dans ce contexte que notre travail cherchera à comprendre les enjeux de l'activité touristique dans une période de changement et son influence sur l'organisation sociospatiale de l'espace montagnard du Kilimandjaro.

*- Notre questionnement central sera le suivant :*

L'activité touristique, telle qu'elle se développe, n'est-elle qu'un avatar des politiques de développement, ou un véritable moyen de redéfinir la place de la montagne dans l'espace national et un moyen pour les sociétés locales de rompre avec un mode d'intégration très dépendant?

Nous formulons dès à présent une hypothèse de travail, qui sera précisée mais qui permet de montrer dès à présent l'orientation de notre travail :

L'activité touristique est générée de l'extérieur et résulte de la réactivation d'un même modèle de développement fondé sur un partage inégal des bénéfices de l'activité et sur une dépendance des populations locales à des acteurs extérieurs.

Notre projet de thèse s'inscrit dans la discipline géographique et dans une approche générale que l'on désignera comme « sociale » en géographie. Les concepts d'acteurs, de logiques d'acteurs, de développement local, de ressource et d'organisation sociospatiale de la montagne sont au cœur de notre travail.

Ainsi, le projet de thèse souhaite aborder la question du tourisme au Kilimandjaro par le biais de diverses approches complémentaires :

- **Une approche diachronique :** Nous allons **analyser le tourisme dans l'histoire du développement du Kilimandjaro** pour comprendre comment cette activité vient s'ajouter à d'autres (culture caféière, commerce lié à la frontière...) et avec quels acteurs dominants. Nous évitons ainsi le biais de nombreux travaux sur le tourisme qui analysent le phénomène à un instant « T » et évacuent de fait de nombreux éléments d'explication de la réalité observée. Nous étudierons la manière dont le tourisme s'est peu à peu intégré au modèle agricole dominant et la capacité des paysans à se réapproprier cette ressource extérieure de la montagne dans une période de crise.

**Le domaine des aires protégées est directement lié à ce questionnement.** Application concrète des idéologies de conservation que l'Occident développe dès le XIX<sup>e</sup> siècle, ces espaces confisqués aux populations locales ont un rôle central dans le développement touristique. Ces espaces de récréation existant sont des espaces dans lesquels le tourisme s'est engouffré bénéficiant de structures de gestion étatique garantissant l'exclusion de l'activité agricole et donc l'exclusivité de l'activité touristique. Ainsi au Kilimandjaro, le KINAPA assure la gestion et la protection des lieux au bénéfice des touristes, des tours opérateurs, de l'État et dans une moindre mesure de la population locale.

- **Approche multiscalair et acteurs :** Le tourisme est par excellence **une activité agissant sur plusieurs échelles :** internationale, régionale, nationale, locale. À chaque échelle des acteurs ont un rôle, des pratiques et des représentations différentes. Pour bien appréhender l'imbrication de ces échelles d'actions, le concept d'acteur paraît central. Dans le cadre de la mondialisation, la montagne est un espace offert à une multitude d'acteurs et non plus une ressource uniquement pour la population locale. Interviennent alors des conflits d'usages, des pratiques variées sur un même espace, des conflits de représentation. Pour comprendre la complexité de cette ouverture de l'espace montagnard le recueil du discours des acteurs semble à même de révéler les diverses logiques individuelles et collectives. De nombreuses questions découlent de cette approche : l'activité touristique permet-elle la mise en relation des différents acteurs ? Quelles sont leurs relations ? Le discours international sur le tourisme, développé par les organismes internationaux, est-il approprié par les populations locales ? Quels bénéfices pour quels acteurs, à quelle échelle ?

- **Une approche par les représentations:** Le **tourisme est un champ d'application concret pour le concept de représentation** de plus en plus utilisé en géographie. Dans ce cadre le Kilimandjaro a une histoire particulière puisqu'il a été dès sa découverte au cœur d'un mythe (le toit de l'Afrique) qui s'est construit et reconstruit au fur et à mesure de son exploration et du développement de la région. Cette imagerie, issue des récits de colons, est aujourd'hui utilisée dans la **mise en produit de la montagne**. Dans le cadre du tourisme, la montagne devient donc un espace de confrontation des représentations des divers acteurs :
  - Pour les populations locales, le Kilimandjaro est un espace où elles produisent leurs propres systèmes de représentation.
  - Pour les touristes, et les acteurs du tourisme extérieur, le Kilimandjaro est un espace de projection de représentations construites ailleurs.

Il faut donc comprendre comment ces deux logiques se confrontent, se rencontrent.

Par ailleurs, à travers les représentations nous étudierons le processus de mise en produit de l'espace montagnard. Il s'agit de comprendre qu'elle image de la montagne est véhiculée pour attirer les clients, quel type de touriste pratiquent les hauts lieux montagnards et d'observer à une échelle internationale comment les montagnes sont mise en concurrence.