LES RUSSES « À LA PISCINE » : L'AFFLUX RÉCENT VERS LA MÉDITERRANÉE TURQUE

JEAN-FRANÇOIS PÉROUSE

Le voyageur qui flâne dans les rues du vieil Antalya, le principal pôle touristique turc [1], ne peut manquer, s'il est un tant soit peu attentif, de remarquer le nombre étonnant d'enseignes en caractères cyrilliques, souvent, d'ailleurs, au côté de caractères hébreux. En effet, depuis la fin des années 1980, le littoral méditerranéen turc, et dans une moindre mesure le littoral égéen – puisque les Turcs font nettement cette différence dans leur mode de désignation de leurs côtes – sont le théâtre d'un afflux croissant de touristes russes, et secondairement ukrainiens, qui font de ce littoral une des destinations privilégiées du tourisme russe vers l'étranger proche.

Cet afflux touristique, une des facettes des nouvelles relations turco-russes, retient l'attention, dans la mesure où il ne prend pas les formes standard du tourisme balnéaire étranger en Méditerranée turque. En outre, il est intéressant – puisque nous parlerons ici du point de vue turc – de considérer la manière dont ce tourisme est perçu localement, en Turquie, sachant que le tourisme international est une des manifestations d'interface qui alimente abondamment l'élaboration collective des *images de l'autre*.

---

1. En termes de capacité d'hébergement, si l'on prend comme cadre de référence le département, et en termes d'entrées les touristes étrangers (déjà plus de 3 millions pour les neuf premiers mois de 2002) la prééminence d'Antalya est flagrante. Fin juillet 2002, à certains jours de pointe, on a même enregistré plus de 35 000 arrivées quotidiennes dans le seul aéroport d'Antalya... ; cf. *Milliyet-Avrupa*, 30/07/2002, p. 8.

Slavica occitania, Toulouse, 15, 2002, p. 143-156.

I. L'ÉMERGENCE D'UNE « NOUVELLE CRIMÉE », À QUELQUES HEURES D'AVION DE MOSCOU

Un essor quantitatif notable malgré quelques fluctuations

Il serait abusif de réduire le tourisme russe et russophone en Turquie au seul « tourisme à la valise ». En effet, si ce dernier connaît des hauts et des bas incessants, le tourisme balnéaire, essentiellement vers la Méditerranée (et le sud de l'Egée), enregistre un essor continu depuis le début des années 1990, et surtout depuis 1995 [2]. Ainsi que le titrait l'hebdomadaire *Cumhuriyet-Hafta* en juillet 1996 – moment où les Turcs prennent pleinement conscience du phénomène et commencent à décrire cette clientèle comme un « nouveau marché » émergent à cultiver, alors même que dans les statistiques les Russes sont encore souvent compris dans l'agrégat « Communauté des Etats Indépendants » (CEI) [3] –, désormais « les Russes viennent sans valise sur les côtes sud » de Turquie [4]. De fait, sur les cinq dernières années pour lesquelles nous disposons de chiffres officiels, on note (tableau 1) un essor de la fréquentation russe, totale en Turquie, en dépit des effets de la crise russe de 1998, qui paraît avoir plus affecté le « tourisme à la valise » que le tourisme balnéaire. Les deux dernières années semblent avoir enregistré une nette progression, comme en témoignent les résultats du seul mois de juillet 2002 (tableau 2).

Tableau 1 : Touristes russes en Turquie (1995-2000)

Année	Nombre d'entrées de Russes	Nombre d'entrées total CEI
1995	587 982	1 356 735
1996	721 083	1 582 423
1997	737 700	1 513 566
1998	463 384	1 311 357
1999	357 256	1 052 600
2000	606 000	1 376 695

Source : DEIK (Conseil des relations économiques extérieures), Istanbul, 2002.

2. Les chiffres de la fréquentation étrangère à Antalya pour 1995, font état d'une forte augmentation de la fréquentation russe, de l'ordre de 1 à 6, entre 1994 et 1995 (cf. *Cumhuriyet-Hafta*, 4-10/08/1995). À partir de 1996 les Russes sont systématiquement comptés à part et représentent déjà cette année-là le deuxième contingent étranger (soit 5% de ceux-ci), loin derrière les Allemands certes, mais devant les Autrichiens, les Anglais et les Suédois (cf. *Cumhuriyet-Hafta*, 15/11/1996).
3. Ce qui nous empêche d'opérer un suivi statistique précis dans le temps.
4. Cf. *Cumhuriyet-Hafta*, 12/07/1996.

Tableau 2 : Les touristes étrangers en Turquie au mois d'août 2002 (nombre d'entrées officiellement répertoriées)

Nationalité	Nombre d'entrées
Allemands	443 050
Russes	172 533
Britanniques	117 822

Quelle Méditerranée turque ?

La fréquentation touristique russe semble, pour l'instant, privilégier le principal pôle du tourisme balnéaire turc en Méditerranée, Antalya. Cette fréquentation d'Antalya apparaît spectaculaire, surtout depuis 1999 (tableau 3).

1. Antalya : un effet de concentration ?

À l'heure actuelle, le pôle de fréquentation le plus important est sans conteste le département d'Antalya, où les Russes représentent pour les huit premiers mois de l'année 2002 plus de 12 % de la fréquentation internationale, ce qui les place au deuxième rang derrière les Allemands (tab. 3). En outre, par rapport à l'année précédente, la fréquentation russe apparaît en forte croissance, plus de 25 % selon l'Union des Hôteliers de la Méditerranée turque [5], alors même que la croissance générale de la fréquentation étrangère demeure modeste (de l'ordre de 5 %). Sur une échelle de temps plus grande, le tableau 5 montre bien comment c'est en 1996 qu'Antalya s'affirme comme la deuxième « porte d'entrée » en Turquie des touristes russes et de la CEI.

Par cette relative polarisation sur Antalya, la fréquentation russe ne se distingue pas des autres fréquentations étrangères : elle privilégie le pôle touristique méditerranéen le mieux doté en capacité hôtelière et en infrastructures de transport aérien, présenté comme la « capitale du tourisme » turc.

5. Cf. *Radikal*, 6/09/2002, p. 12.

Tableau 3 : Les touristes étrangers à Antalya en juillet 1999

Allemands	Russes	Hollandais	Belges	Britanniques	Suédois
87 250	56 800	13 000	13 000	12 500	12 500

Source : *Türkiye*, 6/08/1999, p. 6.

Tableau 4 : Les touristes russes à Antalya pour les huit premiers mois de 2001 et de 2002

Huit premiers mois de 2001	Huit premiers mois de 2002
304 579	399 799

Source : Akdeniz Otelciler Birligi, 2002.

2. Diffusion et investissement progressif vers d'autres zones touristiques

Ces toutes dernières années, par exemple, on assiste à l'émergence de Bodrum (département de Mugla) et de Kusadasi (département de Aydin) comme « secondes » destinations pour les Russes. Cependant, si ces pôles touristiques importants n'ont pas supplanté Antalya, il est intéressant d'observer que les professions du tourisme à Kusadasi comme à Bodrum comptent désormais ouvertement sur la clientèle russe pour compenser les fluctuations de fréquentation de la clientèle ouest-européenne. Cette ré-orientation commerciale s'est traduite par la participation à des foires et salons du tourisme à Moscou afin de promouvoir d'autres destinations qu'Antalya. Et en juin 2002, selon les responsables de la profession à Kusadasi, cet effort faisait déjà sentir ses effets [6]. En parallèle, l'ouverture de liaisons par charter entre Bodrum et Moscou en 2000 apparaît comme un indice tangible, supplémentaire, de cette politique turque d'attraction de la clientèle russe.

Par ailleurs, on note une tendance, moins bien connue, à la fréquentation de Chypre Nord (sous contrôle de l'armée turque), qui, si on la compare à la fréquentation russe de la République de Chypre (partie sud) – empruntant, on s'en doute, d'autres réseaux – et à celle d'Antalya, reste peu importante [7]. Comme il n'existe pas de liaison aérienne directe entre Chypre Nord et la Russie, les tou-

6. Cf. « Kusadasi'nda yüzler gülmüyor » (A Kusadasi les visages ne rient plus), *Dünya*, Istanbul, p. 6.
7. D'autant que la capacité hôtelière n'y dépasse pas encore les 10 000 lits... ; cf. *Bizim Gazete*, Istanbul, 29/09/1999, p. 2.

ristes russes transitent par la Turquie ; ce qui constitue un frein à cette fréquentation. Cependant, les chiffres concernant le nombre surprenant de bateaux de plaisance russes mouillant à Chypre Nord, le plus important pour les pavillons étrangers – la Turquie mise à part – laisse à penser que le tourisme de plaisance russe est en plein essor à Chypre Nord.

En outre, le développement rapide du commerce entre la Russie et Chypre Nord [8], via la Turquie en raison de l'embargo international, milite aussi dans ce sens, malgré la « crise des missiles » (projet de vente de missiles russes à la République de Chypre...) de 1998. Donc, depuis 1998, on peut parler d'un modeste début de redistribution et redéploiement de la clientèle russe (tableau 1).

3. Effort de promotion ciblée et apparition de sociétés spécialisées visant la clientèle russe

La fréquentation croissante par les Russes des littoraux méditerranéens de Turquie n'est pas seulement due à la proximité géographique entre la Turquie et la Fédération de Russie et aux prix proposés, considérés comme relativement bon marché si on les compare aux prix pratiqués sur les littoraux de l'Europe méditerranéenne (Antalya reste évidemment meilleur marché que Nice ou Cannes). Cette fréquentation nouvelle, et maintenant visible, est aussi et surtout le résultat d'une active politique de promotion. L'essor évoqué plus haut est en effet indissociable du travail de agences de tourisme tournées en direction de la Russie, à l'instar de la société Kalinka [9], qui, dès l'été 1995, a organisé des camps de 15 jours pour des jeunes Russes dans la région d'Antalya, afin de leur faire découvrir les charmes de la contrée... ou de la société Bentour, très active en direction de la Russie depuis l'an 2000 [10]. Cette dernière société, de l'aveu de ses responsables, aurait investi en 1999 et 2000 près de 800 000 dollars dans des campagnes de promotion en Russie (et en Allemagne). De même, et plus récemment encore, la holding « MNG World of Wonders [11] » affiche son intention de capter la clientèle russe dans ses hôtels d'Antalya, dont l'un, qui devrait ouvrir en avril 2003, porte le nom révélateur de « Wow

8. Cf. « Un marché cible pour Chypre Nord : la Russie », *Cumhuriyet*, 13/10/1994.
9. Cf. *Cumhuriyet-Hafta*, 4-10/08/1995.
10. Cf. « Bodrum'un güzellikleri Ruslara açildi » (Les beautés de Bodrum sont désormais ouvertes aux Russes), *Finansal Forum*, quotidien économique d'Istanbul, 27/10/2000, p. 4.
11. Cf. *Dünya*, 11/10/2002, p. 8.

Kremlin Palace » (un des autres ayant été baptisé « Wow Beyaz Saray », faisant référence, cette fois, à la Maison Blanche...). Enfin, une des initiatives les plus spectaculaires (et médiatisées) prises par les professions du tourisme pour conquérir la clientèle russe fut d'inviter et d'accueillir gratuitement les familles des marins morts dans la catastrophe du sous-marin « Irkutsk ».

Les jumelages entre villes sont aussi devenus un moyen pour mieux faire connaître les charmes des côtes turques. Depuis l'année 2000, par exemple, la ville de Mugla, au cœur d'un des principaux pôles du tourisme balnéaire de Turquie, est jumelée avec la ville de Sumi en Ukraine. Et, lors d'un voyage officiel d'un haut responsable de cette ville, l'engagement a été pris par ce dernier d'envoyer « 200 000 touristes » à Mugla [12].

4. Un mouvement à replacer dans le contexte de relations commerciales turco-russes en pleine effervescence

Le tourisme méditerranéen russe n'est pas une espèce de produit dérivé, quasi « spontané », du tourisme à la valise des années pionnières [13]. En effet, les « touristes à la valise » russes, qui appartiennent au passé, ne sont généralement pas, socialement parlant, issus des mêmes catégories que les touristes des littoraux méditerranéens. Le tableau 5, à cet égard, montre bien les différences de dynamique entre les portes d'entrée des Russes en Turquie : alors que les portes du « tourisme à la valise » (de la frontière avec la Géorgie à Istanbul, en passant par Trabzon) paraissent enregistrer moins de passages, celles d'Antalya en voient de plus en plus.

Pourtant, on s'aperçoit que des sociétés turques ayant acquis une expérience de la Fédération de Russie dans le commerce du textile ou du cuir ont parfois diversifié leurs activités vers le tourisme, mobilisant leur *savoir-négocier* et leur réseau de clients et de contacts en Russie dans le secteur touristique. Ainsi, quand on examine les publicités de la revue *DA* (Diyalog Avrasya), est-on frappé par le nombre de références à des sociétés qui disposent de magasins à la fois à Istanbul, au cœur du « quartier russe », dans la Fédération de Russie (Kazan, Moscou), dans les ex-Républiques soviétiques (Almaty)... et à Antalya. On trouve également dans la

12. *Hürriyet*, 3/05/2002, p. 4.
13. On n'oubliera pas que depuis 1996, le « tourisme à la valise » entre la Fédération de Russie et la Turquie est de plus en plus remplacé par un commerce par cargos et conteneurs.

même revue de nombreuses publicités en russe pour des hôtels de la région d'Antalya. Enfin, l'activité débordante de certains grands groupes turcs de construction et d'hôtellerie, comme Enka, en Russie et dans l'ensemble de la Communauté des État Indépendants, a des effets en retour sur la fréquentation touristique russe en Turquie, dans la mesure où ces grands groupes – nous pensons au groupe Dedeman qui a ouvert dernièrement un hôtel en Moldavie – contrôlent aussi des hôtels et des villages de vacances sur les rives turques de la Méditerranée. Parallèlement, on doit souligner le rôle du « Conseil Turco-Russe des Affaires », fondé en 1988 et rebaptisé en décembre 1991, qui a pour objectif de développer les relations économiques entre les deux pays. Parmi les secteurs prioritaires de ce Conseil figure le tourisme ; une session consacrée à cette activité a d'ailleurs été organisée à Moscou en septembre 2002. Et ce n'est pas un hasard si une réunion plénière sur deux de ce Conseil se déroule à Antalya.

Il y a donc un lien étroit entre le développement du commerce turco-russe (tableau 6), la Russie étant de loin le meilleur partenaire dans la région – et globalement même le sixième partenaire commercial de la Turquie (et même le troisième exportateur vers la Turquie en 2001 [14]) –, et cette fréquentation touristique, même si l'effondrement du rouble en 1998 a plus affecté les échanges commerciaux à proprement parler que le tourisme.

Tableau 5 : Les points d'arrivée des touristes russes et de l'ex-URSS en Turquie (1995-1997)

Source : ministère du Tourisme turc et *Sabah*, 12/07/1997.

Point d'arrivée	Année 1995	1996	1997	Évolution 1996-1997
Istanbul	265 915	386 227	316 745	-17,8 %
Antalya	41 936	71 588	73 303	+ 2,4 %
Artvin	113 508	73 789	73 332	-0,62 %
Igdir	80 635	52 221	27 339	-47,6 %
Edirne	60 814	43 845	46 258	+ 5,5 %
Trabzon	27 108	28 142	28 713	+ 2 %

14. Cf. *Dünya*, 26/03/2002, p. 2.

Tableau 6 : Le commerce de la Turquie avec ses voisins en 1999 (en millier de dollars)

Pays	Importations	Exportations
Iran	635 157	157 815
Syrie	307 002	232 210
Bulgarie	295 574	233 606
Grèce	303 031	406 794
Russie	2 374 078	588 765
Total voisins	3 915 613	1 619 190
Commerce extérieur total	40 687 270	26 588 612

Source : *Radikal*, 26/10/2000, p. 12

II. UN TOURISME « NON OCCIDENTAL » : IMAGES ET STÉRÉOTYPES D'UN AUTRE QUI EST PROCHE

A. Un tourisme de forfait : gros complexes hôteliers et piscines

Les Russes qui fréquentent la Méditerranée turque ne sont pas, en grande majorité, des routards itinérants, improvisant leur séjour au jour le jour et descendant à l'improviste dans des pensions. Ils arrivent en groupes organisés, dans le cadre de « voyages au forfait », services achetés en Russie, comprenant à la fois le transport aérien (par charter le plus souvent), le transport de l'aéroport à l'hôtel et le séjour (hébergement et principaux repas). Certaines sociétés hôtelières et de voyage turques se sont d'ailleurs spécialisées dans la clientèle russe et dans la vente de ce type de forfait, comme le groupe Marti qui possède trois gros villages de vacances « de luxe », l'un à Kemer (département d'Antalya), et deux autres à Marmaris (département d'Aydin) [15]. Les complexes hôteliers qui reçoivent ces Russes sont généralement situés hors des villes, dans de véritables enclaves littorales (la formule est très répandue à Antalya par exemple). C'est la raison pour laquelle les Russes sont réputés préférer la piscine de leur hôtel à la plage, comme à Antalya [16].

15. Cf. *Radikal-Turizm*, 22/06/2002, p. 8.
16. Cf. *Radikal*, 16/07/2001, p. 12.

Enfin, l'absence d'improvisation signalée plus haut est liée au fait que les touristes russes restent moins longtemps que les Allemands ou les Britanniques, soit seulement une semaine en moyenne [17]. Cependant, le tourisme en croisière organisée concerne, pour l'instant, assez peu les Russes, bien que l'on remarque, comme à Chypre, que de plus en plus de Russes qui possèdent un bateau mouillent dans les ports turcs.

B. Des touristes perçus comme moins sensibles à la conjoncture internationale

C'est à partir de 1998, mauvaise année relative pour le tourisme international en Turquie, que le discours selon lequel la clientèle russe « riche » devait être mieux prise en considération afin d'en faire un moyen de compenser les aléas de la fréquentation ouest-européenne et américaine a commencé à se faire entendre dans les milieux de la profession du tourisme. S'est donc imposée l'idée que les Russes, en « voisins », ne se comportaient pas dans leurs choix de destination comme les autres touristes étrangers, un peu à l'instar de la clientèle nationale qui se voit assigner le même rôle compensateur [18] dans les moments de crise de fréquentation de la clientèle occidentale. En d'autres termes, le touriste russe, perçu comme moins craintif est, dans ses exigences, quasiment assimilé au touriste intérieur : ce n'est pas vraiment un étranger, comme le sont les Européens, les Nord-Américains ou les Japonais. D'ailleurs, comme pour confirmer cette assimilation, il apparaît que les prix pratiqués à l'adresse des Russes sont, à ces moments de crise, inférieurs aux prix réservés aux Occidentaux. En effet, quand il s'agit de « sauver la saison » pour remplir une capacité hôtelière développée sans études de marché sérieuses, les prix sont évidemment cassés.

C. De bons vivants, allègrement dépensiers

De plus, si l'on se fie aux avis des professionnels turcs du tourisme et à la presse qui répercute leur opinion ainsi qu'aux enquêtes réalisées, il apparaît qu'après les Turcs vivant en Europe et venant pour leurs vacances, les Russes font partie des touristes qui dépen-

---

17. Cf. *Radikal*, 16/07/2001, p. 12.
18. Cf. *Radikal*, 13/05/1998, p. 12, nous traduisons : « [...] on pourrait combler le déficit de fréquentation avec les Russes riches [...] ».

sent le plus [19]. Alors que les Allemands ont la réputation d'avoir un « scorpion dans la poche », selon l'expression utilisée en Turquie, les clients russes comptent beaucoup moins et sont présentés comme toujours prêts à faire de folles dépenses pour leur plaisir. De ce fait, leur réputation est dans l'ensemble très bonne auprès des employés turcs qui disent apprécier les largesses de cette clientèle non mesquine. De ce point de vue les clients russes sont considérés comme plus proches des clients turcs, par leurs comportements « généreux », parfois même un peu ostentatoires.

D. Le casino, plutôt que les ruines ?

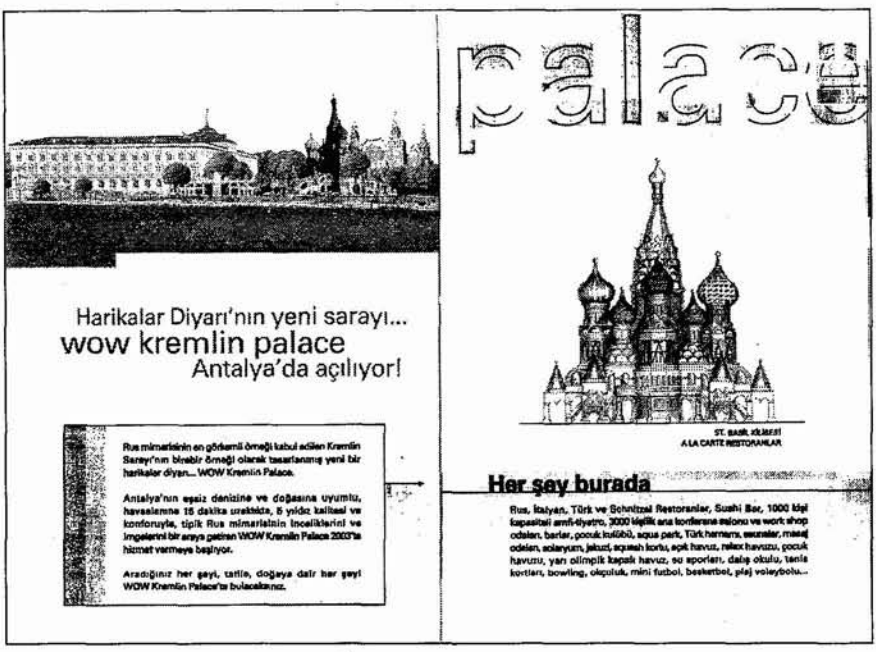
La clientèle russe est dans l'ensemble réputée préférer les plaisirs de la piscine à ceux du tourisme dit culturel (visite de sites antiques notamment), ou du tourisme ethnologique et paysager (visite de villages dans l'arrière-pays ou de sites « naturels » remarquables) [20]. En effet, dans les forfaits proposés aux Russes, les excursions culturelles sont peu nombreuses. Les excursions d'ordre commercial – visite de manufactures spécialisées ou de centres commerciaux – le sont davantage. Dans cette mesure, le touriste russe à la mer n'est pas si loin du touriste à la valise d'Istanbul ou de Trabzon. Mais cette supposée particularité est peut-être seulement due à la durée réduite du séjour, qui oblige à faire des choix...

D'autre part, cette clientèle, surtout celle qui vient en hiver, est décrite, un peu à la façon de la clientèle israëlienne, comme appréciant les casinos. À cet égard, on comprend dès lors pourquoi Chypre Nord, avec plus de 18 casinos [21], est censée intéresser la clientèle russe. La fermeture de nombreux établissements de jeux [22] sur les côtes sud de Turquie en février 1998 semble en effet avoir eu une influence négative sur la fréquentation russe et avoir en revanche induit un report partiel sur Chypre Nord. Dès la fin 1997, craignant qu'une décision de fermeture ne soit prise, le président de l'Union des Hôteliers Touristiques de Méditerranée évoquait,

---

19. Avec les Iraniens, qui commencent eux aussi, grâce à des charters directs Téhéran-Antalya, à se rendre pour leurs vacances sur ces côtes méditerranéennes de la Turquie.
20. Cf. *Radikal*, 16/07/2001, p. 12.
21. Cf. « La nouvelle adresse du jeu d'argent : Chypre », *Cumhuriyet-Hafta*, 30/01/1998, p. 3.
22. Cf. « Kumarhane turzimi geriledi » (Les jeux d'argent causent des tensions dans le secteur du tourisme), *Cumhuriyet*, 2/01/1998.

inquiet, les « anciens membres du *Polit-buro* et les dirigeants russes de haut niveau » qui viennent dans la région d'Antalya principalement pour les jeux d'argent et de hasard [23].



E. Argent sale, « mafia russe ou tchétchène » et prostitution

Partout dans le monde, le secteur touristique – où l'investissement foncier, initial, est source de rentes faciles – est connu pour recycler l'argent sale. Des rapports sur l'investissement de cet argent dans nombres de stations touristiques turques, comme dans l'ensemble du secteur immobilier, existent. Une certaine presse s'en fait parfois l'écho.

Dans ce contexte, on prétend parfois qu'une partie de cet argent suspect viendrait de Russie, sans que des preuves claires aient pu être apportées. De même, après les révélations concernant les activités de la mafia russe dans la République de Chypre [24] (au sud), un certain nombre d'affaires récentes laisserait à penser que les mafias russes et tchétchène auraient étendu leurs réseaux jusque dans les

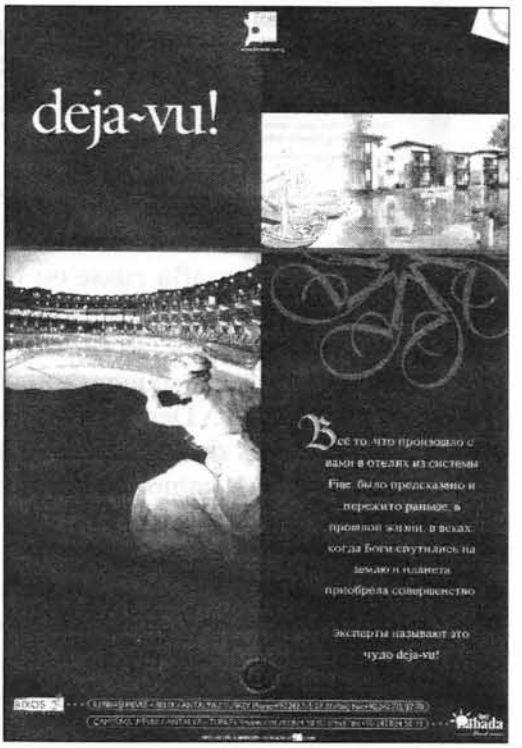
23. Cf. *Radikal*, 6/12/1997, p. 10.
24. Cf. « Heureux comme Serbes et Russes à Limassol », *Courrier International*, N. 2444, 6-12/07/1995, p. 28 (article traduit de *The New York Times*).

pôles touristiques de la Méditerranée turque [25]. Mais, pour l'instant, reconnaissons que c'est surtout le « milieu » turc qui fait parler de lui dans les régions touristiques, avec, ces derniers temps, l'assassinat du patron d'un célèbre casino d'Antalya suivi de divers règlements de comptes.

Enfin, le tourisme russe est aussi associé dans les représentations turques dominantes à la prostitution des « Natacha » (qui sont souvent autant ukrainiennes, moldaves, roumaines, géorgiennes ou azéries que russes). S'il est sûr que ce phénomène existe, comme à Istanbul ou Trabzon, le lien entre la fréquentation touristique russe et cette économie de la prostitution est loin d'être évident. Là encore, on voit combien les amalgames peuvent être rapides.

CONCLUSION

L'attractivité des côtes turques sur la clientèle russe est un phénomène récent qui prend maintenant des proportions retenant l'attention des opérateurs du tourisme international en Turquie. Les facilités relatives d'obtention du visa pour la Turquie, la proximité, les prix raisonnables et les agréments certains, et durables dans l'année, du climat comptent parmi les principaux facteurs explicatifs d'un essor qu'il convient aussi de replacer dans le contexte global des bonnes relations commerciales turco-russes et du pari fait sur le tourisme balnéaire en Turquie.



Par ailleurs, ce type de fréquentation touris-

25. Cf. « Rus mafyasinin gözü Türkiye'de » (l'œil de la mafia russe est en Turquie), *Dünya*, 4/07/2002, p. 5.

tique a pour effet de modifier l'image que les Turcs pouvaient se faire des Russes en faisant émerger dans les représentations dominantes un nouveau visage du touriste russe, cette fois plus aisé et surtout « sans valise ». Ces vacanciers russes sont en outre perçus, par opposition aux touristes de l'Europe occidentale – qui n'appartiennent pas aux mêmes classes sociales –, comme différents de ces derniers, et plus proches des Turcs. Les charmes de la Méditerranée turque sont donc à l'origine d'un renouvellement des relations turco-russes qui, tout en faisant rejouer d'anciens stéréotypes, oblige à quelques ajustements d'images.

IFEA, Istanbul

BIBLIOGRAPHIE

Da (Diyalog Avrasya) (2001), revue bilingue turco-russe, 5.

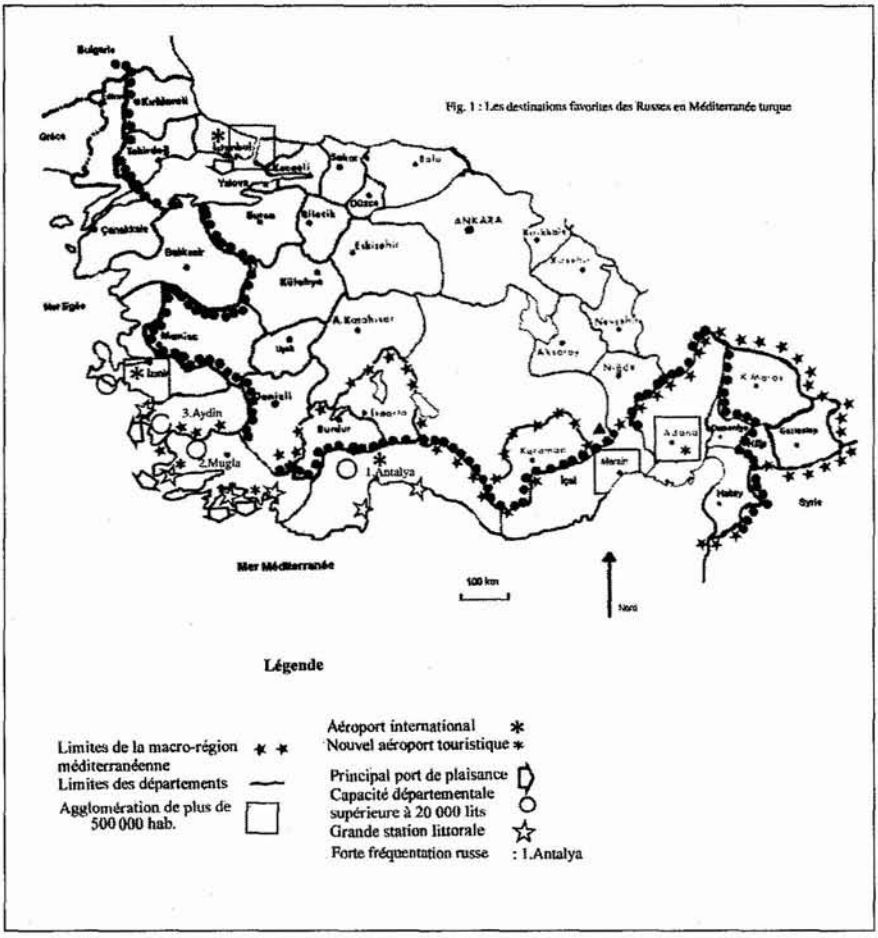
PÉROUSE, J.-F. (1999), « Istanbul, capitale du nouveau *monde turc* ? », *Revue de géoéconomie*, 9, printemps, Paris, p. 45-53.

PÉROUSE, J.-F. (1999), « Irruption et éclipse des navetteurs russes à Istanbul (1988-1999) : remous et rumeurs dans la mégapole », *Slavica occitania*, (« Les Russes et l'Orient »), Toulouse, 8, p. 273-312.

PÉROUSE, J.-F. (2000), « Migrations et mobilités dans le Nord de Chypre après 1974. Quelques indices », in : « Chypre et la Méditerranée orientale », *Travaux de la Maison de l'Orient*, Lyon, p. 93-105.

PÉROUSE, J.-F. (2002), « La Turquie et la Méditerranée : une appartenance en voie de (re)construction », in : Vincent Moriniaux (éd.), *La Méditerranée en questions*, Paris, Editions du Temps, p. 343-376.

PÉROUSE, J.-F. (2002, à paraître), « Laleli, giga-bazar d'Istanbul. Appréhender les caractéristiques et les mutations d'une place commerciale internationale », in : Peraldi M. (éd.), *Actes du Colloque « Economie de bazar dans les métropoles euroméditerranéennes », Lames, MMSH, Aix-en-Provence, 29-31 mai 2002*, Paris, Maisonneuve et Larose.

« Rus turistin gözdesi » (La préférée du tourisme russe), *Hürriyet*, 28/08/2002, p. 4.

« Ruslar Güney sahillere bavulsuz geliyor » (les Russes viennent sans valise sur les côtes sud), *Cumhuriyet-Hafta*, 12/07/1996.