

TOURISME BERLINOIS : APPEL À TÉMOIGNAGES

Le Berlin des guides et des visiteurs français – une (en)quête touristique 2000-2020

Êtes-vous (ou avez-vous été) touriste français à Berlin depuis 2000?
Êtes-vous (ou avez-vous été) guide touristique français à Berlin depuis 2000 ?

Les témoignages seront recueillis – entre août 2019 et août 2020 – sous forme d'entretiens sur place et à distance, questionnaires en ligne, enregistrements audio ou vidéo, échanges par e-mail. Si vous avez envie de témoigner, de façon anonyme et confidentielle, dans le cadre de ce projet de recherche en études germaniques, merci de bien vouloir contacter :

Dana MARTIN, dana.martin@uca.fr

Dana MARTIN est maître de conférence en civilisation allemande à l'Université Clermont Auvergne / UFR Langues, Cultures et Communication. Membre du laboratoire Communication et Sociétés (EA 4647) et coordinatrice du groupe de travail Germanosphères.

L'étude de terrain sera réalisée avec le soutien de la Maison des Sciences de l'Homme Clermont-Ferrand, les résultats publiés début 2021 dans une revue scientifique avec comité de lecture. Une présentation du projet se fera lors de la journée d'étude « 1989-2019 : 30 ans après la chute du Mur de Berlin, regards croisés sur l'Allemagne », qui se tiendra à l'Université Lumière – Lyon 2 le 7 novembre 2019. Organisation : Laurence GUILLON, MCF en allemand et coordinatrice Rhône-Alpes du Centre interdisciplinaire d'études et de recherches sur l'Allemagne (CIERA).



Source image : <http://www.ruerivard.com/un-long-week-end-a-berlin-3/> (16/07/19)

Présentation du projet scientifique :

Les touristes français sont de plus en plus nombreux à venir visiter la capitale allemande, en quête d'idées et de parcours, mais aussi d'expériences et d'explications. Bien souvent, ils font appel à des guides francophones, dont beaucoup sont des expats français qui s'y sont installés de manière temporaire ou permanente. Leur métier (principal ou secondaire) est de faire découvrir aux autres – dans leur langue maternelle – un environnement, une histoire, des mentalités et des modes de vie propres au pays d'accueil : avantage ou inconvénient ? Défi ? Pari ? Bonne question.

Le but des touristes est d'explorer Berlin en quelques jours, plus rarement en une à deux semaines, afin de se faire une idée globale de la métropole et de ses environs. La plupart du temps, celle-ci sera abordée à travers ses sites les plus connus et emblématiques (Porte de Brandebourg, Reichstag, Alexanderplatz, Potsdamer Platz, Île aux musées, Tiergarten, Ku'damm), parfois aussi par le biais de visites thématiques (nazisme, mur et guerre froide, street art, scène alternative, écologie) ou de formules spécifiques (à vélo, musées, manifestations, souterrains et bunkers, lieux abandonnés, vie nocturne, espaces verts et lacs).

La mission des guides touristiques consiste à montrer à leur clientèle un maximum de choses en un minimum de temps. Faute de pouvoir être exhaustif, ils doivent choisir un certain nombre de lieux et d'activités particulièrement importants ou intéressants. En dehors des hauts-lieux touristiques, ils proposent ainsi à un public de passage (novice ou non, germanophone ou non) d'investir ensemble des endroits soit typiques soit insolites, mais dans les deux cas représentatifs d'un ensemble plus vaste dont les contours resteront nécessairement un peu flous pour le voyageur non spécialiste.

Le challenge est triple. Premièrement, toute visite guidée individuelle ou collective se doit d'être organisée avec professionnalisme, ce qui nécessite rigueur, autonomie et sens des responsabilités ; deuxièmement, elle doit être – ou paraître – authentique et originale, ce qui implique spontanéité, créativité et goût de l'aventure ; troisièmement, le visiteur veut voir et en avoir pour son argent, ce qui instaure une relation commerciale entre prestataire et client, avec obligation de résultat en termes de sentiment de réussite et de satisfaction, idéalement partagée.

Le projet de recherche est mené dans le domaine des sciences humaines et sociales, plus précisément en études germaniques et en études culturelles. Il a pour objectif d'étudier les deux groupes de personnes les plus significatifs pour le tourisme français à Berlin : les guides et les touristes, tout en intégrant d'autres professionnels du tourisme et d'autres formes d'exploration semi-touristique (pour tout type de séjour privé et / ou professionnel inférieur à six mois).

L'étude vise à répondre aux questions suivantes :

- Quels rapports entre acteurs et consommateurs dans le domaine du tourisme urbain ?
- Quels liens entre tourisme dit « de masse » et tourisme dit « alternatif » ?
- Quels sont les facilitateurs, et quels les obstacles dans la découverte guidée de la ville de Berlin ?
- Quel est le rôle, quelles sont les possibilités et les limites de l'accompagnateur étranger en charge de présenter la ville et ses habitants à ses compatriotes ?

La constitution d'un corpus de témoignages oraux et écrits permettra d'analyser non seulement les problèmes récurrents et les solutions proposées, mais aussi les dilemmes évidents et les contradictions propres à l'exercice du tourisme culturel. Ce travail d'investigation et de réflexion, basé sur une méthodologie qualitative, n'est pas censé apporter réponse à tout. Il servira surtout à mieux comprendre la problématique dans toutes ses ramifications, puisqu'il s'agit d'un phénomène aussi récent que passionnant.