

Des représentations aux incidences socio-spatiales du tourisme de routard

Le cas du Groenland

Antoine Delmas

Volume 32, numéro 1, 2013

Tourisme des routards

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1036658ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1036658ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Delmas, A. (2013). Des représentations aux incidences socio-spatiales du tourisme de routard : le cas du Groenland. *Téoros*, 32(1), 89–99.
<https://doi.org/10.7202/1036658ar>

Résumé de l'article

À travers l'exemple du Groenland, cet article propose d'explorer toute la complexité des relations qui existent entre les expériences touristiques traditionnelles et routardes. L'appréhension conjointe de ces deux formes de tourisme dévoile des singularités mais révèle aussi de nombreux points communs. L'article invite alors à repenser la distinction usuelle qui oppose ces expériences. Outre la compréhension des comportements du routard et de ses motivations, le parti pris scientifique de cet article est également de révéler les incidences spatiales de cette expérience touristique. En raison de la marginalité des flux, l'analyse des effets spatiaux a souvent été délaissée. À partir d'une étude de cas sur le tourisme de routard au Groenland, l'article montre comment cette clientèle représente la fréquentation historique et comment elle joue un rôle déclencheur dans la dynamique de mise en tourisme. Encore aujourd'hui, elle est la principale instigatrice du processus de touristification et ouvre la voie à un tourisme plus conventionnel.

Des représentations aux incidences socio-spatiales du tourisme de routard

Le cas du Groenland

Antoine DELMAS

Doctorant au laboratoire RURALITÉS
Université de Poitiers (France)
antoine.delmas@univ-poitiers.fr

RÉSUMÉ : À travers l'exemple du Groenland, cet article propose d'explorer toute la complexité des relations qui existent entre les expériences touristiques traditionnelles et routardes. L'appréhension conjointe de ces deux formes de tourisme dévoile des singularités mais révèle aussi de nombreux points communs. L'article invite alors à repenser la distinction usuelle qui oppose ces expériences. Outre la compréhension des comportements du routard et de ses motivations, le parti pris scientifique de cet article est également de révéler les incidences spatiales de cette expérience touristique. En raison de la marginalité des flux, l'analyse des effets spatiaux a souvent été délaissée. À partir d'une étude de cas sur le tourisme de routard au Groenland, l'article montre comment cette clientèle représente la fréquentation historique et comment elle joue un rôle déclencheur dans la dynamique de mise en tourisme. Encore aujourd'hui, elle est la principale instigatrice du processus de touristification et ouvre la voie à un tourisme plus conventionnel.

Mots-clés : Routard, motivation, dynamiques spatiales, nature, aventure.

Reflét d'une société, la figure du touriste est mouvante. En proie à d'éternelles métamorphoses, les premiers aristocrates initiateurs du Grand Tour au XVIII^e siècle incarnaient des voyageurs très différents des croisiéristes ou des touristes métropolitains d'aujourd'hui. Depuis les années 1970, une autre pratique s'érige — une figure alternative — comme un contre-exemple à ce tourisme contemporain, dit traditionnel (Maoz, 2007), à l'instar des hippies menant une vie d'itinérance le long du *hippie trail*. Erik Cohen (1972 : 168-169) a été le premier à distinguer les « *institutionalized tourist roles [...] with in a routine way by the tourist establishment* » et les « *noninstitutionalized tourist roles [...] very loosely attached to the tourist establishment* ». Qualifiés dans l'article de *drifters* (*ibid.*), ces touristes sont aujourd'hui reconnus sous le nom de *backpackers* — littéralement voyageur avec un sac à dos — ou en français de routards. Cette traduction reste discutable en raison de sa forte association au terme de « route » (Lachance, 2008), mais elle est la seule à ne pas laisser de doute sur son sens. Comme l'indiquent les appellations anglophones de *long-term budget traveler* (Riley, 1988) et de *budget traveler* (Locker-Murphy et Pearce, 1995), les routards se distinguent par le choix de séjours bon marché.

À cette volonté économique s'ajoute le désir de refuser les poncifs du tourisme traditionnel. Sortir des cadres habituels, rechercher de nouvelles destinations hors du commun et parfois dangereuses sont les fondements de l'expérience. L'aventure et le risque façonnent l'identité routarde (Elsrud, 2001 : 601 ; Larsen *et al.*, 2011 : 693-694). Natan Urieli *et al.* (2002 : 536) ajoutent que les formes même du voyage, la durée ou la flexibilité du séjour au regard de nouvelles opportunités différencient ces touristes des autres visiteurs. Également au cœur de l'expérience, on retrouve l'envie de rencontrer les populations locales et de faire des activités participatives et informatives (Locker-Murphy et Pearce, 1995 : 821). La rencontre de l'autre serait l'occasion de rechercher l'authenticité de la destination (Maoz, 2007 : 123 ; Noy, 2004 : 85), à côté de laquelle passeraient par définition les touristes traditionnels. Bien plus qu'un simple « voyage pas cher », l'expérience routarde, chargée de valeurs, serait le moyen de mieux se comprendre et de s'interroger sur sa propre identité (Noy, 2004 ; Pearce et Foster, 2007). Cependant, ces caractéristiques communes ne doivent pas faire oublier l'aspect composite des routards. L'âge, le sexe ou les précédentes destinations fréquentées sont autant de critères qui les différencient les

uns des autres (Larsen *et al.*, 2011 ; Maoz, 2007 ; Noy, 2004 ; Pearce et Foster, 2007 : 1287 ; Uriely *et al.*, 2002).

En raison des valeurs véhiculées, les écrits scientifiques mettent en avant les qualités du tourisme de routard (O'Reilly, 2006). Les succès littéraires et cinématographiques de *Into the Wild*, réalisé par Sean Penn (2007), ou de *Eat Pray Love*, de Ryan Murphy (2010), témoignent de cette valorisation ou tout du moins de la curiosité populaire, au sens noble du terme, qu'éveille cette pratique. Toutefois, les caractéristiques de ce tourisme, si riches soient-elles, sont aussi le reflet d'une certaine bien-pensance à l'occidentale qui valoriserait une expérience intellectualisée, face à une autre dénuée de qualité, dévalorisée : en un mot, le tourisme. Sous la plume d'Alain Grenier, le modèle disjonctif proposé par le tourisme routard perd de sa superbe. Le sociologue canadien rappelle que la recherche de l'authenticité n'est pas une singularité, mais une constante intrinsèque à toute expérience touristique (Grenier, 2008 : 41). Encore plus récemment, Svein Larsen *et al.* (2011) ont questionné la véritable identité du routard. Grâce à une vaste étude quantitative menée auprès de touristes rencontrés en Norvège, les auteurs suggèrent une véritable déconstruction du « mythe ». Ils posent de nouvelles questions quant à la différenciation qui semblait jusqu'alors exister entre touristes traditionnels et alternatifs. Ils invitent à conclure que si les spécificités sont réelles, elles sont bien moins marquées. Ce sont autant d'arguments qui liment les différences, qui rapprochent les pratiques et qui effritent toute la singularité du routard.

Est-il alors toujours pertinent d'ériger ces deux expériences l'une contre l'autre ? Quelles seraient les caractéristiques qui distingueraient encore les routards des touristes traditionnels ? En lien avec l'étiquette positive associée et la marginalité de l'expérience, les répercussions spatiales de ce tourisme sont minimisées. Pourtant, ses implications sont parfois plus importantes que ce que les flux ne pourraient le laisser penser (Hampton, 1998). Quel est alors le rôle du tourisme de routard dans la construction socio-spatiale des lieux ? Comme une mise en lumière de ce tourisme, cette recherche se propose d'apporter une réponse singulière à ces questionnements à travers l'étude de l'expérience touristique de routard au Groenland.

Une méthode « au terrain »

Surprenant à la première lecture, le choix de l'expression « au terrain » a été défendu par Denis Retaillé (2010). Ce géographe français soutient l'idée que le chercheur ne serait pas sur le terrain mais « au terrain », à l'image de l'expression « au charbon » ou de celle du scientifique qui se rend « au laboratoire » (Retaillé, 2010 : 86).

Afin d'interroger les tensions existantes entre les formes touristiques, entre une pratique et un territoire, différentes méthodes d'investigation se conjuguent. Un point commun existe entre elles : la mise en place d'une écoute active et méthodique. Développée par Pierre Bourdieu (1993 : 906), cette attitude suppose que l'investigateur, par mimétisme, adopte le langage, entre dans les vues, les sentiments et les pensées de l'enquêté. La démarche poursuivie écarte alors toute attitude distanciée qui viserait à instaurer une certaine

neutralité. Au contraire, elle s'intéresse tant au discours des enquêtés qu'aux effets induits par l'enquêteur. Une telle posture résonne avec l'interprétation déontologique du fait social total donnée par Claude Lévi-Strauss (2010 : XXVII) : « ... [D]ans une science où l'observateur est de même nature que son objet, l'observateur est lui-même une partie de son observation. » Alors le principe fondateur de cette démarche d'investigation n'est pas de tenter de s'affranchir de la subjectivité du chercheur, mais au contraire de s'y intéresser pour l'identifier et la mesurer.

Développées dans le cadre d'une thèse de géographie, les différentes investigations se sont déroulées au Groenland au cours des étés 2011 et 2012. La première source d'informations se composait d'une trentaine d'entretiens menés auprès d'acteurs touristiques pour cerner les contours de l'activité : directeurs des bureaux de tourisme, employés, décideurs, conservateurs de musée, etc. La deuxième source concernait un questionnaire proposé aux visiteurs, focalisé sur les pratiques touristiques et les représentations du Groenland. S'ajoutaient en complément aux informations déclinant l'identité civile (sexe, âge, profession, etc.) des questions sur l'identité touristique. La collecte de renseignements relatifs aux anciennes destinations fréquentées et sur les habitudes de séjour a permis de mieux cerner les différentes pratiques de voyage. Le questionnaire a véritablement joué le rôle de médium pour établir une véritable discussion introspective sur les pratiques de l'enquêté. Au-delà des inévitables refus et des personnes réticentes lors de la passation, la plupart des enquêtés se livraient à l'exercice avec un souci du détail et agrémentaient leur discours de nombreuses anecdotes sur leurs voyages. Ainsi, la transmission du questionnaire s'effectuait toujours accompagnée d'un cahier afin de recueillir sans déformation le propos des touristes. Tout y était consigné avec exactitude : les anecdotes sur les séjours touristiques, des remarques annexes ou des commentaires sur le séjour au Groenland. Proposé à 84 enquêtés, routards et touristes traditionnels rencontrés dans la baie de Disko (voir illustration 1), ce questionnaire a permis d'obtenir des points de vues différenciés sur les expériences touristiques. Située sur la côte ouest du Groenland, la plus grande ville de la baie de Disko, Ilulissat, accueille annuellement entre 25 000 et 30 000 visiteurs, soit un tiers de la fréquentation de l'île, ce qui en fait la principale ville touristique du Groenland. Chaque année il y a 6 fois plus de touristes que d'habitants à Ilulissat — 4 541 habitants en 2013 (Statistics Greenland, 2013a).

La réflexion sur l'expérience de routard polaire

Plus singulières, authentiques, ludiques, voire engagées, les expériences touristiques se sont diversifiées au cours de l'histoire. La possibilité d'assouvir des envies toujours plus variées a contribué à l'extension de l'écoumène touristique. Marginalisés hier, les mondes polaires sont aujourd'hui résolument intégrés aux circuits mondiaux. Aux limites de l'écoumène, loin des aménités de notre espace quotidien, le Groenland s'affirme comme une nouvelle destination touristique depuis les années 1990. Suite à un pic de fréquentation à plus de 110 000 touristes en 2008, le nombre de visiteurs s'est stabilisé depuis 2009 aux alentours de 100 000 visiteurs

annuels (tourisme intérieur et international confondus) (Statistics Greenland, 2013b; Statistics Greenland, 2013c). Il s'agit de flux infinitésimaux au regard du milliard de touristes internationaux en 2012 (OMT, 2013), mais suffisants pour induire des changements territoriaux significatifs dans une île peuplée par un peu moins de 60 000 habitants.

Les routards incarnent la clientèle historique de l'île depuis les années 1980. Toutefois, dès les débuts de ce tourisme, deux formes de routards se sont distinguées. Les premiers, indépendants, ont toujours été les propres guides à leur voyage. Malgré les difficultés de l'époque à planifier un tel séjour, ils l'organisaient par eux-mêmes, contournant les difficultés. À ces premiers s'ajoutaient les routards qui sollicitaient déjà les services des premières agences de voyage spécialisées dans les mondes polaires. Par leur intermédiaire, les touristes effectuaient le plus souvent des séjours physiquement engagés. Une telle offre est d'ailleurs à l'origine de la création de l'agence française Grand Nord Grand Large, historiquement tournée vers les hautes latitudes, qui a su séduire dès son origine cette clientèle. Aujourd'hui encore, ce type de séjour organisé reste une expérience habituelle au Groenland. Avec un guide polaire, les randonnées à pied, en terrain naturel, ou les itinérances maritimes en kayak sont les produits phares des agences spécialisées, qu'elles soient groenlandaises (Ilulissat Tourist Nature, Blue Ice Explorer, etc.), allemandes (Nordwind Reisen, etc.) ou nord-américaines (Adventure Canada, Natural Habitat Adventures, etc.), etc. L'expérience routarde n'apparaît alors pas incompatible avec les séjours organisés. Au Groenland, ces deux manières de découvrir l'île cohabitent, comme pour mieux souligner l'hétérogénéité de la clientèle routarde. Cependant, quelle que soit la forme considérée, les séjours au Groenland demeurent onéreux et bien loin de la pratique bon marché. Au coût élevé du vol s'ajoutent les prestations de transports internes, souvent chères en l'absence de voies routières, ainsi que le coût de la vie.

Sans lien avec les formes du séjour, l'âge représente un deuxième critère distinctif. Groupe hétéroclite, de jeunes adultes se distinguent d'autres touristes plus matures, aux expériences de vie diverses. Malgré la différence, les écrits scientifiques pointent comme ressemblance l'aspect constructeur du voyage. Pour les plus jeunes, âgés de 25 à 35 ans, le séjour serait « *a self imposed transition or rite of passage from adolescence to adulthood* » (Adkins et Grant, 2007 : 4). Cette réalité se confond dans la situation de Claude, touriste française, pour qui c'était le dernier voyage avant d'accoucher de son enfant. Même situation pour trois jeunes amis danois qui effectuaient un long séjour au Groenland avant d'entrer dans la vie professionnelle. Barbara A. Adkins et Eryn L. Grant (2007 : 4) affirment que le pendant à ce séjour constructif serait, pour les touristes d'âges mûrs, l'envie de rupture dans la vie personnelle ou professionnelle. Au regard des enquêtes réalisées, cet élément n'a pas été vérifié. Loin d'être une pratique ponctuelle au cœur d'expériences conventionnelles, le tourisme de routard s'apparente plus à un fil conducteur de la vie touristique, une véritable éthique de l'être. Aux multiples voyages à travers le monde, James, 60 ans, évoque les séjours hors du commun : une traversée du continent asiatique en voiture à la fin des années 1970, une croisière à bord d'un bateau

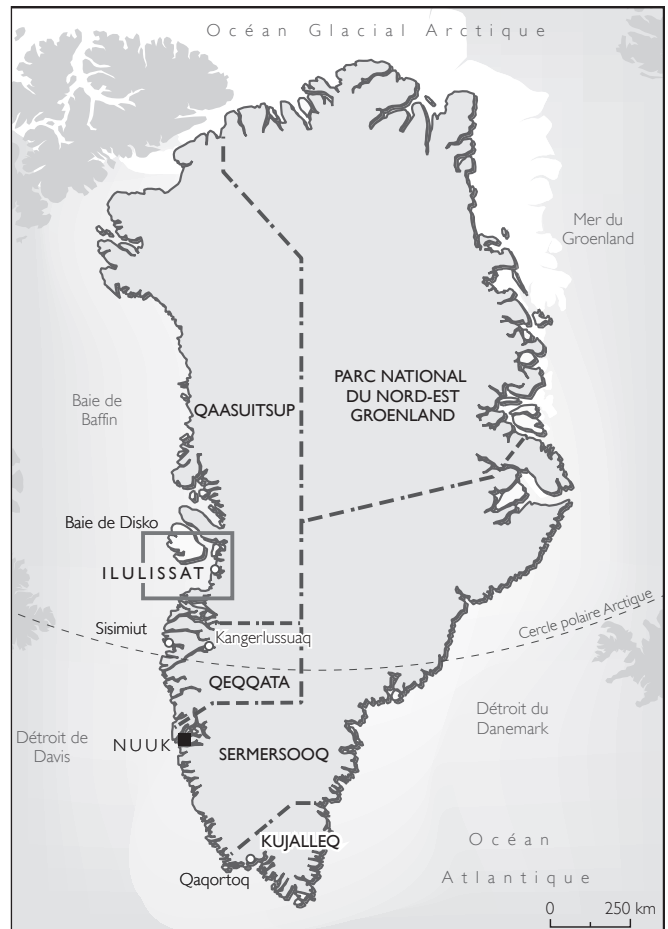


ILLUSTRATION 1 : Le village d'Ilulissat, sur la côte ouest du Groenland (source : Antoine Delmas, 2013).

ouvert de type semi-rigide en Norvège jusqu'aux îles Lofoten au début des années 2000. Fabia ajoute à sa longue liste de voyages des destinations peu courues, Alaska ou Mongolie. Madeleine, quant à elle, collectionne les expériences typées « aventure » dans le Grand-Nord. Depuis une dizaine d'années, elle effectue, toujours avec la même agence de voyage, des séjours itinérants en kayak en Alaska, au Yukon ou dans les Territoires du Nord-Ouest.

Bien plus qu'une simple évocation, la liste de ces séjours introduit un troisième signe discriminant : les expériences de voyage. Ces dernières révèlent deux profils différents de routard. À l'instar de James ou Fabia, le premier concerne des touristes « globe-trotteur » qui multiplient les séjours à travers le monde. Comme un préalable au Groenland, l'envie des hautes latitudes les a conduits à visiter au moins une fois les mondes polaires. Le second profil isole les « amoureux des pôles » qui multiplient les voyages dans ces régions. Inlassables, ils y reviennent. Véritable fascination pour ces latitudes, leur curiosité les amène à découvrir à plusieurs reprises les destinations qu'ils ont appréciées. Tout comme Madeleine, Jeff est devenu un inconditionnel du Groenland au point d'y revenir quasiment tous les ans depuis les années 1990.

L'expérience routarde n'est donc pas une simple pratique touristique, c'est un savoir-être. Elle s'inscrit dans une éthique de vie globale qui dépasse le simple cadre touristique pour donner un sens à la vie.

Le routard, un touriste parmi d'autres

Loin d'être spécifiques aux routards les profils de « globe-trotteur » ou d'« amoureux des pôles » se retrouvent aussi chez les autres touristes. Il existe ainsi une filiation entre certains croisiéristes habitués des destinations polaires et la jeune clientèle de routards. Les croisiéristes d'aujourd'hui sont, pour certains, les pionniers d'hier qui ont arpenté l'île à pied ou en kayak. Un autre âge de la vie les a amenés à délaisser la pratique engagée pour des séjours plus confortables, tout en évoquant leur âme de routard, une pratique initiée dans les années 1970 et 1980 qui perdure encore aujourd'hui.

Désormais, les routards ne sont donc plus les seuls à venir dans l'île. Ils sont d'ailleurs en minorité. Évoqués à l'instant, les croisiéristes représentent en 2012 un peu moins d'un quart des touristes de l'île, 23 000 visiteurs (Statistics Greenland, 2013b). Deux critères — la capacité d'accueil du navire et la place occupée par le Groenland au cours du séjour — permettent de distinguer trois formes de croisière. La première concerne les imposants navires qui embarquent plusieurs centaines à quelques milliers de passagers. Au regard de l'itinéraire parcouru, le plus souvent transatlantique, les espaces polaires ne sont qu'une des destinations constitutives d'un séjour. Entre les quelques escales, les passagers, qui sont sollicités par une offre pléthorique de divertissements, profitent des longs temps de navigation : spectacles, plaisirs culinaires, cinémas, casinos, animations de groupe, etc. Ces distractions comptent tout autant que les destinations visitées. La deuxième forme de croisière, en plus petites unités, accueille entre plusieurs dizaines et trois centaines de passagers. L'itinérance de ces navires est centrée sur l'Arctique (Islande, Svalbard, Groenland, Nunavut, Sibérie, etc.). À bord, les animations y sont plus rares. D'ailleurs, pour que l'immersion soit totale, des conférences sur la richesse faunistique et floristique, sur l'histoire ou les enjeux associés à ces régions plongent encore plus les passagers dans le froid des eaux polaires. Afin de ne pas être tributaires des infrastructures portuaires, ces navires disposent de leurs propres annexes qui permettent, au regard des législations en vigueur, de débarquer les passagers à proximité des sites jugés les plus intéressants. Malgré l'appellation de « croisières d'expédition », aucune concession n'est faite sur le confort du séjour. Au luxe des cabines s'ajoute une cuisine gastronomique; au standing du bateau, des attentions personnalisées. La troisième forme est la plus anecdotique en nombre, les petits voiliers qui embarquent 30 passagers, tout au plus. En prise directe avec les éléments, ces visiteurs découvrent quelques lieux du Groenland. En l'absence d'équipage à bord des plus petits bateaux, les clients se plaisent à officier comme matelot sous les ordres du capitaine : participation aux manœuvres, prise de quart, etc. Pas seulement croisiéristes, ces passagers s'engagent. Ils deviennent, en quelque sorte, des « routards des mers », comme pour mieux souligner le flou entre les différentes formes de tourisme qui s'imbriquent les unes aux autres.

Une autre clientèle concerne les touristes terrestres (Grenier, 2009 : 9) ou de terrain, catégorie à laquelle appartiennent les routards. Loin d'être un type de tourisme à part entière, l'expérience routarde est en réalité plus une nuance. Cette idée, déjà défendue par Natan Urieli *et al.* (2002), démontre que, malgré les spécificités, de nombreux points communs subsistent entre les tourisms. Pour tous les visiteurs de terrain, à la différence des croisiéristes, le moyen de déplacement et le lieu d'hébergement ne sont pas des critères distinctifs. Plus généralement, lors de voyages organisés ou en autonomie, ces visiteurs utilisent les hébergements collectifs : hôtels, auberges, campings, etc. Au sein de cette clientèle, les non-routards utilisent les infrastructures d'hébergement constituées le plus souvent d'hôtels de classe. Ils sollicitent aussi les nombreuses prestations proposées par les bureaux de tourisme : promenade en bateaux, safari pour observer les cétacés, survol aérien des paysages, etc. En revanche, les routards se distinguent par la sous-consommation marquée qui les amène à utiliser les infrastructures bon marché, les auberges, ou tout simplement à camper. Conformément à leur statut de voyageurs économes, ils s'orientent vers les randonnées dans la nature qu'ils organisent eux-mêmes. Ils se tiennent le plus souvent à l'écart de ces activités institutionnalisées.

La construction sociale du séjour au Groenland

Choisir une destination touristique n'est pas un acte fortuit, mais relève d'un processus réflexif mené en amont du voyage. Jost Krippendorf (1999) a relié les motivations du séjour au contexte social. John L. Crompton et Stacey L. McKay (1997) ont proposé quant à eux un modèle qui s'agençait autour des facteurs *push*, qui motivent le départ, et des facteurs *pull*, qui attirent le touriste vers une destination. Cette proposition avait déjà été formulée par le modèle psychosociologique de Seppo Iso-Ahola (1982 : 261) qui présente le tourisme comme « *an outlet for avoiding something and for simultaneously seeking something* ».

La construction de son séjour, de l'émotion à la proximité géographique

La construction intellectuelle est envisagée différemment selon les formes de l'expérience touristique. Avant de fouler les terres groenlandaises, les routards évoquent ouvertement la réflexion de longue date qu'ils ont engagée. Initié bien avant l'idée même de se rendre au Groenland, le déplacement, avant d'être physique, a été intellectuel, créant une visée sensible et émotionnelle de l'île. Ce romantisme de la destination contribue à associer au Groenland une dimension rêvée, à l'image de James qui parle d'« une aventure, un rêve de toujours » ou de Dominique qui concrétise « un rêve d'enfant ».

Ces considérations romantiques menées en amont du voyage sont étrangères à la plupart des touristes non routards, qu'ils soient croisiéristes ou de terrain. Marco, touriste italien qui fréquente l'un des deux hôtels de luxe d'Ilulissat, synthétise avec justesse la position de ces visiteurs. Il a ajouté le Groenland à la longue liste de ses destinations. Sa venue a été motivée par un simple souhait : « Parce que je n'y suis jamais allé. » La démarche intellectuelle de Marco le rapproche d'un conquérant de l'espace qui, par le biais de ses séjours, découvre



ILLUSTRATION 2 : Les paysages du froid focalisent l'attention des touristes (photo : Antoine Delmas).

le monde et tente de multiplier ses expériences afin d'accroître sa connaissance matérielle de l'espace géographique.

À l'instar des croisières qui se focalisent sur les mondes arctiques, de nombreuses agences proposent aux voyageurs de terrain des combinaisons de destinations. Après le séjour en Islande est proposée une extension au Groenland ; la petite île officie comme un sas d'entrée vers la plus grande. La présence de Lars ou Maia, touristes de terrain non routards ayant sillonné le monde, relève plus du concours de circonstances géographique, la proximité avec l'Islande, que d'une véritable aspiration à découvrir le Groenland. Ils s'y sont rendus, car leur voyageur leur a simplement proposé de visiter l'île en prolongation de leur séjour islandais. Tout comme Marco, leur démarche est purement consommatrice. Pas étrangers à cette prolongation du séjour, les routards profitent eux aussi de cette proximité. En revanche, leur démarche est intellectualisée. Ils inscrivent Islande et Groenland dans une continuité ; comme si invoquer le simple souhait de découvrir le Groenland n'était pas une raison suffisante et légitime. Dominique, après l'Islande, a « poussé plus loin ». Claude, avec son conjoint, a découvert le Svalbard, l'Islande, puis le Groenland. L'appellation d'« itinéraire Grand-Nord » qu'elle emploie pour dénommer son séjour est témoin de la réflexion menée en amont de ce grand voyage. C'est une vision exhaustive et représentative des hautes latitudes, une immersion totale.

La nature : un désir unanime, des valorisations différentes

Malgré l'arrivée des Thuléens au XI^e siècle (Canobbio, 2007 : 20) et de leurs contemporains européens les Vikings, les paysages du Groenland ressemblent immanquablement à des terres sauvages. Qu'ils soient croisiéristes ou touristes de terrain, routards ou pas, la motivation principale à la découverte du Groenland demeure la même. Le froid attire. La glace fascine.

Les icebergs émerveillent. Les formes du cryotropisme polaire se dessinent. À cet attrait pour les paysages du froid s'ajoute la quête d'espaces vierges de toute empreinte humaine afin d'errer intellectuellement et physiquement dans des *terrae incognitae*. Xavier, routard durant l'été 2011, synthétise avec justesse ce facteur *pull*. Il souhaitait « admirer les glaciers et les icebergs immenses, marcher sur l'inlandsis ! Être dans un pays encore bien sauvage, avec peu d'infrastructures ».

Méconnus des touristes occidentaux, les paysages du Groenland sont réduits à des images emblématiques de la pensée occidentale : les icebergs et les glaciers (voir illustration 2). Cette représentation demeure encouragée par les médias qui focalisent leur attention sur ces témoins symboliques de la vulnérabilité des zones polaires face au changement climatique. Le cheminement intellectuel des touristes obéit alors aux règles de fonctionnement de l'imagination qui « décompose toute la création, [et,] avec les matériaux amassés et disposés suivant des règles dont on ne peut trouver l'origine que dans le plus profond de l'âme, elle crée un monde nouveau, elle produit la sensation du neuf » (Baudelaire, 1868 : 265). L'imagination n'existe pas *ex nihilo*. Elle s'appuie sur notre corpus de connaissances, sur notre rapport au monde pour en construire une représentation (Fleury, 2006). L'iceberg et les glaciers créent le Groenland jusqu'à lui enlever sa substantifique richesse : sa diversité paysagère et conduit parfois à en oublier ses habitants.

Comment comprendre cette aspiration ? Si la singularité des paysages apparaît comme une raison suffisante à la découverte de l'île, n'existe-t-il pas au plus profond de nous une autre explication ? Éric Dardel, géographe français de la première moitié du XX^e siècle, insinue, dans son ouvrage majeur *L'homme et la Terre* (1952, rééd. 1990), que tout individu est lié à la Terre : la « géographicité ». Par cette notion, fondée sur la même racine que l'historicité qui qualifie notre existence



ILLUSTRATION 3 : Le navire Sarffak Ittuk dans le port d'Ilulissat (photo : Antoine Delmas).

temporelle et nous insère dans la flèche du temps, il interpelle notre appartenance à l'espace. À cette considération décontextualisée des mondes polaires s'en ajoute une autre, plus spécifique à ces espaces sauvages et vierges de toute empreinte humaine. L'attrait que ces derniers exercent en nous renvoie aux affres de la culture occidentale qui aurait perdu le lien à la Terre. Le séjour au Groenland devient alors un moyen d'exorciser cette perte et de rétablir la relation entre l'humain et l'espace géographique.

Toutefois, à ce désir de nature, commun à toutes les expériences touristiques, s'oppose l'engagement des routards. Pour ces derniers, le Groenland n'est pas une destination ordinaire, mais une destination qui donne l'occasion de vivre une aventure, un terrain de jeu idéal pour des touristes en mal de sensations. L'engagement des routards les amène à sillonner durant une dizaine de jours le chemin qui relie Kangerlussuaq à Sisimut. Popularisé par un guide anglophone et par son point de départ situé à la descente de l'avion à Kangerlussuaq, l'actuelle « porte d'entrée » internationale de l'île, ce sentier permet de s'immerger dans la nature sauvage. Dans le sud, de nombreux trekkings donnent l'occasion de gravir, de longer, d'arpenter les fjords et les lignes verticales des montagnes qui plongent dans la mer. Plus enclins à recouvrer une attache avec la Terre, les routards éprouvent un besoin existentiel avec l'« intimité matérielle de l'« écorce terrestre », un enracinement, une sorte de *fondation* de la réalité géographique » (Dardel, 1990 : 20). L'éclairage apporté par Éric Dardel (1990) reste d'une étonnante actualité. Il faisait, au regard de l'essor de l'alpinisme dans la société des années 1950, l'exégèse du « tellurisme » ; ce besoin irrépensible « de se mesurer avec l'espace tellurique, avec les arêtes et les cimes, les pentes enneigées et les glaciers » (Dardel, 1990 : 22-23). Aujourd'hui, ce besoin résonne avec les pratiques des routards qui découvrent le monde par l'effort,

l'aventure et le risque (Elsrud, 2001 ; Larsen *et al.*, 2011 : 693-694). Dans l'île, les conditions météorologiques variables et le « côté bien sauvage » de la destination, comme se plaisent à le rappeler certains routards, permettent de faire surgir en soi de telles émotions. Toutes ces considérations se synthétisent dans les propos de Bastian, voyageur solitaire allemand, pour qui la confrontation avait un sens très intime : « J'avais envie d'être seul, de me mesurer à moi-même. Savoir que si j'ai un souci je ne peux compter que sur moi. Il y a eu des moments intenses, notamment à l'occasion de franchir des gués. Mais tout s'est bien passé. »

L'art de la rencontre

Si le Groenland attire avant tout pour ses paysages, le tourisme culturel est la deuxième raison invoquée comme facteur *pull*. La rencontre avec les Groenlandais et leur culture est un moyen pour tous les touristes de découvrir l'exotisme et l'authenticité de la destination. Cette quête est intimement liée à l'identité des Kalaallits — les Inuits du Groenland. L'adaptabilité des populations à leur environnement a favorisé l'essor d'un mode de vie riche de ses propres traditions et coutumes. La littérature scientifique consacre l'idée que cette recherche est proportionnellement plus marquée chez les routards (Noy, 2004 ; Maoz, 2007 : 1013 ; Pearce et Foster, 2007). Ce constat se confirme dans l'écoute des propos de routards comme Claude : « J'ai envie de rencontrer la population locale et de voir comment elle vit aujourd'hui, être au calme, loin de notre société de consommation. »

Le refus du tourisme traditionnel amène les routards à déconsidérer les activités proposées par les bureaux de tourisme privés. Le nourrissage des chiens de traîneau, les visites de ville ou la participation à un *kaffemik* — un rassemblement convivial autour de boissons chaudes et de sucreries, une



ILLUSTRATION 4 : Le camping d'Ilulissat à l'entrée du site classé par l'UNESCO (photo : Antoine Delmas).

pratique cadre de la vie sociale locale — sont autant d'expériences à fuir en raison de leur institutionnalisation. Rien n'est plus contradictoire entre une entrevue organisée et l'envie de découvrir l'authenticité de l'île. Alors, les routards tentent de provoquer la rencontre, celle-là même qui leur permettra de partager un vrai moment avec les locaux. Certains sollicitent sans succès les pêcheurs pour effectuer une sortie en mer. Cependant, à la barrière linguistique se juxtapose une contrainte réglementaire. Officiellement pour des raisons de sécurité et inévitablement pour préserver l'activité des capitaines de bateaux touristiques, il est interdit aux pêcheurs d'emmener des visiteurs.

Désireux de se confronter au vrai Groenland, les routards multiplient les expériences à l'écart des sites et circuits touristiques. Pour se rendre vers de telles destinations, ces visiteurs privilégient l'Artic Umiaq Line, une compagnie de transport maritime (voir illustration 3) qui assure la desserte hebdomadaire des villes et villages situés entre Qaqortoq au sud et Ilulissat au nord. En raison du service assuré et des tarifs pratiqués, le navire qui effectue la liaison, le Sarffak Ittuk, jouit d'une renommée auprès des habitants, au point d'être l'un des emblèmes de l'île.

Pour les routards, ce navire respecte leur aspiration au séjour bon marché et leur offre la possibilité d'être avec les Groenlandais. Si, dans le discours, les touristes évoquent la possibilité de faire des rencontres, elles sont loin d'être effectives. Art de faire, le tourisme de routard est aussi un art de dire, un art de se représenter les choses. Illustrée par Torun Elsrud (2001) dans la création de l'aventure ou par Chaim Noy (2004) dans la transformation de soi, la narration est primordiale dans la construction de ce tourisme. Alors, même si les rencontres ne sont pas fréquentes, les routards retiennent la possibilité qui leur est donnée d'en faire, une distinction entre

les routards et les autres touristes qui semblent ne se faire que dans le discours.

Les routards acteurs de la mise en tourisme

Face à l'arrivée de nouveaux visiteurs, les acteurs touristiques se sont adaptés. Ils proposent dorénavant des prestations de qualité, susceptibles de séduire la clientèle non routarde, comme l'illustre le tarif des chambres d'hôtels qui oscille entre 100 € et 200 € la nuit. Les routards ne trouvent à Ilulissat qu'une seule auberge bon marché. Son existence est liée à la réhabilitation fortuite du lieu d'hébergement des travailleurs employés à la construction de l'aéroport dans les années 1980. Le bâtiment, qui ne devait exister que pour la durée du chantier, est devenu, 25 ans plus tard, l'auberge de la ville gérée par le plus important bureau de tourisme : World of Greenland. Toutefois, la prestation offerte par l'auberge reste prohibitive en l'absence de concurrence. Jusqu'à l'été 2010, un camping offrait une alternative à cet hébergement. Par manque de rentabilité pour le bureau qui en assurait l'intendance, World of Greenland, et du refus de la part de la municipalité d'attribuer les crédits suffisants, le site a fermé la même année. Depuis, le camping y reste toléré. Par contre, ni la municipalité ni les bureaux de tourisme ne mettent à la disposition des routards des infrastructures satisfaisantes, comme en témoigne l'absence prolongée de sanitaires. En réalité, il y en a de temps à autre, mais leur installation coïncide plus avec l'afflux massif de croisiéristes qu'avec l'arrivée des routards. Cet aménagement est primordial au regard de la localisation du site de camping à proximité du fjord glacé d'Ilulissat et de son glacier, périmètre classé au patrimoine mondial de l'UNESCO (voir illustration 4).

Certains routards déplorent ce désintérêt, à l'image d'Anke, une touriste allemande :



ILLUSTRATION 5 :
Front du glacier Eqip Sermia
(photo : Antoine Delmas).

Quand je suis venue pour la première fois, en 2002, il y avait beaucoup plus d'infrastructures pour les campeurs. Aujourd'hui il n'y a rien. C'est vrai, notre venue rapporte moins d'argent que les croisiéristes ou les touristes qui utilisent les hôtels, donc ça se comprend. Nous sommes moins intéressants. Dans les brochures il y a pourtant des touristes qui campent, qui randonnent dans la nature, mais en réalité il n'y a rien pour nous. Pas d'eau. Pas de toilettes.

Loin d'être anodin cette indifférence prouve l'intérêt marqué des acteurs locaux pour une clientèle plus lucrative qui génère d'importantes retombées économiques. Toutefois, certains acteurs du tourisme, malgré leurs évidents intérêts économiques, semblent aussi déplorer la perte d'influence des routards. Le dirigeant du bureau de tourisme Ilulissat Tourist Nature regrette lui aussi ce changement de clientèle. Il reste d'ailleurs l'un des seuls à toujours proposer des activités engagées : séjour dans son camp d'Ataa situé sur une île isolée, randonnée en kayak au départ de ce camp, etc.

Quand je suis arrivé ici dans les années 1980, c'était un bon tourisme même si les visiteurs étaient peu nombreux. Ils venaient avec le sweat polaire et partaient avec le traîneau pour une expédition dans le nord. Les touristes venaient ici avec beaucoup de rêves. Aujourd'hui ce sont seulement des touristes qui viennent à l'hôtel, ils mangent du caviar, du saumon et ils boivent du champagne. C'est seulement un tourisme de luxe (dirigeant du bureau de tourisme Ilulissat Tourist Nature).

L'aventure au camp Eqi

Pour s'immerger pleinement dans les paysages du Groenland, le bureau de tourisme World of Greenland propose de courts séjours à Port Victor. À quelques heures de navigation au nord

d'Ilulissat, ce site, sans être un port, permet le débarquement de personnes et de matériel. En face du glacier Eqip Sermia, il doit son nom à l'illustre explorateur français Paul-Émile Victor (voir illustration 5). Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, ce dernier choisit ce site comme camp de base pour ses explorations de l'inlandsis. Devenu le camp Eqi, la beauté du front glaciaire et les vestiges laissés par les équipes scientifiques attirent les touristes qui viennent ressentir l'ambiance et l'engagement physique des campagnes d'exploration. Si quelques bateaux de croisières mouillent à proximité, le caractère spartiate des infrastructures n'attirait jusqu'en 2011 que des touristes prêts à concéder un peu de leur confort quotidien pour mieux vivre l'aventure. Dans les cabanes, on ne retrouve pas d'eau, d'électricité, de chauffage, mais une vue imprenable sur le glacier Eqi.

Au début de la mise en tourisme, seuls des néo-aventuriers, des routards, venaient se plonger dans ce lieu chargé d'histoire. Conditionnés à ressentir les émotions des pionniers d'autrefois, sur le chemin qui les menait à l'inlandsis, ils ne marchaient pas dans les pas des autres touristes, mais bel et bien dans ceux de Paul-Émile Victor ! Cependant, l'envie d'aventure se propage. Elle se diffuse. Nombreux sont ceux qui veulent s'identifier à Paul-Émile Victor. Vouées initialement aux routards, les premières infrastructures du camp Eqi ont été repensées et réaménagées. Elles doivent contenter une clientèle plus regardante sur les conditions d'hébergement.

Aux premières cabanes se sont ajoutés deux cabanes de luxe avec douches, panneaux solaires et toilettes humides, et toujours la vue imprenable sur le glacier Eqi. Inaugurés en début de saison 2012, ces nouveaux aménagements permettent d'accueillir d'autres touristes. Ils accroissent la rentabilité du site mais déçoivent les routards. Fini l'entre soi, bienvenue aux touristes.



ILLUSTRATION 6 : Le restaurant H8 du village d'Oqaatsut (photo : Antoine Delmas).

Les instigateurs de la mise en tourisme

Au camp Eqi, l'arrivée des routards a suggéré une mise en tourisme progressive des lieux. La transition amorcée par les routards étaye l'idée que cette clientèle est l'instigatrice de la mise en tourisme. L'aspiration des routards à visiter des espaces toujours plus vierges et authentiques les incitent à aller vers des lieux jusqu'alors à l'écart des circuits touristiques. Cet inexorable mécanisme reprend les caractéristiques des fronts pionniers qui ne trouvent de limites que dans la finitude de l'espace géographique.

À Ilulissat, 30 ans après l'arrivée des premiers touristes, l'organisation confuse a cédé sa place à un agencement structuré ; le caractère inopiné, à une dimension institutionnalisée. Dorénavant clef de voute du séjour au Groenland, la ville joue un rôle de pivot à l'échelle de la baie de Disko. Le tourisme a introduit de nombreux changements faisant perdre, aux yeux des routards, l'authenticité espérée. Il serait impropre de parler d'une désaffection routarde pour Ilulissat tant ils sont encore nombreux à y venir. Cependant, cette clientèle considère cette expérience comme insuffisante, non représentative du Groenland. Alors pour retrouver le caractère pionnier, les routards se sont orientés un temps vers Oqaatsut. Située au nord d'Ilulissat, accessible à pied ou en bateau, ce village d'une cinquantaine d'habitants a été le lieu de rencontre avec l'identité groenlandaise : les icebergs, les maisons colorées, la quiétude, les eaux cristallines et les montagnes. L'arrivée sporadique de visiteurs y a introduit le tourisme. Dorénavant, un petit restaurant tenu par un couple d'Allemands permet d'y manger et, plus récemment, en 2011, un hôtel de cinq chambres a ouvert (voir illustration 6).

Confronté à cette récente mise en tourisme et à la proximité géographique d'Ilulissat, le site a toujours connu un tourisme balbutiant. Si la plupart des touristes restent dans

la ville pour suivre les excursions organisées, les routards préfèrent s'en éloigner, comme pour mieux exorciser une envie d'aventure. Situées à plusieurs heures de mer, Aassiaat, Qasigianguit, Qeqertarsuaq ou Saqqaq séduisent dorénavant les routards. En raison de leur éloignement, la fréquentation de ces villes et villages y est faible, et ce, malgré la présence de modestes infrastructures d'hébergement collectif. Les routards propagent la mise en tourisme. Ils défrichent de nouvelles destinations (voir illustration 7). Ils ouvrent la voie à d'autres touristes plus conventionnels. Tout le paradoxe réside alors dans ce processus par lequel l'action des routards rattache les lieux aux maillons de la dynamique touristique et fait perdre la spontanéité et l'originalité qu'ils recherchent. L'expérience routarde semble porter en elle sa propre annihilation.

À l'échelle du Groenland, il est plus difficile d'identifier de telles dynamiques spatiales. Cependant, l'analyse des différentes éditions du guide *Lonely Planet* consacré au Groenland délivre un indice notoire. Au fil des éditions, les auteurs témoignent de leur désintérêt progressif pour la ville d'Ilulissat qui aurait perdu de son charme et de son authenticité. À l'inverse, ils valorisent la partie sud de l'île qui, outre les beaux paysages, présente l'indéniable avantage de ne pas être trop touristique (Delmas, 2012).

Conclusion

Appréhender la force heuristique du tourisme, c'est le relier aux motivations et à la valeur sociale du séjour. Cette attention est essentielle dans une étude focalisée sur le tourisme routard, car c'est ce lien qui lui confère toute sa singularité. Toutefois, au Groenland, quelle que soit l'expérience considérée, les aspirations au séjour sont, semble-t-il, les mêmes. Les routards ne sont pas les seuls à attribuer à la nature une valeur de refuge et à y placer une espérance. D'ailleurs, bien



ILLUSTRATION 7 : Les fronts pionniers du tourisme
(source : Antoine Delmas).

plus qu'une spécificité groenlandaise, c'est une aspiration sociétale qui traverse le temps si l'on en croit les propos d'Éric Dardel écrits en 1952. « Blessé par la société, déçu par la facilité morale du siècle, l'homme se tourne vers la nature, vers l'exotisme, pour y chercher une réponse à son inquiétude, un complément à son incomplétude » (Dardel, 1990 : 113). N'était-ce pas ce que cherchaient déjà les artistes romantiques des XVIII^e et XIX^e siècles ? Pour tous les touristes, le séjour au Groenland apparaît alors comme une échapatoire. Renforcé par la déliquescence sociétale, le séjour permettrait de trouver dans la nature et dans l'authenticité les forces nécessaires pour se réconcilier avec ses contemporains et pour mieux comprendre le monde. Dans une société où les changements de situation, qu'ils soient sociaux, techniques, professionnels, s'accroissent (Rosa, 2010), le tourisme devient un excellent révélateur du désir de rupture. Alors la singularité du routard ne réside-t-elle pas davantage dans l'opposition plus marquée à un modèle de société que dans les formes mêmes d'une expérience touristique ?

Pour autant, cette prudence ne doit pas occulter le tourisme routard comme instigateur de nouvelles dynamiques spatiales. Bien plus qu'une spécificité propre à cette expérience, la quête d'authenticité et d'aventures habite tous les visiteurs. Outre l'exemple du camp Eqi, la politique de promotion engagée par l'office national du tourisme démocratise l'aventure. Son site Internet propose de choisir son séjour non pas au regard

d'envies différenciées de nature, de culture, de repos, de croisières ou d'activités multiples, mais par un outil qui mesure le degré d'aventure. Le choix entre quatre seuils d'engagement différents procède à une sélection d'offres touristiques la plus à même de convenir à la demande (voir illustration 8). Alors, que ce soit les croisiéristes, les touristes de terrain traditionnel ou les routards, le dénominateur commun au séjour devient le curseur de l'aventure.

À travers l'exemple groenlandais, la distinction qui semblait exister entre touriste traditionnel et routard apparaît moins forte que ce que laisse présager la pensée commune. Demeure le désir de distinction qui anime les routards et renvoie à ce que Martin Heidegger caractérise comme la volonté de se retirer des autres, de s'échapper au « on ». Cependant, refuser la pensée dominante soulève un paradoxe étonnant. Vouloir adhérer à la conformité des pratiques marginales, tout en voulant s'échapper de l'uniformité, revient à se soumettre à une nouvelle dictature, celle du « on » des marginaux. Ainsi, si l'expérience routarde permet de se différencier des touristes, elle établit une autre normalité, normalité dont ces touristes chercheraient alors encore à s'éloigner. Pris dans ce cercle, le routard apparaît comme un éternel « fugitif », condamné à innover et à se renouveler pour ne pas tomber dans la normalité. Ce cercle, sans remettre en cause l'existence des routards, invite à en repenser les fondements et à en interroger les formes. ■

Références

- ADKINS, Barbara A. et Eryn L. GRANT (2007) « Backpackers as a community of strangers: the interaction order of an online backpacker notice board », *Qualitative sociology review*, vol. 3, n° 2, p. 22.
- BAUDELAIRE, Charles (1868) *Curiosités esthétiques*, Paris : Michel Lévy Frères. 410 p.
- BOURDIEU, Pierre (sous la direction de) (1993) *La misère du monde*, Paris : Libre examen. 947 p.
- CANOBBIO, Éric (2007) *Atlas des pôles*, Paris : Autrement. 79 p.
- COHEN, Erik (1972) « Toward a sociology of international tourism », *Social research*, vol. 39, n° 1, p. 164-182.
- CROMPTON, John L. (1979) « Motivations for Pleasure Vacations », *Annals of tourism research*, vol. 6, n° 4, p. 408-424.
- CROMPTON, John L. et Stacey L. McKAY (1997) « Motives of visitors attending festival events », *Annals of tourism research*, vol. 24, n° 2, p. 425-439.
- DARDEL, Eric (1990) *L'homme et la terre*, Paris : CTHS. 199 p.
- DELMAS, Antoine (2012) « La production d'une représentation touristique. Une objectivation des guides Lonely Planet sur le Groenland », *Belgeo*, vol. 3, <belgeo.revues.org/7207>, consulté le 15 mai 2013.
- ELSRUD, Torun (2001) « Risk creation in traveling backpacker adventure narration », *Annals of tourism research*, vol. 28, n° 3, p. 597-617.
- FLEURY, Cynthia (2006) *Imagination, imaginaire, imaginal*, Paris : Presses Universitaires de France. 181 p.
- GRENIER, Alain A. (2008) « Le tourisme de croisière », *Téoros*, vol. 27, n° 2, p. 36-48.
- GRENIER, Alain A. (2009) « Conceptualisation du tourisme polaire », *Téoros*, vol. 28, n° 1, p. 7-19.
- HAMPTON, Mark P. (1998) « Backpacker tourism and economic development », *Annals of tourism research*, vol. 25, n° 3, p. 639-660.
- ISO-AHOLA, Seppo E. (1982) « Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder », *Annals of tourism research*, vol. 9, n° 2, p. 256-262.
- KRIPPENDORF, Jost (1999) *The holiday makers*, Londres : Butterworth-Heinemann. 157 p.
- LACHANCE, Jocelyn (2008) « Temporalité et narration chez le backpacker », *L'autre voie*, n° 4, <www.deroutes.com/backpacking4.htm>, consulté le 15 mai 2013.
- LARSEN, Svein; Torvald ØGAARD et Wibecke BRUN (2011) « Backpackers and mainstreamers Realities and myths », *Annals of tourism research*, vol. 38, n° 2, p. 690-707.
- LÉVI-STRAUSS, Claude (2010) « Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss » DANS MAUSS, Marcel, *Sociologie et anthropologie*, p. VII à LII, Paris : Presses Universitaires de France.
- LOKER-MURPHY, Laurie et Philip L. PEARCE (1995) « Young budget travelers : backpackers in Australia », *Annals of tourism research*, vol. 22, n° 4, p. 819-843.
- MAOZ, Darya (2007), « Backpackers' motivations. The role of culture and nationality », *Annals of tourism research*, vol. 34, n° 1, p. 122-140.
- MURPHY, Ryan (2010) *Eat Pray Love*, film, États-Unis : Columbia Pictures, DVD, 133 min.
- NOY, Chaim (2004) « This trip really changed me. Backpackers' narratives of self-change », *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n° 1, p. 78-102.
- OMT — Organisation mondiale du tourisme (2013) *World tourism barometer*, vol. 11, OMT, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>, consulté le 28 août 2013.
- O'REILLY, Camille Caprioglio (2006) « From drifter to gap year tourist. Mainstreaming backpacker travel », *Annals of tourism research*, vol. 33, n° 4, p. 998-1017.
- PEARCE, Philip L. et Faith FOSTER (2007) « A 'University of Travel': Backpacker learning », *Tourism management*, vol. 28, p. 1285-1298.
- PENN, Sean (2007) *Into the Wild*, film, États-Unis: Paramount Vantage, DVD, 147 min.
- RETAILLÉ, Denis (2010) « Au terrain, un apprentissage », *L'information géographique*, vol. 74, n° 1, p. 84-96.
- RILEY, Pamela J. (1988) « Road culture of international long-term budget travelers », *Annals of tourism research*, vol. 15, n° 3, p. 313-328.
- ROSA, Hartmut (2010) *Accélération. Une critique sociale du temps*, Paris : La découverte. 474 p.
- STATISTICS GREENLAND (Naatsorsueqqissaartarfik) (2013a) « Population in localities by time, locality, age, gender and place of birth », Statistics Greenland, <bank.stat.gl/Dialog/varval.asp?ma=BEEST4&path=../Database/Greenland/Population/Population%20in%20Greenland/&lang=1>, consulté le 15 mai 2013.
- STATISTICS GREENLAND (Naatsorsueqqissaartarfik) (2013b) « Number of cruise passengers by month and time », Statistics Greenland, <bank.stat.gl/Dialog/varval.asp?ma=TUEKRP&ti=Number+of+cruise+passengers+by+month+and+time&path=../Database/Greenland/Tourism/&lang=1>, consulté le 15 mai 2013.
- STATISTICS GREENLAND (Naatsorsueqqissaartarfik) (2013c) « Development in the number of overnight stays by unit, region, nationality, time and month », Statistics Greenland, <bank.stat.gl/Dialog/varval.asp?ma=TUEHOT&ti=Development+in+the+number+of+overnight+stays+by+unit%2C+region%2C+nationality%2C+time+and+month&path=../Database/Greenland/Tourism/&lang=1>, consulté le 28 août 2013.
- URIELY, Natan; Yuval YONAY et Dalit SIMCHAI (2002) « Backpacking experiences a type and form analysis », *Annals of tourism research*, vol. 29, n° 2, p. 520-538.