

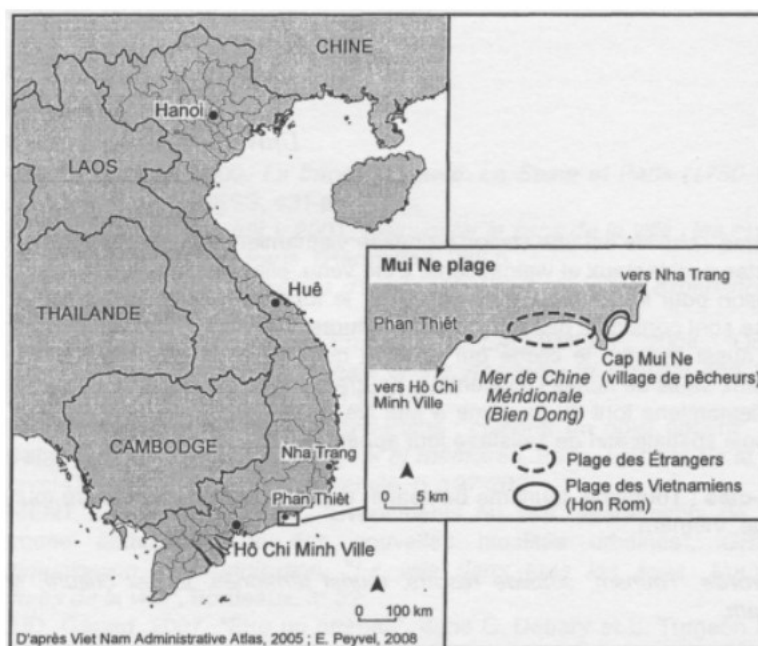
Document 1 : La localisation de Mui-Ne et ses deux plages

Les documents 1, 2 et 3 sont extraits de :
Emmanuelle Peyvel, *Mui-Ne, deux approches différenciées de la plage*, dans *La plage : un territoire atypique*, 2008.

<https://journals.openedition.org/gc/1036>

Figure 1 : Carte de localisation

Emmanuelle Peyvel



Document 2 : Mui Ne, la plage des étrangers

Mui Ne a été choisie par les touristes occidentaux, non pour ses qualités spécifiques typiquement vietnamiennes, mais parce qu'elle correspondait à un « air du temps » touristique bien connu : la mer turquoise suffisamment ventée pour y faire du surf, la plage de sable blanc et fin parsemée de cocotiers au bord de laquelle des établissements touristiques peuvent s'implanter, un endroit paisible mais facilement accessible depuis Hô Chi Minh, une des principales portes d'entrée du pays pour les touristes étrangers.

Ce sont surtout des hébergements touristiques qui s'étirent le long de la plage, des restaurants, des agences de voyage et des boutiques de souvenirs. Cette excroissance ⁽¹⁾ du village de pêcheurs de Mui Ne, situé à quelques kilomètres au Nord en direction du cap, apparaît ainsi très monoactive ⁽²⁾. Les touristes occidentaux y ont bien fait émerger un territoire qui leur est propre. Les langues des enseignes commerciales en offrent un bon aperçu : le vietnamien côtoie presque toujours l'anglais, voire le russe et le japonais. Les Européens, Nord-Américains, Australiens, mais aussi Russes et Japonais constituent en effet la grande majorité de la clientèle.

Cette diversité est le résultat d'une montée en gamme progressive qui s'accompagne d'un changement de propriétaires. Au début, ce sont surtout des routards et des expatriés de Hô Chi Minh Ville qui venaient faire du tourisme à Mui Ne, en logeant dans de petites *guest houses*. Petit à petit, l'activité s'accroissant, les établissements se sont améliorés (...) Des hôtels de luxe se sont ensuite construits, comme le *Novotel* en 1995 ou le *Victoria* en 1997.

Les Vietnamiens ont alors repris les infrastructures les plus modestes. Ce sont souvent des pêcheurs qui ont vendu leur terrain de bord de mer (longtemps sans valeur) pour y construire une grande maison où la famille vit tout en accueillant des touristes. (...)

Les aménagements ont été considérables pour rendre Mui Ne accueillant aux yeux des touristes occidentaux (...). L'électricité, l'eau courante, des sanitaires à l'occidentale et Internet ont été installés. La nature a été apprivoisée : des cocotiers ont été abattus et les cocoteraies productives ⁽³⁾ ont cédé la place à des cocotiers ne faisant plus office que de décor sur la plage ; les liserons de sable ont été arrachés pour éloigner les puces de mer ; le sable a été égalisé et la piste est devenue une route goudronnée équipée de feux tricolores.

C'est tout un décor exotique qui a été créé, afin d'être conforme aux représentations qu'en ont les touristes occidentaux.

1: développement anormal (parasitaire) de quelque chose

2: spécialisée dans une seule activité

3: champs de noix de coco destinés à être vendues

Document 3 : Hon Rom, la plage des Vietnamiens

Se rafraîchir est donc un élément fondamental pour les touristes vietnamiens. Il constitue un des objectifs principaux de leur séjour touristique car il assure le repos. Il existe d'ailleurs une expression typiquement vietnamienne pour l'expliquer : di nghi mat, que l'on pourrait traduire par « partir se reposer au frais ». Cette expression est synonyme de prendre des vacances pour les Vietnamiens, à la mer ou à la montagne.

A Hon Rom, de nombreux dispositifs spatiaux ⁽¹⁾ s'expliquent par cette recherche de fraîcheur : la proximité de la mer bien sûr, mais aussi ce vaste espace en forme de halle couverte sous toit de tôle. C'est là que les Vietnamiens se concentrent, à raison de plusieurs centaines en haute saison. Des chaises, tables, transats et hamacs y sont disposés, afin de se reposer à l'ombre. Des ventilateurs sont disposés ça et là, et beaucoup de touristes apportent leur éventail. Quant à l'hôtel, il offre la climatisation dans chaque chambre, et c'est avec délice que ses hôtes en profitent pour dormir, à l'heure de la sieste par exemple. Enfin, à proximité du restaurant se trouvent des douches payantes et un grand bassin d'eau douce gratuite. Les Vietnamiens s'y rincent toujours après la baignade, et disposent ainsi d'eau douce fraîche en permanence au cours de leur journée.

En assurant confort et fraîcheur, cette halle couverte constitue le pôle central de ce territoire touristique, à la différence de la plage de sable chez les Occidentaux. Les Vietnamiens y restent une bonne partie de la journée, sauf pour aller se baigner. S'il existe un espace de sociabilité ⁽²⁾ sur les plages vietnamiennes, c'est bien celui-là. Les Vietnamiens y mangent, y boivent, y discutent, y jouent aux cartes et y dorment. Ils s'y installent confortablement, car il est hors de question pour eux de s'asseoir à même le sable : c'est désagréable, voire sale, et en plus il y fait trop chaud. Ils peuvent se reposer dans des transats et des hamacs, se faire servir un repas sur une table (et non pique-niquer comme les Occidentaux aiment le faire sur le sable) et laisser leurs affaires en toute sécurité lorsqu'ils vont se baigner.

Cette halle couverte est aussi un espace de commerce : le restaurant y sert des repas bien sûr, mais de nombreuses vendeuses ambulantes y circulent aussi, pour vendre des souvenirs, des billets de loterie ou de quoi boire et manger, comme des calamars séchés ou du jus de canne à sucre frais (...).

D'une manière générale, faire un bon repas convivial est un autre grand plaisir des Vietnamiens en vacances. Leur culture touristique ne repose en effet pas sur l'entre-soi ⁽³⁾, comme chez les Occidentaux, mais sur une culture touristique du collectif. Les touristes vietnamiens partent le plus souvent avec la famille élargie.

1 : aménagements de l'espace

2 : de rencontre

3 : fait de rester avec des connaissances proches, en petits groupes

Document 4 : Les touristes au Vietnam en 2016

- Arrivée des touristes internationaux. Source OMT

Asie : 9,7 millions

Chine 4 millions

Corée sud 2,4 millions

Japon 798 000

Taiwan 616 000

Malais 480 000

Etats-Unis 614 000

Europe 1,8 millions

Russes 574 000

France 255 000

Anglais 283 000

Australie 370 000



- Le tourisme intérieur est beaucoup plus important que le tourisme international : en 2016, 10 millions de touristes internationaux ont été accueillis, tandis que 62 millions de touristes domestiques ont été comptabilisés à travers le pays, soit 6 fois plus.

Source : Emmanuelle Peyvel, Les cafés géo, 27 janvier 2018.

<http://cafe-geo.net/etre-touriste-dans-un-pays-socialiste-le-vietnam/>