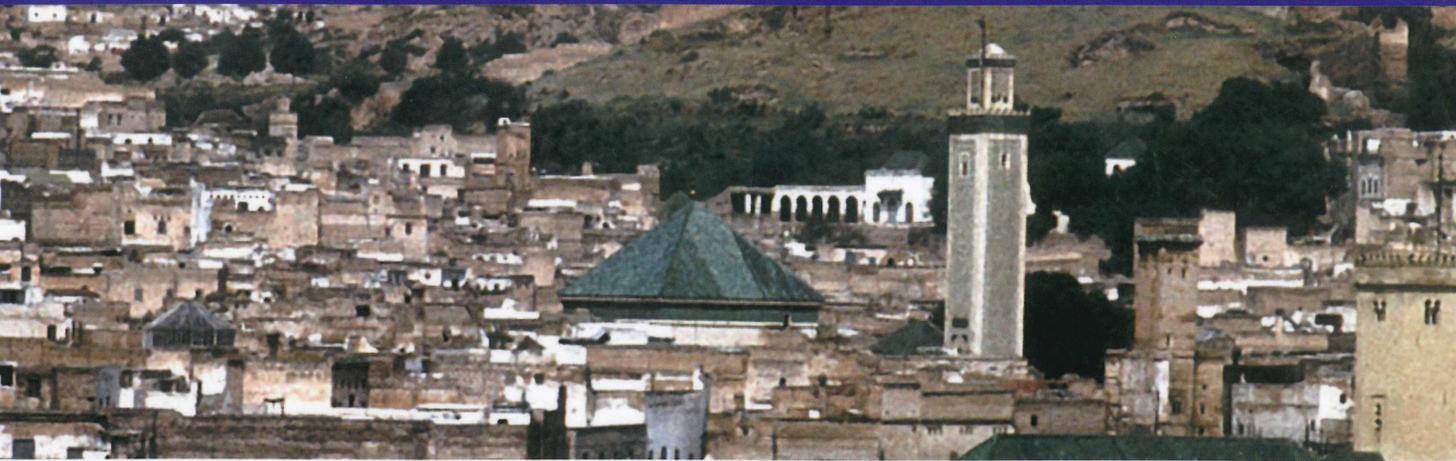


# Les pays du Maghreb

Contributions de la géographie humaine allemande

publication coordonnée par Herbert Popp



Présenté à l'occasion du 31<sup>ème</sup> Congrès International de Géographie à Tunis, du 12 au 15 août 2008

# Les pays du Maghreb :

contributions de la géographie humaine allemande

Rapport présenté à l'UGI à l'occasion du 31<sup>ème</sup> Congrès International de Géographie à Tunis 2008

*publication coordonnée par Herbert Popp*  
Président du Comité National Allemand de l'UGI

## TABLE DES MATIÈRES

- 4** HERBERT POPP  
Plus d'un siècle de géographie humaine allemande sur le Maghreb : bilan et perspectives
- 28** DIERK SCHLÜTTER  
Le développement urbain de Ouarzazate : du poste militaire au centre touristique
- 38** THOMAS M. SCHMITT  
Sauvegarde du paysage culturel et transformation socio-culturelle : le site de patrimoine mondial de la vallée du M'zab (Algérie)
- 50** OLIVIER GRAEFE  
Eau potable, conflits et nouveau rôle de l'Etat dans les espaces ruraux périphériques. L'exemple de la région du Haut
- 58** FRANK MEYER  
Développement urbain actuel et « gouvernance urbaine » au Maroc et en Tunisie
- 68** HERBERT POPP  
La « Route des Kasbahs » – un produit touristique présaharien
- 78** RALPH LESSMEISTER & NICOLAI SCHERLE  
« Hors des sentiers battus » ? Offres de voyages touristiques spécialisés dans les pays du Maghreb
- 86** ASMAE BOUAQUINATE, ANNE-SOPHIE BECKENDORF & HERBERT POPP  
Tourisme de masse et une crue catastrophique au désert. La fin de la durabilité et du cycle de vie touristique dans l'Erg Chebbi (Sud du Maroc) est-elle atteinte ?
- 94** ANTON ESCHER, EVA RIEMPP & MYRJAM WÜST  
Sur les traces des guerriers des étoiles et des pirates : l'impact hollywoodien sur le tourisme en Tunisie

# Sur les traces des guerriers des étoiles et des pirates

## L'impact hollywoodien sur le tourisme en Tunisie

Les touristes venant des pays du nord de la méditerranée et qui se rendent en Tunisie comme destination touristique, viennent en général pour y admirer des plages paradisiaques et des paysages arcadiens et y savourer l'ambiance exotique des mille et une nuits et des cités historiques de l'empire romain.

Mais désormais, de nombreux touristes se rendent dans le sud de la Tunisie pour y trouver *Tatooine*, la planète natale du guerrier des étoiles *Luke Skywalker*, héros du film *STAR WARS*. Dans les ports des villes de la côte, les touristes balnéaires embarquent sur des navires de pirates pour – tout comme le pirate *Captain Jack Sparrow* du Film *PIRATES DES CARAÏBES* – caboter en mer.

Par suite des répercussions des films hollywoodiens sur le vécu des touristes, sont nés en Tunisie des espaces imaginaires que les visiteurs ont construits en les « consommant ».

**T**out récit, authentique ou fictif, est en interaction entre les hommes et les sociétés qui les consomment et les communiquent, indépendamment du médium utilisé. Pendant qu'il enregistre les métaphores, les symboles et les rituels, le lecteur, l'auditeur ou le spectateur de conte ou de roman fait apparaître des espaces imaginaires. On peut donc dire que les effets sur la façon de vivre et de percevoir du récepteur d'histoires ne dépendent pas du fait que le récit soit réel ou fictif. Ainsi, il n'est pas étonnant que l'industrie cinématographique de Hollywood qui sait communiquer toutes sortes d'histoires d'une manière particulièrement impres-

sionnante parvienne à implanter ses mondes de fiction dans la mémoire des consommateurs. Les scènes vécues et les sentiments qui y sont associés réapparaissent lors d'actions qui rappellent subjectivement des contextes équivalents en tant que références inconscientes ou comme impulsions déterminantes. Des paysages et des objets, comme par exemple des lieux de tournage et des navires de pirates imités, réveillent des sensations particulières en nous car nous y avons auparavant « mis » nos attentes et nos souhaits ou bien parce que nous nous y sommes « liés ». C'est pourquoi nous pouvons ressentir ou réintégrer des humeurs ou ambiances lorsque nous nous trouvons à un endroit ou devant un objet particulier (Hasse 2005). Des films comme ceux cités plus haut, permettent donc de créer un potentiel de vécu et des espaces imaginaires en dehors des films (Wuss 1999). Cela peut causer la perte de l'identité et de l'histoire des lieux ou des objets puisque les récits et leurs faits fictifs génèrent une nouvelle réalité et que la fiction filmique peut ainsi prendre de nouveaux aspects qui semblent de plus en plus authentiques (Osborne 2000).

### Les guerriers des étoiles, le Sud tunisien et la planète natale de *Luke Skywalker*

Un matin de septembre 2007, au milieu du lac salé de Chott el-Ghar-sa, environ 13 kilomètres au nord de l'oasis de Nefta dans le sud de la Tunisie, plus de 80 véhicules

tout-terrain venus de la ville touristique de Tozeur amènent plusieurs centaines de touristes dans cette région inhospitalière. La destination de cette caravane moderne est la ville de *Mos Espa*, l'aéroport spatial de la planète désertique de *Tatooine*. Le décor s'est abimé au cours des années par le sable, le vent et les chasseurs de souvenirs mais il est encore digne d'être visité. Les touristes curieux et en tenue estivale légère inspectent les maisons de style sud-tunisien qui ont été construites en grilles métalliques, plâtre, bois et papier mâché.

Les touristes se photographient mutuellement dans des poses aventureuses parmi les restes du décor (Photo 1). Tout ce scénario semble aux yeux de l'observateur irréel, absurde et bizarre. Pourtant, ce lieu qui est délaissé lorsque les touristes n'y sont pas, n'est pas le seul lieu de tournage où les touristes des sites touristiques de la côte et les fans de *STAR WARS* se rendent (Zimmermann 2003). Le film *STAR WARS* a produit comme beaucoup d'autres séries de films ou de feuilletons télévisés une véritable ressource de « tourisme filmique » (Reeves 2002 ; cf. Beeton 2005, Busby & Klug 2001, Riley & van Doren 1992, Tooke & Baker 1996).

Tout a commencé quand le réalisateur George Lucas réussit à trouver un producteur pour son manuscrit d'une histoire Science Fiction réalisé en 1972. Inspiré par d'autres films venus d'Hollywood et aussi en raison des conditions politiques dans les autres états ayant accès sur le désert, Lucas

se rendit avec deux *Location scouts* en Tunisie à la recherche de paysages et de lieux de tournage adaptés à son film. Tout particulièrement l'architecture de Djerba, les maisons troglodytes de Matmata ainsi que les lacs salés et les dunes de sable du désert tunisien l'ont impressionné. Il décida de tourner dans le Sud tunisien (*Rinzler* 2007). Il emprunta dans son film les noms exotiques des villages après les avoir modifiés. C'est ainsi que la ville tunisienne de Taouine est devenue dans le film la planète désertique de *Tatooine*. Après plusieurs échecs, Lucas – qui est anthropologue – put lancer la première du film STAR WARS le 25 mai 1977. Il retourna sur les anciens lieux de tournage en 1999 pour y produire la suite STAR WARS I. Le sensationnel succès de la série de six épisodes provoque après 30 ans toujours le même enthousiasme continu auprès du public comme le prouve par exemple l'exposition à Londres pour le 30<sup>ème</sup> anniversaire de la série (*Fig. 1*).

Les lieux de tournage en Tunisie sont devenus une destination favorite des fans de STAR WARS en raison du paysage facilement reconnaissable comme le prouve la constatation de Gus Lopez : « *La Tunisie n'est comparable à aucun autre lieu de tournage, on se sent réellement comme sur Tatooine* » (*Faucourt* 2008). Au cours des années plusieurs lieux de tournage sont devenus des destinations touristiques. L'identification avec le lieu imaginaire du film, l'attractivité, l'accessibilité et la stratégie commerciale des lieux contribuent à ce développement. On peut accorder à ces lieux différentes significations : en plus de celle du « vécu » on peut ajouter la signification filmique et la réception des fans.

Pendant que les fans de STAR WARS visitent tous les lieux qui



Photo 1 : La coulisse de *Mos Espa* dans le Chott el-Gharsa

Photo : Eva Riempp, 2007

concernent le tournage, le tourisme de masse se concentre dans les trois endroits fixés dans le programme des voyages organisés (*Fig. 2*). Les autorités tunisiennes ne commercialisent officiellement que le lieu de tournage Ksar Hedada. Les panneaux de circulation ne guident que vers cet endroit. A l'entrée du Ksar, un gigantesque panneau informe les visiteurs sur la signification filmique du lieu (*Photo 2*). L'Hôtel Sidi Driss dans le village troglodyte de Matmata (*Photo 3*) et le décor non démonté de *Mos Espa* dans le Chott el-Gharsa sont également des destinations du tourisme de masse. La commercialisation de ces deux lieux repose sur l'intérêt du gérant de l'hôtel privé de Sidi Driss et sur la motivation des agences qui offrent des circuits en landrover à Tozeur. Les lieux de Sidi Bouhlel sur le bord nord du Chott el-Djerid et de Sidi Jemour à Djerba ne peuvent pas être intégrés au monde imaginaire du film car ils sont utilisés comme mosquée ou marabout.

Dans les circuits organisés qui touchent toute la Tunisie et dans les circuits d'une journée qui

UNTIL JANUARY 19th

**STAR WARS**

THE EXHIBITION

LONDON

Last opportunity!

Star Wars Exhibition in London ends next 19th January. The success was huge and more than half a million people visited the County Hall since its opening in May 4th 2007. Darth Vader, Princess Leia, Yoda, R2-D2, Queen Amidala, the Storm Troopers and all the other characters are now leaving to Brussels where the exhibition opens February 16th. May The Force Be With You!

**OPENS BRUSSELS FEBRUARY 16th**

[www.starwars-theexhibition.com](http://www.starwars-theexhibition.com)

Figure 1 : L'exposition STAR WARS à Londres et Bruxelles

mènent aux lieux de tournage de STAR WARS, il est commun que le guide informe brièvement sur la signification filmique des lieux. Il met alors la musique du film ou bien imite le bruit des épées de lumière. Ces lieux sont une des destinations explicites du circuit ou



Photo 2 : Panneau d'informations à l'entrée de Ksar Hedada

Photo : Myrjam Wüst, 2007

bien ils jouent un rôle secondaire lors des explications sur le paysage exotique et la culture locale. Les touristes s'y intéressent plus ou moins et sont rappelés vers le

car ou la landrover après avoir pris les photos souvenirs habituelles.

Les fans de STAR WARS qui voyagent bien informés, individuellement ou en groupe organisé, sont un groupe de visiteurs tout à fait différents lorsqu'ils atteignent les lieux de tournage (par exemple : FRAPORT Travel Service 2008). Ce voyage devient pour les fans un voyage sur la planète de *Tatooine* et n'est que superficiellement un voyage en Tunisie. Sur place, c'est-à-dire sur les anciens lieux de tournage, ils se mettent dans l'ambiance du monde de STAR WARS, ainsi des nombreux témoignages : « *I have to say that this was the best trip I've ever made, and I've travelled all over*

*the world, too. To see, touch and experience Tatooine at ground level was brilliant and I heartily recommend it to any one who can afford the time and money »* (Beckett 1999).

L'atmosphère subjectivement vécue d'un monde fictif devient une réalité imaginaire. Les coulisses deviennent des lieux de culte modernes, les fans des pèlerins modernes qui flottent entre les lieux de tournage réels et l'espace imaginaire du film. A ce niveau, on peut prendre part aux aventures de *Luke Skywalker* et de ses compagnons et être proche des héros du film et de leurs histoires. L'espace fictif de *Tatooine* peut entrer dans le domaine de vécu.

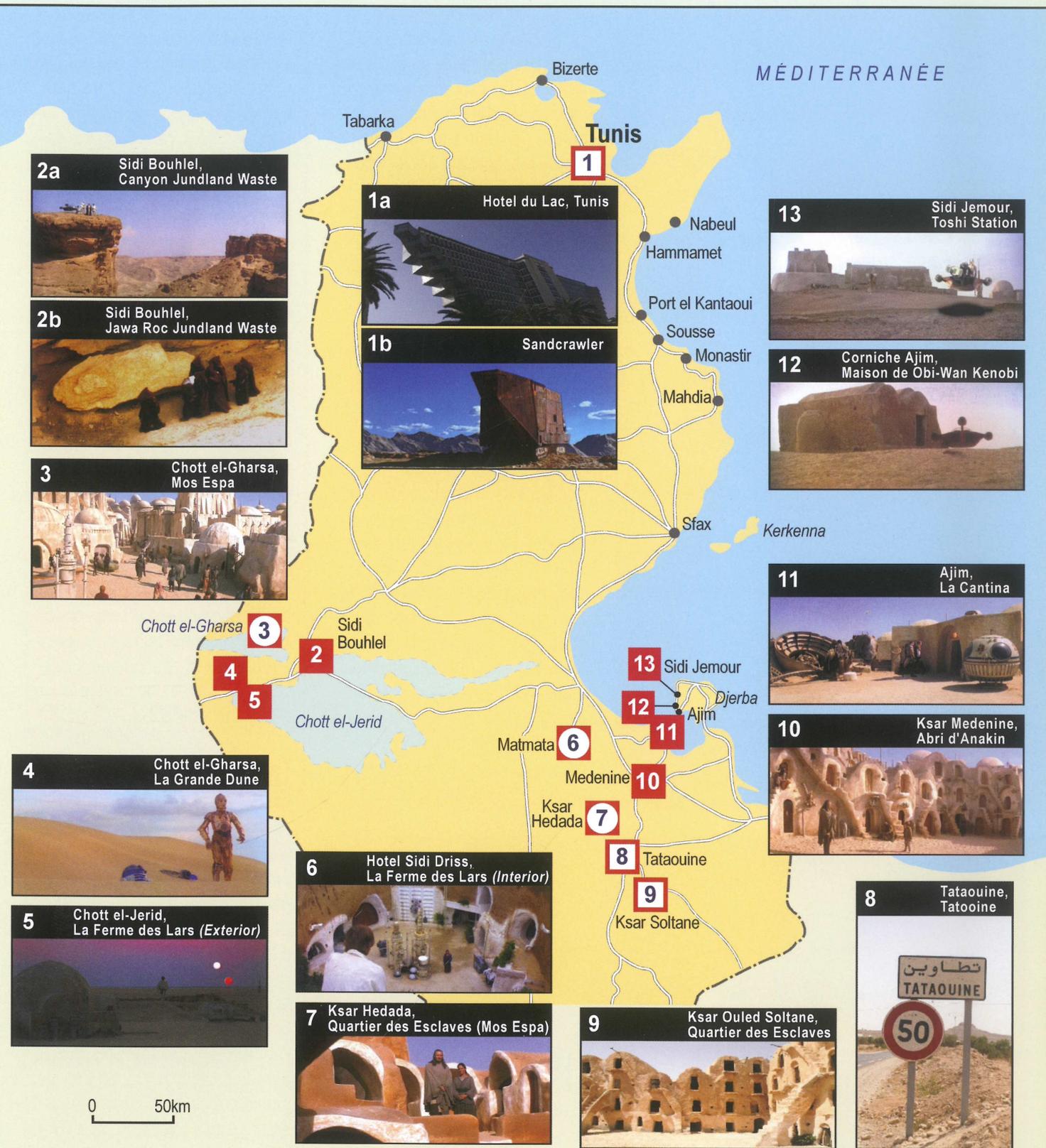
### Texte encadré n° 1 : L'empire de STAR WARS

La saga de STAR WARS (« LA GUERRE DES ETOILES ») est une série de six épisodes. Les films de la première trilogie sont sortis en 1977 (épisode IV), 1980 (épisode V) et 1983 (épisode VI), ceux de la deuxième trilogie en 1999 (épisode I), 2002 (épisode II) et 2005 (épisode III). La saga de STAR WARS est un récit de *Science Fiction* simple et facilement compréhensible : le bon et le mal se livre un combat dans une lointaine galaxie. Le héros *Luke Skywalker* passe au cours de l'histoire d'un jeune garçon venu d'une ferme pauvre au guerrier des étoiles adulte avec des dons et des facultés particulières : un *chevalier Jedi*. Le but de *Luke Skywalker* et de ses compagnons est de protéger la paisible planète *Naboo* de sa conquête par l'empereur dictateur et ses troupes. Mais avant que toutes les menaces sinistres puissent être parées et les forces du mal combattues, les héros du film doivent surmonter diverses aventures.

L'idée et le scénario viennent de l'anthropologue George Lucas. Après de nombreuses tentatives échouées, les « Twentieth Century Fox Studios » assurent le financement de la production coûteuse (Knoll & Rinzler 2005). Malgré des prévisions contraires, tous les films de STAR WARS ont connu un très grand succès commercial dès le premier épisode. STAR WARS est un chef d'œuvre d'effets spéciaux qui enthousiasme les amateurs de cinéma dans le monde entier. Comme le premier film (épisode IV), tous les autres films ont eut un très grand succès. D'après le *Forbes Magazine*, un chiffre d'affaires de 22 milliards d'euros a été réalisé lors de la production des films et de « l'univers étendu » (Greenberg 2007).

« *L'expression de l'univers étendu – aussi connu sous Expanded Universe et raccourci avec ses initiales de EU – est un terme générique pour tous les produits licenciés officiellement Star wars qui sont à l'extérieur des deux trilogies filmiques. L'empire étendu comprend des livres, des bandes dessinées, des jeux et autres médias. Ces produits élargissent le récit des films. Pour pouvoir disposer des droits sur cette commercialisation, George Lucas a renoncé au gage de son premier film en 1977. Puisqu'aucune société de production ne pouvait estimer la valeur des droits de commercialisation, il accepta ce marché* » (EW 2008).

STAR WARS est une des productions les plus célèbres et couronnées de succès de tous les temps, et ce aussi bien du point de vue économique que commercial. 30 ans après la sortie du premier film et trois ans après celle du dernier film, STAR WARS, « l'Empire » reste en expansion dynamique dans tous les médias et surtout sur internet : on ne compte plus les sites virtuels sur lesquels les fans s'informent et discutent sur les différents aspects des films. Dans les forums, on parle métier sur les effets spéciaux. Les technologies, paysages et espèces des espaces d'actions filmiques sont discutés. Dans les blogs, les fans informent les lecteurs sur les costumes et les rencontres de fans, les personnages de bandes dessinées et les constructions d'épées de lumière. On trouve sur internet de nombreuses explications sur les sites de tournage ainsi que des récits vécus ou des guides qui décrivent en détail les lieux et leurs rôles dans les films (voir les sites fans de STAR WARS).



## Tourisme du cinéma

- Lieu exclusif
- Lieu de tourisme de masse
- Lieu d'inspiration

Attribution:

- Attribution quotidienne,
- Attribution du monde cinématographique

Crédit photo:

Screenshots STAR WARS I u. IV, 1a, M. Debus, 8 u. 9, E. Riempp,

Conception: A. Escher, E. Riempp, M. Wüst  
Cartographie: K. Schmidt-Hellerau

Figure 2 : STAR WARS WORLD en Tunisie



Photo 3 : Touristes américains dans l'Hôtel Sidi Driss à Matmata Photo : Eva Riempp, 2007

Sur les lieux de tournage, une simple visite ne satisfait pas les fans : des scénarios du film sont replacés, les caméras remises aux mêmes positions. Dans les cas extrêmes, les fans amènent des costumes ressemblant qu'ils ont cousus eux-mêmes et se photographient ou se filment dans des poses comparables à celles trouvées dans les livres. Les touristes se ressentent alors comme les figures du film et se mettent « *dans leurs traces* » (Banthapoodoo 2006).

Les fans les plus passionnés veulent aussi se rendre sur les lieux qui sont reliées de façon idéologique à la réalisation du film. A Tunis, on peut admirer l'Hôtel du Lac qui a été entre-temps désaffecté. On peut aussi se rendre à Ksar Soltane, le lieu le plus septentrional de la planète *Tatooine* en Tunisie alors qu'il n'y fut jamais tourné, seulement quelques images du patrimoine culturel local furent glissées digitalement dans le film (Photos 4 & 5). Un photo-souvenir devant un panneau indiquant *Tatooine* est la preuve quasi indispensable que la planète a été atteinte.

L'archéologue et fan de STAR WARS David Reynolds compare la signification des lieux liés aux films à des lieux de culte de l'antiquité aux yeux des touristes du Sud tunisien : « [STAR WARS is] *like ancient Rome or Egypt, a culture from another time and place to explore* » (Gleason 2007).

Par le fait que les institutions publiques tunisiennes ne commercialisent pas la saga de STAR WARS – à l'exception d'un seul lieu de tournage dans le sud – et que G. Lucas contrôle entièrement « l'univers étendu » (voir *Texte encadré N° 1*) et bien que le « tourisme cinématographique » persiste, il ne s'est pas développé d'infrastructure basée sur STAR WARS comme un musée cinématographique, des représentations régulières, des panneaux indicateurs, des figures, la vente d'objets de dévotion ou autre commercialisation. Il en est autre si on se tourne vers le phénomène touristique des navires de pirates le long de la côte tunisienne.

### Les pirates, leurs navires et la côte méditerranéenne de la Tunisie

Dans les ports tunisiens, l'observateur étonné peut admirer des navires à voile avec un drapeau de pirates qui ne naviguent pas, ni n'attaquent d'autres navires. Les navires ne sont pas conçus pour la navigation en haute mer, ils cabotent seulement au moteur pour l'amusement des touristes aux abords de la côte. On les trouve de Tabarka près de la frontière algérienne jusqu'à Houmt Souk à Djerba en passant par le Port el-Kantaoui (Fig. 3). En tout, on compte environ 50 bateaux de pirates ancrés. Une telle concentration est unique au monde. Les touristes qui se rendent aujourd'hui sur les navires de pirates s'en réfèrent le plus souvent au film *PIRATES DES CARAÏBES*. Cette flotte moderne



Photo 4 : Fans de STAR WARS dans le Ksar Ouled Soltane

Photo : Sven Duscha, 2005

est pourtant apparue sur la côte tunisienne à la suite d'un autre film hollywoodien.

Tout a commencé au milieu des années 1980 alors que le producteur tunisien Tarak Ben Ammar put s'associer avec Roman Polanski en tant que réalisateur du film d'aventures *PIRATES* (Fig. 4). Les lieux de tournage furent sélectionnés le long de la côte tunisienne, surtout dans les environs de Monastir, et le navire *Neptune* qui fait coulisse se trouvait dans la marina nouvellement construite de Port el-Kantaoui au nord de Sousse. Le *Neptune*, une réplique quasi parfaite d'un galion espagnol, navire de commerce du 16<sup>ème</sup> siècle au bastingage haut, fut achevé après une année de travaux en mars 1985 (Texte encadré n° 2).



Photo 5 : Fans habillés avec les costumes de STAR WARS au lieu de tournage « Le berceau de Lars » dans le Chott el-Djerid (Photo : Sven Duscha, 2005)

### Texte encadré n° 2 : Les « films de pirates » et le film *PIRATES* de Roman Polanski

Le genre « film de pirates » est lié aux destins de pirates historiques et fictifs du 17<sup>ème</sup> au 19<sup>ème</sup> siècle. Les pirates sont toujours des sans-lois qui naviguent sur les mers du monde entier, abordent et pillent d'autres navires, capturent leurs équipages ou les tuent (Zygouris 2007, p. 516). Les premiers films de pirates des années 1901 à 1929 étaient encore des films muets. Avec le début des grandes productions dans les années 1920 et 1930, les pratiques maritimes et la mer purent être représentées dans les films. Le premier film parlant sortit en 1935 sous le titre de *CAPITAINE BLOOD* avec Errol Flynn dans le rôle principal. Ce film marque le début des « films de pirates modernes » dont la production demande de grands investissements (Bühler 1973, p. 454). Le genre « film de pirates » devint célèbre avec la nomination aux Oscars du film *LE PIRATE* en 1943. D'autres films de pirates suivirent et ont connu un grand succès auprès du public dans les années 1950 et 1960. Après la prestation d'Errol Flynn dans les années 1950, le premier grand film fut *PIRATES* de Roman Polanski qui sortit dans les salles en 1986 (Koebner 2007, p. 518).

Le film raconte l'histoire du *Capitaine Red* et de son compagnon *Jean-Baptiste* ; les deux tentent de sauver leur vie et leur trésor en atteignant une île déserte de la mer des Caraïbes sur un radeau. Un galion espagnol arrive et les sauve mais ils perdent le coffre de leur trésor en escaladant le flanc du navire. Celui-ci transporte le trône en or du roi des Incas et *Capitaine Red* envisage de remplacer le trésor perdu. Il convainc l'équipage de mutiner et devient lui-même le capitaine. Pendant que l'équipage fête sa victoire sur une île, le capitaine espagnol parvient à fuir avec le navire *Neptune*. Avec la nièce du gouverneur, dont *Jean-Baptiste* est amoureux, il se met en route vers Maracaïbo. A Maracaïbo, il extorque la possession du trône au gouverneur. *Capitaine Red* et *Jean-Baptiste* tentent de s'enfuir avec le trône mais une chaîne bloquant la sortie du port et le brouillard les retiennent. Les deux compagnons sont arrêtés et condamnés à mort. L'ancien équipage du galion réussit à les libérer et ainsi ils peuvent suivre inaperçus le navire sur lequel se trouve alors le trône. Ils abordent le galion et s'emparent du trône. A la fin du film, on voit le *capitaine Red* et *Jean-Baptiste* flottant avec le trône en or du roi des Incas sur une barque. L'histoire finit comme elle a commencé.

Le film fut nommé pour les Oscars et remporta le prix français du cinéma. Dans les salles, son succès ne fut pas aussi grand. Avec la production de *PIRATES DES CARAÏBES (LA MALEDICTION DU BLACK PEARL)* en 2003, Gore Verbinski a su renouer avec le succès des films de pirates des années 1940 et 1950. Le film *PIRATES DES CARAÏBES* reprend le caractère du film *PIRATES* et apparaît dans son récit comme un hommage au film *PIRATES* de Roman Polanski (Feeney & Duncan 2006, p. 128).

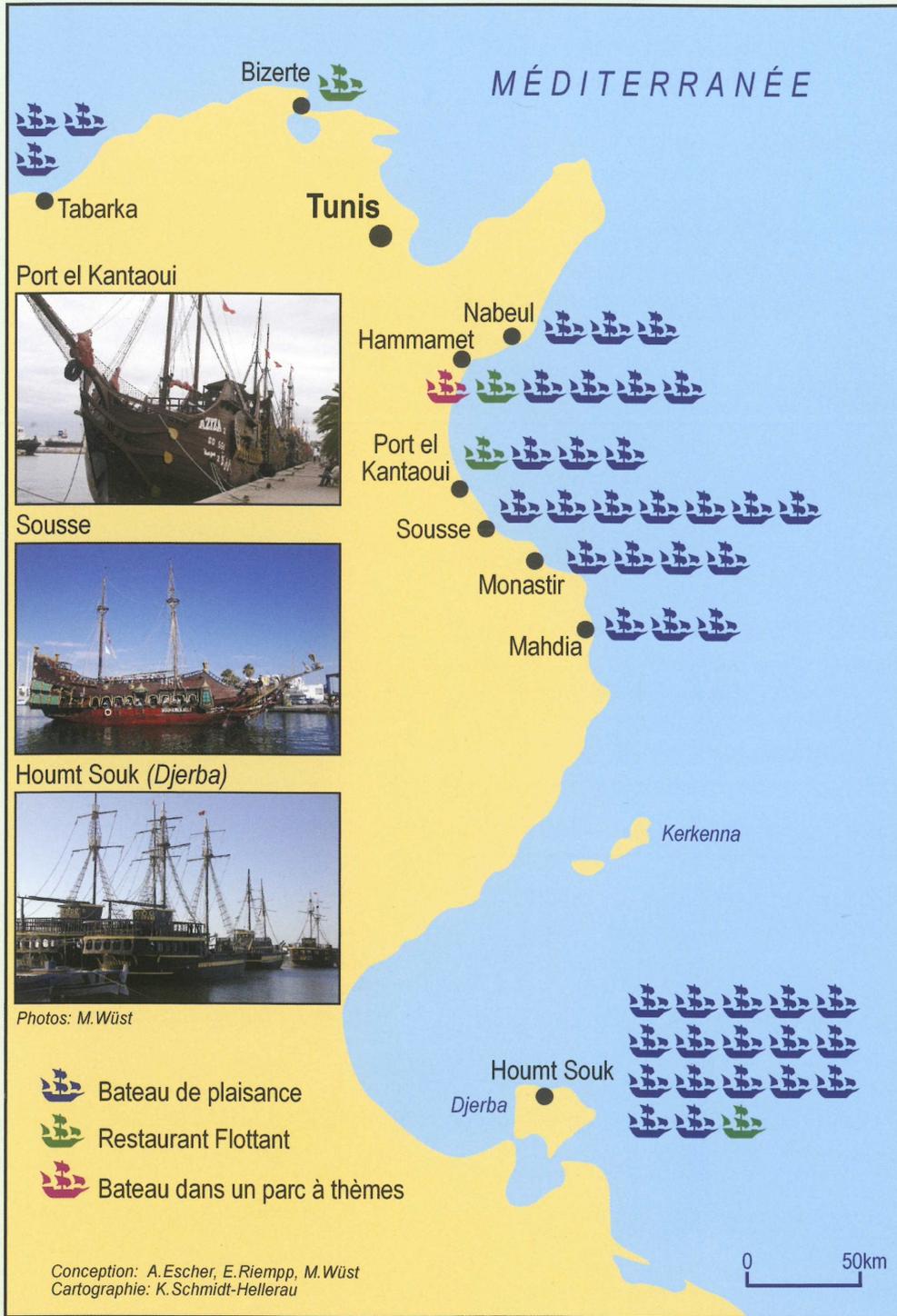


Figure 3 : Bateaux-pirates pour touristes en Tunisie

Les autorités tunisiennes ont établi pendant la production de nombreuses obligations de sécurité concernant la coulisse flottante. C'est sur cette réplique que toutes les scènes à bord du navire furent tournées – alors que dans les autres films de pirates, un décor à terre était favorisé. Grâce à l'enthousiasme et à l'engagement du producteur, la coulisse devint

un navire apte à la navigation. Au moteur, il atteignit une vitesse de 5 nœuds. Et un gros ventilateur fut installé pour gonfler les voiles afin que le navire puisse être filmé comme un vrai et fier galion. Il était prévu qu'à la fin du tournage le galion-décor *Neptune* qui coûta 8 millions de dollars soit coulé, mais le producteur en décida autrement et modifia le scénario. Le navire

resta tout d'abord à Port el-Kantaoui et y devint une attraction touristique de la marina. Dans le cadre des festivités pour le lancement du film et à des fins publicitaires, le galion rejoint par la mer Cannes où le film fut présenté hors concours lors du festival de 1986. Depuis, *Neptune* a trouvé son port définitif à Gènes (Photo 6) où il peut être visité comme musée cinématographique ou bien loué comme lieu de soirées ou de réception par les nouveaux riches ou comme lieu de tournage pour films ou spots publicitaires. Ainsi il est entretenu pour rester une coulisse de tournage.

En Tunisie, même si *Neptune* n'y est plus, le film *PIRATES* et son navire-coulisse ont un impact très important. A Port el-Kantaoui, un nouveau navire baptisé *Neptune VI*, a assuré en tant que bateau-restaurant la relève du bateau-coulisse. Mais il ne s'agit pas là du seul navire qui rappelle le film *PIRATES*. Au début de l'histoire des bateaux de pirates touristiques, on trouve un jeune tunisien, ouvert et doué en langues qui se fit engager dans le nouveau *Club Méditerranée* à Hammamet.

Il y accomplit toutes sortes de travaux, de l'entraîneur de tennis au jardinier. Entre autre, il accompagnait les touristes lors des promenades en mer. Puis il se lança dans ses propres affaires en organisant des promenades en mer ; le tournage du film dans la marina lui donna l'idée vers la fin des années 1980 d'élargir son offre avec des animations « piratesques » sur une péniche désaffectée. Ainsi fut née la tradition des bateaux de pirates modernes.

Depuis, de nombreuses agences ou entrepreneurs ont imité l'innovateur. Celui-ci dirige depuis un commerce basé sur deux bateaux pouvant emmener chacun 130 personnes. Surtout

depuis l'année 2000, le nombre des admissions de bateaux de pirates augmente.

Aujourd'hui on y trouve deux types dominants : les bateaux imitant le galion espagnol *Neptune*, le navire-coulisse original. On les trouve dans les ports de el-Kantaoui, de Sousse et de Monastir, où le film *PIRATES* fut en grande partie tourné. Les constructeurs imitent la poupe avec la balustrade et la figure de proue typiques. Mis à part quelques formes intermédiaires, tous les autres bateaux prennent plutôt la forme des anciennes péniches typiques de Djerba.

Les guides et propriétaires de bateaux coopèrent avec les agences de tourisme et les gérants des hôtels ; certains propriétaires d'hôtels possèdent leurs propres bateaux avec lesquels ils emmènent les vacanciers vers les navires-pirates. Dans plusieurs ports, les passants sont racolés aux embarcadères. Panneaux indicateurs et photos renseignent sur le nom, le prix, les consommations et les offres. A Sousse, un propriétaire prétend même posséder le navire authentique du film *PIRATES* et annonce sur son panneau « *des vacances comme au cinéma* » !

La plupart des clients sont des touristes étrangers. On trouve en plus quelques bateaux qui sont loués pour des mariages ou autres fêtes de familles ou pour des tournages de films ou de spots publicitaires.

Le programme varie selon les ports et leurs offreurs. La plupart des sorties en mer durent trois à trois heures et demie et sont le plus souvent proposées comme sortie du matin ou de l'après-midi. A Djerba et Tabarka, des sorties d'une journée complète sont aussi offertes. Repas et boissons font partie de toutes les sorties, l'alcool y est prohibé. Sur certain bateaux, surtout à Hammamet et à Djerba,

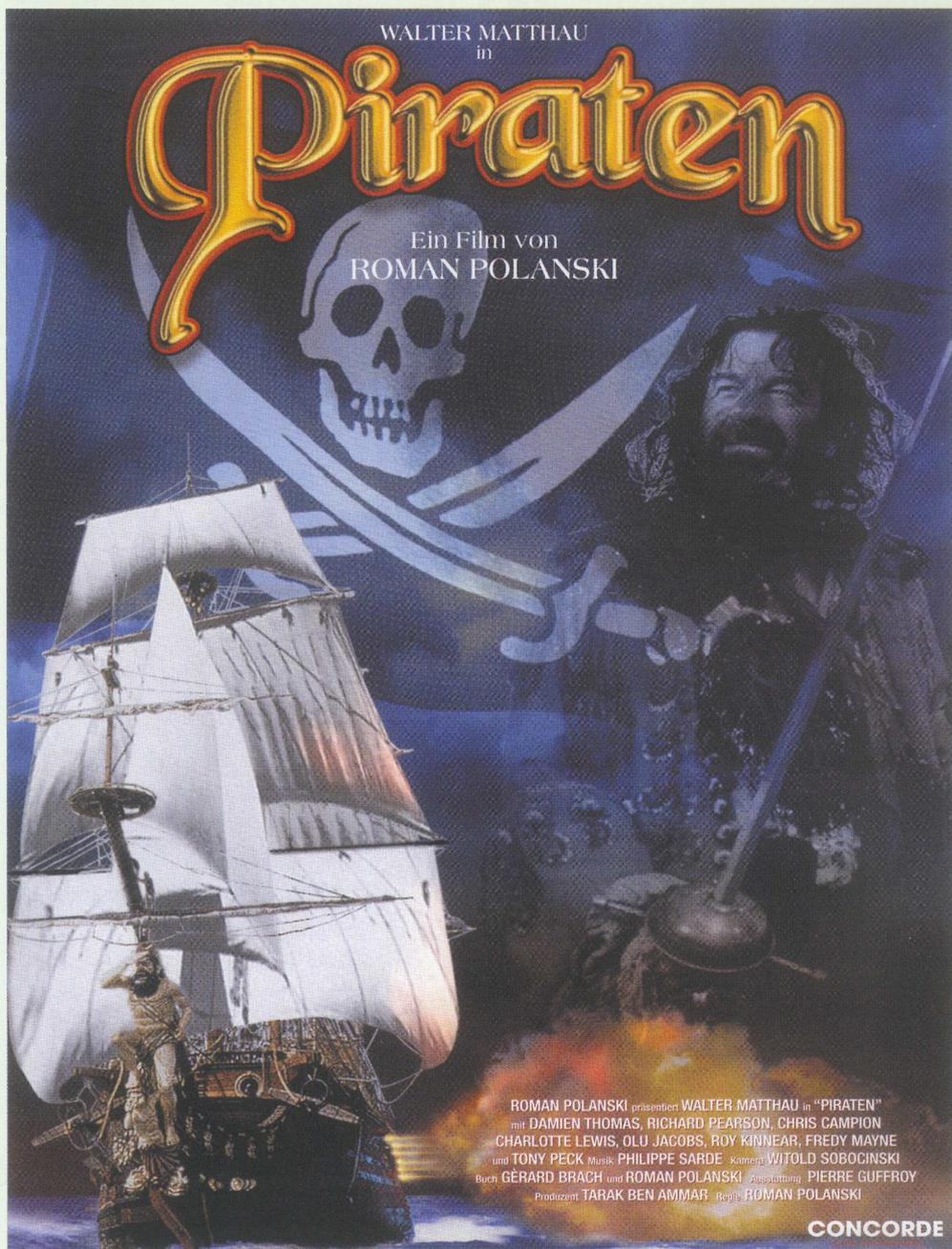


Figure 4 : Affiche allemande pour la DVD du film *PIRATES* de Roman Polanski



Photo 6 : Le navire-coulisse *Neptune* du film *PIRATES* à Gènes Photo : Myrjam Wüst, 2007

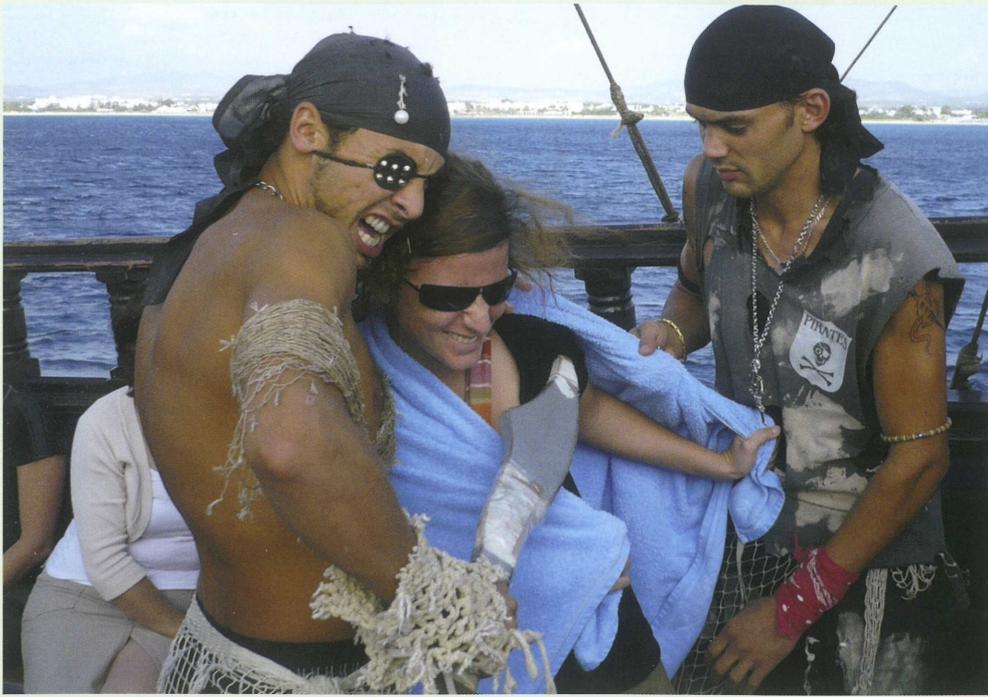


Photo 7 : Animateurs et comédiens lors d'une représentation d'abordage d'un navire-pirates

Photo : Carina Engbers, 2007

des jeunes hommes présentent un show « de pirates » sur le pont qui se termine le plus souvent avec des invitations à forte voix pour établir un contact corporel avec les clients. (Photos 7 & 8). Sur les bateaux, sont aussi souvent mis en vente des T-Shirts et foulards avec des motifs de pirates comme des

têtes de morts, des noms de navires ou des drapeaux.

La demande varie fortement suivant les saisons : pendant la saison principale, certains bateaux sortent jusqu'à sept fois par jour, en hiver par contre, certains bateaux sont à sec et remis à neuf techniquement ou optiquement.



Photo 8 : Pirates dansant avec les touristes sur un bateau-pirate

Photo : Volker Vogelsberg, 2007

Les prix d'accès varient fortement : de 15 euros à l'embarcadere juste avant le départ à 80 euros après réservation dans une agence ou un hôtel.

La motivation des touristes de vouloir naviguer sur les traces du *Capitaine Jack Sparrow* résultent de l'ennui grandissant des journées passées à la plage, des enfants que insistent, du désir de voir la côte depuis la mer et le programme « pirates » qui éveille la curiosité. En général, les animations des équipages sont appréciées par les clients même si quelques participants les trouvent parfois ridicule. L'espace imaginaire du « monde des pirates » n'apparaît pas seulement à cause de bateaux aux formes fantaisistes mais surtout par la mise en scène réalisée. Les informations sur l'origine des bateaux-pirates qui réveillent l'impression de « vécu » sont parfois des plus osées. On voit même des imitations non-navigables et des péniches colorées vendues en tant que bateaux de pirates du 17<sup>ème</sup> siècle qui auraient coulé devant Djerba et auraient été rénovées pour être mises aujourd'hui à la disposition de touristes. Les corsaires célèbres et redoutés des côtes de la Tunisie au 18<sup>ème</sup> siècle sont cités comme preuve des descriptions. Pour les vacanciers-pirates, le monde imaginaire devient presque une réalité. Les produits post-cinématographiques sont donc désormais ancrés dans le « monde réel ».

### Résumé

L'impression de « réel » liée aux films augmente par le fait que les foules se lient sur une longue période avec ces films et leurs produits, s'identifient avec leurs héros et reproduisent leurs histoires. Les épisodes de STAR WARS et les films de PIRATES DES CARAÏBES comptent parmi les séries ayant eu un très grand

succès au 20<sup>ème</sup> siècle. Ces films ont laissé en Tunisie – un pays touristique – un impact très fort sur les anciens lieux de tournages dans les régions nord du désert et sur la côte. Hollywood a donc une forte influence sur toute la branche touristique et sur le déroulement du séjour des vacanciers. La visite des ruines antiques et des journées sur la plage font désormais autant partie d'un séjour en Tunisie que les espaces imaginaires des guerriers des étoiles et des pirates sur la mer.

## Bibliographie

BEETON, S. : Film-induced tourism. – Clevedon, Buffalo, Toronto 2005 (= Aspects of Tourism, vol. 25).

BÜHLER, W. : Der Piratenfilm. – Filmkritik 10 (1973), pp. 435-497.

BUSBY, G. & J. KLUG : Movie-induced tourism: the challenge of measurement and other issues. – Journal of Vacation Marketing 7 (4). 2001, pp. 316-332.

FEENEY, F. X. & P. DUNCAN : Roman Polanski. – Köln 2006.

FIEBIG, H. et al. : Cinema – Das Wichtigste aus der Welt des Films. August 2007, p. 119.

HASSE, J. : Raum und Gefühl. – Der Architekt N° 7/8, 2003, pp. 48-51.

KNOLL, J. & J. W. RINZLER : STAR WARS. George Lucas und die Schöpfung seiner Welten. – München 2005.

OSBORNE, P. D.: Travelling Light: photography, travel and visual culture. – Manchester 2000.

REEVES, T. : Der Grosse Film-Reiseführer. 15.000 Schauplätze des Internationalen Films. – Königswinter 2002.

RILEY, R. & C. S. VAN DOREN : Movies as tourism promotion: a 'pull' factor in a 'push' location. – Tourism Management, 13 (Sept.). 1992, pp. 267-274.

RINZLER, J. W.: The Making of STAR WARS. The Definitive Story Behind The Original Film. – New York 2007.

TOOKE, N. & M. BAKER : Seeing is believing: the effect of film on visitor numbers to screened locations. – Tourism Management 17 (2). 1996, pp. 87-94.

WUSS, P.: Filmanalyse und Psychologie. Strukturen des Films im Wahrnehmungsprozess. – Berlin 1999.

ZYGOURIS, W.: Piratenfilm. – In: T. KOEBNER (éd.): Reclams Sachlexikon des Films. – Stuttgart 2007, pp. 516-518.

ZIMMERMANN, S.: „Reisen in den Film“ – Filmtourismus in Nordafrika. – In: H. EGNER (éd.) : Tourismus – Lösung oder Fluch? Die Frage nach der nachhaltigen Entwicklung peripherer Regionen. – Mainz 2003, pp. 75-83 (= Mainzer Kontaktstudium Geographie, vol. 9).

## Sources d'Internet

BANTHAPOODOO: Drehbericht Tunesien 30 Mai - 06 Juin 2006.

[http://www.banthapoodoo.de/reise/reports\\_d.html](http://www.banthapoodoo.de/reise/reports_d.html) (08.01.2008).

BECKETT, J.: Real Tales from Mos Eisley Cantina. Conclusion. 1999 <http://www.starwarslocations.com/swarchive/RealTales/conclusion.html> (20.08.2007).

EW: Erweitertes Universum. [http://www.jedipedia.de/wiki/index.php/Erweitertes\\_Universum](http://www.jedipedia.de/wiki/index.php/Erweitertes_Universum) (02.01.2008).

FAUCOURT, S.: Interview de Gus Lopez. 2007. [http://www.mintinbox.net/reportages/Interview\\_Gus\\_Lopez](http://www.mintinbox.net/reportages/Interview_Gus_Lopez) (09.01.2008).

FRAPORT Travel Service: Auf den Spuren von Star Wars Schauplätzen. 2008 [http://www.starwars-union.de/bilder/news/20071223\\_tunesien2008.pdf](http://www.starwars-union.de/bilder/news/20071223_tunesien2008.pdf) (09.01.2008).

GLEASON, S.: LosCon 34's Fan Guest of Honor Capt. David West Reynolds. 2007 <http://www.loscon.org/34/Loscon34PR4.pdf> (09.01.2008).

GREENBERG, A.: STAR WARS' Galactic Dollars. Forbes Magazine 5.4.2007 [http://www.forbes.com/technology/2007/05/24/star-wars-revenues-tech-cx\\_ag\\_0524money.html](http://www.forbes.com/technology/2007/05/24/star-wars-revenues-tech-cx_ag_0524money.html) (02.12.07).

TUI Interaktiv: Tunesien erleben. 2007 <http://www.tui.com/angebote/tunesien.html> (05.01.2008).

## Pages des fans de STAR WARS

[www.starwarslocations.com](http://www.starwarslocations.com)

[www.starwars.com](http://www.starwars.com)

[www.starwars-union.de](http://www.starwars-union.de)

[www.projektstarwars.de](http://www.projektstarwars.de)

[www.star-wars-fandom.de](http://www.star-wars-fandom.de)

[www.theforce.net](http://www.theforce.net)

## Auteurs

**Prof. Dr. Anton Escher**

**Eva Riempp**

**Myrjam Wüst**

Département de Géographie, Université de Mayence, 55099 Mainz

E-Mail:

[escher@uni-mainz.de](mailto:escher@uni-mainz.de)

[e.riempp@geo.uni-mainz.de](mailto:e.riempp@geo.uni-mainz.de)

[wuest@uni-mainz.de](mailto:wuest@uni-mainz.de)