

## La culture, comme ressort de la diffusion touristique dans l'archipel indonésien

CHRISTINE CABASSET

---



### *Résumés*

Cet article met en lumière le processus d'expansion de l'espace touristique en Indonésie. Dans ce vaste archipel qui se caractérise par une très grande diversité environnementale et culturelle, la « Culture » constitue traditionnellement l'axe de communication majeur. Bien qu'étant un « Monde d'une diversité infinie », le pays connaît pourtant une grande concentration spatiale du tourisme. Bali est depuis toujours la première destination touristique du fait de sa renommée et de son antériorité en matière d'infrastructures. Sous le coup de la croissance des arrivées touristiques internationales que l'Indonésie a connu entre 1969 et 1997, de la volonté de l'Etat de diffuser l'activité touristique dans d'autres régions de l'archipel, de la quête de « culture » d'une partie des touristes, un mouvement d'expansion va bien avoir lieu, notamment vers des minorités ethniques « primitives ». Ce mouvement d'expansion, bien que marginal par rapport aux flux principaux, est cependant remis en cause avec la crise touristique que l'Indonésie traverse depuis 1998, dont l'attentat de Bali en octobre 2002 fut le point d'orgue.

This article focuses on the process of expansion of tourism in Indonesia. In this vast archipelago of immense environmental and cultural diversity, "culture" has been its main tourist promotion theme. Even though Indonesia is a "world of infinite diversity", its tourist spots are highly concentrated in a few regions. Undoubtedly Bali remains THE place to visit given its fame and early infrastructural developments. However, due to the phenomenal growth in the numbers of international tourists between 1969 and 1997, the State's desire to diffuse tourism to other regions of the Archipelago, and the quest for "culture" by some tourists - tourism in Indonesia has expanded, especially to regions of "primitive" ethnic minorities. This expansion, even if marginal related to the mains streams, has been seriously threatened since 1998 by the crisis in tourism in Indonesia - of which the bombing in Bali in October 2002 was the pinnacle.

---

### *Entrées d'index*

**Mots-clés** : tourisme, Indonésie, Nation, Minorités ethniques

**Keywords** : tourism, Culture, Indonesia, Ethnic minorities

## Introduction

- 1 Plus vaste archipel du monde, l'Indonésie, étire ses deux millions de km<sup>2</sup> de terres émergées sur 5 000 kilomètres d'est en ouest et autant du nord au sud, en un espace fortement marqué par l'insularité, puisqu'il comprend plus de 17 000 îles<sup>1</sup>. De cet éclatement géographique est née une très grande diversité, culturelle et environnementale. L'espace littoral alterne plages de sable, falaises, criques et baies, jungles et forêts couvrent encore une partie importante des massifs montagneux et des plaines de Sumatra, de Kalimantan, de Papouasie Occidentale (ex. Irian Jaya) où de nombreux parcs naturels et réserves abritent une faune et une flore variées. Également plus grande zone volcanique du monde, le pays compte quelque 500 volcans, dont une centaine en activité. Ceux-ci s'égrainent sur l'ensemble de l'archipel, avec une plus grande concentration sur les îles de Sumatra, Java, Bali, Lombok, Sumbawa, Florès, constituant d'un point de vue touristique, un paysage remarquable, et pour un certain nombre d'entre eux, des sites de trekking. La diversité ethnique n'est pas moins grande avec, dans un pays qui compte environ 220 millions d'habitants (2003), de 90 à 300 groupes ethniques<sup>2</sup> et quelques 600 langues en vigueur dans l'archipel, dont 251 langues pour la seule Papouasie Occidentale (Samuel, 2000). Cette grande diversité culturelle constitue l'argumentaire touristique majeur de l'Indonésie pour ce pays qui s'est positionné dès 1977 sur le créneau du tourisme culturel.
- 2 Dans ce « Monde d'une diversité infinie », comme le rappellent les brochures promotionnelles nationales, tout n'est pas touristique, loin s'en faut. Comme en d'autres pays du monde, l'activité touristique en Indonésie est marquée par une forte concentration spatiale, à l'échelle nationale ou locale. Bali joue dans ce schéma un rôle particulier, tant au titre de première destination de l'archipel qu'en tant que modèle d'un succès touristique dû à sa culture. Bien que le développement touristique de l'Indonésie repose en premier lieu sur un tourisme balnéaire ou urbain, une diffusion va avoir lieu, en particulier auprès de minorités ethniques des régions périphériques. L'objectif de cet article est d'identifier les ressorts de cette diffusion touristique, dans laquelle la culture peut être vue comme l'un des moteurs, et de voir en particulier comment, et selon quelle interaction, l'État indonésien, les touristes et les populations locales participent à cette expansion. Dans ce processus, et par l'étroite relation qu'ils entretiennent, « tourisme » et « culture » constituent bien un enjeu, économique, social et politique, pour l'État comme pour les populations concernées, dont les touristes sont les porteurs et les vecteurs.
- 3 Ainsi, s'employant à favoriser une diffusion touristique sur le territoire national, l'État indonésien est amené à faire la promotion de la diversité ethnique, alors que la priorité est donnée, depuis l'indépendance, au processus unitaire. Sur le terrain, l'intérêt de l'État pour une diffusion touristique rencontre le souhait d'une partie croissante de touristes de vivre au plus près de populations locales traditionnelles, vivant dans un environnement naturel préservé, et qui sillonnent, en un ou plusieurs séjours, l'archipel en un front pionnier touristique. Ce sont donc quelques populations de l'intérieur, restées le plus longtemps à l'écart de l'activité touristique classique, et d'une manière générale du circuit économique national, qui se retrouvent sur la scène du tourisme international. Celles-ci s'investissent autant dans la gestion du tourisme local que dans la valorisation de leur « identité culturelle ». Avec le succès touristique, vient en effet la conscience de la valeur d'un patrimoine culturel dont elles ont la charge, y voyant non seulement leur « fond de commerce », mais aussi une source de fierté, qui aboutit à un changement de regard sur elles-mêmes, voire à un enjeu politique.
- 4 Ce mouvement de diffusion, qui correspond à la période de croissance des arrivées internationales que l'Indonésie a connu jusqu'en 1997, s'est considérablement ralenti avec la crise touristique que le pays traverse depuis cette date et dont l'attentat de Bali d'octobre 2002<sup>3</sup> et le SRAS en 2003 ont été les points d'orgue.

# I. L'Indonésie, une destination culturelle dont l'activité touristique repose sur une concentration spatiale littorale

## I.1 1969-1997, une croissance continue des arrivées touristiques internationales

- 5 L'évolution des arrivées internationales en Indonésie est marquée par une croissance moyenne de 17% par an, entre 1969 et 1997, passant d'un peu plus de 86 000 arrivées internationales en 1969 à un peu plus d'un million en 1987, pour atteindre 5,2 millions en 1997, se stabilisant difficilement au-dessus de la barre des 5 millions depuis 1998. Arrivées internationales en Indonésie et recettes touristiques 1965-2003

	Arrivées	Recettes (en millions \$US)
1965	30 000	
1970	129 000	16,2
1975	366 000	62,3
1980	561 000	289
1985	749 000	525,3
1990	2 177 000	2 105
1995	4 324 000	5 228
1997	5 185 000	5 321
1998	4 606 000	4 331
1999	4 727 000	4 710
2000	5 064 000	5 748
2001	5 153 000	5 428
2002	5 033 000	4 305
2003	4 400 000 *	4 037 *

\*estimations

Source : Ministère de la Culture et du Tourisme

- 6 L'Indonésie est arrivée plus tardivement sur la scène du tourisme internationale que ses concurrentes du sud-est asiatique, notamment la Thaïlande, Singapour ou la Malaisie, du fait de la page particulièrement sanglante de son histoire, du « coup d'État » de 1965 qui se solda par la mort de 500 000 à un million de personnes et amena Suharto et « l'Ordre Nouveau », régime qui le caractérise, au pouvoir en 1966. Si le tourisme international devient une priorité dès 1969 en tant que facteur du développement économique national, il devient aussi un moyen de restaurer une image largement écornée par les massacres de 1965, par la promotion d'une image de paix sociale et de rétablissement de l'ordre (Picard, 1992). La reprise symbolique de l'activité touristique fut signée, en 1969, avec l'inauguration de l'aéroport international Ngurah Rai à Bali. Mais c'est surtout en 1983 que le tourisme devient, avec une série de mesures concrètes, une priorité, avec la création du ministère du Tourisme, des Postes et des Télécommunications, alors que jusqu'à cette date, il dépendait du ministère des Communications. De même, cette année-là, était instauré le principe d'une exemption de visa (visa gratuit, délivré sur place et d'une validité de deux mois) pour les touristes provenant des principaux pays émetteurs.
- 7 La croissance des arrivées internationales en Indonésie a permis au pays de se hisser du dixième rang qu'il occupait en 1990 dans l'accueil des flux internationaux en Asie de l'Est /

Pacifique, au sixième rang en 1997, derrière la Chine, Hong Kong, la Thaïlande, la Malaisie et Singapour (et au vingt-septième rang des pays d'accueil dans le monde). Arrivées internationales dans les 10 premières destinations touristiques en Asie de l'Est-Pacifique (en millions)

	1990	rang	1995	rang	2000	Rang
<b>Chine</b>	10,4	1	20	1	31,2	1
<b>Hong Kong</b>	6,6	2	10,2	2	13	2
<b>Malaisie</b>	7,4	3	7,4	3	10,2	3
<b>Thaïlande</b>	5,3	4	6,9	4	9,5	4
<b>Singapour</b>	4,8	5	6,4	5	?	5
<b>Macao</b>	2,5	8	4,2	7	6,7	6
<b>Corée Sud</b>	2,9	7	3,7	8	5,3	7
<b>Indonésie</b>	<b>2,1</b>	<b>10</b>	<b>4,3</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>8</b>
<b>Australie</b>	2,2	9	3,7	9	4,9	9
<b>Japon</b>	3,2	6	3,3	10	4,7	10

Source : OMT

- 8 Sur un plan économique, les recettes touristiques de l'Indonésie s'élevaient, en 2000, à 5,7 milliards de dollars, constituant la deuxième source de revenus hors hydro-carbures, après le textile<sup>4</sup>. Son importance économique, abondamment communiquée par l'État, était telle que l'État indonésien projetait, avant la crise de 1997, d'en faire sa première source de devises au début du troisième millénaire, misant sur l'accueil de onze millions de touristes étrangers. Ce fut loin d'être le cas, puisque l'archipel fait face à une contraction des arrivées touristiques depuis 1998. La crise financière asiatique de 1997, qui se double en Indonésie d'une crise économique, sociale et politique, mène à la chute de Suharto en 1998. L'Indonésie connaît à partir de cette date une crise touristique, liée à une série d'événements internes, conflits ethniques, religieux, militaires, qu'un pouvoir fort et le développement économique avaient jusque là permis d'occulter, et à de nouveaux événements internationaux. L'année 2003 apparaît comme une sorte de paroxysme, l'Indonésie subissant les effets dévastateurs de l'attentat de Bali du 12 octobre 2002, puis, comme l'ensemble des pays asiatiques, du SRAS en 2003.

## I.2 La provenance des touristes, premier facteur d'explication de la répartition touristique

- 9 Pesant pour 71% dans les arrivées internationales totales en Indonésie en 1990, pour près de 80% en 1997 et pour environ 77 % ensuite, le marché Asie de l'Est / Pacifique est le principal marché touristique de l'archipel. Ce poids du tourisme régional témoigne d'une croissance spectaculaire durant les années 1980 et 1990 surtout. En particulier sous l'effet de la croissance économique et de l'urbanisation accélérée que l'Asie de l'Est a connu dans les trente dernières années, les flux touristiques en provenance des grandes villes asiatiques ont cru de façon importante, vers les hauts lieux touristiques de la région, avec des mouvements plus amples de l'Asie du Nord Est vers l'Asie du Sud Est. Les principaux pays émetteurs à destination de l'archipel indonésien sont Singapour, le Japon, Taiwan, la Malaisie et l'Australie. En dépit de la chute des arrivées internationales en 1998, les flux provenant de Taiwan ont été multipliés par soixante entre 1985 et 2000, ceux en provenance de la Corée du Sud par vingt, de Singapour par dix, de la Malaisie et du Japon par sept. Arrivées internationales en Indonésie par région et principaux pays de provenance 1985-2002

	1985	1990		1995		2000		2002	
	nombre	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Singapour	142 466	621 069		1 046 533		1 427 886		1 447 315	
Malaysia	65 808	189 446							
Philippines	8 553	17 305		511 903		475 845		475 163	
Thaïlande	nc	17 226							
				96 242		79 682		84 060	
				38		48		50	
				908		477		589	
Total ASEAN	nc	848 817	38,9	1 705 227	39,4	2 050 001	40,4	2 085 736	41,4
Japon	89 221	263 398							
Taiwan	7 994	119 339		486 278		643 794		620 722	
Australie	122 982	179 483							
Corée Sud	11 946	44 113		352 797		356 436		400 334	
Hong - Kong	15 243	49 961							
				320 494		459 994		346 245	
				58					
				091		213 762		210 581	
				93		72		78	
				163		461		018	
Asie Pacifique Hors ASEAN	nc	702155	32,3	1 558 671	36	1 909 353	37,7	1 818 118	36,1
Total Asie-Pacifique	nc	1 550 972	71,2	3 263 898	75,4	3 959 354	77,7	3 903 854	77,5
Allemagne	31 657	87 455		167 653					
Gde Bretagne	36 854	91 897		165 788		151 897		142 649	
Pays-Bas	33 048	107 609		136 858					
France	23 758	54 786		80 422		161 662		160 077	
Italie	19 655	42 034		55 725					
						105 109		110 631	
						93 477		96 844	
						63		56	
						208		857	
Total Europe	nc	484 383	22,2	793 842	18,4	799 769	15,8	833 004	16,5
USA	58 599	101 399		155 111		176 379		160 982	
Total Amériques	nc	127 278	5,8	201 149	4,6	232 117	4,6	222 052	4,4
Afrique	nc	2 380	0,1	38 128	0,9	37 573	0,7	36 503	0,7
Moyen-orient	nc	12 553	0,5	27 212	0,6	35 404	0,7	37 987	0,7
TOTAL	749351	2 177 566	100	4 324 229	100	5 064 217	100	5 033 400	100

Sources : 1985 : Euro Asia Managment, National, 1998, p. 11 ; 1990-2000 : statistiques Ministère de la Culture et du Tourisme ; 2002 : BPS / tourisme (bureau central des statistiques / Indonésie)

10

Ces flux régionaux sont notamment alimentés par un important tourisme d'affaires dans cette zone particulièrement dynamique que constitue le triangle de croissance de l'Indonésie occidentale, la Malaisie et Singapour. Une grande partie de ces flux se dirigent, en Indonésie, vers les grandes villes de l'archipel, mais aussi vers l'archipel des Riau, notamment vers les îles de Batam et Bintan dédiées au tourisme balnéaire et haut de gamme, situées à proximité immédiate de Singapour et reliées à la Cité-État en une demi-heure de navette maritime rapide. L'étude des arrivées à Batam, deuxième port d'entrée en Indonésie après Bali, révèle qu'en 2000, 78% des visiteurs proviennent des pays de l'ASEAN, dont 65% de Singapour et 11% de la Malaisie (Statistiques Ministère de la Culture et du Tourisme, 2004). Des observations de terrain effectuées dans les années 1990 en divers lieux de l'archipel m'ont amené à constater l'absence de ces touristes asiatiques des régions rurales et des milieux naturels « sauvages » recherchés par une partie des touristes européens. Les pratiques de ces touristes asiatiques contribuent donc plus à une concentration touristique en quelques centres

qu'à une diffusion vers leurs périphéries. Ce constat général semble toujours prévaloir, même si, au fil des ans et de « l'éducation touristique » (MIT, 2002), un nombre croissant de jeunes japonais rencontrés à Bali à la fin des années 1990 et en 2000, délaisse le sud urbanisé pour séjourner en milieu rural, à Ubud, « centre culturel » de Bali, pour des stages de langue indonésienne ou de danse balinaise.

- 11 Le deuxième grand marché après celui de l'Asie de l'Est / Pacifique est l'Europe qui représente environ 16% des arrivées internationales totales en Indonésie en 2000 (avec 800 000 arrivées), les Allemands, les Hollandais, les Anglais, les Français et les Italiens étant les plus nombreux. Le marché européen intéresse la Direction Générale du Tourisme car il se caractérise (en 2000) par un temps de séjour moyen de quinze jours à trois semaines alors qu'il est de cinq à sept jours pour les Sud-Est asiatiques et de sept à douze jours pour les Nord-Est Asiatiques (BPS, bureau central des statistiques). L'autre grand intérêt de ce marché européen pour les autorités nationales du tourisme, comme pour les sociétés d'accueil concernées, est qu'il est particulièrement présent sur les destinations culturelles, comme Bali, où il représente plus de 30% des arrivées en 2000, et qu'il est largement majoritaire auprès des foyers touristiques mineurs de l'archipel, jouant un rôle de premier plan dans l'extension de l'espace touristique.

### **I.3 Concentration spatiale du tourisme**

- 12 À l'instar des observations faites au niveau mondial, en Indonésie, la répartition des flux touristiques est très inégale, faisant apparaître quelques lieux touristiques de premier ordre, un réseau de lieux émergents, la plus grande partie du territoire national étant peu intégrée à l'espace touristique international.
- 13 À l'échelle nationale, et en dépit d'une « diversité infinie », l'activité touristique est donc fortement concentrée en quelques lieux. Parmi eux, deux anciens lieux touristiques dominent : l'île de Bali, et la ville de Yogyakarta, cette dernière se positionnant comme « centre culturel de l'Indonésie » et donnant accès au patrimoine monumental imposant que constituent les temples de Prambanan et de Borobudur. Il se trouve que ces deux destinations sont aussi les héritières du patrimoine hindo-bouddhique, patrimoine traditionnellement très valorisé, d'abord par les Hollandais, puis par les républicains indonésiens, tous ayant eu intérêt à exacerber et à promouvoir la civilisation brillante dont ce patrimoine témoignait. Replaçant ces territoires touristiques dans l'organisation spatiale du bassin Asie Orientale / Pacifique, Bali et Yogyakarta apparaissent comme deux hauts lieux du tourisme international contrairement aux îles de Batam et Bintan, lieux touristiques plus récents et dont le fonctionnement reste dominé par les flux régionaux. En dehors de ces territoires touristiques, un réseau de lieux touristiques internationaux émergents s'est mis en place, notamment à Sulawesi Sud chez les Toraja, à Sumatra Nord chez les Toba Batak de l'île de Samosir, ou à Sumatra Ouest chez les Minangkabau de Bukittinggi par exemple.
- 14 L'accès reflète cette concentration puisqu'en 2000 les trois portes d'entrée principales de l'archipel, accueillait 72% des visiteurs internationaux : Bali (1,4 million d'arrivées) ; Batam (1,1 million) ; Jakarta (un million).
- 15 D'un point de vue de la capacité hôtelière, et à part Bali dont l'essentiel de l'activité économique repose sur le tourisme, les provinces qui comptent le plus d'hôtels sont aussi celles qui sont les plus dynamiques sur le plan économique. Java, plus de 60% de la population totale du pays et la plus forte dynamique économique, compte plus de la moitié des 428 000 lits du pays (2003). Sept provinces, sur les trente que compte l'Indonésie en 2003 - Bali, Java Ouest, le territoire spécial de Jakarta, le territoire spécial de Yogyakarta, Java Centre et Sumatra Nord - concentrent 80% du nombre total de lits.



## I.4 Bali, haut lieu du tourisme international

16 Locomotive de l'activité touristique en Indonésie, Bali, île hindouiste, a joué et joue toujours un rôle capital en tant que destination culturelle, bien que son développement touristique soit avant tout dû à son attrait balnéaire. L'île a bénéficié de son antériorité touristique, en terme d'image, connue des artistes occidentaux depuis les années 1920, promue par les Hollandais, et plébiscitée par les « routards » des années 1970 et 1980. Ces derniers ont véritablement ouvert un front pionnier touristique, conférant à l'île son image d'étape incontournable, tout comme Goa en Inde ou Kathmandou au Népal à la même époque, et son image de paradis balnéaire. Bali doit son succès à la richesse de son offre touristique sur un périmètre restreint. Le visiteur le plus pressé peut voir au cours d'un circuit à la journée une « multitude » d'intérêts touristiques, liés à l'environnement naturel - volcans, lacs, forêts, rizières en terrasses -, ou à l'environnement culturel - temples, cortèges se rendant aux cérémonies, offrandes, arts et artisanat (peinture, sculpture sur bois ou sur pierre, musique, danse...) -. Destination modèle du tourisme culturel, c'est-à-dire « un tourisme qui met à profit les manifestations culturelles de l'île pour y attirer les touristes, tout en utilisant les revenus du tourisme pour préserver et promouvoir la culture balinaise » (Picard, 2001), le concept fut repris à l'échelle nationale en 1977 et influence depuis les populations d'autres destinations touristiques. Haut lieu du tourisme international servi par sa culture, la diversité et la qualité des infrastructures hôtelières et par la sécurité touristique que l'île symbolisait, le succès de Bali semblait inaltérable... jusqu'à l'attentat du 12 octobre 2002.

17 C'est donc sur Bali qu'a reposé le développement touristique de l'Indonésie correspondant notamment aux années de croissance des arrivées internationales des années 1980-1990. Le tourisme fait vivre un grand nombre de Balinais : 38 % de la population active serait concernée par le tourisme, et l'activité contribuerait à plus de 50% des revenus des Balinais (Couteau, 2002). Avec presque 60 000 lits en 2003 (BPS, bureau central des statistiques, 2003), Bali, qui compte environ 3,3 millions d'habitants en 2003, est la province qui offre la plus grande capacité d'hébergement dans l'archipel. On ne connaît pas exactement le nombre de touristes arrivant à Bali. On sait que cette île aurait accueilli en 2000, 1,4 million d'arrivées internationales directes, et que plus de cinq millions de visiteurs (étrangers et indonésiens) au total seraient arrivés par tous types de transport (dont deux millions par avion et trois millions par bateaux) sur l'île (Bali Tourism authority, 2003).

18 Si, à l'échelle nationale, Bali concentre l'activité touristique, à l'échelle locale pourtant, l'étude de la répartition des flux laisse apparaître de grandes inégalités. Là aussi, on peut observer une concentration de l'activité en quelques lieux touristiques, l'émergence de nouveaux lieux, et une grande partie de l'île peu intégrée à l'espace touristique. Les excursions, vers les sites touristiques les plus fréquentés, comme le volcan et le lac Batur, le temple de Tanah Lot, la source sacrée de Tirta Empul, se font généralement à la journée et au départ du sud de l'île. Le sud concentre en effet la très grande partie des infrastructures touristiques et, au sein de celles-ci, l'immense majorité des hôtels classés, des restaurants, des agences de voyages et autres services, locations de véhicules, bureaux de changes, guides... Kuta, Sanur et Nusa Dua sont les trois principales stations touristiques, littorales, de l'île, fournissant 76% du nombre total d'employés dans l'hôtellerie toutes catégories à Bali. Les départements (*kabupaten*) dont elles relèvent, Badung et Denpasar, concentrent en 2000, 76,8% du nombre de lits total et presque 94% des lits en hôtels (BPS Statistiques Province de Bali, 2001).

19 Dans la mise en tourisme de Bali, tourisme et populations locales ont toujours été étroitement associés, conduisant à la transformation des villages originels en des « villages touristifiés » (MIT, 2002). Là, comme en d'autres endroits en Indonésie, le développement touristique a d'abord reposé sur l'initiative des populations locales. À Kuta par exemple, station majeure sur la côte sud-ouest qui connut le plus fort et le plus ancien développement, les populations locales se sont organisées pour héberger les touristes chez elles dans un premier temps, puis, dans les années 1960-1970, dans des chambres construites dans l'enceinte de l'espace privé, avant de construire des petits hôtels. Si, dans les années 1990 surtout, des *resorts* ont été construits sur les espaces littoraux, à Kuta, à Jimbaran, ou encore

à Sanur, ils sont intimement liés aux villages originels. Une seule station a été construite de toutes pièces en une enclave hôtelière de luxe. C'est le comptoir touristique de Nusa Dua, sur la côte sud-est de Bali, conçu dans les années 1970 (premier hôtel en fonction en 1983), dans l'objectif de protéger la société balinaise et sa culture, attractions majeures de Bali, contre les impacts négatifs du tourisme, suivant les recommandations des experts touristiques (français) consultés pour la réalisation du Plan Directeur du développement du tourisme à Bali (Picard, 1992). Il était possible d'entendre les Balinais dire, dans les années 1990, que ce n'était pas tant la culture que l'on avait cherché à protéger avec cette enclave, que les intérêts des grands groupes hôteliers internationaux.

20 En dehors de cette région sud, quelques autres petites stations littorales se sont développées, Lovina sur la côte nord, Tulamben et Amed à l'Est ou encore Candidasa au Sud-Est, une seule station, Ubud, s'étant développée en dehors de la zone littorale. Celle-ci communique traditionnellement sur son rôle de « centre culturel » (musées et nombreuses galeries de peinture, sites historiques et religieux...), sur l'alternative calme et « authentique » qu'elle offre par rapport à Kuta, et sur un environnement naturel attractif de rizières et de rivières. Restée longtemps davantage une destination découverte au cours d'excursion qu'un lieu de séjour, Ubud a connu, dans le courant des années 1990, un développement touristique important, attirant de grands groupes internationaux avec l'implantation d'hôtels de luxe comme « l'Intercontinental », l'« Amandari », ou encore le « Four Seasons ».

21 Le développement touristique de la décennie 1990 s'est également traduit par une diffusion touristique. Cette diffusion a été initiée en premier lieu par les Balinais selon le modèle de diffusion centre-périphérie, avec le développement de petites structures hôtelières locales en milieu rural, à proximité des axes touristiques (Munduk ou Jatiluwih par exemple) ou des centres touristiques (Péliatan ou Sayan dans les environs d'Ubud). En nombre de chambres, c'est l'action des groupes hôteliers et de l'État qui fût déterminante, avec l'implantation de nouveaux hôtels ou projets en dehors des « centres » touristiques. C'est le cas du « Bali Nirvana Resort », un 5 étoiles du groupe ACCOR (Mérédien) construit sur la côte ouest, mais dont la construction, réalisée dans le périmètre du site religieux du temple de Tanah Lot, avait provoqué en 1993-1994, la mobilisation et l'opposition des étudiants et intellectuels balinais. Autre exemple, le Bali Pecatu Indah Resort, qui concerne le Bukit, presque île à l'extrême sud de Bali. Ce projet, encore en cours de réalisation, devait à terme comprendre six ou sept hôtels et complexes résidentiels, deux parcours de golf et une marina... À proximité immédiate, est située ce qui doit devenir la plus haute statue du monde (125 m), le Garuda Wisnu Kencana, implantée dans un vaste parc à thème culturel (Garuda, aigle-symbole de l'Indonésie portant le dieu hindou Wishnu sur ses épaules). Ce dernier projet rencontrait, là aussi, de vives critiques de la part des Balinais, peu enclins à accepter de l'État la création de ce site culturel quand le monde entier venait à Bali pour voir la culture balinaise. En 2004, la construction de la statue était loin d'être achevée mais, néanmoins, la démesure du projet, sa localisation dans un site exceptionnel et les deux statues de Garuda et Wishnu en cours de réalisation, attiraient déjà bien des groupes et touristes individuels sur le site.

22 Le fait que Bali soit devenu un territoire touristique international grâce à sa culture a largement contribué au processus de diffusion touristique. Par un effet mécanique de « vase communicant », des flux partent de Bali pour d'autres îles, notamment celles situées à l'Est, d'autant qu'une partie croissante des touristes est motivée par la découverte de régions moins fréquentées, moins équipées que Bali, vers Lombok, Florès ou Sumba par exemple. Bali intervient d'une autre manière dans la diffusion touristique : son succès et sa renommée mondiale dus à sa culture, jouent un rôle fondamental dans la prise de conscience, et dans la promotion, de la valeur des cultures locales, tant par l'État que par d'autres groupes ethniques. Succès convoité ou succès décrié, « comme Bali », « mieux qu'à Bali » ou « contrairement à Bali », Bali reste la référence en matière de culture et de tourisme pour les populations de l'archipel.

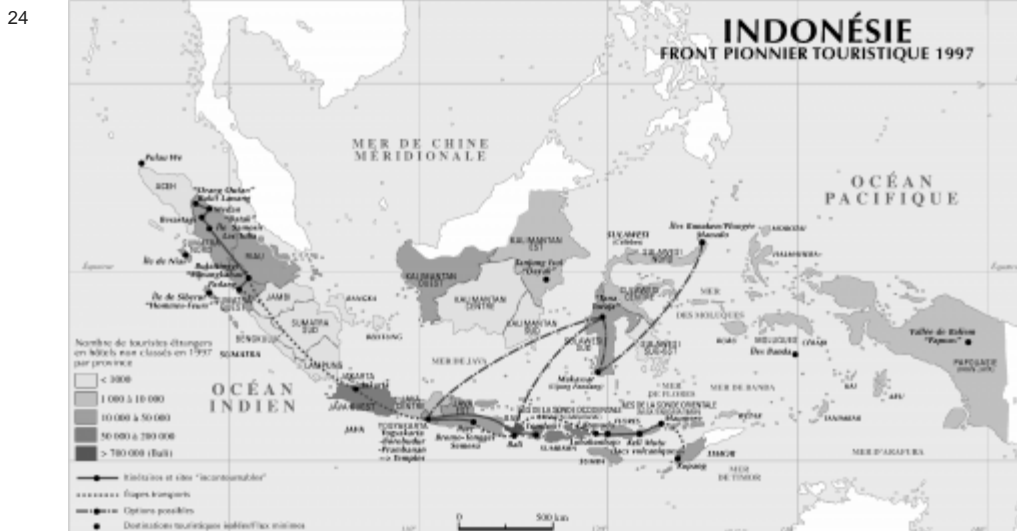


# II. État, touristes, populations locales, acteurs de la diffusion touristique

## II.1 L'extension de l'espace touristique, une volonté de l'État

### II.1.1 Les plans de développement national

23 Les conclusions des études réalisées en 1967-1968 par des experts internationaux sur les orientations à donner au développement touristique en Indonésie, recommandaient de concentrer en priorité le développement touristique à Bali en raison d'une image déjà mondialement établie et des garanties de sécurité que l'île offre (figure 1). Avant de se ranger finalement aux avis des experts étrangers, les Indonésiens étaient initialement partisans d'une diffusion du tourisme dans l'archipel, dans l'objectif de faire bénéficier un plus grand nombre de régions et de populations des revenus du tourisme, mais aussi de ne pas renforcer les spécificités culturelles, religieuses, de Bali (Picard, 1992). Suivant les orientations données par le premier (1969-1974) des Plans Quinquennaux de Développement national, le développement touristique a donc concerné en premier lieu les régions centrales, déjà connues, accessibles et équipées, comme Bali et Yogyakarta. Puis, dans un objectif de développement économique et d'intégration nationale des diverses régions et populations, l'État s'est attaché à étendre l'espace touristique.



**Figure 1 : Front pionnier touristique en Indonésie**

25 Ainsi, lors du troisième Plan (1979-1984) dix régions sont déclarées prioritaires : Jakarta, Java Ouest, Centre, Est, Yogyakarta, Bali, Sulawesi Nord et Sud, Sumatra Nord et Ouest. Durant le quatrième Plan (1984-1989) sept provinces s'ajoutent à cette liste : Aceh, Riau, Sumatra Sud, Petites Iles de la Sonde Occidentale (Nusa Tenggara Barat), Petites Iles de la Sonde Orientale (Nusa Tenggara Timur), les Moluques et Kalimantan Est. Si bien qu'en 1995, durant le sixième Plan (1994-1999), vingt-quatre provinces sur les vingt-sept que comptait l'Indonésie à l'époque<sup>5</sup>, étaient déclarées prioritaires pour le développement touristique. Cette politique « d'ouverture » des régions périphériques s'exprime notamment par la promotion, donnant, dans le cas des marges instables - Aceh, la Papouasie Occidentale ou, en d'autres temps, le Timor oriental - l'apparence d'une liberté de circulation et d'une promotion touristique équitable.

26 Dans un archipel aussi vaste que peut l'être l'Indonésie, les moyens de transport sont fondamentaux. Après l'indépendance, l'État indonésien poursuit l'œuvre entreprise par la puissance coloniale néerlandaise dans le resserrement de l'espace par les différents moyens de

transport, aérien, ferroviaire, maritime et terrestre. Toutes les provinces sont reliées au centre par transport aérien par la compagnie aérienne nationale Garuda et par d'autres compagnies, nationales ou privées. Certaines localités reculées, des Moluques ou de Papouasie Occidentale, peuvent ainsi être desservies par de petits avions atterrissant sur des pistes d'herbe, mais les efforts ont surtout visé l'amélioration de la desserte des centres économiques et touristiques. Le fait que Tana Toraja par exemple, à Sulawesi Sud, soit doté d'un aéroport témoigne de la volonté de l'État de faciliter l'accès à cette destination touristique située à huit heures de bus de la capitale provinciale, Makassar (ex. Ujung Pandang). En revanche, les liaisons inter-provinces nécessitent souvent de repasser par les principaux aéroports, Jakarta, Bali, Medan ou Padang et l'accès aux provinces les plus excentrées reste très coûteux. Le réseau routier quant à lui, est l'axe majeur des déplacements intra-îles, étant particulièrement bien développé dans les îles les plus peuplées, Java, Bali, Sumatra. Le réseau de bus, principal moyen de transport pour les Indonésiens, est donc plutôt performant dans ces régions, décliné en lignes régulières omnibus, lignes express et lignes touristiques. Dans les autres îles, les faibles densités de population et les conditions naturelles qu'elles connaissent (relief, végétation...) n'ont pas motivé la mise en place d'un tel réseau. De même pour le réseau ferroviaire, hérité de l'administration coloniale néerlandaise, propre aux îles de Sumatra et de Java surtout, dont les lignes principales relient Jakarta à Surabaya à l'Est de l'île, via Yogyakarta et Solo par une voie sud et via Semarang par une voie nord. Le transport maritime, privilégié des voyageurs « petits budgets », qu'ils soient indonésiens ou touristes, est le meilleur moyen pour accéder aux régions et populations isolées. La Compagnie Royale des Messageries maritimes (Koninklijke Paketvaart Maatschappij) avait organisé dès 1888 un réseau dense, régulier et ponctuel, reliant les grands ports et les petites îles lointaines. Depuis 1957, ce sont les bateaux de la compagnie nationale indonésienne PELNI qui sillonnent l'ensemble de l'archipel, d'Aceh à la Papouasie Occidentale, complétant la couverture aérienne du territoire, particulièrement dans sa partie orientale.

27 À échelle locale, l'extension du territoire touristique repose sur de grands investissements privés, encouragés par l'État et les autorités régionales pour leurs capacités à générer des flux et des recettes significatifs (sans compter le rôle que la corruption peut jouer dans le développement touristique, toute autorisation d'implantation d'hôtel valant quelques cadeaux, argent, terrain, maison, voiture...). Le développement touristique reposant sur le tourisme balnéaire, les plus beaux sites à vocation balnéaire étaient, à la fin des années 1990, déjà acquis par de grands groupes sur des parcelles de 100 à 400 ha (Euro Asia Management, 1998). Enfin, que ce soit à Sulawesi Nord dans les environs de Manado, à Sulawesi Sud, ou sur la façade occidentale de l'île de Sumatra dans les environs de Padang notamment, tous les projets récents de développement touristique étaient situés à proximité des grands centres urbains, visant une clientèle indonésienne dans le cadre d'un tourisme de week-end ou d'affaires et une clientèle internationale en provenance de Singapour ou d'autres pays de l'ASEAN. Ailleurs, en milieu rural, cette diffusion repose sur l'initiative privée des petits acteurs locaux.

### *II.1.2 La promotion de l'écotourisme et d'un tourisme au profit des populations locales*

28 La Direction Générale du tourisme fait la promotion des régions périphériques, en diffusant d'une part l'argumentaire « il y a bien plus à voir que Bali », et d'autre part, en intensifiant, dans le courant des années 1990, sa communication en direction de l'écotourisme dans des régions et auprès de groupes ethniques excentrés. C'est ainsi qu'elle publiait, dans les années 1990, une série de brochures d'appel « Tourisme maritime », « Ecotourisme », « Nature et réserves », « Agrotourisme », « Tourisme de santé », « Tourisme de croisière »... Ces documents mettent régulièrement l'accent sur le souci des autorités nationales de veiller à une juste répartition des revenus du tourisme auprès des communautés isolées, sur la protection du patrimoine naturel et culturel, soucis qui se sont révélés, par endroit, peu en rapport avec les pressions exercées de fait sur ce patrimoine naturel ou sur les minorités ethniques.

29 Les actions et discours de l'État en faveur d'une diffusion touristique vers les régions périphériques de l'archipel, sont influencés par ceux des Nations Unies ou de l'Organisation Mondiale du Tourisme en faveur du développement durable, du tourisme durable ou de l'écotourisme. Devenaient alors systématiques, avec plus d'acuité à la fin des années 1990, début des années 2000, les principes d'un tourisme au profit des populations locales, de l'implication de ces dernières dans la conservation et la promotion des ressources naturelles et culturelles. La Direction Générale du Tourisme publiait ainsi en août 1999 un document d'appel intitulé « Le tourisme dans les communautés et villages en Indonésie », destiné à promouvoir une « forme de tourisme qui puisse permettre le développement durable de villages en zones rurales où vivent toujours 70% de la population ». Dans ce document, étaient promus douze villages, deux à Java Ouest, trois dans le Territoire spécial de Yogyakarta, quatre à Bali, un à Sulawesi Nord et un à Sulawesi Centre (plus précisément aux îles Togian) et un à Sumatra Nord (sur l'île de Nias). Ces villages présentent la particularité d'être majoritairement situés à la périphérie de centres urbains ou de destinations touristiques majeurs. Pour cette initiative, l'Indonésie recevait l'assistance de l'Organisation Mondiale du Tourisme et du PNUD (OMT, 2003). Ce programme ayant été lancé au moment où l'Indonésie connaissait une nette contraction de l'activité touristique, il semble difficile d'envisager la réalisation et le fonctionnement de l'intégralité de ces projets<sup>6</sup>.

### *II.1.3 La promotion d'un folklore tribal*

30 Avec le modèle balinais, la culture constitue un moteur de la diffusion touristique. L'Indonésie a toujours revendiqué sa qualité de destination culturelle, tant du fait de la qualité de son patrimoine monumental, qu'au titre de sa diversité culturelle. Quelques groupes ethniques sont promus par l'État au titre d'intérêt touristique, leur culture « haute en couleur » et leur caractère « authentique », voire « primitif », étant particulièrement mis en avant. S'agissant de la promotion de minorités ethniques par l'État, le paradoxe mérite d'être souligné. Dans l'objectif prioritaire que constitue l'unité nationale, la politique culturelle de l'État, particulièrement sous Suharto (1966-1998), vise à forger une culture nationale. Dans ce processus d'indonésianisation, et même de jakartaisation des populations, les valeurs de civilisation et de modernité sont exacerbées. À l'inverse, tout ce qui est vécu comme un frein au développement et comme une menace à l'unité nationale, est combattu. Dans ce processus, les cultures minoritaires, et notamment les populations « primitives », vont être particulièrement la cible de l'État, au travers de campagnes « d'intégration » parfois violentes. Les populations des hautes terres sont amenées à s'installer dans des zones plus accessibles, les nomades, à se sédentariser, les Papous ou les Dayak, à s'habiller, les hommes-fleurs de l'île de Siberut, à cesser de se tatouer le corps et, dans cet archipel où l'animisme est largement répandu, obligation est faite aux populations de se déclarer pour l'une des religions monothéistes. La réécriture officielle de la diversité culturelle du pays passe également par la création de cultures régionales, qui permet de réduire la diversité culturelle de l'Indonésie au nombre de province. Sont ainsi largement diffusées, dans les musées et les documents promotionnels, les images folkloriques des provinces, symbolisées notamment par une architecture et un costume traditionnels par région. Les expressions de ces cultures régionales, dans le cadre de festivals culturels par exemple, sont, elles aussi, orchestrées et contrôlées par l'État (Picard, 1992 ; Guerreiro, 2001). C'est dans ce cadre d'une modernisation des sociétés et de la sélection de quelques faits folkloriques autorisés que « l'ethnicité », notion taboue dans le processus unitaire, revient en tant que folklore.

31 Trois ethnies sont particulièrement valorisées, depuis « l'ouverture » touristique des provinces dont elles relèvent administrativement (1979-1984), dans la promotion touristique nationale, relayée par les guides de voyages : les Toraja de Sulawesi Sud, les Batak de Sumatra Nord et les Minangkabau de Sumatra Ouest. En dehors de l'architecture typique qui les caractérise et qui joue le rôle de marqueur culturel et touristique, les guides de voyage, qui relaient la promotion touristique nationale, mettent systématiquement en avant l'enclavement géographique qui protège ces populations de toute influence et contact extérieur, qui favorisa

« un isolement total pendant des siècles »<sup>7</sup> et préserva leur « authenticité », dont les ex-traditions de cannibalisme apparaissent comme la meilleure preuve. Ces trois ethnies présentent également l'avantage d'être particulièrement accessibles, situées à une relative proximité de leur capitale régionale respective. En dehors du chiffre peu précis du nombre de touristes étrangers ayant séjourné en hôtels classés et non classés par province (2000 : Sumatra Nord : 107 000 ; Sumatra Ouest : 39 700), nous ne connaissons pas le nombre de touristes accueillis en pays batak (notamment Toba Batak ou Karo Batak) ou à Bukittinggi et Maninjau, à Sumatra Ouest. Les Toraja du département de *Tana Toraja*, groupe ethnique le mieux identifié, mondialement connu pour ses sites et rites funéraires, auraient accueilli 12 500 touristes étrangers en 1984 et 60 000 touristes étrangers en 1995, sur une population totale estimée à l'époque à 365 000 habitants (Michel, 1997).

32 D'autres minorités ethniques ont ensuite été promues, celles-ci constituant un nouveau réseau de lieux touristiques internationaux, plus récents, et recevant des flux plus modestes que le premier groupe. C'est le cas des « Dayak » par exemple, nom générique donné à un ensemble hétérogène de groupes ethniques de Kalimantan, partie indonésienne de l'île de Bornéo. Kalimantan Est est la plus touristique des quatre provinces de Kalimantan. Dans cette province, c'est la région de Kutai, et notamment les Dayak Benua du village de Tanjung Isuy (2000 habitants en 1998), qui incarne la vitrine culturelle et touristique dayak, placée sur le devant de la scène par l'administration provinciale. La région de Kutai, qui concentre la majeure partie de l'activité touristique, a accueilli 1 800 touristes étrangers en 1994<sup>8</sup>, venus là rencontrer un groupe « primitif », notamment ses rites chamanistiques *belian* (Guerreiro, 2001). Autre exemple, la Papouasie Occidentale, province la plus excentrée de l'archipel indonésien par rapport à la capitale nationale, Jakarta. Là, la région la plus touristique, qui constitue la vitrine Papou (autre nom générique donné à l'ensemble des groupes ethniques qui vivent en Papouasie Occidentale) est la vallée de la Baliem, à laquelle on accède par Wamena, ville que l'on atteint par avion de la capitale de la province, Jayapura, ou encore de Biak. L'éloignement et la succession de transferts aériens qu'il implique, font de cette province, une destination chère<sup>9</sup>. De plus, compte tenu des conflits qui opposent, depuis l'annexion du territoire par l'Indonésie en 1962, les Papous à l'armée et au pouvoir central, les voyages en Papouasie Occidentale sont limités à quelques régions et sites et sont soumis à des autorisations<sup>10</sup>.

## II.2 Les touristes, mutations et avancée d'un front touristique pionnier

### II.2.1 Les mutations des années 1990

33 La volonté des autorités indonésiennes d'étendre l'espace touristique, en particulier en direction de quelques lieux et groupes ethniques en marge de l'activité économique et touristique classique, rencontre le souhait d'une partie croissante des touristes contemporains de partir vers des lieux excentrés, voire isolés, à la rencontre des populations locales et des cultures traditionnelles. Si le regard des touristes occidentaux donne, depuis une cinquantaine d'années, de la valeur aux eaux bleu turquoise, aux plages de sable blanc bordées de cocotiers (Stock, 2003), il en donne aussi, le développement économique et l'urbanisation aidant, aux espaces ruraux, montagnards, et aux populations qui y vivent. Cette force du regard qui transforme des lieux reculés en espaces attractifs, va de paire avec une mutation des pratiques touristiques. Randonnées à pied, à cheval, en vélo, escalade, alpinisme, surf, plongée... sont autant de pratiques qui se sont développées de façon importante dans les années 1990, s'exprimant notamment dans un fort développement du voyage d'aventure<sup>11</sup>.

34 Ayant comme première motivation de vivre au plus près de la nature et des populations locales, ces touristes occidentaux voyageant en groupe ou en individuel, jouent un rôle de premier ordre dans la diffusion touristique. L'importance sociale et économique de ces

touristes, qui irriguent des régions isolées et utilisent les infrastructures et les services touristiques locaux, a amené la Direction Générale du Tourisme, à la fin des années 1990, à faire de ces « backpackers », une des cibles de sa politique touristique, les voyant comme les pivots des économies locales<sup>12</sup>. C'est là, d'ailleurs, l'une des différences fondamentales existant entre les touristes occidentaux et les touristiques asiatiques. Du fait de leur accès récent au tourisme, ces citoyens provenant des grandes villes d'Asie, attirés par l'urbanité et la modernité, se dirigent le plus souvent vers d'autres centres urbains ou centres touristiques très équipés et n'attribuent pas encore de valeur aux espaces naturels sauvages et aux populations rurales. N'allant pas à la rencontre des minorités ethniques de leur propre pays, ils n'y vont pas davantage lorsqu'ils voyagent à l'étranger. Ce constat d'un faible intérêt pour la culture et la nature peut également être fait au sujet des touristes internes en Indonésie, bien que ces derniers jouent, en revanche, un rôle fondamental dans l'extension de l'espace touristique. Les importants flux de fin de semaine et/ou les déplacements à caractère familial, des citoyens vers leur village d'origine, se traduisent par la mise en place d'un réseau touristique parallèle à celui emprunté par les touristes étrangers (Cabasset, 2004).

## *II.2.2 L'avancée d'un front pionnier touristique en Indonésie*

35 La croissance des arrivées internationales en Indonésie et les mutations des pratiques touristiques ont contribué à l'avancée d'un front pionnier, provoquant la mise en place d'une route touristique sur l'archipel. Cette route a pour effet, d'une part, de relier les différentes provinces entre elles, les touristes passant de l'une à l'autre et, d'autre part, de relier l'Indonésie au reste de l'Asie du Sud-Est, puisqu'un certain nombre d'entre eux entreprend un périple de six mois ou d'un an dans la région, quand ça n'est pas d'un tour du monde qu'il s'agit. Ces flux de touristes, en premier lieu européens, qui privilégient le contact des populations locales et qui ont recours, aussi souvent que possible, aux infrastructures locales, sont par définition très mobiles et, par conséquent, sont difficiles à quantifier. Avec les plus grandes réserves concernant la fiabilité des statistiques indonésiennes, le seul chiffre de référence pourrait être le nombre de touristes étrangers ayant séjourné dans les hôtels non classés, catégorie d'hôtels qui a les faveurs de ces voyageurs et qui, en certains endroits de l'archipel, constitue les seules possibilités d'hébergement. En 2000, les hôtels non classés auraient hébergé 1,1 million de touristes au total, dont 70% dans les seuls hôtels non classés de Bali. Il reste que la province très peu touristique de Kalimantan Ouest constitue un bon exemple de chiffres à manier avec la plus grande prudence, intégrant des visiteurs dont les motivations professionnelles ont peu à voir avec l'activité touristique locale.

36 Mes différents séjours en Indonésie m'ont amené à voir que la route la plus couramment empruntée par les touristes qui décident de « faire » l'archipel indonésien, est, pour des facilités d'accès, une route est-ouest ou l'inverse, Medan (Sumatra Nord) et Kupang (Timor Occidental) étant les deux extrémités de cet itinéraire. Les principaux lieux touristiques situés au long de cette route sont en effet reliés par les moyens de transport économiques que sont le bus, le bateau, ou encore par train à Java. Un certain nombre de touristes étrangers n'hésitent pas, comme les touristes indonésiens, à parcourir de grandes distances sans avoir recours à l'avion, entre Padang (Sumatra Ouest) et Jakarta (trois jours de bus ou de bateau), entre Jakarta et Yogyakarta (douze heures de bus et presque autant en train), ou entre Yogyakarta et Bali (seize heures de bus). L'étude de cette route est intéressante, car elle révèle les lieux jugés incontournables, c'est-à-dire ceux qui conjuguent qualité, réputation touristique attestée par les guides de voyages, facilités d'accès, structures d'hébergement et autres services touristiques. Comme le montre la carte, ces lieux sont, selon un axe est-ouest, l'île de Florès, notamment le village de Moni qui donne accès aux trois lacs de cratère du Kelimutu et le village côtier de Labuhanbajo, à l'ouest de l'île, qui donne accès aux îles Rinca et Komodo pour l'observation de varans, l'île de Lombok, pour les plages de la côte sud, l'ascension du volcan Rinjani ou les sites de plongée des îles Gili Air, Bali (quand certains touristes, rebutés par sa réputation d'île sur-fréquentée, ne décident pas de supprimer cette étape), Yogyakarta et Borobudur, les Minangkabau de Bukittinggi ou de Maninjau à Sumatra Ouest, avec



éventuellement un accès depuis Padang aux hommes-fleurs de l'île de Siberut, et les Batak de l'île de Samosir/Lac Toba de Sumatra Nord, cette dernière province donnant accès aux populations traditionnelles de l'île de Nias. Quitter cette route pour aller vers Kalimantan, les Moluques, la Papouasie Occidentale, nécessite d'avoir recours à l'avion, plus coûteux à mesure que l'on s'éloigne de Jakarta. Les Toraja de Sulawesi Sud ou les sites de plongée de Sulawesi Nord, apparaissant comme des options au départ de Jakarta ou de Bali, tirent leur épingle du jeu du fait de leur renommée.

- 37 Signalons enfin que lorsqu'elles sont intégrées à un long voyage sur l'archipel, les îles qui composent l'armature de cette route touristique sont souvent visitées très partiellement, en des séjours de deux à quatre jours. Cet itinéraire en pointillé est à mettre en relation avec la durée du visa touristique, l'objectif étant de « faire » l'Indonésie dans le délai autorisé, de deux mois jusqu'en février 2004.

## II.3 Des sociétés d'accueil actives

### II.3.1 Un tourisme géré localement

- 38 La diffusion touristique sur l'archipel indonésien correspond, comme nous l'avons vu, au souhait de l'État, à l'intérêt d'une partie des touristes, tout comme elle traduit également l'appropriation du tourisme par les populations locales (MIT, 2002). Bali constitue, de ce point de vue, un exemple frappant. Si les « routards » se sont établis sur l'île à la fin des années 1960 et surtout durant les années 1970, c'est parce que les Balinais se sont accommodés avec détachement et tolérance des débordements et excentricités de ces jeunes routards qui investissaient la plage, se baignaient nus et fêtaient chaque pleine lune avec générosité et champignons magiques. Là, comme en d'autres lieux touristiques, il n'y a pas eu qu'acceptation, mais aussi investissement des populations locales dans l'activité touristique, celles-ci ayant été promptes à accueillir, à héberger, restaurer, transporter, guider, les touristes.

- 39 Le développement touristique de l'Indonésie a également coïncidé avec la croissance économique nationale que le pays a connu jusqu'en 1998, permettant à certaines catégories de populations, de (s')investir dans le tourisme. Celles-ci, rencontrées à Bali, Lombok, Sumatra, Florès, Sulawesi, et participant à quelque niveau que ce soit dans l'activité, constituaient une sorte de bourgeoisie dont l'amélioration du niveau de vie permettait de satisfaire de nouveaux besoins de biens de consommations, et surtout d'éducation pour leurs enfants. Les destinations arrivées récemment sur la scène du tourisme international ou/et marqués par l'accueil de flux mineurs, sont marquées par une gestion locale des différentes composantes de l'activité touristique. Ainsi, tous les lieux émergents proposent, par l'intermédiaire de guides, de restaurants, d'hôtels, de boutiques et d'agences de voyage, des randonnées dans la jungle, des descentes de rivières en raft, des ascensions de volcans, des découvertes des villages traditionnels. À Sumatra Nord par exemple, un service de bateau géré localement effectue la navette entre l'embarcadère, situé à Parapat, et Tuk Tuk, presque île qui concentre l'essentiel de l'activité touristique de l'île de Samosir, sur le lac Toba. Comme à Bali, les premiers visiteurs des années 1970 étaient hébergés par les habitants, lesquels, devant l'augmentation des flux, ont aménagé des chambres chez eux, dans l'enceinte de leur jardin. La grande période de développement touristique de Tuk-Tuk est la décennie 1985-1995, amenant la population locale à développer des structures d'accueil, des petits restaurants, des boutiques. Toujours à Sumatra Nord, le petit village de Bukit Lawang, qui est l'un des accès au parc national de Gunung Leuser, a connu une croissance touristique surtout dans les années 1990. En 1995, le guide de voyage *Lonely Planet* recommandait aux touristes d'arriver à Bukit Lawang avec des roupies, le village n'offrant aucune possibilité de change ni, par ailleurs, de services de postes et de télécommunication. En 1999, le village compte un bureau de postes, un centre de télécommunications, et les agences de voyage proposant des tickets de bus, des trekkings dans la jungle, servant de bureaux de change pour les devises les plus courantes, sont nombreuses.



40 Le développement touristique s'est également traduit par la production d'objets artisanaux (meubles, tissages, objets décoratifs, sculptures en bois ou en pierre, vêtements...) qui occupe une part importante de la population rurale en certains endroits, à Bali, mais aussi à Sumatra Nord, à Florès... Au début de l'activité touristique, les objets sont fabriqués et vendus dans le cadre de la cellule familiale, produits par les uns, vendus par les autres dans une boutique, laquelle est souvent le prolongement d'une habitation. Dans le grand choix d'objets, ceux vendus sous le terme « antiquités », en premier lieu les statuettes « primitives », sont les plus appréciés des touristes. Les Batak par exemple, produisent plus de sculptures sur bois, apparaissant aux touristes comme des signes intangibles de leur authenticité culturelle que les tissages (*ulos*), leur apparaissant moins primitifs (Causey, 1998). Sur tous les lieux touristiques, sont ainsi en vente, à côté des paréo (*sarong*) et autres objets décoratifs en bois colorés « typiquement balinais », des productions artisanales locales, comme des calendriers batak ou minangkabau, des reproductions d'effigies mortuaires de Tana Toraja, des masques de différentes îles et un foisonnement de statuettes primitives, d'ustensiles domestiques (paniers ou filets utilisés par les Papous par exemple), de mobilier, comme des tabourets sculptés.

### II.3.2 De l'attraction touristique aux revendications culturelles

41 Les touristes qui font le choix de partir vers les régions excentrées se dirigent donc vers les destinations culturelles et des populations authentiques, celles-là mêmes que l'État entendait promouvoir comme objet touristique grâce à une image de cultures régionales délibérément construites. Néanmoins, les groupes ethniques concernés reprennent à leur compte, et valorisent à leur tour, ce qu'elles intègrent comme étant leur identité culturelle. Les acteurs locaux privés s'approprient d'autant plus l'activité touristique que, parallèlement aux ressources économiques qu'il procure, le tourisme devient un enjeu social. Tout comme au Népal, on a pu assister à une « sherpaïsation » (Sacareau, 1997) du fait de la renommée mondiale de cette ethnie dans l'organisation de trekking et d'ascensions, en Indonésie, a eu lieu très tôt une « balinisation », puis une « torajaïsation », une « toba batak-isation », chacun de ces groupes ethniques forçant le trait de leur ethnicité, et les populations proches tentant de profiter du « label ». Sur ce thème et à Bali, Michel Picard (2001) fait ainsi le constat que la promotion d'un tourisme culturel a convaincu les Balinais qu'ils étaient en possession d'un patrimoine à faire fructifier et que ce sont bien les Balinais qui s'affairent à « baliniser » Bali. C'est également le constat que faisait T. A. Volkman (1990) au sujet des Toraja, signalant qu'avec le succès touristique, les *tongkonan* (maisons traditionnelles) étaient devenues le label toraja, décliné en tee-shirt, bijoux, cartes postales et souvenirs de toutes sortes. Même chose à Kalimantan Est, pour les Benua de Tanjung Isuy, qui, traditionnellement situés plus bas que d'autres groupes dayak dans la hiérarchie ethnique régionale, en sont venus à incarner une « identité dayak » générique et à s'investir dans la revitalisation de cette « culture » (Guerreiro, 2001). Pour des populations qui ont connu plus longtemps un complexe d'infériorité qu'un sentiment de fierté, les conséquences de ce changement de regard de « l'autre » et d'elles-mêmes sur leur culture sont à signaler. Pour l'ensemble des populations d'accueil, le fait d'être en contact direct avec les touristes leur permet d'utiliser à leur profit ce qui fut à l'origine de leur succès touristique, à savoir la construction d'identités culturelles régionales par un État hyper-centralisé. Allant plus loin, cet enjeu social s'est doublé d'un enjeu politique, « l'affirmation identitaire » permise dans un objectif touristique, s'exprimant finalement en termes de revendications identitaires, économiques et politiques dans les débats précédant l'autonomie régionale<sup>13</sup>, au lendemain de la chute de Suharto en 1998.

## Conclusion

42 En Indonésie, la croissance touristique a bénéficié d'abord profité au développement de quelques lieux, anciens, comme Yogyakarta, et encore plus Bali, qui cumule les qualités de

destination culturelle et d'île tropicale, ou de lieux plus récents, comme les îles Batam et Bintan qui s'imposent comme des lieux majeurs sur la scène du tourisme régional. Parallèlement, un réseau de lieux touristiques émergents va voir le jour dans les années 1980 et surtout 1990, reposant sur des flux mineurs, de touristes occidentaux, et sur des structures locales. La culture se trouve être au cœur de la diffusion touristique : parce qu'elle constitue traditionnellement un enjeu politique fort dans ce vaste archipel où l'unité nationale est l'objectif fondamental, parce qu'elle est le thème principal de communication de l'État et des populations locales en tant que ressource touristique, parce qu'elle est une motivation importante d'un séjour en Indonésie et le moteur de l'avancée d'un front pionnier touristique.

43 Au niveau national, la volonté de l'État d'étendre l'espace touristique correspond d'abord à son souhait d'intégration nationale de régions et de populations périphériques, communiqué comme un moyen de compenser un déséquilibre économique régional. Dans cet objectif, l'État « ouvre » progressivement, dans les années 1980 et 1990 surtout, les provinces périphériques, en déclarant leur développement touristique prioritaire dans les Plans quinquennaux de développement national. Cette politique d'ouverture repose surtout la promotion de cultures régionales, construites pour les besoins du tourisme, mais surtout à l'attention des Indonésiens eux-mêmes, dans une réinterprétation de la diversité culturelle de l'Indonésie. Ainsi, alors que les populations rurales, et notamment les populations « primitives » sont la cible de l'État dans son objectif unitaire et de modernisation, les images de quelques groupes ethniques et quelques unes de leurs traditions, comme les Toraja à Sulawesi Sud, les Toba Batak de Sumatra Nord, ou les Dayak de Kutai à Kalimantan Est par exemple, sont finalement valorisées. Les « arts », traduction commerciale et folklorique de la culture, sont particulièrement valorisés en tant que ressources touristiques, comme en témoigne la création en 1998 du ministère du Tourisme, des Arts et de la Culture, puis en 1999, d'un ministère du Tourisme et des Arts, avant de créer en 2000, un ministère de la Culture et du Tourisme.

44 Les politiques culturelle et touristique à l'œuvre, par la reconnaissance nationale qu'elles témoignent à une sélection de groupes ethniques, garantissent à l'État une certaine stabilité sociale et fournissent au tourisme culturel, ses attractions touristiques. Néanmoins, quelques soient les objectifs de l'État, localement, ce sont bien les populations locales qui sont les premiers acteurs de l'activité touristique. En dehors de la promotion, cette extension de l'espace touristique repose sur l'amélioration des transports, aériens, terrestres, maritimes et ferroviaires. Il reste que les coûts occasionnés par des voyages dans les régions les plus éloignées de Jakarta et de Bali handicapent cette diffusion, notamment vers la partie extrême-orientale de l'archipel. Cette extension repose aussi, d'une part, sur de gros investissements privés, en milieu littoral et/ou près des grands centres urbains, vus par l'État comme capables d'attirer des flux importants, et d'autre part, en milieu rural, surtout sur l'initiative de petits acteurs privés locaux qui s'investissent dans le tourisme. Communiquant, à la fin des années 1990 notamment, sur son souhait de compenser le déséquilibre régional, la Direction générale du tourisme renforce, à cette période, sa promotion des espaces ruraux et des communautés isolées, et fait des touristes concernés, les pivots des économies locales. Cette orientation se traduit par la publication de brochures spécifiques, « écotourisme », « tourisme d'aventure », « tourisme de croisière »... ou encore de « tourisme auprès des communautés et des villages en zones rurales » correspondante au programme (OMT-PNUD) du même nom. Les années 1990 voient en effet s'affirmer, à échelle internationale, l'influence croissante de deux facteurs de diffusion. Va se faire jour en effet, un discours de plus en plus récurrent des organismes internationaux (ONU, OMT) en faveur d'un tourisme plus propre, plus respectueux, plus au profit des populations locales, qui va influencer la communication de la Direction générale du tourisme indonésien. Autre facteur de diffusion, les mutations des pratiques touristiques. S'il y a toujours eu des « routards » et autres touristes pour partir vers des destinations moins fréquentées, les années 1990 auront servi de révélateur de l'intérêt d'un nombre de plus en plus important de touristes de séjourner en milieu rural, de vivre au plus près des populations locales, d'aller à la rencontre de cultures traditionnelles. Même mineurs dans l'ensemble de l'activité touristique mondiale, ces flux ont, localement, une importance sociale et économique considérable.

45 La croissance des flux, la promotion des régions périphériques, l'amélioration des accès et transports, la quête de culture et de nature des touristes, sont autant de conditions qui favorisent un mouvement de diffusion sur l'archipel indonésien, sous la forme d'un front pionnier touristique. Quelques lieux touristiques, qui offrent à la fois, réputation touristique attestée par la promotion touristique nationale et par les guides de voyage, facilités d'accès, attractions culturelles et environnementales, infrastructures d'accueil, deviennent incontournables aux yeux des touristes.

46 À l'échelle locale, les sociétés d'accueil jouent, elles aussi, un rôle de premier plan dans ce processus d'extension, leur participation au tourisme contribuant largement au succès que certaines d'entre elles connaissent. Reprenant à leur compte l'identité culturelle construite et communiquée par l'État, accueillant les touristes qui viennent les rencontrer, elles s'investissent dans l'organisation touristique locale. Influencée par le succès balinais qui reste la référence, ces populations devenues touristiques récemment, prennent conscience de la valeur de leur culture, du patrimoine qu'elles détiennent et qui leur sert de ciment fédérateur, de ressources touristiques et économiques. Ce point est d'autant plus important que dans ce réseau de lieux touristiques émergents, l'ensemble des activités du tourisme, hébergement, restauration, transport, accompagnement de circuits, production et vente d'objets artisanaux, est géré localement. L'arrivée de touristes sur ces lieux provoque un changement de regard des autres populations de l'archipel et des groupes ethniques concernés sur leur culture : de populations « primitives » et méprisées, elles en viennent à incarner, avec fierté, une identité culturelle ethnique, voire régionale, comme c'est le cas pour les Dayak ou les Papous.

47 Il reste que cette diffusion touristique observée plus particulièrement durant les années 1990, correspond à une période de croissance des arrivées internationales, qui a caractérisé l'archipel indonésien jusqu'en 1997. Depuis 1998, le nouveau contexte national et international a provoqué un ralentissement des arrivées internationales en Indonésie, se traduisant notamment par un tarissement des flux à destination des régions périphériques et un renforcement de la concentration touristique en des lieux jugés les plus sûrs, comme Batam ou Bali. En dépit du traumatisme touristique de l'attentat d'octobre 2002, Bali concentre, encore plus qu'avant, l'essentiel des visiteurs. C'est dans cette situation que l'État indonésien a décidé de restaurer, le 1er février 2004, vingt ans après sa suppression, le principe d'un visa payant (25\$) pour vingt-et-un pays émetteurs, délivré sur place, pour un mois de validité, et non plus deux mois<sup>14</sup>. Sont soumis à ce visa, les touristes provenant des pays européens, des États-Unis, du Canada... c'est-à-dire ceux qui jouaient en faveur d'une diffusion touristique en milieu rural et auprès des minorités ethniques. Parallèlement, les touristes provenant des principaux pays émetteurs, notamment d'Asie de l'Est<sup>15</sup>, sont exemptés de visa. Ce décret présidentiel, qui date du 31 mars 2003, avait fait l'objet de vives oppositions (qui ont retardé sa mise en application) de la part des acteurs du tourisme indonésiens, en premier lieu balinais, qui ne voyaient pas d'un très bon œil une mesure qui leur semblait peu favorable à la relance de la fréquentation touristique. Si les chiffres des arrivées internationales à Bali pour le premier semestre 2004, proches de ceux de 2001, fournissaient de quoi faire taire les critiques vis-à-vis de cette mesure, il s'avérait pourtant que les meilleurs scores enregistrés étaient dus avant tout au tourisme régional. Il faudra faire le bilan de cette mesure sur l'activité touristique, au niveau national et au niveau local, sachant que le contexte international et national, joue encore, au début du deuxième semestre 2004, peu en faveur d'une diffusion touristique.

---

## **Bibliographie**

Booth A. 1990. The tourism boom in Indonesia. In : *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, vol. 26, n° 3, p. 45-73.

Brunet R. (dir.). 1995. Asie du Sud-Est, Océanie. In : *Géographie universelle* : Paris : Belin / Montpellier : Reclus, p.42-76.

Cabasset C. 2004. El turismo interno en Indonesia : transmisor de la cultura nacional y actor de una red turística paralela, *Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre (TRACE)*, n°45, p. 110-125.

- Cabasset Semedo C. 2001. Indonésie, le tourisme au service de l'unité nationale ? La mise en scène touristique de la nation, Thèse de géographie, Université Paris-IV.
- Causey A. 1998. Ulos or Saham ? Presentations of Toba Batak culture in tourism promotions, *Indonesia and the Malay World*, vol. 26, n°75, p. 97-105.
- Cazes G. 1989. *Les nouvelles colonies de vacances ? Tome 1 : Le tourisme à la conquête du Tiers-Monde*. Paris : L'Harmattan.
- Couteau J. 2002. Bali : crise en paradis, *Archipel*, n°64, p. 231-254.
- Euro Asia Management. 1998. Indonesia National Tourism Development Master Plan, Jakarta, Department of Tourism, Arts and Culture.
- Erb M. 2001. Le tourisme et la quête de la culture à Manggarai, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 2, n°25, p.93-108.
- Guerreiro A. 2001. Tourisme, identité locale et développement à Kalimantan Est sous l'Ordre Nouveau, *Anthropologie et Sociétés*, vol.2, n°25, p. 71-91.
- Michel F. 1997. Tourisme, culture et modernité en pays toraja. Paris, L'Harmattan.
- Samuel J. 2000. Les langues régionales en Indonésie. In : Indonésie, un demi-siècle de construction nationale. Paris : L'Harmattan, p. 303-345
- MIT. 2002. Tourisme 1. Lieux communs. Paris, Belin.
- Picard M. 1992. Bali, tourisme culturel et culture touristique. Paris : L'Harmattan.
- Picard M. 1997. Cultural Tourism, Nation-Building, and Regional Culture : the making of a balinese Identity. In : Tourism, ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies, ed. Michel Picard and Robert E. Wood, Honolulu, University of Hawai'i Press, p. 181-214.
- Picard M. 2001. Bali : vingt ans de recherches, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n°2, p. 109-127.
- Volkman T. A. 1990. Visions and Revisions : Toraja Culture and the Tourist Gaze, *American Ethnologist*, vol.1, n°17, p. 99-110.
- Sacareau I. 1997. Porteurs de l'Himalaya, le trekking au Népal. Paris, Belin.

---

## Notes

1 Selon les documents et leur date de publication, ce chiffre est passé de 12 000 / 13 700 îles, à 17 000, 17 500, voire 17 508 îles vers le milieu des années 1990.

2 Le nombre d'ethnies (tout comme celui des langues) change selon les documents et leur date de publication. Les variations s'expliquent par un inventaire incomplet, par la définition même de « l'ethnie » et par la disparition de la référence ethnique dans les recensements indonésiens depuis 1930. De 90 à 300 groupes ethniques cités par Géographie Universelle, *Asie du Sud-Est Océanie* (1995), p. 43, Belin/Reclus. Quelques exemples pris dans les documents promotionnels issus de la Direction Générale du Tourisme de l'Indonésie : plus de 200 groupes ethniques et 300 langues dans *Indonésie, un monde d'une diversité infinie* (non daté, obtenu en 2000) ; 300 groupes ethniques dans *Indonesian Culture* publié en 1998 ; A noter que le site internet du « Ministère de la culture indonésienne et du tourisme » ([www.budpar.go.id](http://www.budpar.go.id), 2003) ne fait pas référence au nombre d'ethnies mais à « 583 langues ».

3 Sans compter les attentats, à Jakarta, de l'hôtel Marriott en août 2003 et de l'ambassade d'Australie le 9 septembre 2004.

4 *Perspectives indonésiennes*, 2003, p. 33.

5 Depuis cette date, Timor Oriental est devenu indépendant et de nouvelles provinces ont été créées : Bangka Belitung, au sud-est de Sumatra ; Archipel de Riau ; Banten, à l'extrémité occidentale de Java ; Gorontalo, au nord de Sulawesi, Moluques du Nord, et proposition de division de la Papouasie Occidentale en 3 provinces (sans application en mars 2004).

6 A noter que l'un d'entre eux, celui du parc national Gunung Halimum, à Java Ouest, est donné à titre d'exemple d'écotourisme dans une « compilation de bonnes pratiques dans les petites et moyennes entreprises », dans une publication de l'OMT, 2003.

7 Lonely Planet Indonésie, 1995, p. 523 ou p. 554 par exemple.

8 Plus de 40 000 clients étrangers auraient eu recours à l'hôtellerie toute catégorie en 1998 à Kalimantan Est, province qui concentrerait (en 2001) plus de 6 600 chambres toutes catégories confondues (Bureau central des statistiques/tourisme). Ces chiffres relèvent aussi d'un important tourisme d'affaires en relation avec les multinationales qui exploitent pétrole, gaz naturel et bois.

9 Environ 1 500 €, uniquement en transports aériens, les vols domestiques pour atteindre la destination au départ de Jakarta par exemple, représentant la moitié de cette somme.

10 Sans compter que la province est même régulièrement déconseillée par le ministère des affaires étrangères français par exemple.

11 Cf. l'exemple de Terres d'Aventure (voyages à pied) qui a connu une croissance importante dans les années 1990, avec une accélération à partir de 1997 qui s'est traduite, à partir de cette date et jusqu'en 2002, par un taux de croissance annuel moyen de l'ordre de 20% .

12 Department of Tourism, Art and Culture, *Tourism in Indonesia 1998*, p. 13

13 Concernant les minorités ethniques, l'organisation, à Jakarta, du premier congrès des peuples indigènes, en mars 1999, est à cet égard très symbolique de ces revendications. Cf. Indigenous peoples take united stand, *Jakarta Post*, 22/03/99, p. 1.

14 Début mars 2004, ces 21 pays sont : les États-Unis, l'Australie, l'Afrique du Sud, le Brésil, le Danemark, les Emirats Arabes Unis, la Finlande, la Hongrie, le Royaume Uni, l'Italie, le Japon, l'Allemagne, le Canada, la Corée du Sud, la Norvège, la France, la Pologne, la Suisse, la Nouvelle-Zélande, Taiwan. Ces visas touristiques d'un mois, obtenus à l'arrivée aux principales portes d'entrée, ne sont pas reconductibles sur place. [www.balidiscovery.com](http://www.balidiscovery.com), 07/03/04.

15 Les pays dont les ressortissants sont exemptés de visa sont (début mars 2004) : la Thaïlande, la Malaisie, Singapour, Brunei Darussalam, Philippines, Vietnam, Hong Kong, Macau, le Chili, le Pérou et le Maroc. [www.balidiscovery.com](http://www.balidiscovery.com), 07/03/04.

---

## ***Pour citer cet article***

*Référence électronique*

Christine Cabasset, « La culture, comme ressort de la diffusion touristique dans l'archipel indonésien », *Études caribéennes* [En ligne], 9-10 | Avril-Août 2008, mis en ligne le 08 septembre 2008, consulté le 07 avril 2011. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/1132>

---

## ***Auteur***

**Christine Cabasset**

Docteur en géographie, Université Paris-Sorbonne IV

---

## ***Droits d'auteur***

© Tous droits réservés