

Le mercredi 3 mai | 9h30-12h30  
Campus Cité scientifique | SH2, 1e étage, Centre des conférences

**Entre nature et marché**  
**Controverses et conflits autour des établissements de plage**  
**en Australie et au Brésil**

**Marina de Souza Sartore & Cae Rodrigues**  
**(Université fédérale de Sergipe, Brésil)**

L'« économie bleue » ([Blue Economy](#)) renvoie à nos manières d'occuper et de profiter de la mer et des régions côtières. Les Nations Unies estiment que 40 % de la population mondiale vit à moins de cent kilomètres des rivages maritimes ([NU, 2017](#)) et que 80 % des activités touristiques mondiales se déroulent dans des zones littorales ([NU, 2020](#)). En France, l'importance accordée à ce thème peut s'observer dans des initiatives comme « [mer littoral 2030](#) » ou l'appel « [Les futurs des mondes du littoral et de la mer](#) ».

Le Brésil est un acteur important du développement de l'économie bleue. Le littoral du pays compte environ 7 400 kilomètres de côtes. Sa juridiction s'étend sur 3,4 millions de kilomètres carrés d'espace maritime, avec des ressources naturelles telles que 12 % des et 3 000 km de barrières coralliennes. Cet espace correspondant à 40 % de la masse terrestre brésilienne a été appelé « [l'Amazonie bleue](#) ». C'est de la mer que proviennent 90 % du PIB, 45 % de la pêche, 95 % du pétrole et 80 % du gaz naturel du pays. Le Brésil est aussi un acteur important du « [tourisme bleu](#) », terme qui réfère à des activités touristiques côtières durables. Par ailleurs, il présente une [forte densité démographique](#) sur le littoral et le tourisme estival ("*sun, sea and sand*") est le principal motif de voyage en son sein pour les Brésiliens eux-mêmes comme pour les visiteurs étrangers ([Annuaire statistique du tourisme, 2020](#) ; [Ministère du Tourisme, 2022](#)).

« Économie bleue » et « tourisme bleu » soulèvent le grand dilemme du « développement durable » : comment assurer à la fois la préservation des océans et le développement du commerce (balnéaire) ? Dans une perspective de sociologie économique, cet exposé abordera la question du développement d'espaces privés lucratifs sur des territoires appartenant en principe au domaine public, comme c'est le cas de la plupart des plages. Plus précisément, nous interrogerons le chevauchement entre « marché » et « nature » à partir de deux conflits portant sur l'exploitation marchande de la plage. Le premier conflit concerne la démolition des clubs de plage sur les côtes d'Aracaju, dans l'État de Sergipe. Le second conflit se déroule en Australie, un autre géant de l'« économie bleue », mais dont l'identité littorale diffère de celle du Brésil. Il porte sur l'installation d'un commerce sur la plage de Bondi, à Sydney, à partir de l'installation d'un bar de plage éphémère (*pop-up beach club*) sur un territoire souverain (*crownland*). À partir de ces deux études de cas, nous montrerons que la construction et la légitimation des établissements de plage dépendent de conflits moraux locaux. Nous discuterons aussi de l'influence, en Australie comme au Brésil, du modèle européen des établissements de plage.

**Between nature and market**  
**Controversies and conflicts around beach clubs in Australia and Brazil**

The [Blue Economy](#) is built around the ways we occupy and enjoy the sea and coastal regions. The United Nations (UN) estimate that 40% of the world's population lives less than 100 kilometers from the sea ([UN, 2017](#)) and that 80% of all touristic activities in the world occur in coastal areas ([UN, 2020](#)). In France, attention has been drawn to the theme by initiatives such as "[mer littoral 2030](#)" and "[Les futurs des mondes du littoral et de la mer](#)".

Brazil is a major player for the development of the Blue Economy. The country has approximately 7,400 kilometers of coastline. It also has jurisdiction over 3,4 million square kilometers of natural resources in the coast, adding up to as much as 12% of the world's mangroves and 3,000 kms of coral reefs. This area corresponds to 40% of the landmass of Brazil and has been being labeled as the "[Blue Amazon](#)". Close to 90% of the Brazilian national GDP comes from the sea, including 45% of the nation's fishing, 95% of the oil extraction, and 80% of natural gas. Brazil is also a major player of the [Blue Tourism](#), name given to the development of Coastal Sustainable Tourism. The Brazilian coastline has a [high population density](#) and the Sun, Sea and Sand are the main touristic destination in the country both among Brazilians and foreigners ([Tourism Statistical Yearbook, 2020](#); [Ministry of Tourism, 2022](#)).

The development of the Blue Economy and of the Blue Tourism once again raises the great dilemma of Sustainability: How do we strive for the conservation of the oceans and, at the same time, develop commerce? In this presentation, we'll use the framework of Economic Sociology to address the development of coastal commerce in public trust areas. More specifically, we'll address the overlap between market and nature by exploring two conflicts over commercial venues on the beach sand. The first conflict is over the demolition of beach clubs on the beaches of Aracaju, Brazil – in other words, it is about taking commerce out of public trust areas. The second conflict is located in Australia, another Blue Economy giant that has a different coastal identity, compared to Brazil. The conflict is about bringing commerce into public trust areas (crownland) as a pop-up beach club on Bondi Beach, in Sydney. From these two case studies we'll demonstrate how the construction and legitimation of the commerce on the beach largely depends on local moral disputes. We'll also acknowledge the international influence of European-Style beach clubs on the matter.