

LA FABRIQUE DU QUARTIER ROUTARD DE PHAM NGU LAO (HÔ CHI MINH-VILLE, VIÊT-NAM). RAPPORTS DE POUVOIR ET INÉGALITÉS DANS LA MONDIALISATION TOURISTIQUE

Emmanuelle Peyvel, Marie Gibert

Belin | « L'Espace géographique »

2018/2 Tome 47 | pages 121 à 139

ISSN 0046-2497

ISBN 9782410014266

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2018-2-page-121.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Belin.

© Belin. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

La fabrique du quartier routard de Pham Ngu Lao (Hô Chi Minh-Ville, Viêt-nam). Rapports de pouvoir et inégalités dans la mondialisation touristique

Emmanuelle PEYVEL

Université de Bretagne occidentale
3 rue des Archives
CS 93837
F-29238 Brest CEDEX 3
Emmanuelle.Peyvel@univ-brest.fr

Marie GIBERT

Université Paris Diderot
UMR CESSMA
5 rue Thomas Mann
F-75013 Paris
marie.gibert@univ-paris-diderot.fr

RÉSUMÉ. — Fruit d'une approche croisée entre géographie du tourisme et études urbaines, ce texte a pour objectif de comprendre la fabrique du quartier routard de Pham Ngu Lao à Hô Chi Minh-Ville (Viêt-nam) par les diverses manières avec lesquelles les professionnels, les riverains et les autorités investissent cette économie mondialisée. Cette analyse révèle le fonctionnement profondément inégalitaire qui régit le jeu local d'acteurs – la classe sociale, la nationalité et la couleur de peau, le genre et l'âge, constituant autant de facteurs discriminants dans l'accès économique et spatiale à la ressource touristique. Ce faisant, cette étude participe à un décentrement du regard sur la figure du quartier routard, et plus globalement les pays dits du Sud, encore trop souvent envisagés comme des enclaves du tourisme international.

ACTEUR LOCAL, GÉOGRAPHIE DES INÉGALITÉS, MONDIALISATION, QUARTIER ROUTARD, TOURISME, VIÊT-NAM

ABSTRACT. — *Constructing the backpackers' district of Pham Ngu Lao (Ho Chi Minh City, Vietnam). Dynamics of power and inequality in the globalization of tourism.* — Relying on an approach that intersects both tourism geography and urban studies, this paper aims to understand the production of the Pham Ngu Lao backpacker district in Ho Chi Minh City (Vietnam). It studies the various ways through which professionals, residents and authorities invest in this globalized economy, revealing the profoundly unequal access to touristic resources for social groups that are excluded from the local interplay of stakeholders based on class, nationality, ethnicity, gender or age. Doing so, this study contributes to a decentered perspective on backpacker districts, and more generally on the so-called Global South, still too often considered as enclaves for international tourism.

BACKPACKERS' DISTRICT, GLOBALIZATION, INEQUALITY, LOCAL ACTOR, TOURISM, VIETNAM

La mondialisation du tourisme dans des pays anciennement colonisés comme le Viêt-nam a longtemps relevé de deux approches académiques finalement peu éloignées l'une de l'autre: la première a construit le tourisme international – défini le plus souvent en provenance des anciennes métropoles coloniales – comme un levier de développement économique (Krapf, 1961), tandis que la deuxième dénonçait le peu de profits que pouvaient espérer ces pays d'une activité profondément néocoloniale (Turner, Ash, 1975). Dans les deux cas, la place dévolue aux populations locales est maigre (Peyvel, 2017), amenant à négliger la complexité des rapports de pouvoir entre acteurs locaux et les capacités inégales

dont ils disposent pour négocier, défier ou au contraire accompagner le développement de ce secteur (Scheyvens, 2002). Le présent texte a pour objectif de prolonger cette entreprise, en interrogeant la mondialisation du tourisme grâce aux outils de la géographie du tourisme et des études urbaines. Il s'agira de comprendre comment l'espace urbain mis en tourisme est à la fois le vecteur et le révélateur de rapports de domination (Backouche *et al.*, 2011 ; Clerval *et al.*, 2015) afin de révéler les inégalités structurant cette activité dans un des lieux emblématiques de la mondialisation touristique, le quartier routard.

S'il n'existe pas de définition scientifique consensuelle des touristes qui le fréquentent, aussi appelés *backpackers*, il est possible d'identifier des récurrences les concernant depuis les travaux pionniers d'Erik Cohen (1973) : de jeunes touristes – souvent de moins de 40 ans, justifiant l'expression de « *Youth travel hubs* » pour désigner les quartiers qu'ils pratiquent (Richards, Wilson-Bareau, 2004), revendiquant de voyager sans itinéraire précis et hors des sentiers battus, en conformité avec les valeurs de liberté et d'authenticité dont ils se réclament (Howard, 2005 ; Pearce *et al.*, 2009 ; Hannam, Diekmann, 2010 ; Hampton, 2013). La littérature scientifique a démontré que ces manières de voyager, plus fantasmées que réelles, connaissent une profonde normalisation, les éloignant du modèle originel du *drifter*, né avec le mouvement hippie des années 1960 (Ateljevic, Doorne, 2004 ; O'Reilly, 2006 ; Demers, 2012 ; Le Bigot, 2016). Cette évolution affecte grandement la production des quartiers qui leur sont spécifiquement dédiés dans le monde. Ces derniers se définissent à la fois par leur fréquentation spécifique (un nombre élevé de *backpackers*, même s'il reste difficile de les comptabiliser avec précision) et les services caractéristiques qui leur sont offerts (maison d'hôtes, cybercafés, épiceries, etc.), les rendant identifiables à la fois dans le paysage local, mais aussi par les grands guides internationaux les référant.

Longtemps envisagés du point de vue des touristes, ces quartiers ont été historiquement construits par la littérature académique selon la figure de l'enclave (Edensor, 2001 ; Hottola, 2005 ; Howard, 2005 ; Lloyd, 2006 ; Wilson, Richards, 2008) ou de la bulle (Judd, 1999), renforçant la compréhension de leurs spécificités dans les villes où ils s'épanouissent. Nous proposons de nuancer cette déterritorialisation en nous plaçant cette fois-ci du côté des acteurs locaux impliqués dans cette économie, point de vue qui reste à notre connaissance encore largement inédit. Pour ce faire, nous analyserons les manières dont les professionnels, les riverains et les autorités investissent cette économie mondialisée du *backpacking*, afin de comprendre non seulement leurs capacités à en tirer profit, mais aussi le fonctionnement profondément inégalitaire qui régit ce jeu d'acteurs ; la classe sociale, la nationalité et la couleur de peau, le genre et l'âge constituant autant de facteurs discriminants dans l'accès économique et spatiale à la ressource touristique.

Avec l'Inde et le Népal, l'Asie du Sud-Est fait partie des routes de *backpacking* les plus anciennes et populaires au monde (Hampton, Hamzah, 2010), ce qui explique que cette région compte de nombreux quartiers dédiés : Khao San Road à Bangkok, Jalan Jaksa à Jakarta ou encore Boeng Kak à Phnom Penh (Howard, 2007 ; Hampton, 2013 ; Le Bigot, 2016). Au Viêt-nam, le quartier Pham Ngu Lao de la métropole méridionale de Hô Chi Minh-Ville est étroitement associé à la présence de touristes routards depuis le début des années 1990 (Lloyd, 2003), à la faveur de la réouverture du pays en 1986 et surtout de la levée de l'embargo américain en 1994. Comme en témoignent les cartes de la figure 1, Pham Ngu Lao est

un quartier historiquement bien desservi par les réseaux de transport – proximité de la gare centrale et du port durant la période coloniale – qui jouxte aujourd’hui l’importante gare routière de Ben Thanh et le marché central du même nom. Cette localisation favorable explique en partie qu’il ait été associé à une image d’ouverture vers l’extérieur, dès la période coloniale où il était l’un des foyers de l’activité prostitutionnelle à destination des militaires (Tracol-Huynh, 2013), puis dans les années 1960 avec l’accueil de soldats américains en permission dans des pensions à bas coût. On peut y lire les prémices de la spécialisation contemporaine du quartier dans l’accueil d’activités touristiques. Comme le montre la troisième carte de la figure 1, le toponyme de Pham Ngu Lao désigne aujourd’hui une artère fréquentée du district 1, le sous-district (*phường*) que cette dernière irrigue, peuplé en 2015 de 17 000 habitants (département de la santé de Hô Chi Minh-Ville, 2015) et la portion de celui-ci dédiée à l’activité *Tây Ba Lô*, les Occidentaux portant des sacs à dos.

La volonté d’approcher la mondialisation par le bas à partir du cas d’étude inédit de Pham Ngu Lao participe d’une volonté de compréhension critique des économies touristiques et de leurs interactions avec la fabrique urbaine contemporaine. En tant que pratique de consommation dans le cadre de sociétés de loisirs mondialisées, le tourisme permet d’interroger les mécanismes économiques, mais aussi sociaux et culturels, de production des espaces, et la distribution du pouvoir qui les régit, illustrée par des luttes pour l’appropriation des ressources matérielles et immatérielles (Boukhris, Chapuis, 2016). Les transformations spatiales induites, sous-tendues par des rapports sociaux profondément inégalitaires, mettent au jour des effets de domination, d’exploitation et d’oppression entre acteurs locaux.

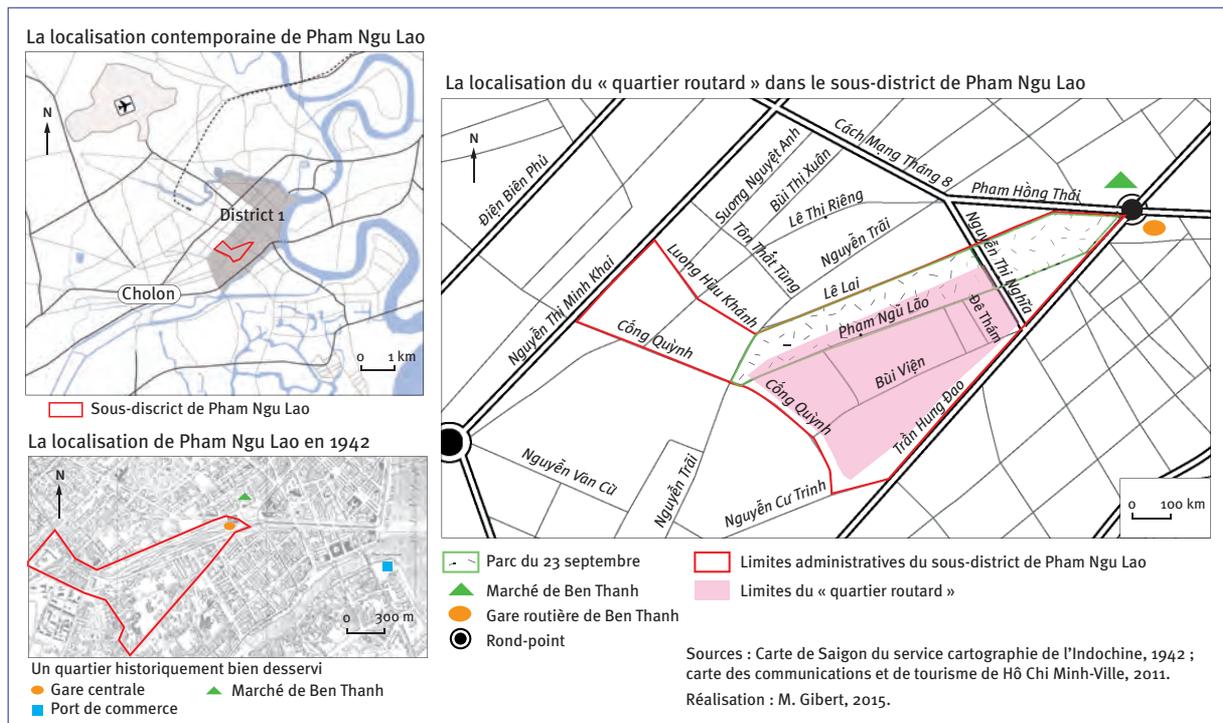


Fig. 1/ Localisation et intégration de Pham Ngu Lao à Hô Chi Minh-Ville

Les résultats ici présentés ont été construits grâce à un positionnement de recherche croisant les thèmes d'analyse privilégiés des deux auteures, le tourisme pour la première (Peyvel, 2009), les études urbaines pour la deuxième (Gibert, 2014a), travaillés à la faveur d'une présence prolongée dans le pays. La méthodologie de recherche a reposé sur deux outils principaux. Le premier consiste en une analyse spatiale des activités marchandes liées au tourisme par des relevés typo-morphologiques à l'échelle de chacune des parcelles, pour comprendre finement les logiques spatiales régissant leur déploiement, au-delà d'une spécialisation en apparence homogène du quartier. Ces temps d'observation ont pu être formalisés grâce à l'obtention préliminaire du cadastre du quartier. Afin de compléter la compréhension de ces observations, le deuxième outil relève de méthodes compréhensives d'enquête : une trentaine d'entretiens semi-directifs, menés principalement en vietnamien – plus rarement en anglais et en français – avec des acteurs du quartier – gérants et employés de petits hôtels, de restaurants, de bars, de spa et de boutiques à destination des touristes –, couplés avec des observations parfois participantes, à différents moments du jour et de la nuit, et construites en deux séries : l'une exploratoire en avril-mai 2006, et l'autre centrale conduite en août et octobre 2014¹.

Pour rendre compte de nos résultats de recherche, nous avons organisé notre propos en trois temps, en mettant d'abord en relief le caractère mondialisé de ce quartier, résultat de l'implication, à des degrés inégaux, d'une variété d'acteurs dans cette économie de la mobilité. Puis nous nous attachons à sa spécialisation économique, en interrogeant la diversité des services proposés et les rapports de domination croisés qui en régissent l'organisation. Enfin, nous déplaçons les inégalités spatiales et sociales engendrées par une activité économique mondialisée fondamentalement concurrentielle, attisant les convoitises et justifiant un contrôle social croissant.

Un quartier touristique mondialisé

À des degrés divers, les acteurs économiques vivant du tourisme à Pham Ngu Lao ont su tirer profit de diverses opportunités de mise en réseau pour faire de ce morceau de ville un quartier mondialisé. Ils se sont à la fois appuyés sur les différents moyens de transport qui le desservent et les nouvelles possibilités de commercialisation de l'offre touristique permises par internet. C'est ce qui fait de Pham Ngu Lao un lieu-réseau, le mettant en contact avec d'autres centralités touristiques, de l'échelle mondiale à celle de la métropole.

À l'échelle mondiale, un quartier reconnu du *backpacking*

Le périmètre consacré à l'activité du *backpacking* à Pham Ngu Lao est cartographié peu ou prou selon les mêmes limites dans tous les grands guides internationaux, qu'il s'agisse du *Guide du Routard* français, du *Lonely Planet* australien, du *Rough Guide* anglais, du *Baedeker* allemand, de l'*Arurikata* japonais ou du guide de l'administration nationale chinoise. Le quartier routard n'occupe en fait qu'une portion du sous-district du même nom, formant un trapèze d'une superficie de cinq hectares environ, délimité au nord par le boulevard Pham Ngu Lao, au sud par celui *Trần Hưng Đạo*, à l'est par la rue *Nguyễn Thị Minh Khai* et à l'ouest par celle *Công Quỳnh* (fig. 1). Cette homogénéité de la délimitation montre à quel point le quartier profite d'une identification mondialement stable.

1. Ces résultats de recherche ont également donné lieu à une publication sur le rôle du quartier dans la métropolisation de Hô Chi Minh-Ville : Gibert M. et Peyvel E. (2016), p. 510-531.

Cette réputation est le fruit d'une coconstruction entre touristes par le bouche-à-oreille, mais aussi et surtout par le travail fourni par les commerçants pour développer leurs activités induites par le potentiel touristique du quartier. Ces derniers ne manquent pas de coller sur leurs portes et comptoirs les logos des guides et des sites de référencement (spécialement Tripadvisor) lorsqu'ils les ont recommandés. Ces autocollants facilitent l'orientation des touristes, mais ils alimentent aussi une économie de la réputation : ces commerces s'en servent pour se légitimer sur la scène touristique mondiale. Ils participent également d'une mise en scène d'un cosmopolitisme heureux. Collés à proximité des logos des cartes de crédit acceptées et des codes wifi de l'établissement, ces labels garantissent l'utilisation aisée de moyens de communication mondialisés. Cette mise en scène passe également par les mots, dessins, cartes de visite et drapeaux que les touristes sont incités à laisser (photos 1 et 2), non pas tellement dans des livres d'or papier que finalement personne ne consulte, mais directement sur les murs et surtout les réseaux sociaux.

L'activité touristique a engendré un paysage caractéristique du quartier routard. Les enseignes sont quasiment toutes en anglais, tandis que le japonais, le chinois et le coréen sont de plus en plus présents dans les menus et les brochures des agences, afin de satisfaire cette clientèle en croissance (Teo, Leong, 2006). Quelques références françaises rappellent l'Indochine. La nuit, ce paysage est encore plus reconnaissable : les néons, les guirlandes lumineuses et les publicités clignotantes évoquent le paysage nocturne d'autres métropoles asiatiques réputées pour leur effervescence urbaine, telles Bangkok, Hong Kong ou Tokyo.

À l'échelle domestique, ce paysage internationalisé se retrouve dans les marques des produits alimentaires et d'hygiène, des biscuits français aux nouilles lyophilisées chinoises en passant par les sodas américains ou les produits de beauté japonais, vendus dans des épiceries reprenant des codes de consommation mondialisés (prix affichés, personnel en uniforme parlant plusieurs langues, propreté et luminosité de la surface de vente). Si ces produits ne sont pas spécifiques au quartier, ils y sont toutefois particulièrement nombreux et facilement accessibles par rapport au reste de la ville. Les hébergeurs s'efforcent, quant à eux, de ménager l'altérité ressentie par leurs clients en leur proposant un semblant de petit-déjeuner occidental, où les œufs côtoient les pancakes et le thé Lipton, et en s'alignant, même modestement, sur des normes de confort devenues standard, des toilettes sièges aux chaînes de télévision étrangères, sans oublier le wifi.



Photos 1 et 2 / Mise en scène du cosmopolitisme à Pham Ngu Lao. Clichés d'E. Peyvel, 2014.

Le rayonnement du quartier à l'échelle nationale et régionale

Pham Ngu Lao est également très bien connecté à l'échelle nationale avec tous les grands sites touristiques du pays, et même du Cambodge voisin (fig. 2). Le quartier est le point de départ d'une ligne permettant de parcourir les 1 300 kilomètres le séparant de Sa Pa, station d'altitude septentrionale à la frontière chinoise. Ces connexions sont essentiellement assurées par bus, qui se remplissent le soir venu non seulement de *backpackers*, mais aussi de touristes domestiques, d'étudiants et de travailleurs profitant d'un bon rapport qualité-prix : pour quelques dizaines de dollars tout au plus, les couchettes climatisées, l'eau offerte et les toilettes à bord sont appréciées de tous, comme le modèle récent et sécurisé des véhicules. Des parkings proposant des tarifs à la semaine permettent de laisser à proximité du départ les motos, moyen de locomotion le plus utilisé au Viêt-nam. Ainsi, l'économie touristique du quartier participe plus largement à la fabrique mobilière de la ville.

Ces liaisons routières permettent également au quartier de rayonner à l'échelle régionale, en proposant de multiples excursions à moins de cent kilomètres, en particulier dans le delta du Mékong. Au total, il est possible de rallier directement pas moins d'une vingtaine de destinations depuis le quartier.

Pour les routards, cette formule présente l'intérêt majeur d'être en *open ticket* : l'achat d'un titre de transport permet de sillonner le pays, en faisant autant de stops que souhaité. Cette innovation a été proposée dans le pays par les *Sinh Café* : à l'origine une agence de voyage créée en 1992 par un couple de

Vietnamiens habitant le quartier, qui depuis a essaimé dans le centre dont l'antenne date de 1994, puis à Hanoi de 1995². Leur capacité à proposer des activités et des services de transports bon marché en plusieurs langues a été depuis maintes fois copiée, par exemple par les *Kim Café* créés par une ancienne employée des *Sinh Café*. Pham Ngu Lao a donc fait école chez les professionnels du tourisme vietnamien, renforçant sa position de quartier connecté et innovant à l'échelle nationale.

À l'échelle locale, un quartier central

Comme le montre la figure 1, Pham Ngu Lao est situé à moins de huit kilomètres de l'aéroport, où tous les taxis le connaissent et d'où part une navette ralliant le centre historique de Hô Chi Minh-Ville où il se trouve. Il s'étend à proximité du port, de l'ancienne gare (dont les rails sont occupés aujourd'hui par le parc du 23 septembre), du grand marché de Ben Thanh et de sa gare routière.

Les professionnels du quartier travaillent quotidiennement à faire de cette localisation une centralité, en proposant une offre variée et adaptée de transports urbains. Trois types d'acteurs se sont positionnés sur ce marché, chacun selon une logique mobilière propre. Les moto taxis (*xe ôm*) offrent des courses rapides et peu chères dans un périmètre restreint, les taxis (entendu voitures) offrent des courses plus lentes et légèrement plus chères,

2. Entretien réalisé avec Nguyen Hai Ninh, Office Manager des *Sinh Café*, 14 avril 2006.

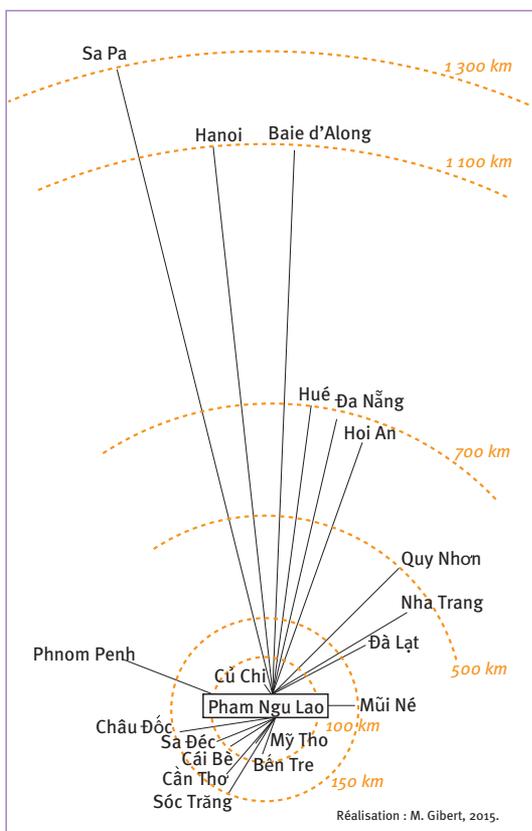


Fig. 2 / Pham Ngu Lao, un *hub* touristique

mais plus confortables, sécurisées et dans un périmètre plus étendu ; enfin les services de location de motos proposent aux touristes de conduire seuls. La localisation de ces acteurs dans le quartier suit un gradient de visibilité évident. Tandis que les *xe ôm* stationnent préférentiellement sur les trottoirs et aux carrefours, les taxis sillonnent les principales artères à la recherche de clients. La localisation des loueurs est plus complexe : si elle est assurée par des agences ayant pignon sur rue, les motos sont exposées directement sur le trottoir, mais si ce service est proposé de manière informelle par une maison d'hôtes, il se fait plus discret.

Ces trois métiers de la mobilité touristique intra-urbaine sont structurés par des inégalités d'âge et de genre patentes. Les moto taxis sont les plus anciens, la voiture ayant fait sa réapparition plus tardivement que la moto au Viêt-nam. Ils se débrouillent plus qu'ils ne parlent une langue étrangère, et n'ont pas toujours bonne réputation, que cela concerne la négociation du prix de la course ou la manière avec laquelle ils conduisent. Les taxis sont de plus en plus franchisés, les compagnies (Mai Linh, Vina Sun, VinaTaxi, etc.) assurant une formation minimale pour accueillir la clientèle, ce qui leur confère une meilleure réputation : ils conduisent plus prudemment, ont des compteurs pour indiquer le prix de la course et s'expriment dans une, voire plusieurs langues étrangères. Ils sont souvent plus jeunes, louant leur véhicule à la compagnie, et il n'est pas rare de voir des chauffeurs finançant ainsi leurs études. Dans les deux cas, ces métiers sont clairement masculins, car ils sont associés à des risques et participent à la construction d'une réputation virile. En revanche, la location informelle de motos est très souvent assurée par des femmes car elle s'intègre à une tactique de diversification des ressources du ménage, sans impliquer pour autant de s'éloigner du domicile.

Entre ancrages et mobilités, l'économie glocalisée du *backpacking*

Un quartier spécialisé dans les voyages...

Le quartier routard remplit une fonction fondamentale dans le cadre de la mondialisation touristique : il aide les touristes à franchir un horizon d'altérité, ce qui induit une tension entre ancrages et mobilités. Pour les voyageurs, le quartier fait office de camp de base : ils ne visitent ni ne reconnaissent rien de pittoresque, car c'est d'abord et surtout là où ils s'organisent.

Certains acteurs locaux en ont fait une ressource, offrant à leurs clients la possibilité de relier l'ici (le quartier routard) à l'ailleurs (les autres sites touristiques qui constitueront autant d'étapes dans la suite du voyage) et là-bas (la famille et les amis à qui des nouvelles sont données). Le relevé typo-morphologique confirme à quel point l'activité touristique est importante (fig. 3) : la couleur grise sombre indique que celle-ci a pris le pas sur toutes les autres le long des artères principales. Le relevé montre également l'importance des petites agences type *Sinh Café*. Sur le seul transect de *Bùi Viện* (fig. 4), on en compte pas moins de onze. Leur rôle est stratégique, car elles proposent différents types de services mobilitaires : des titres de transport (*open bus ticket*, billets de train et d'avion), mais aussi la prolongation de visa, des activités touristiques avec ou sans guide, voire la location de moto. En cela, elles tirent parti d'une économie de l'altérité en permettant la réalisation d'un voyage d'un point de vue logistique, mais aussi juridique et linguistique. Les « passeurs



Fig. 3/ Relevé typo-morphologique de l'activité touristique à Pham Ngu Lao

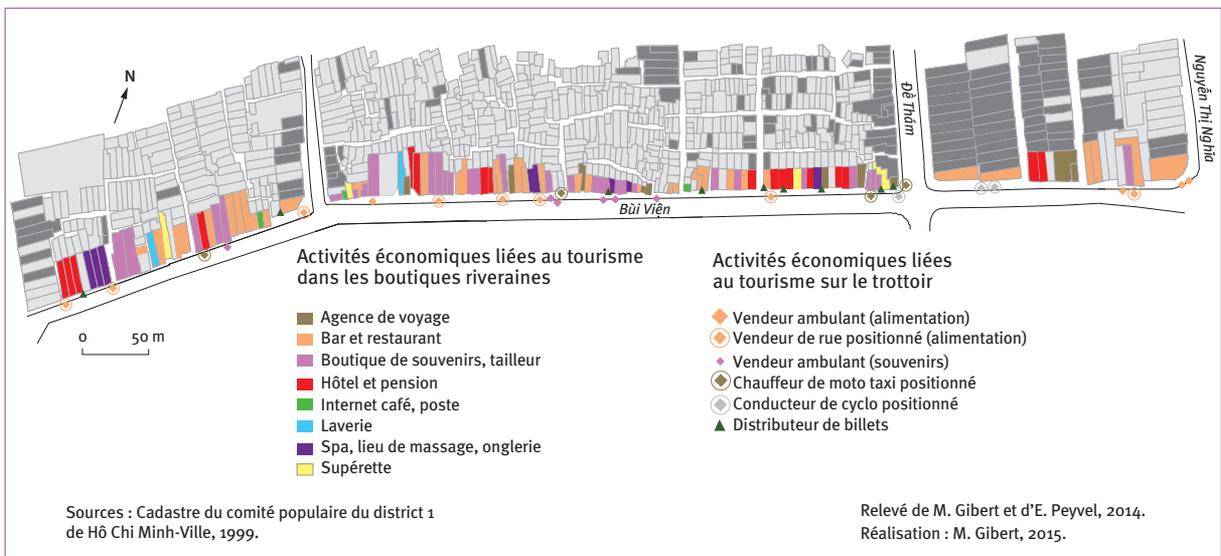


Fig. 4/ Entre ancrages et mobilités, la diversité des services touristiques à Pham Ngu Lao

d'altérité» (Équipe MIT, 2002) qui travaillent pour ces agences peuvent en retirer des conditions de travail avantageuses, cumulant revenus formels et informels :

« - Enquêté : Je suis guide depuis une dizaine d'années, avant j'étais enseignant en anglais. Je suis parti volontairement. J'ai 52 ans aujourd'hui. Je gagne mieux ma vie, et j'organise ma journée davantage comme je l'entends. Je fais toujours le même tour [*Cú Chi*], je peux rentrer chez moi le soir, en travaillant trois à quatre jours par semaine. L'agence me verse un salaire fixe, auquel s'ajoutent les pourboires des touristes.

Enquêtrice : En chemin, on s'est arrêtés dans des bars-restaurants, où il était possible d'acheter des souvenirs. Est-ce que vous retirez un bénéfice de ces arrêts ?

Enquêté : Oui, je m'arrête toujours aux mêmes, et ils me paient un peu puisque je leur garantis des clients réguliers »

– M.T., guide anglophone du quartier, 8 mai 2006 –

... et l'ancrage temporaire qu'ils induisent

L'organisation de voyages au long cours, associée à une visite de la ville et de ses environs, justifie de rester quelques jours dans le quartier pour les touristes. Cet ancrage temporaire est exploité économiquement par de nombreux acteurs, qui proposent des services pouvant être classés en deux catégories. La première regroupe les établissements satisfaisant des besoins essentiels : dormir, manger, rester propre et communiquer, soit les hébergements, bars et restaurants, petites épiceries, laveries, café internet et poste. La deuxième catégorie rassemble les commerces relevant du divertissement, spécialement nocturne : bars et discothèques, boutiques de souvenirs, tailleurs de vêtements, spas, massages et ongleries. S'y ajoutent les commerces illégaux du sexe et de la drogue. Ces commerces présentent une diversité importante de formes et d'organisation, dans un continuum entre légalité-illégalité, caractère fixe-mobile, grande superficie ou micro-commerce, etc. Concernant la vente ambulante, la figure 4 différencie deux logiques de localisation : les vendeurs ambulants positionnés, qui occupent de manière fixe la même portion de trottoir au quotidien pour proposer leurs services, et ceux inscrits dans une mobilité perpétuelle³, situation indiquant une précarité plus grande.

La majorité des services proposés relèvent de la « glocalisation », c'est-à-dire d'une hybridation entre des modes de consommation mondialisés de loisirs et des pratiques locales, dynamique fondamentale de la mondialisation (Bhabha, 1994 ; Appadurai, 1996). Par exemple, le modèle de la maison d'hôtes a trouvé un équivalent local : les *nhà nghỉ* (littéralement maison pour dormir, soit des hôtels spartiates). La restauration de rue populaire (*com bình dân*), très développée au Viêt-nam, s'est hybridée avec les pratiques du *take away*, pour offrir à un prix modique boissons, soupes et sandwiches. Les bars populaires de bières (*bia hơi*), où les clients s'attablent souvent en plein air, sont également appréciés des touristes.

On observe une interpénétration entre sphère familiale et marchande, selon des degrés variés de formalisation, comme le montre le service du linge : certains commerces, comme des agences de voyage, proposent ouvertement l'utilisation de machines à laver à prix fixe. Les touristes peuvent aussi confier leurs vêtements dans leur maison d'hôtes, où ils seront soit lavés sur place selon une tarification établie, soit confiés informellement à une personne extérieure, le plus souvent une femme, qui

3. Pour ces derniers, nous avons représenté leur emplacement au moment de la conduite de nos observations sur la figure 4.

pourra rentabiliser la machine qu'elle vient d'acheter, ou sinon faire la lessive à la main et le repassage chez elle. Enfin, des affiches en anglais, parfois seulement en vietnamien, signalent que les habitants d'une maison sont prêts à faire la lessive. Ces différents accommodements permettent une diffusion de l'économie touristique jusqu'au cœur des îlots, là où rien n'est pourtant officiellement recensé sur le relevé typo-morphologique. Toutefois, plus l'activité est informelle, plus elle relève des femmes et de la sphère familiale, et plus les revenus retirés sont modestes.

L'ensemble de ces adaptations témoigne de capacités à comprendre ce dont les touristes ont l'habitude, afin d'atténuer l'altérité qu'ils ressentent. Ces capacités sont cependant inégalement partagées au sein des acteurs locaux, l'expérience de l'étranger constituant un facteur discriminant. Les Vietnamiens ayant toujours vécu dans le pays sont plus pénalisés par rapport à ceux ayant habité à l'étranger ou pouvant y passer des vacances, aux commerçants bénéficiant de réseaux familiaux à l'international, aux couples mixtes et aux expatriés vivant depuis longtemps dans le pays. L'exemple de Mimi, possédant deux spas dans le quartier où elle vit depuis dix ans, est à ce titre éloquent :

Enquêtrice : D'où venez-vous ?

Mimi : *De Vũng Tàu* [une ville balnéaire à une centaine de kilomètres], mais je vis depuis vingt ans à Saigon.

E : Pourquoi c'est écrit en coréen dans votre spa ?

M : Je cherche à attirer cette clientèle. J'ai vécu six ans en Corée, j'ai encore de la famille là-bas.

E : Ah oui, votre mari ?

M : Non, mon mari est Hollandais.

E : Vous parlez coréen alors ?

M : Oui, ma clientèle est coréenne, et japonaise. Ils apprécient le calme et la propreté, la qualité des services, ici, ça ressemble à chez eux.

– Entretien réalisé le 8 août 2014 –

Pour une approche relationnelle du quartier

La spécialisation du quartier dans le *backpacking*, si elle le rend visible de l'échelle urbaine comme à celle mondiale, n'en fait pas forcément une enclave exceptionnelle, et cela pour trois raisons principales, invitant à le remettre en contexte dans son environnement urbain.

D'un point de vue économique d'abord, la spécialisation d'un quartier urbain dans une activité est courante au Viêt-nam. Historiquement, elle se faisait en lien avec un village de métiers situé en périphérie, qui perpétuait en ville sa hiérarchie sociale comme ses rites (Fanchette, 2012 ; Papin, 2013). Hérité des corporations chinoises de métier (Clément, 1995 ; Quỳnh Trần, Nguyễn Trọng, 2007 ; Chow, 2015), ce fonctionnement présente des avantages certains : plus grande reconnaissance de l'activité, circulation aisée des techniques de vente et de fabrication au sein de la communauté marchande, régulation des prix... À Hô Chi Minh-Ville, il existe ainsi un quartier des confitures (district 3) et un autre des lanternes (district de *Tân Bình*) (Gibert, 2014a). De ce fait, la spécialisation de Pham Ngu Lao dans le *backpacking* relève de logiques économiques banalisées dans le contexte vietnamien, même si

l'activité touristique présente un caractère d'exceptionnalité par la présence importante d'étrangers qu'elle induit.

D'un point de vue morphologique ensuite, le quartier ne fait pas non plus figure d'enclave exceptionnelle. Le relevé construit à partir du cadastre (fig. 3) montre que le quartier est densément peuplé et à ce titre régi par des dynamiques foncières et architecturales communes à l'ensemble de la ville. L'émiettement du foncier conduit à la construction de maisons-tubes, larges de 3 à 4 mètres pour une profondeur oscillant entre 15 et 25 mètres. Cette densification du bâti s'opère en cœur d'îlots, dont les contours sont dessinés par un enchevêtrement de ruelles, elles-mêmes enserrées par quelques grandes artères planifiées, dans le cas présent à l'époque coloniale. L'activité du *backpacking* s'épanouit dans ces bâtiments longs et sombres, à la façade sur rue réduite tant elle vaut cher. Le terme *nhà mặt tiền* désigne une maison donnant sur la rue, *mặt tiền* désignant en vietnamien «la façade», mais il est intéressant de rappeler que le terme *tiền* désigne également «l'argent». Les maisons donnant sur les artères plus larges sont les plus valorisées pour le potentiel commercial qu'elles offrent. Le développement du *backpacking* n'a pas entraîné de modifications profondes ni dans le tissu urbain, ni dans l'architecture locale, car sa production relève de l'adaptation d'une multitude d'acteurs locaux sur le modèle de la glocalisation.

Enfin, d'un point de vue social, au-delà des touristes étrangers, le quartier est de plus en plus fréquenté depuis quelques années par de jeunes Saïgonnais diplômés, hommes ou femmes, relativement aisés, et cherchant à sortir dans des établissements nocturnes favorisant l'accès à des modes de consommation mondialisés de loisir. Parler anglais, rencontrer des occidentaux, sortir dans un endroit à la mode pour boire des cocktails, écouter de la musique et danser, constituent autant de motivations relevées dans les entretiens. Au cours de ces derniers, la réputation sulfureuse du quartier, liée au commerce de la drogue et du sexe et à sa relative insécurité, est soit acceptée et gérée en conséquence («Je suis jamais seule ici, je viens avec des copines, on retrouve des copains, des collègues étrangers du boulot», Hà, 23 ans) soit construite positivement, le caractère festif, tolérant et cosmopolitain du quartier le rendant particulièrement attractif pour de jeunes métropolitains faisant de leurs sorties nocturnes un mode de vie urbain distinctif (Drummond, Thomas, 2003), par exemple en venant y fêter Noël, Halloween ou la Saint-Valentin. Ainsi, Pham Ngu Lao apparaît comme pleinement intégré à la ville avec une fréquentation de plus en plus variée, au-delà des touristes étrangers.

Un quartier vivant d'une économie mondialisée concurrentielle générant inégalités et convoitises

Inégalités spatiales et hiérarchies sociales

Le fonctionnement spatial du quartier engendre des inégalités, en étant structuré par des espaces centraux visibles d'une part et des lieux marginalisés et invisibilisés d'autre part. Pour les analyser, le relevé typo-morphologique (fig. 3) a été croisé à une enquête sur le degré d'investissement d'un bâtiment par le tourisme (fig. 5) : suivant le nombre d'étages occupés, la publicité faite et les équipements consentis, le bâtiment a été noté de 3 (investissement total) à 0 (investissement nul). Ces deux opérations montrent que les rapports de domination s'appuient sur une partition à la fois horizontale et verticale de l'espace.

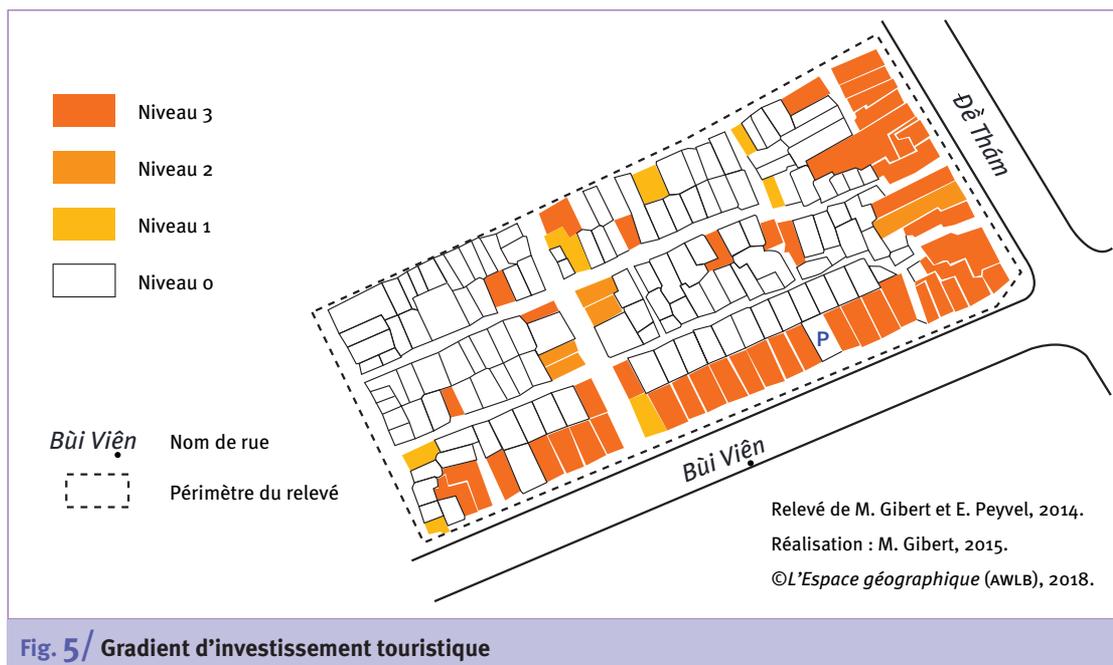


Fig. 5 / Gradient d'investissement touristique

Les activités en position de force occupent stratégiquement les artères principales et les carrefours, les rez-de-chaussée et les vitrines. Les services proposés sont clairement signalés par des rabatteurs et des publicités dans plusieurs langues, et ils peuvent faire l'objet de décorations outrancières, comme le *Crazy Buffalo*, bar emblématique du quartier à l'angle de *Bùi Viên* et *Đe Thám*, avec sa devanture rouge surmontée d'une immense tête de buffle. En revanche, les activités reléguées dans les ruelles, les arrières de maison et les étages sont moins rémunératrices. Il peut s'agir de *back office*, dépendant de commanditaires situés sur les artères principales : vaisselle et cuisine des bars et restaurants, couture pour les boutiques de tailleurs sur mesure, laverie pour les maison d'hôtes. Dans une écrasante majorité de cas, ces activités subalternes sont assurées par des femmes, jeunes ou retraitées, et des personnes arrivées fraîchement à Hô Chi Minh-Ville – les critères d'âge, de genre et de provenance pouvant bien évidemment se cumuler. Les ruelles abritent également des entrepreneurs, mais dont les capitaux sont plus restreints, ce qui ne permet pas d'investir dans une localisation centrale, une surface conséquente, une publicité et des équipements concurrentiels. Ce rapport asymétrique entre rues et ruelles est encore plus flagrant la nuit. Sur les grandes artères, les boutiques ferment vers 21 heures, les bars, karaokés et discothèques bien après minuit. Au même moment, les ruelles vivent au rythme de temporalités domestiques : elles sont plus sombres, les grilles des maisons sont closes, et le calme est de rigueur. Les revenus du tourisme sont inégalement partagés entre acteurs du quartier, suivant leur localisation et la temporalité qu'elle induit dans les pratiques de consommation touristique.

Ainsi, la localisation est à la fois vectrice et productrice d'inégalités : parce qu'une activité se trouve reléguée dans une ruelle, une arrière-cour ou en étage, elle sera moins rémunératrice (cas typique des bars et restaurants), et parce qu'une activité est déqualifiée, elle est marginalisée spatialement, mécanisme prévalant pour tout le *back office*.

Ces inégalités entre petits et grands entrepreneurs ne doivent cependant pas occulter des acteurs encore plus modestes, dont la subalternité se lit dans leur mobilité : les vendeurs ambulants et les *xê om* négocient âprement une place temporaire sur les trottoirs les plus fréquentés, non seulement entre eux mais aussi avec les tenants des boutiques devant lesquelles ils s'installent et avec la police. Dans cette hiérarchie sociospatiale, les plus vulnérables sont condamnés à errer, au mieux avec un vélo ou une palanche pour vendre cigarettes, bonbons, mouchoirs, porte-clés et cartes SIM, au pire pour mendier. La plupart d'entre eux n'ont reçu qu'une modeste éducation, et appartiennent souvent à des familles venues des campagnes sans existence légale en ville⁴. Les petites filles et les femmes âgées sont les plus fragiles. Une vendeuse d'une soixantaine d'années installée à l'entrée d'une ruelle nous a ainsi expliqué avoir commencé une fois à la retraite et son mari décédé.

Ces inégalités sont à la fois spatiales et sociales. L'économie fondamentalement concurrentielle induite par une activité aussi mondialisée que celle du *backpacking* oblige à la réactivité, afin de rester au plus près de la demande. Or celle-ci connaît une normalisation à l'échelle mondiale, devenant de plus en plus un segment de l'économie touristique, fonctionnant selon des codes entrepreneuriaux (Welk, 2010). Des chaînes internationales, comme *Burger King* et *Starbucks Coffee*, y ont ouverts récemment, faisant surgir dans le paysage des produits, des normes de confort, d'accueil et d'hygiène sur lesquels tous ne peuvent s'aligner. Pour les plus petits et les moins expérimentés, l'adaptation est difficile, comme l'explique Phú, 23 ans, un garçon ayant perdu son père, et habitant une maison offrant des chambres mal signalées en bout de ruelle :

Phú : Ma mère est une enseignante de primaire à la retraite. Pour compléter ses revenus, elle a décidé de tirer profit de l'activité touristique du quartier. Elle loue des motos, et a converti quelques pièces de la maison en chambres, mais ça ne marche pas très bien.

Enquêtrice : Pourquoi ? Vous auriez fait les choses différemment ?

Phú : Ma mère a sa façon de voir les choses, moi j'ai la mienne. Elle ne parle pas anglais, moi un peu. J'ai appris à l'école, je ne parle pas très bien mais j'essaie de communiquer avec les touristes, et ils m'expliquent des choses. L'ameublement est trop basique, il y a juste un lit. J'ai vu les sites internet des autres, je sais comment c'est fait. Nous, on n'a pas de site internet. Elle n'est pas non plus très accueillante. J'aurais aimé proposer des balades en moto, et peut-être inclure le prix du petit-déjeuner dans celui de la chambre, mais elle n'est pas d'accord.

– Entretien réalisé le 4 octobre 2014 –

Cet extrait d'entretien contraste avec d'autres menés auprès d'acteurs pouvant/sachant mobiliser davantage de capitaux et de compétences, comme la propriétaire du *Blue River Hotel*, 30 ans, s'expliquant dans un anglais courant :

Enquêtrice : « Que saviez-vous du tourisme en vous lançant ? Quand avez-vous démarré ? »

Propriétaire : J'ai étudié à la Saigon Economic Business School, où je me suis rapidement spécialisée dans le management hôtelier. Mon père travaillait pour une société japonaise. Durant ma première année à l'université, nous avons démoli notre maison et construit notre premier

4. Ces populations ont en effet rarement leur carnet de résidence (*so ho khau*) mis à jour et ne sont donc pas comptabilisées dans le recensement officiel – elles font alors partie de la population dite « flottante » –, et sont exclues de l'ensemble des prestations sociales réservées aux citoyens dûment enregistrés (Gibert, 2014b).

hôtel, en 2009. Aujourd'hui, j'en suis la propriétaire. Les affaires marchent bien, on identifie relativement bien les attentes des clients, nous sommes référencés, notamment par Tripadvisor. Aujourd'hui, nous embauchons 14 employés répartis dans 4 hôtels [construits en 2011, 2013 et 2014 dans le quartier].

E : Ce sont vos économies personnelles qui ont financé ces nouvelles constructions ?

P : Pour le premier hôtel, oui, mais pour les suivants, nous avons contracté des prêts bancaires. Le dernier hôtel construit finance le suivant.

E : Et aujourd'hui, où vivez-vous ?

P : On ne vit plus dans le quartier, mais dans le district 4. Mais je viens ici chaque jour, c'est essentiel pour la qualité du service. Je parle avec les touristes, je supervise le travail.

E : Est-ce que vous voyagez souvent ?

P : J'ai déjà voyagé au Viêt-nam, en Thaïlande, à Singapour, en Corée et en Malaisie. Cela m'a donné des idées pour ma propre activité. »

– Entretien réalisé le 11 août 2014 –

L'analyse comparée des entretiens montre que si la localisation et les capacités financières de départ sont discriminantes, le capital qui en résulte fructifie à terme selon des critères afférant à la formation professionnelle, à la maîtrise des langues étrangères et à l'expérience de voyage des entrepreneurs. De bonnes relations avec les autorités locales participent également au succès des affaires (Bennett, 2009), capital social lui aussi éminemment discriminant.

Entre attraction et répulsion, activités informelles et illégales

Les inégalités sociales et spatiales structurant le quartier s'expliquent également par la complexité des gradients entre formel et informel, légal et illégal. Le service du linge a montré précédemment combien une activité pourtant légale pouvait être assurée à la fois de manière formelle et informelle. La majorité des activités du quartier sont légales, mais certaines se mélangent, par exemple une boutique de souvenirs vendant des DVD piratés. Seuls les commerces de la drogue et du sexe sont illégaux. Ils sont pourtant tolérés dans le quartier. Il en découle un jeu ambivalent de la part des acteurs concernés, pour être visibles des touristes et engendrer des revenus, sans l'être trop, au risque de provoquer les autorités et de nuire à la sécurité du quartier, dommageable au final à toute forme de consommation. Cette ambivalence participe indéniablement à l'attractivité du quartier, moteur des transformations urbaines actuelles qu'il connaît, en conformité avec celles identifiées dans d'autres paysages mondialisés de l'immoralité, comme Patpong à Bangkok (Roux, 2011) ou le quartier rouge d'Amsterdam (Chapuis, 2016) : paradoxalement, la discrétion de ces activités à l'échelle locale va de pair avec une forte intégration à la mondialisation touristique, le quartier routard fonctionnant comme une interface rassurante et accessible, y compris financièrement, pour expérimenter de diverses manières ces activités.

L'invisibilisation des acteurs concernés emprunte plusieurs tactiques spatiales. Les travailleurs du sexe (TDS) exercent le plus souvent dans des lieux qui ne leur sont pas spécifiquement dédiés : karaokés, bars, salons de coiffure ou de massage, avant de regagner des hôtels louant aussi des chambres à l'heure. Tous savent cependant se

signaler à la fois visuellement (slogans aguicheurs tels *Uggly but good* ou *No money no honey*, lanternes rouges, vitrines aveugles, tenues sexy) et par des incitations verbales. Concernant le commerce de la drogue, le recoupement des entretiens montre que l'invisibilisation spatiale emprunte cette fois les voies de la mobilité : la vente (le plus souvent de marijuana, mais aussi de cocaïne et d'ecstasy) a lieu à dos de moto, lors d'une course factice avec un moto taxi.

La consommation de drogues comme de services prostitutionnels relève officiellement de vices sociaux (*tê năn xã hội*) dans le cadre du socialisme. Cette absence de reconnaissance légale engendre des rapports sociaux de domination croisés. Puisqu'ils ne sont pas officiellement reconnus et donc protégés, les travailleurs du sexe et de la drogue sont vulnérables à la fois à l'égard des clients, mais aussi des autorités, ce qui justifie non seulement la présence mafieuse d'intermédiaires assurant clients et sécurité, moyennant ce qui s'apparente à du racket, mais aussi la corruption des autorités locales (Koh, 2001 ; Hoang, 2015). Cette violence est aussi symbolique, particulièrement dans les activités prostitutionnelles qui s'inscrivent dans des rapports de domination hérités entre des hommes blancs d'anciennes métropoles coloniales et des femmes exotisées d'une ancienne colonie. En effet, érotisme et exotisme se nourrissent mutuellement depuis l'époque coloniale (Saïd, 1978 ; Staszak, 2011), alimentant une racialisation des échanges economico-sexuels (Tabet, 2004 ; Hoang, 2015). Au final, ces activités témoignent d'une violence évidente, selon des rapports de domination fondés sur des critères de genre (les TDS, femmes et transgenres, pouvant subir des violences non seulement de clients, mais aussi d'hommes de main et de policiers), de race (la majorité des échanges concernant des hommes blancs clients de services proposés par des populations racisées), et entre acteurs légaux et illégaux s'affrontant dans le contrôle des territoires et des profits.

Spéculation, normalisation et contrôle social

Le quartier de Pham Ngu Lao a beau vivre d'une activité touristique considérée comme modeste, engendrant une réputation ambivalente, il vaut cher. Sa valeur foncière s'explique essentiellement par sa localisation stratégique. Il se situe dans le centre de la capitale économique du pays, là où la spéculation foncière a été la plus forte ces dernières décennies du fait des projets et des investissements étrangers qui s'y sont concentrés. Le quartier cumule plusieurs « terrains d'or » (*đất vàng*), parcelles dédiées en priorité aux méga-projets, tels les hôtels de luxe, les tours et les centres commerciaux. Ces derniers sont décidés au sein de programmes urbains, dont les appels et la maîtrise d'ouvrage sont aujourd'hui internationalisés : en 2007, le cabinet de consultance japonais Nikken Seikkei remportait le projet de renouveau du centre historique. En 2011, le quartier se retrouvait également dans le périmètre du *Landscaping and aerial arrangement of the walking area within the city centre of Ho Chi Minh City*⁵, conduit conjointement par la ville, le ministère du Tourisme espagnol et le groupe de consultance Idom.

Ces nouveaux projets, qu'ils aboutissent ou non, alimentent une spéculation foncière effrénée, l'effet d'annonce suffisant à engendrer une hausse du prix de l'immobilier. Celle-ci profite à une longue chaîne d'acteurs, renvoyant à la complexité du droit foncier vietnamien. Les propriétaires des murs en bénéficient de deux manières : en démenageant, pour dégager un maximum de surface commerciale au détriment de

5. Traduit par nous : Aménagement paysager de la zone piétonne du centre-ville de Hô Chi Minh-Ville.

celle domestique, et en augmentant le prix des loyers plutôt qu'en vendant, préférant conserver un bien à fort rendement. Mais la sous-location est courante, si bien que la hausse peut facilement se répercuter sur plusieurs intermédiaires, chacun essayant de dégager une marge au passage. Enfin, les autorités locales elles-mêmes en profitent : aux commandes des projets, elles sont les premières à connaître leur périmètre et calendrier. Ces informations sont converties de deux manières en capital : soit des fonctionnaires investissent personnellement sur des terrains avant l'officialisation d'un projet, afin de faire le maximum de profit une fois celui-ci paru, soit ils vendent leurs informations et facilitent les démarches de certains moyennant rétribution (Labbe, 2014; Segard, 2014). Spéculation, délit d'initiés et corruption vont de pair, entraînant un *turn-over* immobilier de plus en plus rapide :

«- Je suis un des plus vieux du quartier, ça fait 19 ans que je travaille ici, et plus je travaille ici, plus je vois les commerces se succéder. En face, par exemple, ils se sont installés depuis cinq mois, mais dans moins d'un an, ils ne seront plus là, j'en suis certain. Ils profitent juste d'un effet d'aubaine, en ayant ouvert un petit commerce de jus de fruits frais *healthy* bien looké.»

– Entretien avec A., restaurateur, 10 octobre 2014 –

Dans ce contexte, l'accès à l'information devient très discriminant, favorisant les collusions entre pouvoirs politiques et économiques :

- Enquêté : « Tu vois le *Crazy Buffalo*, c'est un emplacement impossible à avoir, parce que c'est le meilleur. Plein de gens se sont cassés les dents, même *Starbucks* quand ils ont voulu s'implanter.

- Enquêtrice : On m'a dit que le propriétaire du *Crazy Buffalo* était le même que celui du *Allez Boo* et du *Go 2 Eat* [deux bars se situant aux carrefours des plus grandes artères du quartier]. Les managers m'ont dit qu'il s'agissait d'une Vietnamiennne de l'étranger.

- Enquêté : Oui, c'est vrai, c'est la même propriétaire, mais c'est des conneries, elle est vietnamienne. Je la connais cette femme, je lui dis bonjour, mais je veux surtout pas d'ennui avec elle, c'est quelqu'un de puissant, travaillant avec Saigon Tourism [organe du comité populaire de la ville]. C'est comme ça qu'elle a eu ces emplacements.»

– Entretien anonyme, 11 octobre 2014 –

Cette reprise en main du quartier par le haut entraîne un contrôle social grandissant de la part des autorités, qui cherchent à normaliser l'image du quartier. Les acteurs les plus subalternes de l'activité touristique sont les premiers visés : les mendiants et les vendeurs de rue sont aujourd'hui évincés, afin officiellement de libérer les trottoirs pour plus de sécurité. L'installation de caméras de vidéosurveillance pour lutter contre les *pickpockets* a fait l'objet d'une médiatisation importante en 2014. De nombreux panneaux, promouvant un mode de vie urbain moderne et civilisé ponctuent le quartier, accrochés à des lampadaires neufs. S'ils font écho à des panneaux spontanément affichés par des riverains excédés par le bruit ou des touristes éméchés urinant n'importe où, leur charge idéologique est évidente. Cette propagande rappelle combien le quartier s'ancre dans un pays socialiste où les intérêts des grands acteurs privés et publics sont intrinsèquement liés (Gainsborough, 2010), favorisant collusions et trafics d'influence.

Le *backpacking* réunit des touristes dont les flux se renouvellent sans cesse. Toutefois, nos résultats montrent qu'une économie locale, profondément marquante pour le territoire, d'une adaptabilité remarquable, faisant appel à des compétences diverses, a réussi à se développer à Pham Ngu Lao. La glocalisation, ou hybridation entre pratiques locales et mondialisées, constitue la base de la production à la fois économique, sociale et morphologique du quartier. Ainsi, dès lors que l'on se place du côté des acteurs locaux impliqués à des degrés divers dans cette économie, il est possible de constater à quel point le quartier est finalement moins exceptionnel que la figure analytique de l'enclave routarde le laisse supposer.

L'activité touristique reste traversée par de multiples inégalités sociospatiales, représentatives des rapports de domination dans le champ de la production urbaine. Ces dernières sont d'autant plus flagrantes à mesure que le quartier évolue en contexte métropolitain, accentuant le caractère concurrentiel de la ressource économique constituée d'abord par des acteurs du quartier, mais suscitant aujourd'hui les convoitises à la fois de grands groupes étrangers et des autorités urbaines. Il en résulte une spéculation foncière permettant certes l'enrichissement de certains acteurs, y compris ceux ayant pu commencer modestement dans le quartier, mais fragilisant les plus vulnérables, ceux vivant de manière opportuniste, sans réelle capitalisation, de l'activité touristique.

À ce titre, le quartier est un observatoire privilégié pour comprendre l'insertion progressive du pays dans la mondialisation, à la faveur d'un socialisme de marché complexe. La normalisation et la valorisation foncière dont fait l'objet aujourd'hui Pham Ngu Lao est à la fois représentatif d'une dynamique commune à l'ensemble des quartiers routards dans le monde, et spécifique aux économies postsocialistes. Les effets d'accumulation produits autour de cette économie de rente bien identifiée, expliquant sa position hégémonique à l'échelle micro-locale, résultent de la convergence d'intérêts privés et publics, les autorités locales étant partie prenante de cette valorisation.

Références

- APPADURAI A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis : university of Minnesota Press, 230 p.
- ATELJEVIC I., DOORNE S. (2004). « Theoretical encounters: A review of backpacker literature ». In RICHARDSON G., WILSON J. (dir.), *The Global Nomad. Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon : Channel View Publication, coll. « Tourism and cultural change », p. 60-76.
- BACKOUCHE I., RIPOLL F., TISSOT S., VESCHAMBRE V. (2011). *La Dimension spatiale des inégalités. Regards croisés des sciences sociales*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, coll. « Géographie sociale », 358 p.
- BENNETT J. (2009). « The development of private tourism business activity in the transitional Vietnamese economy ». In HITCHCOCK M., KING V.T., PARNWELL M. (dir.), *Tourism in Southeast Asia. Challenges and New Directions*. Honolulu : university of Hawaii Press, p. 146-164.
- BHABHA H.K. (1994). *The Location of Culture*. Londres : Routledge, 408 p.
- BOUKHRIS L., CHAPUIS A. (2016). « Circulations, espace et pouvoir — Penser le tourisme pour penser le politique ». *L'Espace politique*, vol. 28, n° 1, <http://journals.openedition.org/espacepolitique/3707>
- CHAPUIS A. (2016). « Touring the immoral. Affective geographies of visitors to the Amsterdam Red-Light district ». *Urban Studies*, vol. 54, n° 3, p. 616-632.

- CHOW R.Y. (2015). *Changing Chinese Cities. The Potentials of Field Urbanism*. Honolulu : University of Hawaiï Press, 186 p.
- CLÉMENT P. (1995). « Chine : formes de villes et formation des quartiers ». *Les Cahiers de la recherche architecturale*, n° 35-36, p. 173-190.
- CLERVAL A., FLEURY A., REBOTIER J., WEBER S. (2015). *Espace et rapports de domination*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 400 p.
- COHEN E. (1973). « Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism ». *International Journal of Comparative Sociology*, vol. XIV, n° 1-2, p. 89-103.
- DEMERS J.C. (2012). « D'une figure à l'autre. Discussion critique sur l'état de la socio-anthropologie du backpacking ». *Sociétés*, n° 116, p. 85-96.
- DRUMMOND L.B., THOMAS M. (dir.) (2003). *Consuming Urban Cultures in Contemporary Vietnam*. Londres : Routledge, 248 p.
- EDENSOR T. (2001). « Performing tourism, staging tourism (re)producing tourist space and practice ». *Tourist Studies*, vol. 1, n° 1, p. 59-81.
- FANCHETTE S. (2012). « Craft villages in the Red River Delta (Vietnam): Periodization, spatialization, specializations ». In ARFINI F., MANCINI, M.C., DONATI M. (dir.), *Local Agri-Food Systems in a Global World. Market, Social and Environmental Challenges*. Newcastle : Cambridge Scholars Publishing, p. 259-278.
- GAINSBOROUGH M. (2010). *Vietnam. Rethinking the State*. New York : Zed Books, 256 p.
- GIBERT M. (2014a). *Les Ruelles de Hô Chi Minh-Ville (Viêt-nam). Trame viaire et recomposition des espaces publics*. Paris : Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, thèse de doctorat en géographie, 688 p.
- GIBERT M. (2014b). « Le carnet résidentiel au Vietnam : un instrument de peuplement entre contrainte et contournement ». In DESAGE F., MOREL-JOURNEL C., SALA-PALA V. (dir.), *Le Peuplement comme politiques*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, p. 221-238.
- GIBERT M., PEYVEL E. (2016). « Unpacking the figure of the backpacking neighbourhood Pham Ngu Lao in the making of Hô Chi Minh City ». *Southeast Asia Research*, vol. 24 n° 4, p. 510-531.
- HAMPTON M.P. (2013). *Backpacker Tourism and Economic Development. Perspectives from the Less Developed World*. Londres : Routledge, 166 p.
- HAMPTON M.P., HAMZAH A. (2010). « The changing geographies of backpacker tourism in South-East Asia ». Working Paper Kent Business School, n° 10, 29 p.
- HANNAM K., DIEKMANN A. (dir.) (2010). *Beyond Backpacker Tourism. Mobilities and Experiences*. Bristol : Channel View Publications, coll. « Tourism and cultural change », 256 p.
- HOANG K.K. (2015). *Dealing in Desire: Asian Ascendancy, Western Decline, and the Hidden Currencies of Global Sex Work*. Oakland : University of California Press, 230 p.
- HOTTOLA P. (2005). « The metaspacialities of control management in tourism: Backpacking in India ». *Tourism Geographies*, vol. 7, n° 1, p. 1-22.
- HOWARD R.W. (2005). « Khaosan Road: An evolving backpacker tourist enclave being partially reclaimed by the locals ». *International Journal of Tourism Research*, vol. 7, n° 6, p. 357-374.
- HOWARD R.W. (2007). « Five backpacker tourist enclaves ». *International Journal of Tourism Research*, vol. 9, n° 2, p. 73-86.
- JUDD D.R. (1999). « Constructing the tourist bubble ». In JUDD D.R., FAINSTEIN S.S. (dir.), *The Tourist City*. New Haven : Yale University Press, p. 35-53.
- KOH D.W.H. (2001). « Negotiating the socialist state in Vietnam through local administrators: The case of karaoke shops ». *Sojourn*, vol. 16, n° 2, p. 279-305.
- KRAPF K. (1961). « Les pays en voie de développement face au tourisme, introduction méthodologique ». *The Tourism Review*, vol. 16, n° 3, p. 82-89.

- LABBE D. (2014). *Land Politics and Livelihoods on the Margins of Hanoi, 1920-2010*. Vancouver: University of British Columbia Press, 228 p.
- LE BIGOT B. (2016). « Le “tour du monde” des backpackers, voyage normalisé? ». *Via@*, vol. 1, n° 16. <https://viatourismreview.com/fr/2016/07/art3-backpackers/>
- LOYD K. (2003). « Contesting control in transitional Vietnam: The development and regulation of traveller cafés in Hanoi and Ho Chi Minh City ». *Tourism Geographies*, vol. 5, n° 3, p. 350-366.
- LOYD K. (2006). « Catering to the backpacker: The transition of backpacker Enclaves in Vietnam ». *Tourism Recreation Research*, vol. 31, n° 3, p. 65-73.
- ÉQUIPE MOBILITÉS, ITINÉRAIRES, TERRITOIRES (MIT)(2002). *Tourismes. 1: Lieux communs*. Paris: Belin, coll. « Mappemonde », 320 p.
- O'REILLY C.C. (2006). « From drifter to gap year tourist: Mainstreaming backpacker travel ». *Annals of Tourism Research*, vol. 33, n° 4, p. 998-1017.
- PEARCE P.L., MURPHY L., BRYMER E. (2009). *Evolution of the Backpacker Market and the Potential for Australian Tourism*. Gold Coast: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, 98 p.
- PAPIN P. (2013). *Histoire des territoires de Hanoi. Quartiers, villages et sociétés urbaines du XIX^e au début du XX^e siècle*. Paris: Les Indes savantes, 392 p.
- PEYVEL E. (2009). *L'Émergence du tourisme domestique au Viêt Nam: lieux, pratiques et imaginaires*. Nice: université de Nice Sophia-Antipolis, thèse de doctorat en géographie, 406 p.
- PEYVEL E. (2017). « Sortir de l'ornière: Périphérisme et invisibilité touristique ». In BERNARD N., BLONDY C., DUHAMEL P. (dir.), *Tourisme et périphéries. La centralité des lieux en question*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, coll. « Espace et territoires », p. 291-312.
- QUỲNH TRẦN T.N., NGUYỄN TRONG H. (2007). *Văn hóa hẻm phố Sài Gòn – Thành phố Chí Minh [La Culture des ruelles de Saigon – Hồ Chí Minh Ville]*. Hồ Chí Minh-Ville: Nhà xuất bản Tổng hợp, 214 p.
- RICHARDS G., WILSON-BAREAU J. (dir.)(2004). *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channel View Publications, coll. « Tourism and cultural change », 298 p.
- ROUX S. (2011). *No money, no honey. Économies intimes du tourisme sexuel en Thaïlande*. Paris: Éditions La Découverte, 268 p.
- SAID E.W. (1978). *Orientalism*. New York: Pantheon Book, 368 p.
- SCHEYVENS R. (2002). *Tourism for Development. Empowering Communities*. Harlow: Prentice Hall, 274 p.
- SEGARD J. (2014). *Du rural à l'urbain dans la périphérie de Hà Noi (Viêt Nam): Villages de métier, pouvoir et territoire*. Nanterre: Université Paris Nanterre, thèse de doctorat en géographie, 444 p.
- STASZAK J.F. (2011). « Danse exotique, danse érotique. Perspectives géographiques sur la mise en scène du corps de l'Autre (XVIII^e-XXI^e siècles). *Annales de géographie*, n° 660-661, p. 129-158.
- TABET P. (2004). *La Grande Arnaque. Sexualité des femmes et échange économique-sexuel*. Paris: L'Harmattan, coll. « Bibliothèque du féminisme », 208 p.
- TEO P., LEONG S. (2006). « A postcolonial analysis of backpacking ». *Annals of Tourism Research*, vol. 33, n° 1, p. 109-131.
- TRACOL-HUYNH I. (2013). *Entre ordre colonial et santé publique, la prostitution au Tonkin colonial de 1885 à 1954*. Lyon: université de Lyon 2, thèse de doctorat en histoire, 498 p.
- TURNER L., ASH J. (1975). *The Golden Hordes. International Tourism and the Pleasure Periphery*. New York: St. Martin's Press, 320 p.
- WELK P. (2010). « Town of 1770, Australia – The creation of a new backpacker brand ». In HANNAM K., DIEKMANN A. (dir.), *Beyond Backpacker Tourism. Mobilities and Experiences*. Bristol: Channel View Publications, coll. « Tourism and cultural change », p. 169-186.
- WILSON J., RICHARDS G. (2008). « Suspending reality: An exploration of enclaves and the backpacker experience ». *Current Issues in Tourism*, vol. 11, n° 2, p. 187-202.