

# LA SOURIS AMÉRICAINE AU PAYS DES MERVEILLES FRANÇAIS



---

DISNEYLAND PARIS ET L'ANTIAMERICANISME FRANÇAIS



## **Mémoire de Bachelor**

**La souris américaine au pays des  
merveilles français**

Anne van den Bogaert, s4577973  
Radboud Université Nîmègue, La  
langue et la culture françaises  
Directeur de mémoire : M.H.G.  
Smeets

Deuxième lecteur : J.K.M. Berns

# Contenu

<b>Résumé néerlandais</b>	<b>3</b>
<b>Introduction : Le monde du rêve ?</b>	<b>4</b>
<b>1. L'antiaméricanisme en France: Un aperçu historique</b>	<b>7</b>
1.1. La Querelle du Nouveau Monde	8
1.2. « Satire esthétique de la démocratie américaine »	10
1.3. Le triomphe du Yankee	11
1.4. Le « doute » français confirmé	13
1.5. Être <i>different</i> – la question de la race	14
1.6. Du tarif au trust	16
1.7. Pour la France ! Et l'Europe ?	18
1.8. Protéger la <i>francité</i>	19
<b>2. Disneyland Paris : La souris américaine en voyage</b>	<b>21</b>
2.1. La Convention de 1987	22
2.1.1. La vision générale	23
2.1.2. La vision culturelle	24
2.2. La région parisienne	24
2.2.1. Villes Nouvelles	24
2.2.2. Un parc réservé à l'élite ?	26
2.3. Les intellectuels passent à l'attaque	26
2.3.1. Exemples américains dans le parc	29
2.4. Réactions positives à propos du parc	30
<b>3. De zéro en héros : Le sondage</b>	<b>31</b>
3.1. La méthode : le sondage	32
3.2. La présentation de l'enquête	35
3.3. Les participants	35
3.3.1. Les informations personnelles et la confidentialité	37
3.4. Les expériences des sondés à Disneyland Paris	37
3.5. Les Français et la France	39
3.6. Les Français et les États-Unis	40

3.7. Remarques supplémentaires sur Disneyland Paris	41
3.8. L'analyse des thèses	43
<b>Discussion et conclusion</b>	<b>56</b>
Discussion	56
Conclusion	57
<b>Bibliographie</b>	<b>59</b>
<b>Annexe</b>	<b>62</b>
Annexe 1. Le sondage	62

## Résumé néerlandais.

Het ‘onbegrip jegens anderen’ is een term van alle tijd. In de tweede helft van de 17<sup>e</sup> eeuw ontstaat dit onbegrip tussen de Fransen en de Amerikanen in de zogenoemde ‘Strijd van de Nieuwe Wereld’. Eeuwen later laat dit anti-Amerikaanse debat nog altijd sporen achter in de Franse samenleving, waar in 1940 de officiële term ‘anti-amerikanisme’ voor het eerst wordt genoemd.

De Walt Disney Company had als doel een nieuw attractiepark te bouwen in Marne-la-Vallée, net buiten Parijs, genaamd Euro Disney (later Disneyland Parijs). Het park moest een plek worden om vakantie te vieren, en waar men rust en vermaak kan vinden, begaanbaar voor iedereen. In 1992 opende het park voor het eerst haar deuren. Echter, deze komst van een Amerikaans park in Frankrijk bleef niet onopgemerkt. Vele artikelen, vaak in negatieve zin, verschenen in de Franse en Amerikaanse kranten, op het internet werden forums volgeschreven, en ook binnen de academische wereld verschenen er wetenschappelijke artikelen over het nieuwe park. Vooral de Franse intellectuelen spelen een grote rol in binnen deze discussie. Ze vinden het park een schande voor de Franse cultuur, maatschappij en taal. Ariane Mnouchkine, een Franse theaterdirectrice, noemde het zelfs een ‘cultureel Chernobyl’.

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen of deze negatieve houding van de Fransen zich nog altijd manifesteert binnen de Franse samenleving. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: In welke mate is de houding van de hedendaagse Franse bevolking tegenover Disneyland Parijs veranderd in vergelijking met de Franse intellectuelen uit de jaren tachtig?

Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag is een online enquête verspreid onder een aantal inwoners van Frankrijk. De vragenlijst bestaat uit 12 vragen en 10 stellingen die de ondervraagden hebben beantwoord op een schaal van 1 (helemaal niet mee eens) tot en met 5 (helemaal mee eens).

Uit de analyse is gebleken dat de houding van de Fransen tegenover Disneyland Parijs positief veranderd is. Toch blijft het behoud van de Franse cultuur en identiteit nog altijd een belangrijk punt. De Fransen zijn trots op hun land en de cultuur, en daar waar Disneyland Parijs eerst werd gezien als een gevaar, vervaagt dit negatieve beeld steeds meer naar de achtergrond en wordt het park meer getolereerd. De anti-Amerikaanse gevoelens zijn dus minder aanwezig dan vóór en tijdens de opening van het park in 1992.

## **Introduction.**

### **Le monde de son rêve ?**

En 2015, le rêve d'un élève du secondaire devint réalité : elle avait obtenu un poste à Disneyland Paris. Des ours en peluche aux cassettes vidéo, aux DVD, à la visite du parc, jusqu'à obtenir un vrai travail à Disneyland Paris. La lettre suivante a été délivrée dans sa boîte aux lettres en février 2015:

Bonjour,

Nous avons bien reçu votre dossier pour le poste de Session de Recrutement en Hollande Mars 2015 au sein de Disneyland® Paris et vous en remercions.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre société et vous prions d'agréer, nos sincères salutations.

Cinq mois plus tard, elle était prête, dans le bureau du manager du magasin, pour son premier jour. Elle avait hâte d'entrer dans le monde magique rempli de joie et de plaisir. Pendant 6 ans, elle avait étudié le plus grand nombre de langues possible, et surtout l'anglais et le français, pour pouvoir parler à tout le monde, mais alors...

« Au moment où vous descendez, seulement le français est parlé. Je ne veux pas entendre un mot d'anglais, sauf avec les visiteurs », explique le manager. Les employés internationaux se regardent, mais hochent la tête de haut en bas. Pourquoi est-on seulement autorisé à parler le français sur le lieu de travail d'une entreprise américaine et internationale ? C'est une question qu'elle a toujours gardé à l'esprit. Est-ce un problème historique entre la France et les États-Unis ? Il est vrai que les Français veulent protéger leur culture et leur identité...

L'incompréhension face à l'autre est un problème intemporel. Vers la deuxième moitié du XVIIe siècle, l'incompréhension des Français face aux Américains se manifeste dans ce qu'on a appelé « la Querelle du Nouveau Monde ». Tout au long des siècles, le débat antiaméricain continue de marquer de son empreinte la société française. La littérature la plus récente sur cet aspect social date de 2002 ; elle constitue également la référence principale de notre recherche : *L'ennemi américain, Généalogie de l'antiaméricanisme français* de Phillippe Roger. Selon l'ordre chronologique, Roger énumère les événements et les aspects les plus importants de l'antiaméricanisme français.

*Seducing the French: the dilemma of Americanization* (1993) de Richard Kuisel a été publié avant l'œuvre de Roger. Kuisel termine sa recherche à l'époque où Disneyland Paris ouvre ses portes. Il le qualifie comme un nouveau moment clé dans l'histoire de l'antiaméricanisme. Kuisel clôt son chapitre de la manière suivante :

And if the arrival of Mickey Mouse to the Paris region represents an incursion similar to those we have seen and a further step toward Americanization, this American animal has also adapted to the land – at least he speaks French.<sup>1</sup>

L'arrivée de l'entreprise américaine en France a été décidée en 1987. La Walt Disney Company, dans la citation de Kuisel appelée de façon métonymique Mickey Mouse, décide d'ouvrir un nouveau parc d'attraction à Marne-la-Vallée, juste en dehors de Paris, nommé Euro Disney (plus tard Disneyland Paris). Le parc devait être un lieu de vacances et un complexe de récréation pour tout le monde. Il est possible de trouver de nombreux articles de journaux sur l'arrivée du parc, comme dans le *New York Times*, *Le Monde*, *The Associated Press*, *Agence France Presse* et *PR Newswire*. De plus, sur Internet il existe encore des articles sur les forums concernant le parc. Disneyland Paris attire non seulement les médias, mais c'est également un phénomène intéressant pour les chercheurs. Dans « Disneyland Paris : A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », Anne-Marie d'Hauteserre décrit les choix que le parc a faits pour s'installer en France et d'autres aspects économiques pertinents.

Cependant, ce qui aurait dû être un parc de joie, est devenu un parc de dégradation de la culture française pour de nombreux intellectuels. Par exemple, le parc a été surnommé « Tchernobyl culturel » par Ariane Mnouchkine, directrice du théâtre français. Après l'ouverture du parc, le nombre de publications négatives a diminué et le ton négatif s'est affaibli. D'où la question principale de notre recherche :

Dans quelle mesure l'attitude envers Disneyland Paris chez les Français d'aujourd'hui correspond-elle à celle d'intelligentsia des années quatre-vingt ?

Afin de créer une structure claire, nous avons opté pour les sous-questions et chapitres suivants :

---

**Chapitre 1 : L'antiaméricanisme français** D'où vient l'aversion des Français pour les États-Unis ?

---

---

<sup>1</sup> KUISEL, Richard, *Seducing the French: the dilemma of Americanization*, California University Press, 1993, p 230.

---

<b>Chapitre 2 : Disneyland Paris</b>	Pourquoi et de quelle manière la Walt Disney Company s'est-elle établie en France ?
<b>Chapitre 3 : Le sondage: l'attitude des Français après l'ouverture en 1992</b>	Quelle est l'attitude des Français vis-à-vis de Disneyland Paris ?

---

Nous commencerons notre recherche en retraçant, à l'aide du livre de Phillippe Roger, l'histoire de l'antiaméricanisme français. De cette manière, nous pourrons mieux comprendre l'idée sous-jacente de l'aversion de certains Français pour Disneyland Paris. Ensuite, nous aborderons l'histoire du parc, ses contretemps, mais aussi ses aspects positifs. Finalement, nous nous pencherons sur l'analyse des réponses du sondage distribué. Sur la base de la littérature existante, des expériences vécues lors des visites dans le parc et des réponses de l'enquête, nous nous attendons à ce que l'attitude des Français à l'égard de Disneyland Paris ait changé d'une manière positive.

# 1

## L'antiaméricanisme en France.

### Un aperçu historique

In Europe, anti-Americanism is much more a hobgoblin  
of the political, cultural, and religious elites.

– Jean-François Revel, *Europe's Anti-American Obsession* (2003)

En 1944, le film *Grosse Fatigue* passe sur le grand écran du cinéma à Cannes. Dans la comédie, scénarisée par le metteur en scène français Bertrand Blier et réalisée par l'acteur français Michel Blanc, il est question de la perte de l'identité de l'acteur français connu à cause de fausses allégations. Au cours de sa quête pour les corriger, il découvre qu'il a un double qui est bien décidé de profiter de la vie célèbre de Michel Blanc. Blanc ne comprend pas pourquoi le double, Patrick Olivier, a décidé de ruiner sa vie. Le film se termine par une conversation entre les deux acteurs de la comédie, Michel Blanc et Philippe Noiret. L'idée sous-jacente du film et de la conversation est exposée dans le livre *Nationalism and the Cinema in France* de Hugo Frey, historien (américain) culturel et politique spécialisé sur la France du XXe siècle et la francophonie européenne. Il découvre que Blanc, pendant les interviews pour la promotion de son film, a une attitude nationaliste, et même anti-américaine<sup>2</sup>. Dans son livre, Frey se réfère entre autres à un constat de Blanc pendant son interview avec *Télérama*, un magazine culturel français :

Hollywood [les États-Unis], actuellement, ressemble à cette nourriture de grand hôtel qui [...] n'a plus aucun goût. C'est ni mauvais ni bon. Ça ne rend pas malade, c'est tout ce qu'on peut dire. Eh bien, je préfère risquer une chiasse et manger un bon poulet au curry, voilà ! On dit toujours du cinéma français qu'il est franchouillard<sup>3</sup>. Et le cinéma américain est-ce qu'il n'est pas américanouillard, peut-être ? Avec ses clichés et ses tics.<sup>4</sup>

Ici, il s'agit d'un Français qui critique Hollywood et le cinéma américain, donc l'Amérique. Les États-Unis sont morts, et même les Français prennent le risque de goûter un morceau de la

---

<sup>2</sup> FREY, Hugo, *Nationalism and the Cinema in France: Political Mythologies and Film Events, 1945-1995*, Berghahn Books, 2016, p 36.

<sup>3</sup> Dictionnaire *Larousse* : Qui présente les défauts traditionnellement attribués au Français moyen (en particulier chauvinisme, étroitesse d'esprit).

<sup>4</sup> FREY, Hugo, *Nationalism and the Cinema in France*, p 36.

culture américaine. De plus, à la fin, il pose la question : pourquoi critiquer les Français, quand les Américains font les mêmes erreurs avec « leurs clichés et leurs tics » ? Le passage, à notre avis, introduit bien la problématique de notre mémoire : « l'incompréhension face à *l'autre*. »<sup>5</sup> L'antiaméricanisme français est profondément enraciné dans la culture et la politique françaises, et son importance remonte à l'époque des Lumières. Dans ce chapitre, nous voudrions esquisser le développement de cet antiaméricanisme, pour cela on s'appuiera essentiellement dans ce qui va suivre sur l'ouvrage de Philippe Roger *L'ennemi américain, Généalogie de l'antiaméricanisme français*<sup>6</sup>.

### 1.1 La Querelle du Nouveau Monde

Même si le terme de l'antiaméricanisme français apparaît pour la première fois en 1940, le phénomène est tout sauf une manifestation récente en France. L'antiaméricanisme a une longue histoire qui commence vers la deuxième moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle. Baptisée comme « la querelle du Nouveau Monde » (par l'historien italien Antonelle Gerbi), l'histoire commence en 1750, et connaît son apogée dans les années 1770-1780. Ce combat du Nouveau Monde est mené par les savants et philosophes de l'ancien continent, comme Voltaire, Buffon, l'abbé Raynal et Cornelius de Pauw. Selon eux, il s'agit « d'alerter une Europe aveuglée ou abusée, en exhibant les tares du Nouveau Monde. »<sup>7</sup> Ils voudraient montrer que l'Amérique est un continent décevant. Leur mission est le dénigrement des États-Unis.

L'une des tares est le climat de l'Amérique. Selon les Lumières, le climat est hostile et pernicieux :

Un climat hostile fait de ce continent l'empire du froid, ou de l'humide, ou des deux à la fois. Empire stérile, à tout le moins peu fécond. Désertique souvent, sous-peuplé toujours. Tous les règnes de la nature s'y présentent « altérés » [...] En Amérique, on ne vit pas, on « végète ». <sup>8</sup>

De plus, l'abbé Guillaume-Thomas Raynal ajoute à la discussion son point de vue dans *Histoire philosophique et politique des établissements et du commerce des Européens dans les Deux*

---

<sup>5</sup> SMEETS, Marc, « Petite histoire de l'antiaméricanisme : en marge du livre de Philippe Roger », *Contemporary French Civilization*, v 29, n 2, University of Illinois, 2005, p 156.

<sup>6</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme*, Points Essais, 2002.

<sup>7</sup> Ibid., p 23.

<sup>8</sup> Ibid., p 38.

*Indes* : « c'est la loi des climats qui veut que chaque peuple et chaque espèce vivante et végétale croisse et meure dans son pays natal ».<sup>9</sup>

L'autre tare serait les êtres-humains eux-mêmes. De Pauw, né en Hollande, mais qui écrit en français, décrit les citoyens aux États-Unis comme « privés à la fois d'intelligence et de perfectibilité »<sup>10</sup>. « Une imbécillité stupide fait le fond du caractère de tous les Américains »<sup>11</sup>, constate-t-il. La même attitude est confirmée dans *Variétés dans l'espèce humaine* par Buffon, qui « insistait surtout sur l'imperfectibilité propre à l'indigène américaine. »<sup>12</sup> De même, De Pauw considère les peuples comme immatures, du point de vue psychologique et intellectuel :

L'insensibilité est en eux un vice de leur constitution altérée : ils sont d'une paresse impardonnable, n'inventent rien, [...] pusillanimes, poltrons, énervés, sans noblesse dans l'esprit, [...] l'animal raisonnable les rendent inutiles à eux-mêmes et à la société.<sup>13</sup>

Cependant, De Pauw critique non seulement les Américains en soi, mais également tous les voyageurs : « On peut établir comme une règle générale que sur cent voyageurs, il y en a soixante qui mentent sans intérêt, ou si l'on veut par malice, et enfin dix qui disent la vérité et qui sont des hommes ».<sup>14</sup> Il récuse ces voyageurs comme de faux savants, douteux missionnaires et mauvais littérateurs.<sup>15</sup>

Pour ce qui est de la troisième tare, non seulement le climat de l'Amérique est attaqué, mais la nature de l'Amérique est également ciblée. Buffon joue un très grand rôle dans la dénomination de cette troisième tare de la nature. Dans quelques-uns de ses livres (*Variétés dans l'espèce humaine* (1749), *Animaux de l'ancien continent*, *Animaux du nouveau monde*, *Animaux communs aux deux continents* (1761), *De la dégénération des animaux* (1766)), il critique le format des animaux sur le continent américain : « Nous avons dit qu'en général tous les animaux du Nouveau Monde étaient beaucoup plus petits que ceux de l'ancien continent. »<sup>16</sup> Ce point de vue reste important en ce qui concerne l'attitude envers l'Amérique jusqu'à la fin du siècle. Une réponse de l'outre-Atlantique est formulée par Thomas Jefferson, homme d'Etat

---

<sup>9</sup> RAYNAL, G.T., *Histoire philosophique et politique des établissements et du commerce des Européens dans les Deux Indes*, Genève, 1781, p 133.

<sup>10</sup> DE PAUW, Cornelis, *Recherches philosophiques sur les Américains*, 1768, p 188.

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 45.

<sup>13</sup> DE PAUW, Cornelis, *Recherches philosophiques sur les Américains*, p 160. – Note de Roger, p 45 : il [De Pauw] fait ici le portrait des naturels de la Californie, mais précise qu'il est « conforme à celui que nous avons donné de tous les Américains ».

<sup>14</sup> DE PAUW, Cornelis, *Défense des Recherches philosophiques sur les Américains*, 1772, p 320.

<sup>15</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 39.

<sup>16</sup> BUFFON, *Dégénération des animaux*, 1766, p 240.

et philosophe américain. Dans son œuvre *Notes on the State of Virginia*, Jefferson consacre tout un chapitre à réfuter la théorie de Buffon. Le public a été « séduit dans son jugement par sa plume étincelante ». <sup>17</sup> Il tente de défendre la bonne nature de son continent, de même que les institutions politiques. Cette réaction montre que la querelle de l'antiaméricanisme français à cette époque n'est plus vraiment naturaliste ni politique, mais qu'elle passe à un discours plutôt esthétique.

## 1.2 « Satire esthétique de la démocratie américaine »<sup>18</sup>

Malheureusement, la défense de Jefferson n'a pas aidé à dissiper le sentiment antiaméricain. Pour continuer, les années du Directoire qui incluent la Révolution française (1789-1799) et le *Jay's Treaty* (1794, traité anglo-américain) n'ont fait qu'empirer la situation. Ils ont créé une dégradation importante des relations franco-américaines. De plus, on constate un changement de perspective qui passe à l'antiaméricanisme esthétique ; on a quitté le domaine philosophique. Ce nouveau mouvement esthétique est promulgué entre autres par Talleyrand, Volnay et Joseph de Maistre. C'est Charles-Maurice de Talleyrand qui est le plus influant dans ce domaine, du fait de son implication dans le monde diplomatique en France et de son exil américain :

[il] est le ministre des Relations extérieures du Directoire et reste à ce poste sous le Consulat. En un moment critique où la crainte d'une alliance anglo-américaine, dangereuse pour les Antilles françaises, pousse à la normalisation des rapports avec les États-Unis, cette communication « scientifique » à l'Institut prend une résonance politique particulière.<sup>19</sup>

Dans *Mémoire sur les relations commerciales des États-Unis avec l'Angleterre*, Talleyrand montre avec « un ton frivole ses récriminations personnelles contre le manque d'urbanité des cités américains [et] il entreprend de démystifier l'Américain rustique ». <sup>20</sup> C'est-à-dire, l'inculture de l'Américain moyen comme des sauvages. Par exemple, il décrit que l'habitant des campagnes et du « wilderness » sont ravalés au dernier degré de l'espèce humaine : « Il n'y a au fond des bois que des cabanes mal bâties peuplées de rustauds apathiques [...] qui ressemblent beaucoup aux sauvages indigènes dont ils ont pris la place. » <sup>21</sup> De plus, ce ne sont

---

<sup>17</sup> JEFFERSON, Thomas, *Notes on the State of Virginia*, London, Penguin Classics, rédigé en ajoutant une introduction et notes par Frank Shuffelton, 1999, p 68.

<sup>18</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 65.

<sup>19</sup> Ibid., p 70.

<sup>20</sup> Ibid., p 71.

<sup>21</sup> Ibid.

non seulement les Français qui se révoltent contre l'Amérique et leur inculture, mais aussi les Britanniques contre leur ancienne colonie, comme Frances Trollope et Thomas Hamilton.

Les années de 1830 marquent une période de surcroît de cette pensée et une « profession de foi » qui correspond avec la perspective stendhalienne : dire du mal de l'Amérique.<sup>22</sup> Le roman le plus français et plus ancré dans cette histoire et perspective antiaméricaine est *Lucien Leuwen* de Stendhal. Philippe Roger cite un passage du roman de Stendhal qui montre bien l'antiaméricanisme basé sur des motifs esthétiques et hédonistes :

Je ne puis vivre avec des hommes incapables d'idées fines, si vertueux qu'ils soient ; je préférerais cent fois les mœurs d'une cour corrompue. Washington m'eût ennuyé à la mort, et j'aime mieux me trouver dans le même salon que M. de Talleyrand. Donc, la sensation de l'estime n'est pas pour moi ; j'ai besoin des plaisirs donnés par une ancienne civilisation.<sup>23</sup>

De plus, l'une des raisons de l'antiaméricanisme est liée aux idées d'Alexis de Tocqueville, penseur politique français et sympathisant proaméricain. En 1830, pendant la Révolution de Juillet, Tocqueville décide de fuir le milieu de la guerre en France et de voyager aux États-Unis.<sup>24</sup> Il décrit la situation en Amérique comme une démocratie moderne, en comparaison de la France. Son voyage a abouti à deux volumes sur cette démocratie en Amérique : *De la démocratie en Amérique* (1835, 1840). Cependant, les volumes ont reçu beaucoup de critiques. Par exemple, Paul de Rousiers a accusé Tocqueville de mal représenter l'Amérique car il aurait « [jeté] dans le public français cette idée que les États-Unis sont uniquement conduits par la démocratie ». <sup>25</sup> C'est pourquoi les Français lui ont reproché d'avoir édulcoré la réalité américaine, et que son livre a été surnommé *L'Amérique au sucre*.

### 1.3 Le triomphe du Yankee

Un moment important pour l'antiaméricanisme est la Guerre de Sécession (1861-1865). Il s'agit d'une guerre civile : l'Union, le Nord (Lincoln) contre la Confédération, le Sud (Jefferson). La France était divisée en pro-nordistes et pro-sudistes, mais les Français avaient plus de sympathie pour le Sud. « Les observateurs français [pendant la guerre] multiplient les analyses fortement

---

<sup>22</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 158.

<sup>23</sup> STENDHAL, *Lucien Leuwen*, 1834, p 822-823.

<sup>24</sup> Gouvernement.fr, « Tocqueville publie « De la démocratie en Amérique » », *Gouvernement.fr*, <https://www.gouvernement.fr/partage/9911-tocqueville-publie-de-la-democratie-en-amerique>, consulté le 23 avril 2019.

<sup>25</sup> ROUSIERS, Paul de, *La Vie Américaine*, Paris, Firmin-Didot, 1892, p 528.

dépréciatives de l'un ou l'autre camp, en réaction aux événements d'outre-Atlantique et en fonction de leurs agendas politiques respectifs. »<sup>26</sup> Cependant, la guerre n'a ni vainqueurs ni vaincus, mais une dislocation de la Fédération a lieu. Cette étrange unanimité

traduit, dans un camp, le souhait de voir pérennisée la sécession : dans l'autre, le souci de sauver l'essentiel, c'est-à-dire la forme démocratique, fût-ce dans une Union amoindrie. Les observateurs le plus neutres jugent la discussion de la confédération logique et plus que probable ; les observateurs engagés lui voient des avantages pour leur champion, quel qu'il soit. C'est donc en toute bonne conscience que les Français s'emploient à découper et redécouper la carte des Etats-Unis.<sup>27</sup>

Il y a aussi un autre côté de la guerre qui parle de la critique d'une minorité française qui est convaincue que la guerre civile est un « affrontement ethnico-culturel entre Anglo-Saxons et Latins » : « La victoire du Nord, ce serait en effet le triomphe du Yankee, appelé par la voix du sang à se réunir tôt ou tard à l'Anglais et un front commun dirigé contre les Latins, et donc contre les Français, suzerains et protecteurs de la latinité ».<sup>28</sup>

Après la défaite de la Confédération, les tensions en Amérique et l'angoisse en France n'ont pas disparu à la fin des années 1860. L'incident le plus important sera le cadeau extraordinaire de la France aux États-Unis : la statue de la liberté.

Née des frustrations d'un libéral français sous l'Empire, offerte par une République encore bien mal assurée à une « sœur » putative lointaine et indifférente, Miss Liberty ne résume pas seulement un programma idéologique (d'ailleurs confus) ; elle incarne admirablement l'amour tel que le définissait Lacan : celui qui consiste à « donner ce qu'on n'a pas à quelqu'un qui n'en veut pas ».<sup>29</sup>

Cependant, le cadeau n'a pas été bien accueilli par les Américains, c'est pourquoi les Français se sont de nouveau révoltés : les Américains n'ont jamais aimé les Français. Le cadeau pour immortaliser l'alliance des deux républiques devient un désastre.

---

<sup>26</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 139.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Ibid., p 127.

<sup>29</sup> Ibid., p 145.

#### 1.4 Le « doute » français confirmé

Moment clé dans l'histoire de l'antiaméricanisme : en 1898, les États-Unis ont déclaré pour la première fois la guerre à un pays européen, l'Espagne (et s'emparent de Cuba, de Puerto Rico, et des Philippines). Ce sont encore les antiaméricains qui reconfirment le sentiment que l'Amérique est le vrai danger dans le monde. Dans cet écho de la guerre en Europe, Roger place la remarque suivante :

Les plus fieffés optimistes, les idéalistes les plus incorrigibles ne peuvent plus se voiler la face, ni faire la sourde oreille. La canonnade des cuirassés US flambant neufs étrennant leurs obusiers sur La Havane ou Manille a réveillé en sursaut ceux qui se berçaient d'illusions sur la nature essentiellement paisible de l'Union nord-américaine. Des naïfs thuriféraires qui élevaient des statues à la démocratie américaine ou de ceux, plus lucides, qui, depuis une dizaine d'années, tâchaient de nous alerter, on voit bien désormais qui avait tort et qui raison.<sup>30</sup>

Ce qu'il veut dire, c'est qu'au seuil du XXe siècle, la « statue de la liberté », déjà instable entre la France et l'Amérique, est finalement tombée.

À la fin du dix-neuvième siècle, le « doute » français connaît son point culminant à cause de l'impérialisme yankee. La rivalité franco-américaine, le doute, est née « non seulement par les rivalités diplomatiques et économiques, toujours négociables et remédiables ; mais dans leur être même, déterminé par des aptitudes de race et les formations sociales qui en résultent ».<sup>31</sup> Comme pendant les époques précédentes, des écrivains importants apparaissent sur scène, par exemple, Octave Mirbeau, Jean Lorrain et Joris-Karl Huysmans. Les littérateurs s'inquiètent de la ville Paris qui commence à changer d'une manière américaine. Par exemple, Huysmans déjà constate dans son roman *A Vau-l'eau* que Paris devenait « un Chicago sinistre » :

Des centres se déplacent. Maintenant tous les antiquaires, tous les vendeurs des livres de luxe végètent dans ce quartier et ils fuient, dès que leurs baux expirent, de l'autre côté du fleuve. Dans dix ans d'ici, les brasseries et les cafés auront envahi tous les rez-de-chaussée du quai ! Ah ! décidément Paris devient un Chicago sinistre !<sup>32</sup>

« On entend derrière ces mots Baudelaire prophétiser la fin américaine du monde, l'humanité américanisée ».<sup>33</sup> Dans *Fusées*, Baudelaire a décrit l'angoisse des Français face à la disparition

---

<sup>30</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 196.

<sup>31</sup> Ibid., p 163.

<sup>32</sup> HUYSMANS, Joris-Karl, *A Vau-l'eau*, 1882, p 79.

<sup>33</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 160.

de la culture française qui serait remplacée par celle de l'Amérique.<sup>34</sup> Malgré toutes ses opinions négatives, il reste encore des optimistes qui croient à une Amérique bienveillante. Cependant, il y en aura de moins en moins.

### 1.5 Être *different* – la question de la race

Après la Guerre de Sécession et le triomphe du Yankee, la culture anglo-saxonne devient supérieure et fait pratiquement éliminer toute autre culture minoritaire, comme les Italo-américains, les Noirs et les Indiens. Frédéric Gaillardet, homme de lettres et politique français, décrit la situation des Noirs après la Guerre de Sécession : « La liberté, l'égalité et la fraternité leur permettent d'aspirer aux dignités de basson, de vivandière ou de bête de somme, voilà tout. »<sup>35</sup> Roger ajoute que, bref, « les Noirs d'Amérique n'ont rien gagné à la défaite du Sud et ils n'ont rien à espérer de leur « libérateurs » du Nord. Ils ont même tout à craindre ».<sup>36</sup>

De plus, c'est François René de Chateaubriand qui a écrit sur la disparition de la race indienne dans *Mémoires d'outre-tombe* (1849-1850) :

Il n'y a dans le nouveau continent ni littérature classique, ni littérature romantique, ni littérature indienne : classique, les Américains n'ont point d'âge ; indienne, les Américains méprisent les sauvages et ont horreur des bois comme d'une prison qui leur était destinée.<sup>37</sup>

Gaillardet reproche également cette disparition au harcèlement agressif des pays étrangers : « La politique suivie par les Américains à l'égard de la race indigène du pays qu'ils occupent [*sic*] a été une sorte de flibustierisme<sup>38</sup> exercé non plus à l'extérieur, mais à l'intérieur. »<sup>39</sup> A partir des années 1880, ce mythe de la disparition de la race indienne (et des autres cultures minoritaires) redevient un véritable sujet de conversation : l'Indien primitif et noble face au Yankee<sup>40</sup> dominant et raciste.<sup>41</sup> Roger décrit le Yankee destructeur « comme pays ou nation

---

<sup>34</sup> BAUDELAIRE, *Fusées (I)*, 1867.

<sup>35</sup> GAILLARDET, Frédéric, *L'Aristocratie en Amérique*, 1883, p 233.

<sup>36</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 161.

<sup>37</sup> CHATEAUBRIAND, François-René de, *Mémoires d'outre-tombe*, livre 8, 1849-1850, p 582.

<sup>38</sup> Dictionnaire *Larousse* : Flibustier : Pirate de la mer des Antilles, aux XVIIe et XVIIIe siècle (bandit).

<sup>39</sup> GAILLARDET, Frédéric, *L'Aristocratie en Amérique*, p 249.

<sup>40</sup> Note de M. Smeets dans *Contemporary French Civilization*, p 170 : Il est intéressant de noter ici que l'étymologie de « yankee » trouve très probablement son origine dans le mot néerlandais « Janke » (petit Jean), employé par les soldats britanniques pour désigner leurs adversaires, les colons. Mais dans la France de la fin du dix-neuvième siècle – faut-il s'en étonner ? – circule une tout autre explication. « Yankee », selon Littré, serait une déformation indienne du mot « english ».

<sup>41</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 160.

[les Américains] pour devenir le *Lebensraum* en perpétuelle expansion d'une race sûre d'elle-même et dominatrice. »<sup>42</sup>

Non seulement le « doute » français et son identification avec les victimes joue un grand rôle dans le débat antiaméricain, mais la question de la race aussi. « Car la référence raciale, n'est-elle pas une autre manière de dire la différence, la grande différence, entre les deux peuples ? »<sup>43</sup> C'est encore Frédéric Gaillardet qui se mêle dans la discussion de la race « en montrant [que] Français et Américains [sont] doublement séparés par des « faits de race » et par la « réalité sociale » ». <sup>44</sup>

En 1911, le journaliste français Jules Huret tente d'expliquer cette « race » américaine :

C'est la même volonté tenace qui est inscrite dans leurs têtes osseuses ; [...] Dans l'œil dur, le menton, les maxillaires volontaires, se condensent l'expression foncière, les signes caractéristiques de la race. Au caractère de ces mentons et de ces mâchoires, je reconnaîtrai aux confins du monde le type américain.<sup>45</sup>

Huret essaie également de résoudre le mystère du *chewing-gum*, un phénomène qui intrigue tous les voyageurs.<sup>46</sup> Selon lui, le chewing-gum a deux fonctions pour les Américains : prévenir l'oisiveté et améliorer les performances dévoratrices. Donc, il ne s'agit pas d'hygiène, il sert « pour se faire les mâchoires ».

L'importance donnée au sport, surtout le football et le *base-ball*, revient aussi dans la description de la race américaine. Selon Roger, ce motif trouve son origine quand l'« éducation physique » et les sports collectifs étaient introduits dans la société française. Les Français les voient comme une étrangeté, un phénomène opaque avec des règles bizarres. Par exemple, dans *En Amérique, De New-York à la Nouvelle-Orléans* Jules Huret essaie de comprendre le jeu du *base-ball* comme un « jeu de balle » : « Il est très compliqué et je n'en ai compris que ceci : deux camps et une balle très dure qu'on lance en l'air avec une longue crosse qui se manie à deux mains. »<sup>47</sup> De plus, Roger remarque dans cette critique contre les sports américains que

le véritable objet de ces évocations n'est pas de faire connaître ces jeux, mais d'exhiber les corps et les foules yankees dans leurs démonstrations collectives les plus sauvages. Si le football,

---

<sup>42</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 162.

<sup>43</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 160.

<sup>44</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 163.

<sup>45</sup> HURET, Jules, *L'Amérique moderne*, Pierre Lafitte & cie., 1911, p 154.

<sup>46</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 260.

<sup>47</sup> HURET, Jules, *En Amérique, De New-York à la Nouvelle-Orléans (I)*, 1904, p 135.

beaucoup plus que le base-ball, fixe les regards, c'est bien comme illustration d'une violence inhérente aux « traditions de race ».<sup>48</sup>

## 1.6 Du tarif au trust

Pour faire une image complète de l'Amérique, le capitalisme ne peut pas manquer. Avant le capitalisme et l'empire des *trust*, l'obsession des Français était le « tarif », « la barrière douanière élevée à des hauteurs himalayennes pour la plus grande prospérité de l'économie américaine. »<sup>49</sup> Cette barrière avait mis la France et les États-Unis au bord d'une crise diplomatique ;

lui [ici : le « tarif »] encore qui avait poussé à la Sécession un Sud exaspéré de faire les frais de l'industrialisation du Nord ; lui toujours qui lançait maintenant les États-Unis à la conquête de nouveaux marchés, sud-américains ou asiatiques, non protégés par les barrières de « rétorsion » européennes.<sup>50</sup>

Au début du XXe siècle le « tarif » est remplacé par le système *trust*. Ici on ne parle pas d'un simple changement, mais « il présente une mutation profonde, une sortie des « voies ordinaires » du profit. »<sup>51</sup> Ce nouveau changement est profondément lié au capitalisme et à ses comportements traditionnels.<sup>52</sup> En 1893, Émile Barbier décrit dans *Voyage au pays des dollars* le nouveau phénomène capitaliste comme non seulement un « outil », mais aussi comme un « système ». Roger définit le système *trust* ainsi :

une structure financière et industrielle totalement nouvelle, aux lourdes implications humaines, se met en place irrésistiblement, à l'échelle du pays tout entier ; elle pousse déjà ses tentacules vers le reste du monde. C'est une révolution et cette révolution est planétaire. Dès 1900, l'Amérique des Français est devenue *l'empire des trusts* : sa circonférence est partout, son centre nulle part. La mondialisation a commencé.<sup>53</sup>

Malgré l'image positive du système comme « une sortie des voies ordinaires », les Français l'ont envisagée différemment. D'une part, l'économiste Pierre Leroy-Beaulieu prend une place défensive que « tout trust ne vise pas à l'accaparement et encore moins y réussit ». D'autre part,

---

<sup>48</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 265.

<sup>49</sup> Ibid., p 291.

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Ibid., p 292.

l'économiste Paul de Rousiers le considère comme un « monopole privé »<sup>54</sup>, Edmond Johanet voit le système comme une « confédération financière d'accaparement par une grande industrie de toutes les moyennes industries similaires »<sup>55</sup>, et Octave Noël est d'accord avec les autres économistes sur les « trusts, c'est-à-dire- syndicats d'accaparement »<sup>56</sup>. Bref, pour les Français, le système « trust » est un instrument d'accaparement. Pourtant, à côté de cette haine, il y a aussi une peur car le système se propage bien dans la société française. C'est une angoisse de devenir comme *eux*, les Américains :

Le « trusteur » américain cumule d'emblée la lourde hérédité mythologique de cet accapareur d'antan et le pedigree non moins haïssable du spéculateur moderne, du loup-cervier de la finance. L'image du trust qui se propage alors en France reflète bien cette dichotomie : il est fortement incarné sous les traits de quelques « magnats », dans le même temps qu'il inquiète par son caractère protéiforme et anonyme.<sup>57</sup>

Dans *Le Capital* Karl Marx explique cette angoisse justifiée des Français : « Le pays le plus développé industriellement montre à ceux qui le suivent sur l'échelle industrielle l'image de leur propre avenir ». <sup>58</sup> Dans la société française, le système « trust » américain devient donc le plus important que celui de la France. Bref, les Français envisagent l'avenir comme une société capitaliste à l'américaine.<sup>59</sup>

De plus, les discours français sur le système trust sont aussi en rapport avec l'aristocratie en Amérique, un grand thème des années 1880. « Il s'agit, dans un cas comme dans l'autre, de dénoncer la modernité démocratique américaine comme une mystification. »<sup>60</sup> Et pour certains Français, l'idée *trust* rappelle même l'Ancien Régime. « Au mythe de l'égalité américaine, on n'oppose plus seulement l'existence d'une aristocratie inavouée, mais l'évidence de la mise en servage des pauvres et des faibles. »<sup>61</sup> Paul Bourget, écrivain français, ajoute à ces discussions sur le statut *socialiste* de l'Amérique et sur cette inégalité que, « par moments, cette démocratie donne l'impression d'une aristocratie, j'allais dire d'une féodalité. »<sup>62</sup>

---

<sup>54</sup> ROUSIERS, Paul de, *Les Industries monopolisées (trusts) aux États-Unis*, Paris, 1898, p. vi.

<sup>55</sup> JOHANET, Edmond, *Autour du monde millionnaire américain*, 1898, p 71.

<sup>56</sup> NOËL, Octave, *Le Péril américain*, Paris, 1899, p 34.

<sup>57</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 293.

<sup>58</sup> MARX, Karl, *Le Capital (I)*, 1868, p 5.

<sup>59</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 162.

<sup>60</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 330.

<sup>61</sup> Ibid. p 330.

<sup>62</sup> BOURGET, Paul, *Outre-mer : Notes sur l'Amérique*, 1895, p 12.

## 1.7 Pour la France ! Et l'Europe ?

Même après la Première Guerre mondiale (1914-1918), l'antiaméricanisme n'a plus besoin des moments clés pour se révéler dans la société française. Le discours s'est standardisé : il y a « nul débat, nulle négociation militaire, économique, financière qui soit grève d'une lourde charge fantasmagorique »<sup>63</sup>. Par exemple, ce phénomène apparaît dans l'article « L'antiaméricanisme, c'est le progressisme des cons » de Pascal Bruckner :

Nous avons tous les jours mille griefs à l'encontre de Washington et de sa politique, mais le problème de l'antiaméricanisme actuel, c'est qu'il substitue la pensée magique à l'analyse politique. Ce progressisme des cons instruit contre l'ennemi yankee un procès en sorcellerie, maudit tout de qui vient d'Amérique et n'est plus capable de faire des nuances et d'établir des hiérarchies. D'où ces contorsions sémantiques grotesques, cette emphase haineuse et ces automatismes pavloviens. Il faut reprendre une critique non idéologique de l'Amérique et de la mondialisation.<sup>64</sup>

Alors que les Français avaient défendu les Américains au cours de l'histoire, les antiaméricains français pensent que, dans ce cas-là, la France est perdue. La solution : devenir un état autarcique non seulement « contre l'Amérique », mais également « pour la France ».<sup>65</sup> Cependant, cette pensée d'avoir perdu la France n'est pas aussi chauvine qu'elle n'y paraît. L'antiaméricanisme français traduit également une angoisse à perdre la puissance de l'ancien continent, l'Europe, au Nouveau Monde. De cette peur l'idée d'un *paneuropéanisme*<sup>66</sup> est née. Les pays européens ne doivent pas être nationalistes, mais s'unir pour conserver leur pouvoir. Malheureusement, selon l'écrivain et philosophe français, Paul Valéry dans *Regards sur le monde actuel* cette idée d'une Europe unifiée venait trop tard :

Je n'avais jamais songé qu'il existât véritablement une Europe. Ce nom ne m'était qu'une expression géographique. [...] Mais quant à moi je n'y trouvai qu'un horrible mélange. Sous le nom d'histoire de l'Europe, je ne voyais qu'une collection de chroniques parallèles qui s'entremêlaient par endroits. Aucune méthode ne semblait avoir précédé le choix des « faits », décidé de leur importance, déterminé nettement l'objet poursuivi. Je remarquai un nombre incroyable d'hypothèses implicites et d'entités mal définies.<sup>67</sup>

---

<sup>63</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 353.

<sup>64</sup> BRUCKNER, Pascal, « L'antiaméricanisme, c'est le progressisme des cons », *Le Figaro*, propos recueillis par Joseph Macé-Scaron et Alexis Lacroix.

<sup>65</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 164.

<sup>66</sup> Dictionnaire *Universalis* : (en politique) volonté d'unification européenne, de regroupement de l'ensemble des pays européens dans la Communauté Européenne.

<sup>67</sup> VALÉRY, Paul, *Regards sur le monde actuel (II)*, 1938, p 914-915.

## 1.8 Protéger la *francité*

C'est sous la IV<sup>e</sup> République (1946-1959) que la notion de *francité*<sup>68</sup> fait sa première apparition, avec l'introduction du passeport bilingue par exemple. Cet événement, entre autres, nuit encore une fois au sentiment nationaliste des Français. Cela ne fait qu'augmenter la haine envers l'Amérique :

« L'idée de la France » autour de laquelle se mobilisent les clercs, à partir des années 1920, est évidemment tramée de références politiques et culturelles, nourrie de valeurs intellectuelles et spirituelles bonnes à brandir contre la non-civilisation d'Amérique. Mais elle est aussi, elle est *d'abord* tisée de tout un imaginaire idéalisant du village ou du quartier, de l'atelier et de la boutique, de la solidarité familiale et de la camaraderie d'école, des travaux et des jeux, des rituels de table et des rites religieux ou électoraux – bref, de toute *une vie d'en France* qui s'oppose radicalement à *l'American way of life*.<sup>69</sup>

De surcroît, pendant le XX<sup>e</sup> siècle, l'intelligentsia française se mêle dans la discussion antiaméricaine, comme Georges Duhamel, François Mauriac, Jean-Paul Sartre, Simone de Beauvoir, Jacques Prévert, Marcel Aimé, et Raymond Queneau. Ce sont presque tous des écrivains canoniques qui essayent de défendre la culture française, la francité. Ils ont peur que le mode de vie quotidien des américains prenne le pas sur le mode de vie français. Le débat antiaméricain du vingtième siècle devient un discours stéréotypé, surtout porté sur la culture et les mœurs. Nous pouvons prendre l'exemple d'André Maurois dans son livre *En Amérique*. Maurois est sur le point d'accepter une invitation de l'université de Princeton en 1931, mais à cause d'un avertissement d'un vieil ami, il n'a jamais traversé l'Atlantique, parce qu'on lui déconseille le voyage :

Mon enfant, ne faites pas cela ! Vous ne reviendrez pas vivant. Vous ne savez pas ce que c'est que l'Amérique. C'est un pays où l'agitation est telle qu'on ne vous laissera jamais une minute de loisir ; un pays où le bruit est si constant que vous ne pouvez ni dormir ni même travailler ; un pays où les hommes, à quarante ans, meurent d'excès travail, et où les femmes dès le matin quittent leur maison pour participer à l'agitation universelle. La liberté de pensée n'existe pas. Les êtres humains n'y ont pas d'âme. Vous n'y entendez parler que d'argent. Vous avez connu, depuis votre enfance, la douceur d'une civilisation spirituelle ; vous allez trouver une civilisation de salles de bain, de chauffage central, de frigidaires...<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> Dictionnaire *Larousse* : Qualité de ce qui est français ; ensemble des caractéristiques de ce qui est reconnu comme français.

<sup>69</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain*, p 441.

<sup>70</sup> MAUROIS, *En Amérique*, Paris, Flammarion, 1933, p 70-71.

On peut qualifier cette citation comme typiquement antiaméricaine à cause des nombreuses expressions stéréotypées sur le manque de culture des Américains : « une civilisation technophile où il n'y a pas de place pour les valeurs traditionnelles et où règnent l'individualisme et la consommation. »<sup>71</sup> Dans ce cas-là, il s'agit ici d'un antiaméricanisme concentré sur la culture. Les antiaméricains français ne veulent qu'une chose : protéger les trésors culturels français. C'est une liste infinie qui comprend entre autres l'architecture, la littérature, la cinématographie, la gastronomie, les universités, les institutions, et la langue française qui est aussi très importante selon Jean-François Revel, auteur français : « La hantise de voir s'effacer la diversité des cultures au profit de la seule culture américaine est renforcée par une autre cause, bien réelle celle-là : la diffusion internationale de la langue anglaise. »<sup>72</sup>

On trouve donc de nombreux topoï qui nourrissent le débat antiaméricain. Premièrement le topos historique qui consiste en des relectures sur des relations franco-américaines, par exemple sur la Guerre de Sécession et sur la place des Français vis-à-vis du continent du Nouveau Monde, les États-Unis. Deuxièmement le topos racial à l'égard de la race « Yankee », mais aussi du génocide des Noirs et des Indiens par la race anglo-saxonne. Et troisièmement le topos culturel où l'on voit la protection de la *francité*, le fait d'être français (par l'intelligentsia française).

---

<sup>71</sup> SMEETS, Marc, *Contemporary French Civilization*, p 167.

<sup>72</sup> REVEL, Jean-François, *L'obsession anti-américaine : Son fonctionnement, ses causes, ses inconséquences*, 2002, p 218.

## 2

### **Disneyland Paris.**

#### **La souris américaine en voyage**

« En entrant à Disneyland, je ne veux pas que

les visiteurs voient le monde dans lequel ils vivent.

Je veux qu'ils aient l'impression d'être dans un autre monde. »

– Walt Elias Disney, fondateur de la Walt Disney Company

Dans le chapitre précédent, nous avons montré un fil rouge dans l'histoire de l'antiaméricanisme français. Au fil des années, le débat antiaméricain devient de plus en plus intéressant dans le domaine de trois topoi : historique, raciale et culturel. En 1992, l'antiaméricanisme français se fait entendre encore une fois quand la Walt Disney Company décide d'ouvrir un nouveau parc d'attraction à Marne-la-Vallée (juste en dehors de Paris) nommé Euro Disneyland.<sup>73</sup> L'ouverture et les négociations préalables entre la Walt Disney Company et la France n'étaient pas sans problèmes. Richard Kuisel constate que « there were charges that the French government had given away land, money, and services to attract the park ». <sup>74</sup> De plus, les habitants locaux se plaignaient du trafic et du bruit des feux d'artifice. Le codes vestimentaire des employés était la goutte qui faisait déborder la vase. Les hommes devaient porter une moustache, seuls les cheveux de couleur normale étaient tolérés et les femmes devaient porter des sous-vêtements « appropriés ». Pour les Français, ces événements étaient une attaque contre la liberté individuelle et la dignité française.

Tout a commencé il y a plus de 50 ans avec un rêve cher à Walt Elias Disney : créer un endroit où parents et enfants pourraient s'amuser ensemble. Walt Disney était un créateur visionnaire. Il a toujours visé le niveau de qualité le plus élevé possible sans faire le moindre compromis. Disneyland Paris essaie de perpétuer cet héritage d'excellence créative, d'imagination

---

<sup>73</sup> Le parc a connu quelques changements de nom. Dans ce chapitre, nous utilisons le nom le plus récent : Disneyland Paris.

<sup>74</sup> KUISEL, Richard, *Seducing the French: the dilemma of Americanization*, California, California University Press, 1993, p 227.

intarissable et d'innovation technologique. En Europe, les visiteurs de tous horizons ont accepté la compagnie Disney, faisant de Disneyland Paris une des premières destinations touristiques.

## 2.1 La Convention de 1987

L'ouverture du parc, le 12 avril 1992, a été l'un des moments les plus importants de l'histoire de Disneyland Paris. Pourtant, beaucoup d'événements se sont passés en coulisse pour créer ce beau moment. Premièrement, le 18 décembre 1985, Michael D. Eisner, le président-directeur général de la Walt Disney Productions, et l'ancien premier ministre Laurent Fabius ont signé un accord pour construire un parc d'attractions à Marne-la-Vallée, dans la banlieue parisienne. Deuxièmement, le 24 mars 1987, les dirigeants français et le CEO de la WDC<sup>75</sup> ont signé le contrat le plus important dans l'histoire du projet « European Disneyland Project ». Le sommet était composé de :

- 🐭 Jacques Chirac, ancien premier ministre de la France ;
- 🐭 Michael Eisner, CEO<sup>76</sup> de WDC ;
- 🐭 Michel Giraud, président de la région de l'Ile-de-France ;
- 🐭 Paul Seramy, président du département de Seine-et-Marne ;
- 🐭 Pierre Mehaignerie, ministre des travaux publics ;
- 🐭 Paul Reverdy, CEO du RATP (Régie Autonome des Transports Parisiens).

Les autres membres de l'équipe de la WCD étaient également présents :

- 🐭 Roy Disney, vice-président de la WDC, et sa femme Patricia ;
- 🐭 Richard Nunis, président de la Walt Disney Attractions ;
- 🐭 Joe Shapiro, vice-président senior et avocat général ;
- 🐭 Robert J. Fitzpatrick, premier président de Disneyland Paris.

### 2.1.1 La vision générale

Le parc devait être un lieu de vacances et un complexe de récréation dans une nouvelle ville à l'est de Paris, accessible à tous, même aux classes moyennes.<sup>77</sup> La vision de la WDC était de

---

<sup>75</sup> Nous utilisons désormais l'abréviation WDC pour The Walt Disney Company.

<sup>76</sup> Dictionnaire *Cambridge* : Chief Executive Officer

<sup>77</sup> GRATIEN, Eve, « Disneyland Paris : toujours plus cher, toujours moins bien », *L'Obs*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/322230-disneyland-paris-toujours-plus-cher-toujours-moins-bien.html>, consulté le 23 juin 2019.

construire un « Magic Kingdom » comme en Californie, en Floride et à Tokyo, et de mettre Mickey Mouse à la portée de la France et de la communauté européenne. La WDC trouvait qu'en Europe, c'était la France qui était la plus adaptée à l'accueil de Disneyland Paris du fait de la richesse de sa culture, représentée par exemple par la renommée des contes de Perrault. Eisner énonce clairement ces raisons pendant la Convention : « We believe that France is the ideal country to host Euro Disneyland. It is hard to imagine a country richer in culture and artistic tradition. We come to France as respectful beneficiaries of this rich history. »<sup>78</sup> La France avait remporté le concours contre l'Espagne, qui souhaitait construire le parc à Costa Blanca, entre Barcelone et Alicante.

En 1985, un des premiers articles sur la collaboration franco-américaine sur Disneyland Paris a été publié dans *The Associated Press*, sept ans avant l'ouverture du parc et deux ans avant la Convention de 1987. Ils ont décrit la composition de la direction du parc de la manière suivante :

At the opening the complex will employ about 10,000 people, primarily French nationals and other Europeans with a minimal American management staff. Disneyland International, a wholly owned subsidiary of Disney Productions, will be responsible for implementing and managing the Euro Disneyland development.<sup>79</sup>

Bien que le parc soit donc entre les mains des Français, la WDC a néanmoins opté pour un Américain en tant que premier président de Disneyland Paris : Robert J. Fitzpatrick, président du California Institute of the Arts et directeur du Los Angeles Arts Festival.

### **2.1.2 La vision culturelle**

La Convention de 1987 attachait également une grande importance à la promotion de la culture européenne. Ainsi, comme mentionné précédemment, la WDC devait réaliser le thème du parc selon les traditions culturelles et historiques françaises et européennes. Le français devait devenir la langue principale, les noms anglais des attractions et des traductions similaires auraient été tolérés, mais le nom du château principale serait resté « Le Château de la belle au bois dormant ». L'attraction la plus importante dans le cas de la culture française et européenne était « Le Visionarium ». À l'aide d'un robot parlant, l'attraction montrait un film qui remontait

---

<sup>78</sup> Cité d'après: PR Newswire, « French Government, Disney Co. Sign Agreement », *PR Newswire*, le 24 mars 1987.

<sup>79</sup> The Associated Press, « Suburb of Paris to Be Site of Fourth Theme Park », *The Associated Press*, le 18 décembre 1985.

dans le temps et traversait une chronologie d'événements importants en Europe, allant de Da Vinci, Louis XV, Madame de Pompadour à Jules Verne. Malheureusement, cette attraction a été fermée et remplacée par une attraction sous le nom américain *Buzz Lightyear*.

## 2.2 La région parisienne

Pourquoi la WDC avait-elle choisi Paris comme lieu principal pour un parc de Disney ? Comme d'autres capitales en Europe, Paris a une histoire riche comparée aux autres villes françaises. À l'époque de la Convention de 1987, Paris connaissait une prospérité qui allait « d'ouest à l'est ». C'est-à-dire que les quartiers les plus prospères se situent à l'ouest, comme Versailles et Saint-Germain-en-Laye, et que, à l'est, il y a les villes les plus pauvres telles que Noisy-le-Grand et Meaux. La compagnie espérait donner un stimulant à l'est de Paris grâce au tourisme et à la création d'emplois, également dans les alentours.

De plus, la WCD avait deux raisons géographiques importantes pour s'installer en France. Premièrement, l'environnement peut s'adresser à 350 millions de visiteurs sur une superficie réduite de moitié (voir figure 1).<sup>80</sup> Deuxièmement, l'entreprise souhaitait profiter de la forte croissance des courtes vacances en Europe<sup>81</sup> :

Long holidays occur over the summer months whereas shorter trips are taken year-round. In 1986, more than 19% had taken a second holiday in the European community, 27% in France. [...] France was also then the European leader in international conferences.<sup>82</sup>

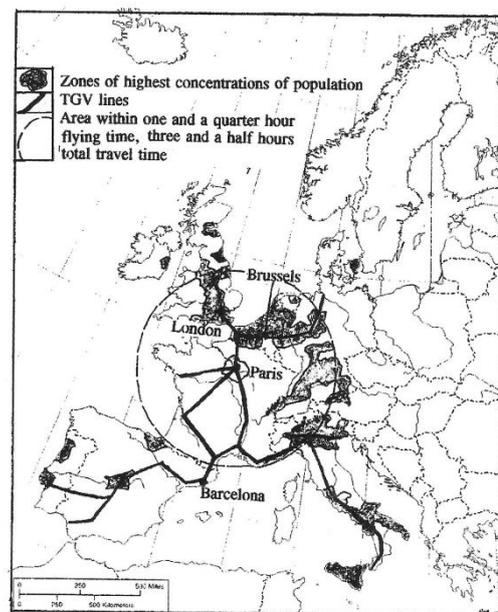


Figure 1. Disneyland Paris à l'Europe

### 2.2.1 Villes Nouvelles

Dans « Disneyland Paris : A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape » Anne-Marie d'Hauteserre décrit qu'en 1964, le gouvernement français avait essayé de créer des

<sup>80</sup> D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », *Progress in tourism and hospitality research*, v3, 1997, p 20.

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> Ibid.

« New Towns » (Villes Nouvelles en français), pour faire prospérer les banlieues à l'est de l'Ile de France :

These New Towns were to offer a dynamic urban life within an architecturally stimulating environment and to remedy the earlier uniformity of suburban high rising apartment projects constructed to house the lower French classes, and little else. The government chose suburban locations for the new towns to counteract the main characteristics of all suburbs: their distance from town centers which turns suburban dwellers in Europe into second-class citizens.<sup>83</sup>

Jean-Marie Boyer, directeur de la communication d'EpaMarne, confirme aussi la théorie d'Hauteserre sur les Villes Nouvelles dans le contexte de Disneyland Paris: « Disneyland Paris was not just an amusement park, but a large urban development, supported by major improvements in the transport network financed by the French government. »<sup>84</sup> Marne-la-Vallée est à quinze minutes de deux grands aéroports de Paris et le réseau de métro déjà existant serait agrandi d'environ 3,5 kilomètres afin de rendre Disneyland Paris plus accessible.

Le Val d'Europe, situé dans Marne-la-Vallée, est un bon exemple d'une Ville Nouvelle dans la région parisienne de Disneyland Paris. EpaMarne décrit ce centre commercial comme

connu dans le monde entier pour ses parcs d'attractions Disney et ses centres commerciaux, faisant de ce territoire la 1ère destination touristique européenne, le Val d'Europe est aussi et surtout une succes-story urbaine fondée sur un modèle unique de partenariat entre acteurs publics et privés.<sup>85</sup>

Le Val d'Europe appartient à la catégorie d'une Ville Nouvelle, car la ville contribue au développement des environs de Bailly-Romainvilliers, Chessy, Coupvray, Magny-le-Hongre et Serris.<sup>86</sup> De plus, la ville est parfaitement accessible par la ligne du RER A, l'autoroute A4, la gare TGV et deux aéroports à proximité (voir figure 2). Le Val d'Europe est aussi un stimulant pour l'économie française « avec

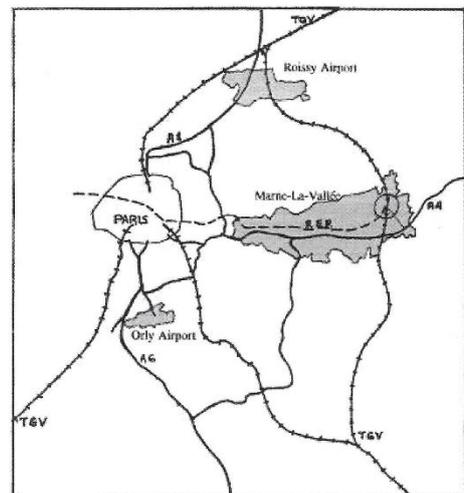


Figure 2. Principales voies d'accès à Val d'Europe (et Disneyland Paris)

<sup>83</sup> D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », art. cit., p 23.

<sup>84</sup> Cité d'après : Ibid., p 24.

<sup>85</sup> EPAMARNE, « Le Val d'Europe, entre attractions et attractivités », *EpaMarne EpaFrance*, <https://www.epamarne-epafrance.fr/projet/le-val-deurope-entre-attractions-et-attractivites/>, consulté le 1 juillet. 2019.

<sup>86</sup> Ibid.

l'enviable ratio de près de 2 emplois par actif résident ». <sup>87</sup> En outre, un nouveau projet, lancé en 2014, devrait créer plus de 16 000 emplois en 2024. <sup>88</sup>

### **2.2.2 Un parc réservé à l'élite ?**

Pour construire les Villes Nouvelles et réaliser le boom touristique, la WDC aspirait y parvenir en attirant environ 10 millions de visiteurs par an. En 1994, selon les sondages réalisés par la direction de Disneyland Paris (deux ans après l'ouverture), le parc a accueilli pas moins de 8,8 millions de visiteurs. <sup>89</sup> La majorité des visiteurs du parc venaient des pays voisins de la France. « Quelque 40% des visiteurs étaient français, 15% allemands, 15% venaient du Benelux, 11% étaient anglais, 5% espagnols et 5% italiens. » <sup>90</sup> Les chiffres décevants sur les visiteurs de Disneyland Paris s'expliquent par les différences culturelles entre l'Europe et les États-Unis :

L'une des raisons des problèmes de Disneyland Paris par rapport aux parcs américains est le fait qu'en moyenne chaque Américain va une fois par an dans un parc de loisirs alors que ce taux est de seulement un sur dix en Europe. En outre, Disneyland Paris a une image plus chère que ce qu'il n'est réellement. <sup>91</sup>

Pour les classes moyennes, cette image du parc considéré comme étant cher devient de moins en moins présente. Dans l'article « Disneyland Paris : toujours plus cher, toujours moins bien », Eve Gratién affaiblit l'image générale de Disneyland Paris : « On ne s'offrait pas de déjeuner au restaurant, on évitait les dépenses trop coûteuses dans les boutiques, mais d'une façon générale, le burger frites de midi était parfaitement accessible et contentait tout le monde. » <sup>92</sup>

## **2.3 Les intellectuels passent à l'attaque**

En plus des réactions positives à propos du parc, il y avait aussi un côté négatif. Pendant la construction du parc, il y avait beaucoup de manifestations pour aider les fermiers, qui devaient

---

<sup>87</sup> EPAMARNE, « Le Val d'Europe, entre attractions et attractivités », art. cit.

<sup>88</sup> Ibid.

<sup>89</sup> Agence France Presse, « La majorité des visiteurs viennent des pays voisins (encadre) », *Agence France Presse*, le 3 novembre 1994. – Note : en 2008, Disneyland Paris a accueilli son 200 millionième visiteur.

<sup>90</sup> Ibid.

<sup>91</sup> Ibid.

<sup>92</sup> GRATIEN, Eve, « Disneyland Paris : toujours plus cher », art. cit.

rendre leur terre de betteraves.<sup>93</sup> Cependant, les fermiers locaux ont pu tirer profit de l'installation de l'entreprise, et Euro Disney a employé par exemple leurs enfants pour travailler dans le parc.<sup>94</sup> En outre, les cadres travaillant à Disneyland Paris avant l'ouverture du parc connaissaient les risques liés au choix de la construction du parc d'attractions en France. Cela s'expliquait non seulement par le fait que les intellectuels français avaient une aversion bien connue pour la culture populaire américaine, mais également à cause de la fédération syndicale dirigée par les communistes qui était source de problèmes, selon Alan Riding, écrivain et journaliste anglais.<sup>95</sup> Bref, les intellectuels français, surtout du côté politique gauche, n'étaient pas heureux. Selon Patrick Messina, un musicien français, rien n'était plus insultant pour eux que de construire un château pour Mickey Mouse, l'icône de l'impérialisme culturel américain.<sup>96</sup> De plus, pour la plupart des intellectuels, le château d'Euro Disney était censé détourner l'attention du palais de Versailles de Louis XIV, à l'ouest de Paris, symbole de la culture française.<sup>97</sup> C'était Marc Fumaroli, historien français, qui a bien vu venir la « Disneylandization » des châteaux, musées et lieux historiques.<sup>98</sup> L'écrivain français Jean Cau a qualifié le parc d'« atrocité faites de carton, de plastique et de couleurs sympathiques, d'une construction en chewing-gum durci, et d'un folklore stupide tiré d'une bande dessinée pour Américains obèses ».<sup>99</sup> Max Gallo, la député socialiste, ajoute que Disneyland Paris « would bombard France with uprooted creations that are to culture what fast food is to gastronomy »<sup>100</sup>. Alain Finkielkraut, philosophe français, renforce cette expression en disant que Disneyland Paris était « a terrifying giant step toward world homogenization. »<sup>101</sup> Jean-Marie Rouart, homme de lettres, a prévenu que Disneyland Paris ferait passer la culture française de l'artisanat à l'industrie : « If we do not resist, the kingdom of profit will create a world that will have all the appearance of civilization and all the savage reality of barbarism. »<sup>102</sup> D'autres membres de l'intelligentsia française critiquent le parc en termes de création de mythes, esthétique, valeurs, créativité et présentation du spectateur.<sup>103</sup> Cependant,

---

<sup>93</sup> GRAFF, James, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 2003 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024911,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024911,00.html), consulté le 23 juin 2019.

<sup>94</sup> GRAFF, James, « Europe : Then and Now », art. cit.

<sup>95</sup> RIDING, Alan, « Only the French Elite Scorn Mickey's Debut », *The New York Times*, 1992.

<sup>96</sup> GRAFF, James, « Europe : Then and Now », art. cit.

<sup>97</sup> Ibid.

<sup>98</sup> FUMAROLI, Marc, *Le Nouvel Observateur*, 1992, p 42.

<sup>99</sup> RIDING, Alan, « Only the French ... », art. cit.

<sup>100</sup> KUISEL, *Seducing the French*, p 228.

<sup>101</sup> Ibid.

<sup>102</sup> RIDING, Alan, « Only the French ... », art. cit.

<sup>103</sup> BAKERROOT, Willy, « Des Mythes devenus objets », *Projet*, 1992, p 84-92.

un journaliste du *Nouvel Observateur* était impressionné par la magie de Disney lorsqu'il avouait avoir aimé visiter le parc en portant les oreilles de Mickey, en mangeant du pop-corn, et en entrant dans les attractions, même lorsqu'il a écrit que « Euro Disneyland, like hell, is paved with soft caramel. »<sup>104</sup> Le journaliste Jacqueline Rémy ajoute à cette expression que « at the core, America gives us the same effect as ice cream. It makes us sick, but we keep asking for it. »<sup>105</sup>

L'expression qui a laissé la plus grande impression dans la presse de l'époque vient d'Ariane Mnouchkine, directrice du théâtre français, qui dit que le parc n'a pas bien été bien accueilli par les habitants locaux.<sup>106</sup> Elle a nommé le parc « Tchernobyl culturel » lors d'une conversation privée avec Robert Fitzpatrick.<sup>107</sup> Au cours du temps, la culture est devenue moins importante pour le gouvernement français. Selon elle, il y avait moins d'argent consacré à la culture française, celle-ci est principalement devenue un « loisir » pour l'élite : « On doit garder nos langues<sup>108</sup>, nos théâtres, le ballet et la musique, et Disneyland Paris ne figure pas dans cette liste. »<sup>109</sup>

C'est Jack Lang, le ministre socialiste de la culture, qui a également joué un rôle majeur dans le développement de la haine envers Disneyland Paris, en prévenant les habitants français contre l'impérialisme culturel américain.<sup>110</sup> Premièrement, il estime que le parc accorde trop peu d'attention à la représentation de la culture européenne dans les attractions. Deuxièmement, il a prévenu que Disneyland Paris serait le début de la prise de contrôle américaine dans l'industrie des loisirs (« leisure industry »). Cependant, cité dans *Le Monde*, Lang est fasciné par la culture américaine :

[I am] one of the principal promoters of modern American culture. I hold dear the America of bold and inventive ideas. The question is different when speaking of standardized culture... This is less a question of American culture than of marketing.<sup>111</sup>

---

<sup>104</sup> REYNAERT, François, *Le Nouvel Observateur*, 1992, p 43.

<sup>105</sup> Cité d'après : CUE, Eduardo, « Magic Kingdom or 'Cultural Chernobyl' », *Baltimore Sun*, [www.articles.baltimoresun.com/1992-04-19/news/1992119978\\_1\\_mickey-mouse-cultural-chernobyl-amusement](http://www.articles.baltimoresun.com/1992-04-19/news/1992119978_1_mickey-mouse-cultural-chernobyl-amusement), consulté le 22 juin 2019.

<sup>106</sup> MNOUCHKINE, Ariane, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 1992 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024904,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024904,00.html), consulté le 23 juin 2019.

<sup>107</sup> Ibid.

<sup>108</sup> « Garder nos langues » : en Disneyland Paris, en plus des employés parlant français, des salariés qui maîtrisaient d'autres langues européennes étaient employés. La fin de la langue française à Disneyland Paris ?

<sup>109</sup> MNOUCHKINE, Ariane, « Europe : Then and Now », art. cit.

<sup>110</sup> KUISEL, *Seducing the French*, p 228.

<sup>111</sup> Cité d'après : Ibid. (voir aussi son interview avec *L'Express*, 1992, p 44-45).

Lang semble entretenir une relation d'amour et de haine avec la culture américaine et Disneyland Paris. Ce paradoxe est également formulé par Michel Serres, philosophe, que Disneyland Paris laisse indifférent, et son seul problème sont les trains surpeuplés puisque sa ligne va également au parc.<sup>112</sup>

### 2.3.1 Exemples américains dans le parc

Un bon exemple de l'invasion de la langue américaine (l'anglais) dans le parc sont les noms qui se présentent dans la rue principale, Main Street U.S.A. Cette rue invite les visiteurs à replonger dans l'enfance de Walt Disney : maisons victoriennes, train à vapeur et révolution industrielle cohabitent dans cette petite ville américaine au début du XXe siècle. Presque tous les noms sont en anglais, comme « Dapper Dan's Hair Cuts », « Walt's – an american restaurant », « Boardwalk Candy Palace » et « The Gibson Girl Ice Cream Parlour ». Le nom qui fait le plus grand contraste est « Statue of Liberty Tableau ». Ce panorama raconte l'inauguration de la Statue de la Liberté d'une manière positive. Cependant, à la fin du XIXe siècle, le cadeau pour les Américains n'a pas été bien accueilli et il a contribué à la révolte des Français contre les États-Unis. De plus, de nombreux noms de restaurants ont été adaptés pour les rendre plus attrayants. ce qui confirme d'une certaine manière l'expression de Jean Cau sur les « obèses Américains ». Un autre phénomène marquant se trouve dans le magasin Emporium, la plus grande boutique du parc. Dans un vitrail ne sont représentés que des inventeurs américains de la révolution industrielle, comme Thomas Edison (ampoule électrique), George Washington Carver (agro-alimentaire) et Alexander Graham Bell (téléphone). Mais où sont les inventeurs français, comme Joseph Cugnot (automobile) et Denis Papin (machine à vapeur) ?

Non seulement la langue et les noms ont été attaqués par les adversaires français, mais aussi la gastronomie dans Disneyland Paris. Dans le parc, la plupart des restaurants servent du fast-food, comme à l'Amérique. Nicolas Chomette-Bender, président d'Interbrand Paris, remarque à ce propos : « Le parc montre qu'il fait des efforts pour se rapprocher des goûts des Français, alors même que ces derniers continuent d'y manger frites et hamburgers : c'est malin »<sup>113</sup>. Le premier effort vient de Ladurée qui a créé le premier macaron Mickey. Après, Thierry Marx, chef de la cuisine moléculaire, a revisité le pop-corn, la pomme d'amour et le

---

<sup>112</sup> KUISEL, *Seducing the French*, p 229.

<sup>113</sup> CORDONNIER, Amélie, « Comment Disneyland Paris c'est réconcilié avec le public français ? », *Capital*, <https://www.capital.fr/entreprises-marches/comment-disneyland-paris-s-est-reconcilie-avec-le-public-francais-533052>, consulté le 1 juillet 2019.

cookie. Et le chef pâtissier Christophe Michalak a introduit l'éclair au caramel à l'effigie de Buzz l'Eclair.

## 2.4 Réactions positives à propos du parc

Jean-François Revel déteste les critiques de gauche, comme il l'a déjà exprimé il y a vingt ans dans *Ni Marx, ni Jésus*. Sur l'angoisse des Français de Disneyland Paris il dit : « If French culture can be squashed by Mickey Mouse, or more exactly by simply moving it geographically, it would have to be disturbingly fragile. »<sup>114</sup> De plus, il explique qu'une culture est toujours en marche, et que la WDC serait plus intéressée par Cendrillon et Pinocchio que par le changement de la culture française.<sup>115</sup>

Kuisel décrit l'opinion d'un employé qui tente de protéger la réputation du parc : « Who are these Frenchmen anyway ? We offer them the dream of a lifetime and lots of jobs. They treat us like invaders. »<sup>116</sup> En outre, Kuisel exprime son propre avis sur le parc en disant que les visiteurs de Disneyland Paris voudraient un vrai parc de Disney, ce qui signifie un parc américain avec des attractions typiquement américaines comme Frontierland and Mainstreet U.S.A.<sup>117</sup>

Un dernier aperçu de la culture américaine dans le parc vient de Todd Gitlin dans le *New York Times* en 1992. Gitlin voit le parc comme un enrichissement pour la culture française, plutôt qu'un danger qui élimine l'identité française.

American popular culture doesn't erase all vernacular alternatives. The new semiculture coexists with local cultures more than it replaces them. American popular culture [is] becoming "everyone's second culture".<sup>118</sup>

En résumé, on observe que sur la base des trois topoï, le topos culturel joue le plus grand rôle dans le cas de Disneyland Paris. La protection de la francité a déjà commencé sous la IV<sup>e</sup> République et elle est encore présente cinquante ans plus tard. C'est l'intelligentsia française qui a formulé la plus grande critique du parc et de ses expressions antiaméricaines, mais il y a

---

<sup>114</sup> Cité d'après: KUISEL, *Seducing the French*, p 228.

<sup>115</sup> Ibid.

<sup>116</sup> Ibid.

<sup>117</sup> Ibid.

<sup>118</sup> Cité d'après: Ibid., p 229-230.

aussi des Français qui tentent d'apaiser cette haine contre Disneyland Paris. Aujourd'hui, des milliers de Français visitent le soi-disant « Tchernobyl culturel » et ils ignorent ce « danger culturel ».

## 3

### **De zéro en héros.**

#### **Le sondage**

Dans le chapitre précédent, nous avons pu voir comment la France a réagi face à l'installation d'un parc Disney. L'ouverture de ce nouveau parc d'attraction provoque encore des sentiments anti-américains parmi la population française. La culture française a une grande importance pour les Français, et surtout, selon l'intelligentsia française, le parc ne correspond pas aux valeurs culturelles françaises dans, par exemple, le domaine de la langue, la nourriture, etcetera. Dans ce chapitre, nous souhaitons analyser au moyen d'une enquête en ligne, réalisée à l'aide de Google Forms, si les attitudes négatives des Français envers Disneyland Paris sont toujours présentes parmi la population française. De plus, nous parlerons de l'élaboration de l'enquête et de l'analyse des réponses.

#### **3.1 La méthode : le sondage**

Pour répondre au mieux à notre question de recherche, nous avons utilisé le chapitre quatorze « Questionnaires, interviews, and focus groups » dans *Projects in Linguistics and Language Studies* d'Alison et Bloomer<sup>119</sup>. Comme le titre l'indique, il existe trois méthodes pour faire notre recherche : une enquête, des interviews ou des « focus groups ». Dans notre cas, les interviews n'étaient pas une bonne méthode, car notre groupe cible est constitué de personnes ayant la nationalité française. Il est donc difficile d'atteindre les participants de la manière la plus rapide et la meilleure possible. C'est pourquoi nous avons choisi d'utiliser un questionnaire. Une enquête peut nous aider à découvrir les opinions différentes des personnes d'une manière qualitative et quantitative. L'avantage principal est que nous pouvons atteindre un grand nombre de personnes sur tout un territoire. Il y existe pourtant deux inconvénients majeurs. Le premier étant que, si un sujet intéressant apparaît dans une réponse, nous ne le saurons que plus tard et nous ne pourrons plus rien demander à la personne enquêtée. Cependant, cela peut être résolu en posant des questions ouvertes ou en laissant de la place pour les commentaires dans une question fermée. Le deuxième inconvénient est que nous ne savons jamais si le sondé a répondu au questionnaire sans l'aide d'une autre personne et s'il a répondu

---

<sup>119</sup> Bloomer, A., Wray, A., « Questionnaires, interviews, and focus groups », *Projects in Linguistics and Language Studies*, Routledge, 2012, p 164-178.

dans l'ordre des questions, sans être influencé par les autres questions, mais ce n'est pas toujours grave. Dans notre cas, il est important qu'on réponde aux questions consécutives. L'enquête est structurée de telle sorte qu'il est impossible de répondre de manière interchangeable aux questions.

Nous recherchons les opinions des Français sur Disneyland Paris, et en particulier si ces avis sont toujours négatifs, comme lors de l'ouverture du parc. Afin de ne pas évoquer immédiatement ce sentiment négatif, nous avons opté pour des questions et des échelles d'attitude qui parlent de Disneyland Paris en général. Nous avons utilisé les formes de questionnement suivantes :

🐭 La question ouverte : dans notre enquête, nous avons utilisé quatre questions ouvertes : les questions 9, 10, 11 et 12.

- Si vous n'avez pas visité Disneyland Paris, indiquez-nous pourquoi.
- Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez à la France ?
- Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez aux États-Unis ?
- Avez-vous des remarques supplémentaires sur Disneyland Paris ?

🐭 La question fermée : dans l'enquête, nous avons utilisé quatre questions fermées : les questions 3, 4, 5 et 6.

- Quelle est votre nationalité ?
- Dans quel département habitez-vous ?
- Quel est le diplôme le plus élevé que vous avez obtenu ?
- Quelle est votre profession/occupation actuelle ?

🐭 L'échelle de Likert/l'échelle d'attitude : nous avons utilisé dix échelles d'attitude pour

Disneyland Paris est un phénomène européen par excellence. \*

	1	2	3	4	5	
Pas du tout d'accord	<input type="radio"/>	Très d'accord				

Disneyland Paris est une entreprise typiquement américaine. \*

	1	2	3	4	5	
Pas du tout d'accord	<input type="radio"/>	Très d'accord				

Le français doit être la langue principale de Disneyland Paris. \*

	1	2	3	4	5	
Pas du tout d'accord	<input type="radio"/>	Très d'accord				

notre enquête, permettant aux sondés de répondre sur une échelle allant de un à cinq : pas du tout d'accord, pas d'accord, neutre, d'accord, très d'accord. Dans ce cas, nous avons choisi un nombre impair afin que les participants puissent rester neutres s'ils ne savent pas la réponse ou ne veulent pas répondre à la question.

Nous avons formulé les dix thèses suivantes :

1. La France était un choix logique pour Disney en raison de sa situation géographique ;
2. La France était un choix logique pour Disney en raison du contexte culturel ;
3. Disneyland Paris est un symbole de la culture française ;
4. Disneyland Paris est un phénomène européen par excellence ;
5. Disneyland Paris est une entreprise typiquement américaine ;
6. Le français doit être la langue principale de Disneyland Paris ;
7. Disneyland Paris met en valeur la culture française à travers ses attractions ;
8. Disneyland Paris est un des plus grands atouts touristiques de Paris ;
9. Disneyland Paris favorise le bien-être des habitants de Marne-la-Vallée ;
10. Disneyland Paris a des effets positifs sur l'économie française.

De plus, à la question 8, nous avons utilisé la combinaison d'une question ouverte et de l'échelle d'attitude : Si vous avez déjà visité Disneyland Paris, indiquez comment vous avez vécu votre expérience (1 : très mauvaise – 5 : très bonne) → Commentez votre réponse.

 Le choix multiple : ces questions sont posées pour obtenir des informations personnelles sur l'âge et le sexe du répondant et sur le nombre de fois qu'il a visité Disneyland Paris (question 1, 2 et 7).

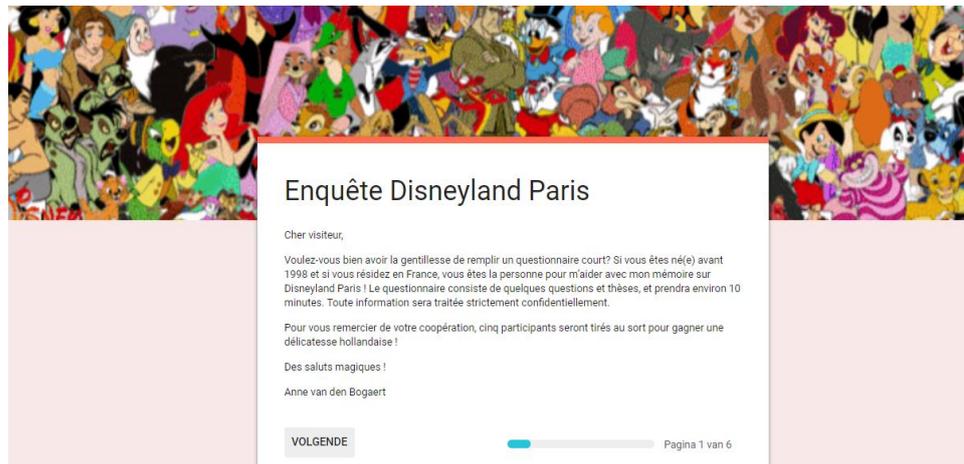
- Quel est votre âge ? 20-34 ; 35-49 ; 50-64.
- Quel est votre sexe ? Homme ; femme.
- Est-ce que vous avez déjà visité Disneyland Paris ? Jamais ; une seule fois ; 2-5 fois ; plus de 5 fois.

Afin de ne pas perdre immédiatement l'attention du répondant, il est recommandable de commencer par des questions faciles. C'est pourquoi nous avons posé des questions sur l'âge et le sexe. De plus, nous avons choisi de mettre les échelles de valeur à la fin, de cette manière les sondés pouvaient comprendre le but de l'enquête et les questions en tant que telles. On peut trouver l'enquête de la manière complète dans l'annexe (1).

### 3.2 La présentation de l'enquête

La présentation de l'enquête sur les réseaux sociaux joue un rôle important. Premièrement, sur les plateformes, un texte d'introduction est nécessaire pour donner envie aux individus de remplir le sondage (voir annexe 1).

De plus, il est important que l'enquête paraisse attrayante et qu'il soit clairement indiqué qu'il y a une page suivante. Sur Google Forms, il est possible d'ajouter une image et une page suivante est automatiquement indiquée.



### 3.3 Les participants

Comme mentionné précédemment, nous avons opté pour un sondage en ligne publié sur divers réseaux sociaux, comme Facebook, Instagram et LinkedIn. Le sondage a été placé sur nos propres pages, après quoi il a été distribué par nos amis. Sur Facebook, il est possible de rejoindre des groupes et poster des messages. Nous avons partagé notre questionnaire dans les groupes suivants :

- 🐭 100% Fan de Disney
- 🐭 Bons Plans et Infos Disneyland Paris (Entrées, Séjours, Parrainages...)
- 🐭 Cast Member Disneyland Paris
- 🐭 Disneyland Paris astuces infos et bon plans
- 🐭 Disneyland Paris Astuces, Infos et Questions
- 🐭 Disneyland Paris Cast Members CDD
- 🐭 Disneyland Paris il était une fois
- 🐭 Disneyland Paris Partage et Infos
- 🐭 Emporium 2016
- 🐭 ESN Avignon ERASMUS 2017-2018

- 🐻 Fan un jour, Fan toujours de Disney
- 🐻 Nederlanders in Parijs/ Ile de France
- 🐻 SV OuiSí
- 🐻 Tu Sais Que Tu Es Castmember A Disneyland Paris Quand...

Au total, l'enquête a été remplie 1542 fois. Nous avons reçu la première réponse le jeudi 19 avril 2018 (10h29) et la dernière réponse samedi le 12 mai 2018 (14h08). Dans le tableau ci-dessous, les groupes d'âges sont subdivisés en hommes et femmes. Nous avons remarqué que la plupart de sondés est femme :

	<b>Participants</b>	<b>Femmes</b>	<b>Hommes</b>
<b>20-34</b>	1201	1034	167
<b>35-49</b>	309	269	40
<b>50-64</b>	30	26	4
<b>65+</b>	2	0	2
<b>Total</b>	<b>1542</b>	<b>1329</b>	<b>213</b>

Les participants de l'enquête sont uniquement des personnes de nationalité française, car notre recherche parle de l'attitude envers Disneyland Paris chez les Français d'aujourd'hui. Les Belges n'étaient pas autorisés à répondre à l'enquête. Le fait que nous ayons demandé la nationalité et le département du sondé (à l'aide de question trois et quatre) permet de vérifier qu'aucun Belge n'a répondu à l'enquête.

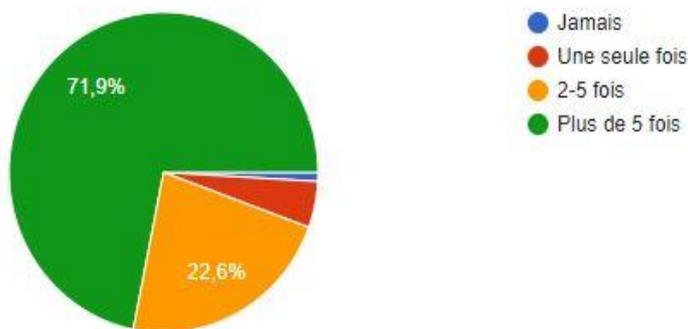
De plus, nous avons demandé le diplôme le plus élevé et la profession/occupation actuelle des sondés. Cependant, pour des raisons de temps, nous avons choisi de ne pas les inclure dans l'analyse. Sur la base du diplôme le plus élevé, et de la profession et occupation actuelle, il peut être possible de diviser la population française en groupes, par exemple du moins éduqué jusqu'au bien élevé. Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, l'intelligentsia française en particulier était en désaccord avec l'arrivée d'un parc américain. A l'aide de cette distinction entre la profession et le diplôme, nous pouvons donc tester dans une recherche ultérieure si cet avis contre le parc prévaut encore dans ce groupe des intellectuels.

### 3.3.1 Les informations personnelles et la confidentialité

Nous traitons les réponses de manière strictement confidentielle, comme il l'était également mentionné dans le texte de l'introduction du sondage. Les données personnelles que nous avons demandées incluent l'âge, le département, le diplôme le plus élevé et la profession/occupation actuelle. En outre, nous avons également demandé une adresse mail si un sondé souhaitait être tenu informé des résultats de la recherche ou si le sondé souhaitait gagner un paquet de « stroopwafels ». Nous avons anonymisé les résultats en ne publiant pas les réponses individuelles.

### 3.4 Les expériences des sondés à Disneyland Paris

Nous avons pu constater que le plus grand nombre de personnes interrogées a visité Disneyland Paris deux jusqu'à plus de cinq fois. Cela peut montrer qu'une grande partie de ce groupe a encore les moyens de se payer une visite au parc. Cela confirme également l'expression d'Eve Gratién, qui a constaté que Disneyland Paris est en grande partie abordable si les visiteurs ne mangent pas aux restaurants et dépensent moins en souvenirs.<sup>120</sup> De plus, le fait que 1456 sondés aient visité le parc de deux jusqu'à plus de cinq fois montre que les sujets tabous autour du parc sont en train de disparaître.



7. Est-ce que vous avez déjà visité Disneyland Paris ?

Au départ, les personnes interrogées devaient décrire leur expérience sur une échelle de 1 à 5 (1 : très mauvaise – 5 : très bonne). Cependant, quelques participants ont oublié de donner un nombre, cela rend

l'analyse de cette question différente. La majorité des sondés a donné un 4 ou un 5, en raison du fait que Disneyland Paris est magique, comme si l'on se retrouvait dans un monde différent. La réponse la plus enthousiaste est la suivante : « C'est ma bulle d'oxygène, quand j'y suis j'oublie tous mes problèmes. »

<sup>120</sup> GRATIEN, Eve, « Disneyland Paris : toujours plus cher, toujours moins bien », *L'Obs*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/322230-disneyland-paris-toujours-plus-cher-toujours-moins-bien.html>, consulté le 23 juin 2019.

Les personnes qui ont donné un 3 ont indiqué de ne plus rien avoir à dire sur leur expérience car elles étaient trop petites, ou elles ont donné les réponses comme par exemple :

Problème de panne dans les manèges	Trop d'attente
Peu d'attraction	Pas de nouveauté
Trop cher	Trop de monde
Trop de sollicitations	Beaucoup d'attractions fermées
Humeur des employés	Moins de personnages
Moins de surprises	La magie est moins présente

Les raisons pour lesquelles ils ont donné un 3 ont à voir avec des raisons logistiques dans le parc. Il n'y a donc pas de haine américaine sous-jacente envers Disneyland Paris. De plus, personne n'a donné un 1, et quelques-uns seulement ont donné un 2, sans donner de raison. Celles-ci ne sont donc pas utiles pour l'analyse de la question.

Seulement quatorze personnes ont indiqué qu'elles n'avaient jamais visité le parc. Nous leur avons demandé de donner une raison. Dans le tableau ci-dessous, on retrouve les réponses de ces quatorze personnes:

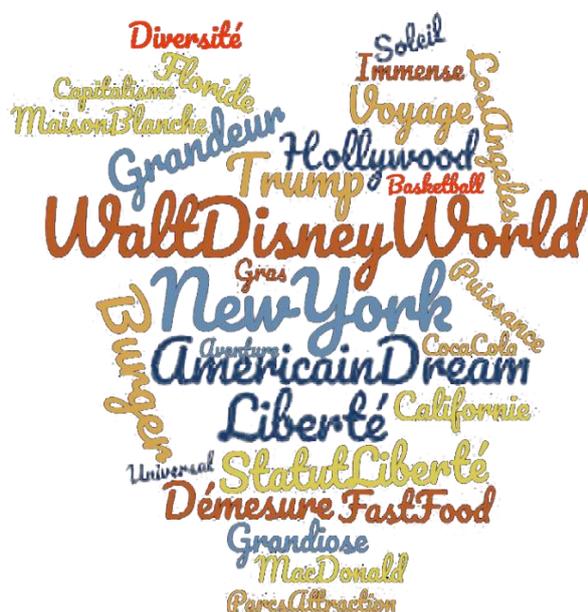
J'en ai jamais eu l'occasion, c'est assez loin et un peu cher également.	Pas eu l'occasion
Manque de moyens, puis pas forcément l'envie.	Trop cher
Manque d'occasion, et mes parents ne voulaient pas nous y emmener, trop cher et trop commercial.	Manque de moyens financiers, place trop élevée
Je n'aime pas la ville Paris	Manque de moyen financier
Pas encore l'occasion	Pas les finances
Trop cher	Pas les moyens
Je n'en jamais eu la chance	J'y vais la semaine prochaine

Dans ces réponses, il n'y a pas d'aversion totale pour Disneyland Paris. Il est bien connu que le parc coûte cher et qu'il peut être difficile pour les gens qui vivent plus loin de s'y rendre. De



Grève	7	Richesse	13	Mode	44
Patrimoine	30	Tour Eiffel	209	Boulangerie	5
Famille	7	Paysages	31	Beauté	17
Maison	51	Disneyland Paris	72	Raffinement	5
Gastronomie	230	Art	18	Respect	1
Pain	57	Luxe	22	Nourriture	47
Musée	3	Saucisson	6	Tourisme	24
Paris	518	Chic	5	Fromage	102
Attentat	4	Croissant	11	Edith Piaf	2
Vin	101	Astérix	2	Montagnes	6
Nationalité	4	Amour	14	Monuments	17
Romantisme	9	Liberté	55		

### 3.6 Les Français et les États-Unis



La question « Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez aux Etats-Unis ? » a aussi reçu beaucoup de réponses différentes. Ici aussi, nous avons combiné les mots les plus frappants dans une image. On peut voir que les mots les plus souvent mentionnés sont assez généraux. Les sondés pensent plus vite aux phénomènes typiquement américains plutôt qu'ils expriment une pensée négative ou positive.

Cependant, un certain nombre d'expressions négatives révèlent qu'il y a toujours des traces antiaméricaines dans la pensée française :

<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>	<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>	<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>	<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>
Crétins	1	Prétentieux	1	Disparités	3	Démésure	39
Gros (porcs)	12	Mal bouffe	20	Armes (à feu)	29	Gras	8
Bêtise	3	Inégalités	5	Tout en XXL	1	Complicé	2
Surpoids/Obésité	22	Pollution	3	Fou	5	Dictateur	2
Surconsommation	3	Décadence	3	Superficiel	1	Insécurité	2

Il est frappant de constater que les réponses montrent bien des sentiments anti-américains. Cela est peut-être dû au fait que les questions précédentes portaient sur Disneyland Paris et pas nécessairement sur le contexte américain. C'est que, contrairement à l'autre question dans ce cas-ci, nous avons explicitement demandé de penser aux États-Unis, ce qui pouvait provoquer directement des sentiments négatifs envers l'Amérique.

Dans le tableau ci-dessous, on trouve les fréquences des mots mentionnées dans l'image :

<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>	<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>	<b>Mot</b>	<b>Fr.</b>
Diversité	11	Aventure	5	Soleil	17
Floride	31	American Dream	23	Los Angeles	30
Capitalisme	8	Burger	122	Basketball	4
Maison Blanche	26	Liberté	122	Walt Disney World	153
Grandeur	85	Californie	32	Gras	8
Trump	105	Universal	5	Puissance	24
Hollywood	40	Statut Liberté	102	Coca Cola	5
Voyage	47	Démésure	39	New York	310
Immense	22	Fastfood	47	Mac Donald	7
Parcs d'attraction	8	Grandiose	34		

### **3.7 Remarques supplémentaires sur Disneyland Paris**

Il est toujours intéressant de demander des informations supplémentaires sur le sujet. Nous étions curieuse de savoir s'il y aurait des personnes qui pourraient nous donner des informations

utiles pour nos recherches. Nous avons fait une liste des commentaires les plus pertinents qui correspondent aux conclusions du chapitre deux :

---

### **Le bien-être des habitants/des employés**

---

« L'entreprise assure totalement le bien-être de ses salariés. Il permet également une forte mobilité en interne et une bonne possibilité d'évolution. »

---

« Bien que son impact économique pour la région soit important, les employés sont peu payés. »

---

« Disneyland Paris génère de la richesse, mais par forcément pour l'économie française. Ce sont plus les services « à côté » (les commerces de la Gare S.N.C.F., les commerces du Val d'Europe...) qui bénéficient du flot touristique. En effet, Disneyland Paris se « débrouille » d'être déficitaire (par l'utilisation des personnages Disney qu'il faut payer à la Maison Mère) afin de ne pas payer d'impôts en France. »

---

### **L'identité/la culture française**

---

« Je ne pense pas que Disneyland Paris apporte vraiment un plus à la culture française ou la représentation à sa juste valeur, voire pas du tout. Même s'il est basé en France, ça reste une entreprise très américaine. »

---

« Pour moi, Disneyland Paris est un symbole de la France pour les étrangers, mais pas pour les Français. Pour les Français ce parc est un lieu magique et divertissant, mais n'est pas forcément associé à la culture américaine. »

---

« Il faudrait vraiment que la langue française soit la priorité du parc, car c'est agaçant pour les personnes qui ne comprennent pas l'anglais. »

---

« Lorsque je vais là-bas, je ne pense plus à la culture, qu'elle soit française ou américaine, car c'est comme un monde parallèle en fait, un pays imaginaire où se confond tous les Disney. »

---

« Il est vrai que Disneyland Paris ne met pas assez en avant de la France. Toutes les références que l'on retrouve dans plusieurs films Disney. Aussi il serait appréciable que la langue française soit mise plus en avant afin de démontrer. Tout comme le font américains ou chinois. »

---

« Pour la mise en valeur des attractions dans Disney, c'est surtout l'attraction « Ratatouille » qui met en valeur la France. »

---

« Disneyland reste typiquement américain, mais c'est adapté à la culture française avec la nourriture et autre articles en vente dans les boutiques. »

---

---

### **Phénomène européen par excellence**

---

« La première destination touristique d'Europe (environ 14 millions de visiteurs par an). Un atout majeur et indispensable pour la France. »

« C'est une structure très complexe en France. Je pense qu'hélas ils sont trop visionnaires pour l'implantation en France au vue du succès à Japon et que ça ne leur appartient pas, mais le budget de départ ainsi que l'énorme dette n'ont clairement pas facilité son succès surtout aussi les intellectuels ont Sali l'image de base... »

« Content de les États-Unis aient racheté Disneyland Paris. Quand il appartenait aux actionnaires françaises, tout était de mauvaise qualité. »

« C'est un parc européen avant tout, il est dissocié de notre culture française et n'en a pas vocation. »

---

### **Accessible pour tout le monde**

---

« N'est pas accessible à tous, trop cher à mon goût. Les classes moyennes et personnes à faible revenu n'ont pas la chance de se rendre, c'est dommage ! »

---

## **3.8 L'analyse des thèses**

Nous avons utilisé dix échelles d'attitude pour notre enquête, permettant aux sondés de répondre sur une échelle allant de un à cinq (à voir également dans la légende à droite des diagrammes) : 1. Pas du tout d'accord ; 2. Pas d'accord ; 3. Neutre ; 4. D'accord ; 5. Très d'accord.

En outre, ci-dessous encore la répartition de l'âge et du sexe :

	<b>Participants</b>	<b>Femmes</b>	<b>Hommes</b>
<b>20-34</b>	1201	1034	167
<b>35-49</b>	309	269	40
<b>50-64</b>	30	26	4
<b>65+</b>	2	0	2
<b>Total</b>	<b>1542</b>	<b>1329</b>	<b>213</b>

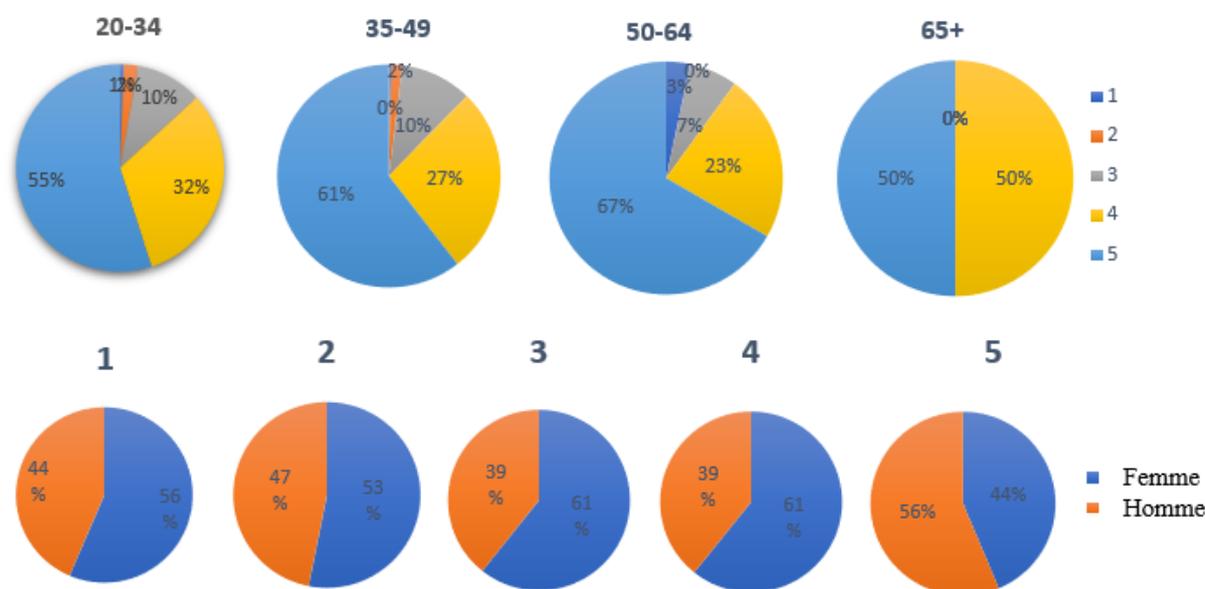
---

Deux types de diagrammes ont été ajoutés à chaque thèse : une répartition par âge et une répartition par sexe. Chaque thèse est brièvement introduite, après quoi l'analyse des diagrammes est présentée.

## 1. La France était un choix logique pour Disney en raison de sa situation géographique

Dans l'article « Disneyland Paris : A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », Anne-Marie d'Hauteserre indique clairement que la France était un endroit logique pour un nouveau parc Disney.<sup>121</sup> L'environnement de Paris peut s'adresser à environ 350 millions de visiteurs et la WDC souhaitait profiter de la forte croissance des courtes vacances en Europe, comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent.<sup>122</sup>

Les diagrammes d'âge de la première thèse montrent bien que plus de la moitié des sondés est d'accord avec la thèse. En outre, il est frappant, dans les diagrammes 1 et 5 d'homme/femme de la première thèse, que la majorité des femmes (environ 55%) soient en désaccord avec la thèse et que la majorité des hommes (environ 55%) soient d'accord. Dans le premier chapitre, on a pu lire clairement que, déjà pendant la Querelle du Nouveau Monde vers la deuxième moitié du XVIIIe siècle, les Français préféraient leur propre pays, et qu'ils dénigraient le continent de l'Amérique.<sup>123</sup> Nous avons donc pu constater que la bonne image de la France selon les Français n'a pas du tout changée, parce que les Français, bien que le parc soit américain, sont d'accord avec le fait que la France était un choix logique pour Disneyland Paris en raison de sa situation géographique.



1. La France était un choix logique pour Disney en raison de sa situation géographique

<sup>121</sup> D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », *Progress in tourism and hospitality research*, v3, 1997, p 20.

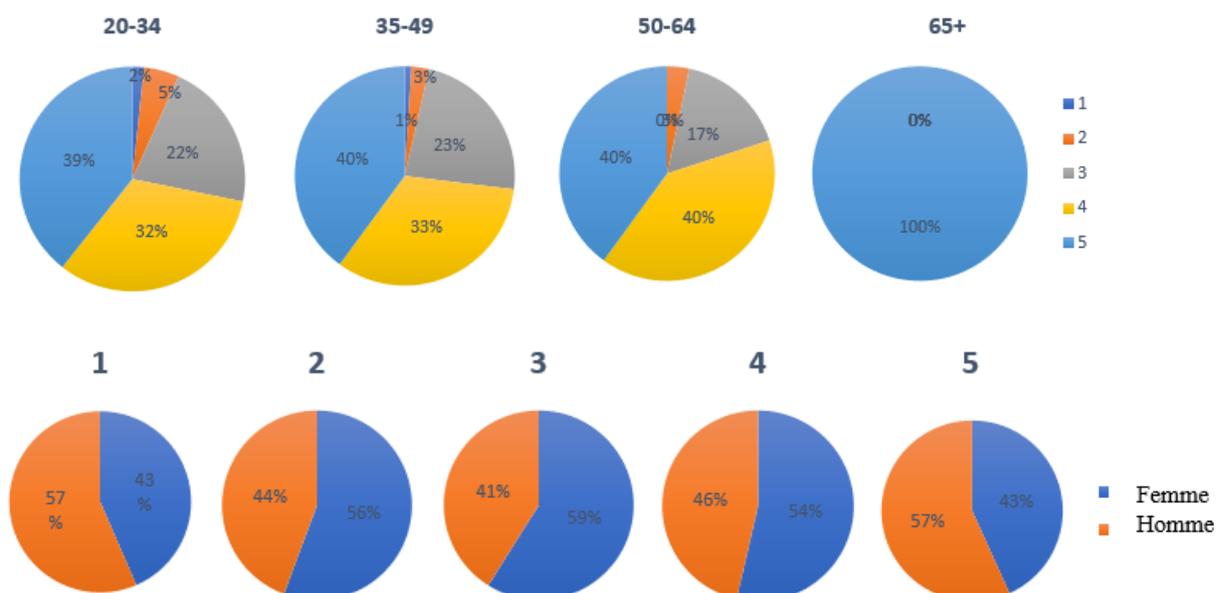
<sup>122</sup> Ibid.

<sup>123</sup> ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme*, Points Essais, 2002, p 23.

## 2. La France était un choix logique pour Disney en raison du contexte culturel / 3. Disneyland Paris est un symbole de la culture française

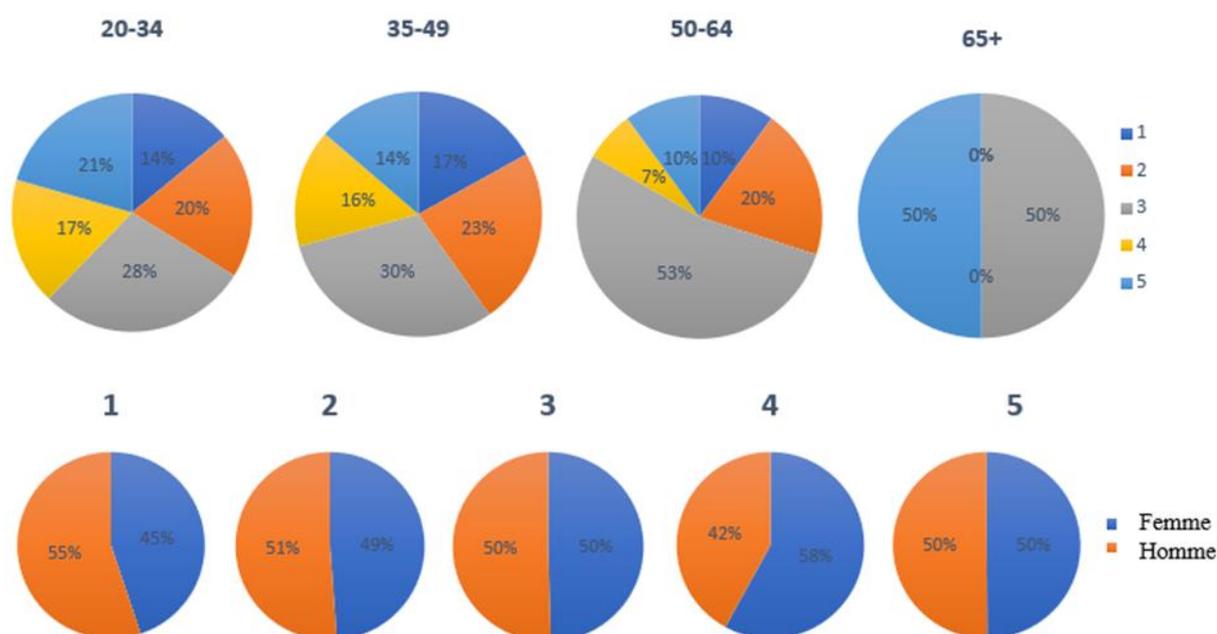
La notion de *francité* a été introduite pour la première fois au XXe siècle. La *francité* désigne toutes les caractéristiques qui font l'être français et la culture française. Les Français, et surtout l'intelligentsia à l'époque, font tout pour garder cette *francité*. De plus, nous avons vu que le topos culturel joue le plus grand rôle dans le cas de Disneyland Paris. La réponse à la thèse a donc deux côtés. La WDC a choisi la France du fait de la richesse de sa culture, et de son univers artistique, avec la renommée des contes de Perrault par exemple. De plus, l'équipe de management de Disneyland Paris essaie de rendre le parc aussi « français » que possible au moyen d'attractions et de la restauration, comme nous l'avons constaté dans le chapitre deux. L'entreprise essaie de rendre la nourriture des restaurants aussi française que possible, et de donner un nom et sentiment français aux nouvelles attractions.

D'une part, une partie des participants est en désaccord avec la deuxième thèse, car ils considèrent Disneyland Paris comme un danger pour la culture française. D'autre part, il y a un groupe qui voit le choix de la WDC comme une fierté, car l'entreprise a choisi la France au lieu de l'Espagne et que la compagnie est enthousiasmée par la culture française. En regardant les diagrammes d'âge ci-dessous, nous voyons que le plus grand nombre de répondants est « très d'accord » avec le fait que la France était un choix logique en raison du contexte culturel. Dans les diagrammes ci-dessous d'homme/femme de la deuxième thèse, il y a peu de différence d'opinion entre les sexes.



2. La France était un choix logique pour Disney en raison du context culturel

L'idée que le parc s'intègre à la culture française est très similaire à l'idée précédente que la WDC s'est installé en France pour des raisons culturelles. Pourtant, il existe une légère différence. En effet, la première idée implique le fait que l'entreprise reste majoritairement américaine et n'intègre pas entièrement la culture française. Cette idée peut être confirmée lors de l'observation des diagrammes ci-dessous sur la troisième thèse. Beaucoup moins de sondés, en comparaison avec la deuxième thèse, sont d'accord avec le fait que le parc représente la culture française, et les réponses négatives ont fortement augmenté d'environ 10% pour chaque tranche d'âge des diagrammes de la troisième thèse. De plus, dans les diagrammes homme/femme ci-dessous, il y a également peu de différence entre l'opinion des hommes et celle des femmes.



3. Disneyland Paris est un symbole de la culture française

Nous avons pu constater que, de nos jours, les Français voient plus l'arrivée de Disneyland Paris comme un symbole de fierté pour la France plutôt que comme un vrai danger pour la culture française. Cela pourrait être dû au fait que le management du parc fait de son mieux pour intégrer de plus en plus d'aspects français à Disney, en se rapprochant des goûts français par la pomme d'amour et l'éclair au caramel par exemple.<sup>124</sup> Cependant, nous avons pu voir que le parc est moins perçu comme un symbole de la culture française pour les sondés. Cela

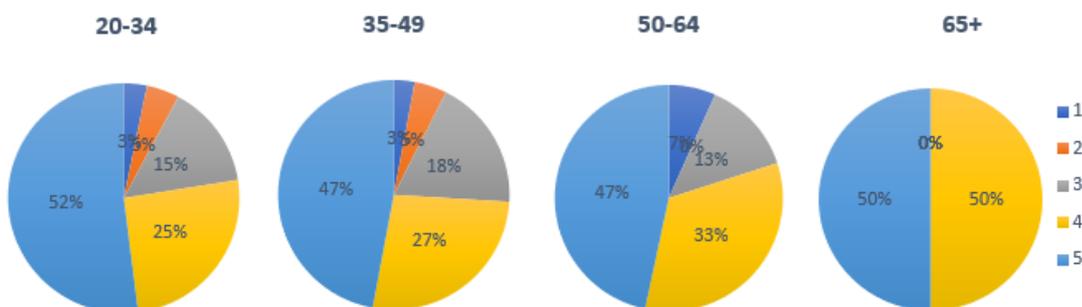
<sup>124</sup> CORDONNIER, Amélie, « Comment Disneyland Paris s'est réconcilié avec le public français ? », *Capital*, <https://www.capital.fr/entreprises-marches/comment-disneyland-paris-s-est-reconcilie-avec-le-public-francais-533052>, consulté le 1 juillet 2019.

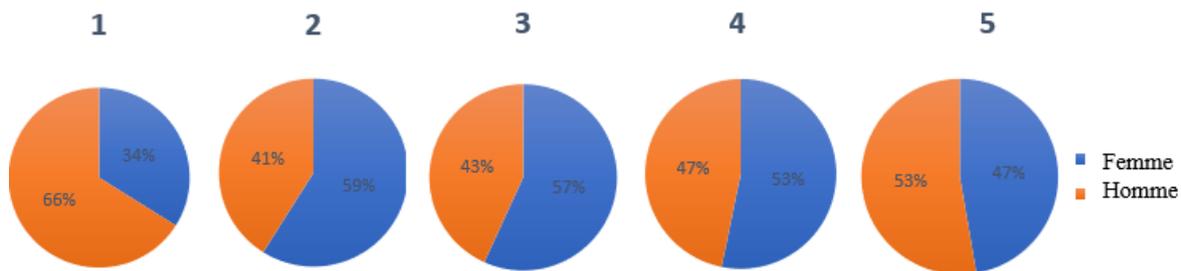
montre également que la formulation d'une thèse influence la réaction des participants. D'une part, les Français sont fiers que la WDC ait choisi la France pour Disneyland Paris. D'autre part, le parc n'intègre pas la culture française. C'est la protection de la *francité* qui continue de jouer un rôle très important.

#### 4. Disneyland Paris est un phénomène européen par excellence

Pendant l'ouverture du parc en 1992, le parc s'appelait « Euro Disneyland ». Les recherches ont montré que ce nom avait un effet négatif sur le parc, car les Français trouvaient que le parc était trop associé à l'Europe plutôt qu'à la France. C'est pourquoi, en 1994, le parc a changé son nom pour devenir Disneyland Paris. De cette manière, le nom contient une association directe à la France, et le parc est moins associé à l'Europe. En 2002, le parc a ouvert une nouvelle partie nommée Walt Disney Studios. Ce nom reste inchangé à ce jour. De plus, la culture européenne était importante pour l'entreprise pendant la Convention de 1987. Le parc devait être un mélange de culture française et européenne.

Nous avons vu, dans les diagrammes d'âge de la quatrième thèse ci-dessous, que la majorité (plus de 70%) des sondés s'accorde pour dire que le parc est un phénomène européen. Cela correspond donc bien au but de la Convention de 1987 de faire de Disneyland Paris un parc français d'une part, et européen de l'autre. Cependant, nous avons constaté qu'il aurait été mieux de pouvoir demander si les participants au sondage pensent qu'il s'agit d'un avantage ou d'un inconvénient que le parc soit aussi européen. Il aurait également été intéressant de pouvoir poser des questions sur le changement de nom du parc. De plus, il est frappant, dans les diagrammes d'homme/femme sur la quatrième thèse (page suivante), que les hommes optent plus rapidement pour les deux chiffres extrêmes (1 et 5) et les femmes restent un peu plus réservées en choisissant les chiffres 2 et 4.



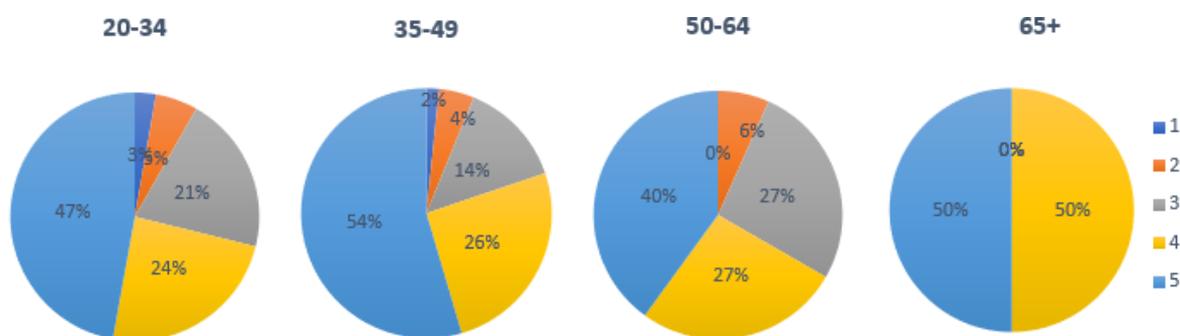


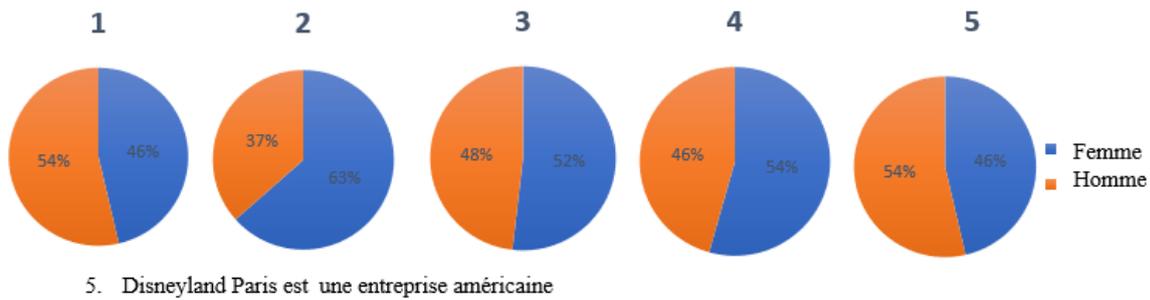
4. Disneyland Paris est un phénomène européen par excellence

## 5. Disneyland Paris est une entreprise américaine

Disneyland Paris a été créé par une entreprise américaine, la Walt Disney Company. L'entreprise a promis que le management serait principalement composé de Français, avec une influence minimale du management américain. Le parc serait entre les mains des Français, et ne serait donc pas une entreprise entièrement américaine. Cependant, le parc est récemment tombé entre les mains des Américains en raison de problèmes financiers. De plus, la WDC a opté pour un Américain en tant que premier président de Disneyland Paris : Robert J. Fitzpatrick.

Comme nous l'avons pu remarquer dans les diagrammes d'âge ci-dessous, la majorité des sondés (encore 70% comme dans la thèse précédente) est d'accord avec la thèse. L'entreprise est toujours américaine dans la pratique. Nous avons donc pu constater que les sondés ont plutôt répondu à la question sur la base de faits et non d'opinions. Il y a aussi peu de différence d'opinion entre les hommes et les femmes dans la cinquième thèse, comme nous l'avons pu voir dans les diagrammes d'homme/femme à la page suivante de la thèse numéro cinq.



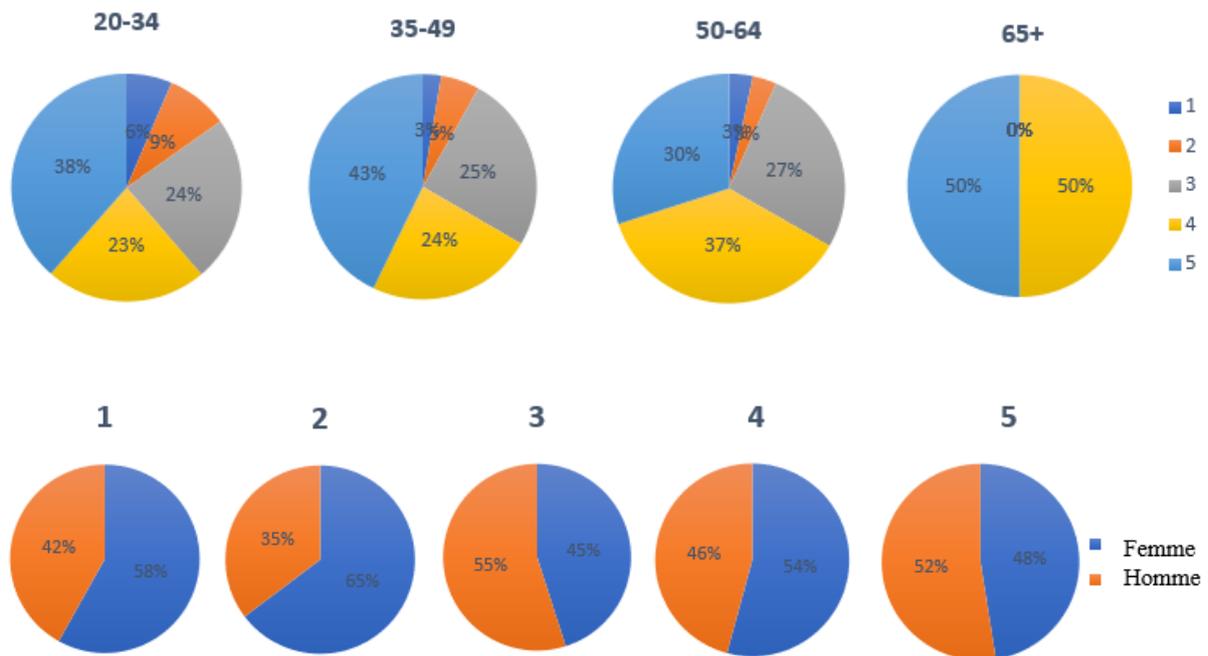


## 6. Le français doit être la langue principale de Disneyland Paris

Ariane Mnouchkine a prévenu qu’il fallait faire attention à la culture américaine, et qu’il fallait sauvegarder la langue française, les théâtres, la musique, etcetera.<sup>125</sup> En résumé, la langue française fait partie intégrante de la culture et de l’identité française. La langue anglaise domine toujours dans tout le parc, comme pour le nom des attractions et des magasins, et le management de Disneyland Paris exige que les employés parlent plusieurs langues autres que le français.

Comme nous l’avons vu, selon la Convention de 1987, le français devait devenir la langue principale du parc, et que d’autres langues devaient être tolérées. En conséquence, nous nous attendions à ce qu’une grande majorité des sondés soit d’accord avec cette thèse. Nous avons vu que entre 50% et 60% des participants, dans les diagrammes d’âge sur la page suivante, trouvent que le français doit être la langue principale dans le parc. Cela confirme d’un côté que la langue reste toujours importante dans la société, mais d’un autre côté que la langue n’est pas très importante dans le cas de Disneyland Paris, parce que dans les diagrammes d’âge ci-dessous, environ 50% des participants sont également en désaccord. En outre, nous avons pu constater que les femmes dominent dans les diagrammes homme/femme. La majorité des femmes (environ 60%) ne sont pas d’accord avec la thèse selon laquelle le français devrait être la langue principale, tandis que plus de la moitié des hommes (55%) restent neutres dans ce cas-là.

<sup>125</sup> MNOUCHKINE, Ariane, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 1992 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024904,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024904,00.html), consulté le 23 juin 2019.



6. Le français doit être la langue principale de Disneyland Paris.

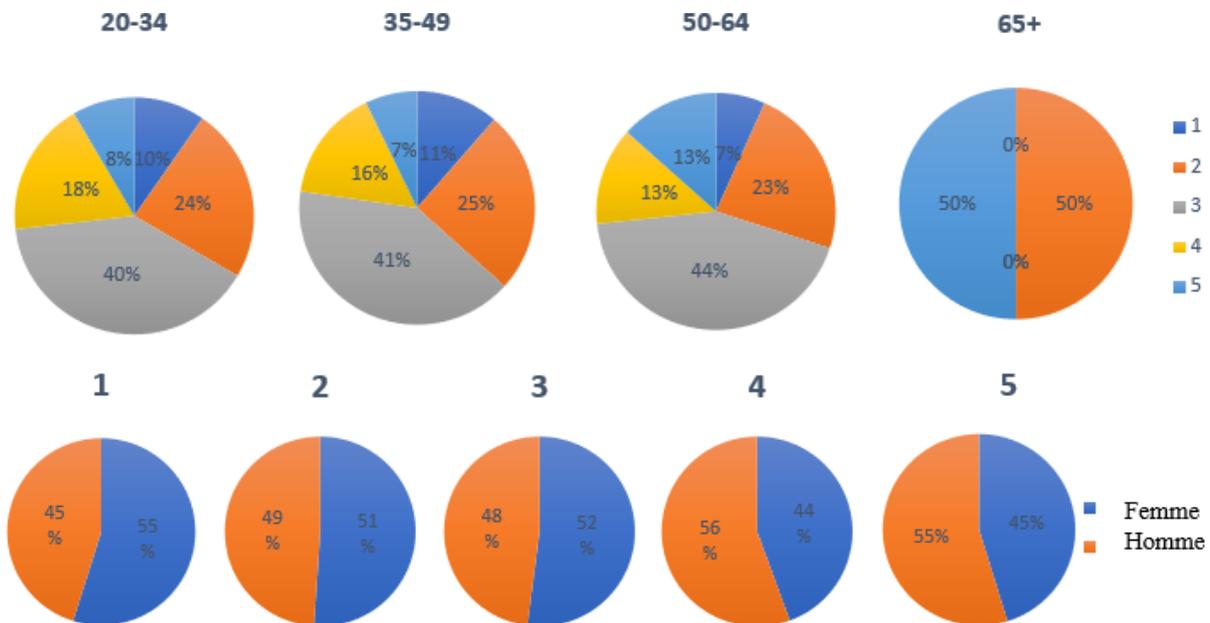
## 7. Disneyland Paris met en valeur la culture française à travers ses attractions

En 1992, Disneyland Paris a ouvert ses portes à côté de l'attraction « Le Visionarium », qui était le spectacle le plus important pour montrer la culture française, à l'aide des histoires de Jules Verne et Da Vinci par exemple. Plus tard, cette attraction a été fermée et remplacée par une attraction plus plutôt américaine du nom « Buzz Lightyear ». En conséquence, il n'y avait plus d'attractions montrant une image de la culture française. De plus, comme nous l'avons vu dans le chapitre deux, Jack Lang, le ministre socialiste de la culture, a estimé que le parc avait accordé trop peu d'attention à la représentation de la culture européenne dans les attractions.<sup>126</sup> Cependant, en 2014, une nouvelle attraction a été ouverte pour palier à ce manque de culture française : Ratatouille. Ce film (et cette attraction) a pour décor Paris, où un rat vit une aventure culinaire française et se lie d'amitié avec des chefs français.

Malgré cette attraction, nous avons pu constater que beaucoup de sondés (environ 30%) ne sont pas d'accord avec le fait que le parc mette en valeur la culture française à travers ses attractions. Cela confirme également la prédiction de Jack Lang. Probablement, une seule attraction ne suffit pas. Peut-être que « Le Visionarium » devrait être reconstruit ? Bref, nous sommes sûre

<sup>126</sup> Cité d'après : KUISEL, Richard, *Seducing the French: the dilemma of Americanization*, California, California University Press, 1993, p 228 (voir aussi interview de Lang avec *L'Express*, 1992, p 44-45).

que Disneyland Paris devrait accorder plus d'attention aux histoires dans les attractions. Cependant, ici également, il y a peu de différence entre les opinions des hommes et des femmes.



7. Disneyland Paris met en valeur la culture française à travers ses attractions

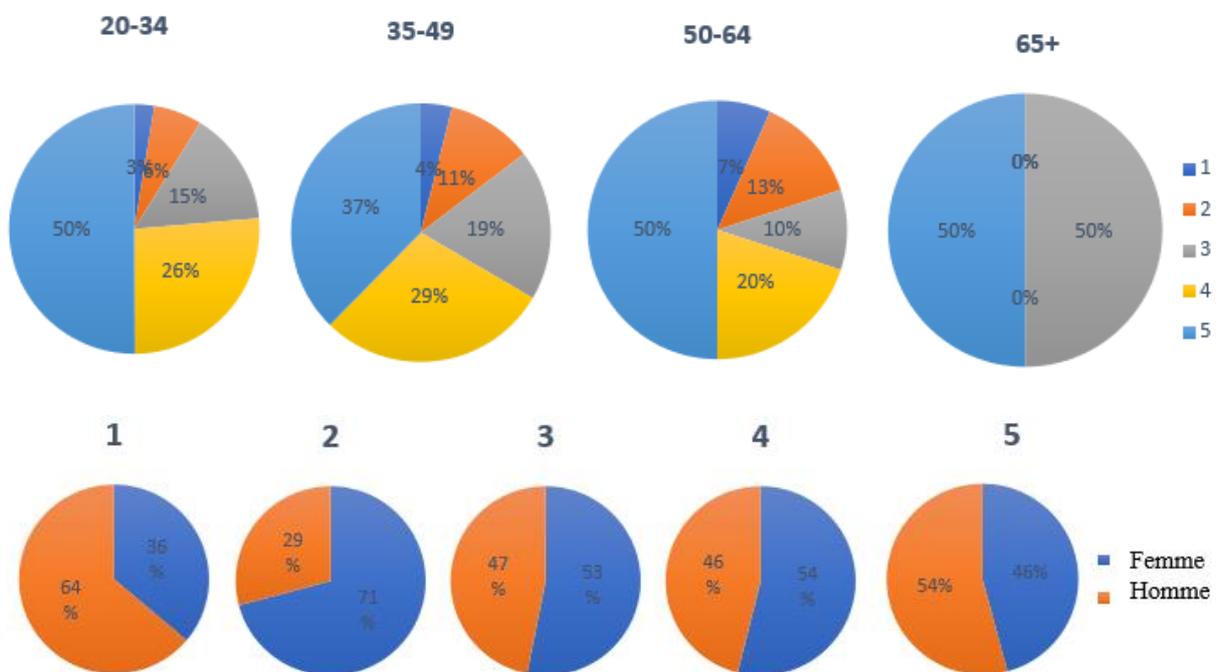
## 8. Disneyland Paris est un des plus grands atouts touristiques de Paris

Comme nous l'avons déjà vu dans le chapitre deux, la WDC a choisi Paris comme lieu principal pour un parc Disney, pour sa richesse historique qui serait plus importante que dans les autres villes françaises.<sup>127</sup> Dans les réponses à la question 10 de l'enquête, Disneyland Paris est mentionné à côté de la Tour Eiffel et de Notre Dame, étant par conséquent considéré comme une partie de Paris. De plus, avec plus de 14 millions de visiteurs par année, Disneyland Paris est l'une des premières destinations touristiques.

Comme dans les réponses de la thèse cinq « Disneyland Paris est une entreprise américaine », nous nous attendions à ce que les sondés soient d'accord avec la thèse en raison des réponses à la question 10 du sondage, « Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez à la France », qui montrent que Disneyland Paris fait partie de la pensée française. Les résultats dans le diagramme des groupes d'âge à la page suivante le montrent clairement, car la majorité des participants est d'accord (entre 60% et 70%). Nous avons pu constater donc que le parc est en train de devenir une partie de Paris, et que les sujets tabous autour de parc

<sup>127</sup> D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », art. cit., p 20.

sont en train de disparaître. Pourtant, environ un dixième des sondés n'est pas d'accord avec la thèse. Nous pourrions expliquer cela à travers une analyse de la thèse « Disneyland Paris est un symbole de la culture française ». La majorité était en désaccord (40% en désaccord et 20% d'accord, sans tenir compte de l'opinion neutre) avec le fait que Disneyland Paris est une partie de la culture française. Par conséquent, certains participants ne s'accordent pas (environ 15%) que Disneyland Paris soit l'une des plus grandes attractions de Paris. Cela n'est pas surprenant, car Paris est un symbole de la culture française. De plus, nous avons pu encore remarquer, dans le diagramme ci-dessous d'homme/femme, que les hommes choisissent plus rapidement les chiffres les plus négatifs et positifs, et que les femmes restent toujours plus réservées.



8. Disneyland Paris est un des plus grands atouts touristiques de Paris

## 9. Disneyland Paris favorise le bien-être des habitants de Marne-la-Vallée

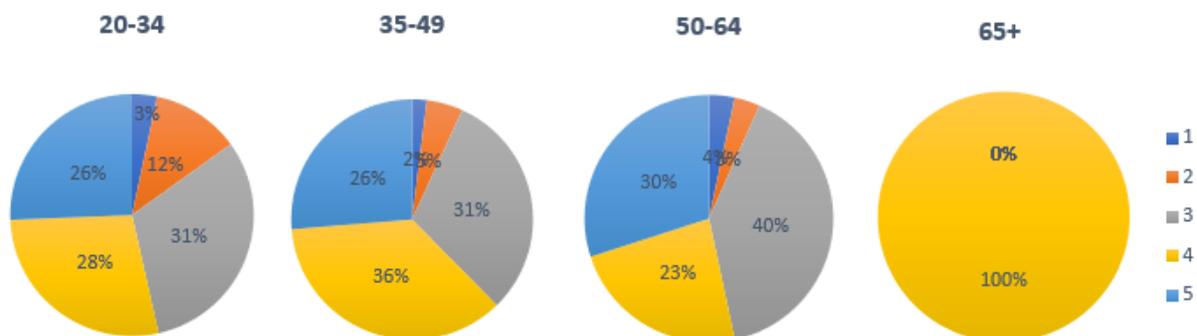
Pendant la construction du parc, il y avait beaucoup de manifestations pour aider les fermiers, qui devaient rendre leur terres de betteraves.<sup>128</sup> Cependant, il n'y a pas eu de désaccord entre les agriculteurs et le management du parc.<sup>129</sup> De plus, l'équipe de management de Disneyland Paris veut également stimuler l'environnement de Marne-la-Vallée en construisant des Villes

<sup>128</sup> GRAFF, James, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 2003 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024911,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024911,00.html), consulté le 23 juin 2019.

<sup>129</sup> Ibid.

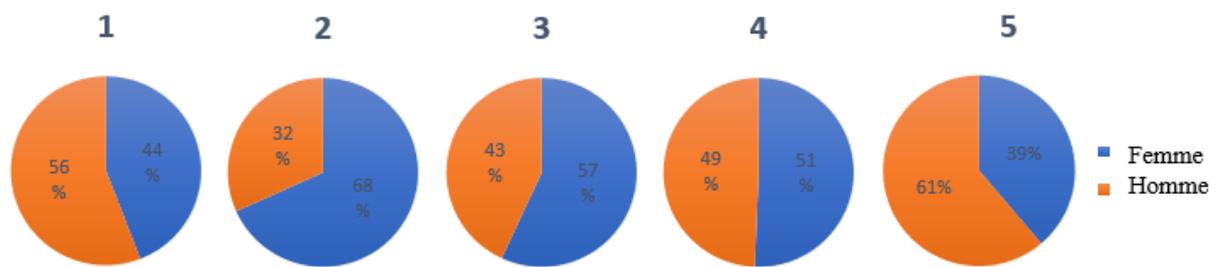
Nouvelles, comme Val d'Europe.<sup>130</sup> Comme nous l'avons vu dans le chapitre deux, Jean-Marie Boyer, directeur de la communication d'EpaMarne, confirme aussi que Disneyland Paris sera un stimulant pour les habitants dans les environs de Marne-la-Vallée : « Disneyland Paris was not just an amusement park, but a large urban development, supported by major improvements in the transport network financed by the French government. »<sup>131</sup>

Comme l'enquête a été remplie par des habitants de toute la France, la thèse est un peu difficile à analyser. L'analyse aurait été plus facile si cette question n'avait été répondue que par des habitants de Marne-la-Vallée pour obtenir une idée précise du bien-être des habitants. Cependant, nous avons vu qu'une grande partie des sondés (plus de 50%) était d'accord avec la thèse neuf. Cet avis positif montre que l'image de Disneyland Paris a changé. Alors que les intellectuels ont d'abord commenté que la construction du parc aurait eu un impact négatif sur les agriculteurs, il existe désormais une image positive : Disneyland Paris essaie d'assurer la prospérité des habitants de Marne-la-Vallée. De plus, malgré le fait que jusqu'à présent, il y avait peu de différence entre les opinions des hommes et femmes dans les autres thèses, nous avons pu voir une différence ici. Le diagramme homme/femme, à la page suivante, montre bien que les femmes (2 : 68%) sont clairement en désaccord avec la thèse, alors que les hommes (5 : 61%) sont d'accord.



<sup>130</sup> EPAMARNE, « Le Val d'Europe, entre attractions et attractivités », *EpaMarne EpaFrance*, <https://www.epamarne-epafrance.fr/projet/le-val-deurope-entre-attractions-et-attractivites/>, consulté le 1 juillet. 2019

<sup>131</sup> Cité d'après : D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », art. cit., p 24.

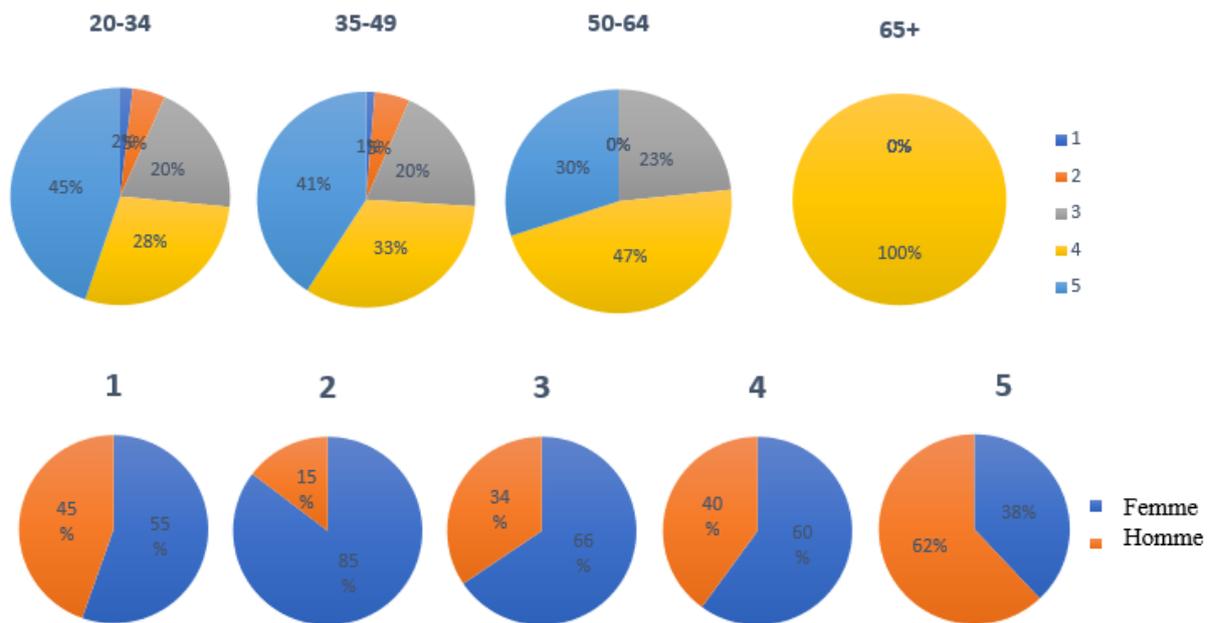


9. Disneyland Paris favorise le bien-être des habitants de Marne-la-Vallée

## 10. Disneyland Paris a des effets positifs sur l'économie française

Dans le cas de Disneyland Paris, ce sont l'identité et la culture française qui jouent le rôle le plus important. Mais au sein d'une entreprise, l'argent est également important. Comme mentionné dans le chapitre deux, la WDC espérait stimuler l'économie de l'est de Paris grâce au tourisme et à la création d'emplois, ainsi que celle des alentours. Avec plus de 14 millions de visiteurs chaque année, Disneyland Paris devait être une source d'argent importante.

En comparaison avec la thèse précédente que Disneyland Paris favorise le bien-être des habitants de Marne-la-Vallée, celle qui suit (Disneyland Paris a des effets positifs sur l'économie française) peut être analysée sans problème, car il s'agit maintenant de l'économie française en général, et pas sur Marne-la-Vallée spécifiquement. Nous avons vu que la majorité des personnes (plus de 70%) était d'accord pour dire que Disneyland Paris est un stimulant pour l'économie française. Nous avons donc pu constater que les sondés ont une attitude positive à l'égard de Disneyland Paris. Cependant, parce que nous n'avons pas recherché des chiffres précis sur l'influence économique du parc, nous ne pouvons pas nous prononcer là-dessus exactement. Pour des recherches ultérieures, il serait intéressant de repérer les chiffres exacts qui montrent qu'il y a en effet un développement économique. Comme pour la thèse 9, il est également frappant de constater que dans les diagrammes homme/femme de la dixième thèse à la page suivante, la majorité des femmes (2 : 85%) ne sont pas d'accord avec la thèse 10 et que la majorité des hommes (5 : 62%) sont d'accord. Nous ne saurions pas expliquer pourquoi les participants féminins pensent que le parc n'a point d'effets positifs sur l'économie française.



10. Disneyland Paris a des effets positifs sur l'économie française

L'enquête a montré que l'attitude des Français à l'égard de Disneyland Paris, en comparaison à celle d'intelligentsia française des années quatre-vingt, s'était considérablement améliorée. Quand on demande explicitement aux sondés de donner leur opinion sur les États-Unis, des traces antiaméricaines apparaissent encore. Cependant, il est clair que l'aversion pour Disneyland Paris, en comparaison avec l'ouverture de 1992, est en train de disparaître. Pour beaucoup de Français, l'idée de Disneyland Paris comme entreprise américaine qui voudrait détruire la culture française disparaît quand ils visitent le parc. Toutefois, les personnes questionnées pensent que le Disney peut accorder plus d'attention à la représentation de la culture française dans le parc. En résumé, le développement du tourisme lié à Disneyland Paris a été accompagné d'un changement de mentalité des français moins antiaméricains qu'auparavant.

## Discussion et conclusion

### Discussion

Lors de l'analyse de notre enquête, nous avons relevé un certain nombre de facteurs qui pourraient être améliorés pour une future étude. Premièrement, il était difficile d'atteindre le groupe des 65 ans et plus, car ce groupe cible n'a souvent ni Facebook ni autre réseau social. Cela peut être résolu, dans une étude ultérieure, en utilisant non seulement une enquête en ligne, mais également en menant des interviews pour atteindre le groupe cible concerné. Deuxièmement, nous avons constaté que notre enquête était principalement distribuée aux fans de Disney par le biais des groupes Facebook dans lesquels notre enquête avait été partagée. Cela a eu peut-être une certaine influence sur les résultats de l'étude, mais la présence d'un certain nombre de groupes généraux l'a nuancé, comme « SV OuiSí », « Nederlanders in Parijs/ Ile de France », et « ESN Avignon ERASMUS 2017-2018 ». Cependant, les réponses à l'enquête n'indiquent pas par quel réseau social ou par quel groupe Facebook le participant a répondu à l'enquête. C'est pourquoi il est préférable d'ajouter une question de contrôle la prochaine fois pour s'assurer que non seulement les fans de Disney ont répondu au sondage, afin d'obtenir une image plus variée des réponses. Troisièmement, il sera peut-être mieux d'adapter l'échelle des thèses. Dans notre recherche, les participants ont la possibilité de rester neutres en choisissant le chiffre 3. En ajustant l'échelle de 1 à 4, il ne reste que les côtés positif et négatif, ce qui oblige les participants à choisir un seul côté. De cette manière, il est possible d'obtenir une image encore meilleure des différents avis sous les participants. Enfin, nous avons découvert qu'il y avait peu de différence entre les opinions des groupes d'âge et entre les opinions des hommes et des femmes. A notre avis, ces distinctions ne sont donc pas très importantes pour des recherches à venir.

Pour une étude ultérieure, il serait intéressant de catégoriser les réponses dans les opinions « environs Ile-de-France » et « en dehors de l'Ile-de-France ». On peut rechercher s'il existe une différence d'opinion entre les résidents locaux autour de Disneyland Paris et la population française en dehors de cet environnement. De cette manière, il peut être possible de déterminer si Disneyland Paris a un effet négatif ou positif sur l'opinion des résidents locaux. De plus, comme nous l'avons déjà vu dans le chapitre trois, il est intéressant de rechercher si l'avis des intellectuels contre le parc prévaut encore dans ce groupe, cette en utilisant les informations sur le niveau d'éducation et la profession/occupation actuelle. Enfin, il pourrait être intéressant d'étudier si l'attitude des Français à l'égard de Walt Disney World (États-Unis) diffère de celle

à l'égard de Disneyland Paris. L'attitude des Français serait-elle encore plus positive car le parc est en dehors de la France ? Ou est-ce que l'attitude des Français devient plus négatif parce que le parc se trouve aux États-Unis ?

## **Conclusion**

Dans ce mémoire, nous avons tenté de répondre à la question : dans quelle mesure l'attitude envers Disneyland Paris chez les Français d'aujourd'hui correspond-elle à celle d'intelligentsia des années quatre-vingt ? Pour répondre à cette problématique, nous avons fait des recherches dans la littérature existante sur l'antiaméricanisme français et la création de Disneyland Paris. De plus, nous avons distribué une enquête en ligne pour étudier l'attitude actuelle des Français à l'égard du parc.

Dans le premier chapitre, nous avons vu que l'antiaméricanisme français est né dans la seconde moitié du XVIIIe siècle pendant la Querelle du Nouveau Monde. Au fil des années, le débat antiaméricain devient de plus en plus intéressant en raison de la Guerre de Sécession, de la statue de la liberté, et de l'introduction du passeport bilingue. Il est apparu clairement que l'antiaméricanisme français se composait de trois topoï : historique, racial et culturel. Ce troisième topos a joué le rôle le plus important dans nos recherches. Le topos culturel parle de la protection de la *francité*, le fait d'être français. C'était surtout l'intelligentsia française qui essayait de défendre cette identité française de l'architecture, la littérature, la gastronomie, la langue, etc.

Dans le deuxième chapitre, nous avons pu constater que la création de Disneyland Paris n'était pas sans problèmes. Lors de la Convention de 1987, il a été annoncé qu'une entreprise américaine, la Walt Disney Company, allait s'implanter dans la région parisienne. Cet événement a renforcé encore une fois le débat antiaméricain avec les intellectuels français et le topos culturel qui occupent le devant de la scène. Le parc était considéré comme un danger pour la culture française car les intellectuels pensaient qu'il ne tiendrait pas suffisamment compte de la culture française en matière de gastronomie, de langue, d'attractions, de magasins, etc. L'expression qui a laissé la plus grande impression dans la presse de l'époque vient d'Ariane Mnouchkine, qui a nommé le parc un « Tchernobyl culturel ». Cependant, il y a aussi des intellectuels comme Revel qui ont tenté de nuancer la haine à l'égard de Disneyland Paris.

Dans le troisième chapitre, nous avons analysé les réponses du sondage en ligne. Nos prévisions étaient que l'attitude des Français envers Disneyland Paris aurait changée de manière positive, ce qui montre bien que l'attitude d'aujourd'hui des Français ne correspond pas à celle d'intelligentsia française des années quatre-vingt. Disneyland Paris n'est plus un tabou et fait de plus en plus partie de la société française. Cependant, nous avons remarqué que le topos culturel est toujours un point sensible parmi la population française. Huit questions sur dix ont reçu une réponse positive. Mais le fait que Disneyland Paris soit considéré comme faisant partie de la culture française reste un point sensible. D'une part, les Français sont fiers que la WDC ait choisi la France pour Disneyland Paris. D'autre part pourtant, ils ne considèrent pas le parc comme faisant partie intégrante de la culture française. Le parc doit accorder plus de place à la représentation française pour changer cette image, avec la mise en place de plus d'attractions d'origine française et plus de nourriture française.

## Bibliographie

- 🐭 Agence France Presse, « La majorité des visiteurs viennent des pays voisins (encadre) », *Agence France Presse*, le 3 novembre 1994.
- 🐭 BAKEROOT, Willy, « Des Mythes devenus objets », *Projet*, 1992, p 84-92.
- 🐭 BAUDELAIRE, *Fusées (I)*, 1867.
- 🐭 Bloomer, A., Wray, A., « Questionnaires, interviews, and focus groups », *Projects in Linguistics and Language Studies*, Routledge, 2012, p 164-178.
- 🐭 BOURGET, Paul, *Outre-mer : Notes sur l'Amérique*, 1895, p 12.
- 🐭 BRUCKNER, Pascal, « L'antiaméricanisme, c'est le progressisme des cons », *Le Figaro*, propos recueillis par Joseph Macé-Scaron et Alexis Lacroix.
- 🐭 BUFFON, *Dégénération des animaux*, 1766, p 240.
- 🐭 CHATEAUBRIAND, François-René de, *Mémoires d'outre-tombe*, livre 8, 1849-1850, p 582.
- 🐭 CORDONNIER, Amélie, « Comment Disneyland Paris s'est réconcilié avec le public français ? », *Capital*, <https://www.capital.fr/entreprises-marches/comment-disneyland-paris-s-est-reconcilie-avec-le-public-francais-533052>, consulté le 1 juillet 2019.
- 🐭 CUE, Eduardo, « Magic Kingdom or 'Cultural Chernobyl' », *Baltimore Sun*, [www.articles.baltimoresun.com/1992-04-19/news/1992119978\\_1\\_mickey-mouse-cultural-chernobyl-amusement](http://www.articles.baltimoresun.com/1992-04-19/news/1992119978_1_mickey-mouse-cultural-chernobyl-amusement), consulté le 22 juin 2019.
- 🐭 D'HAUTESERRE, Anne-Marie, « Disneyland Paris: A Permanent Economic Growth Pole in the Francilian Landscape », *Progress in tourism and hospitality research*, v3, 1997.
- 🐭 DE PAUW, Cornelis, *Défense des Recherches philosophiques sur les Américains*, 1772, p 320.
- 🐭 DE PAUW, Cornelis, *Recherches philosophiques sur les Américains*, 1768.
- 🐭 EPAMARNE, « Le Val d'Europe, entre attractions et attractivités », *EpaMarne EpaFrance*, <https://www.epamarne-epafrance.fr/projet/le-val-deurope-entre-attractions-et-attractivites/>, consulté le 1 juillet 2019.
- 🐭 FREY, Hugo, *Nationalism and the Cinema in France: Political Mythologies and Film Events, 1945-1995*, Berghahn Books, 2016, p.36.
- 🐭 FUMAROLI, Marc, *Le Nouvel Observateur*, 1992, p 42.
- 🐭 GAILLARDET, Frédéric, *L'Aristocratie en Amérique*, 1883, p 233.

- 
 Gouvernement.fr, « Tocqueville publie « De la démocratie en Amérique » », *Gouvernement.fr*, <https://www.gouvernement.fr/partage/9911-tocqueville-publie-de-la-democratie-en-amerique>, consulté le 23 avril 2019.
- 
 GRAFF, James, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 2003 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024911,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024911,00.html), consulté le 23 juin 2019.
- 
 GRATIEN, Eve, « Disneyland Paris : toujours plus cher, toujours moins bien », *L'Obs*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/322230-disneyland-paris-toujours-plus-cher-toujours-moins-bien.html>, consulté le 23 juin 2019.
- 
 HURET, Jules, *En Amérique, De New-York à la Nouvelle-Orléans (I)*, 1904, p 135.
- 
 HURET, Jules, *L'Amérique moderne*, Pierre Lafitte & cie., 1911, p 154.
- 
 HUYSMANS, Joris-Karl, *A Vau-l'eau*, 1882, p 79.
- 
 JEFFERSON, Thomas, *Notes on the State of Virginia*, London, Penguin Classics, rédigé en ajoutant une introduction et notes par Frank Shuffelton, 1999, p 68.
- 
 JOHANET, Edmond, *Autour du monde millionnaire américain*, 1898, p 71.
- 
 KUISEL, Richard, *Seducing the French: the dilemma of Americanization*, California, California University Press, 1993.
- 
 MARX, Karl, *Le Capital (I)*, 1868, p 5.
- 
 MAUROUIS, *En Amérique*, Paris, Flammarion, 1933, p 70-71.
- 
 MNOUCHKINE, Ariane, « Europe: Then and Now. A trip through time: Disneyland Resort Paris, France: 1992 », *Time*, [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035\\_2024499\\_2024904,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2024035_2024499_2024904,00.html), consulté le 23 juin 2019.
- 
 NOEL, Octave, *Le Péril américain*, Paris, 1899, p 34.
- 
 PR Newswire, « French Government, Disney Co. Sign Agreement », *PR Newswire*, le 24 mars 1987.
- 
 RAYNAL, G.T., *Histoire philosophique et politique des établissements et du commerce des Européens dans les Deux Indes*, Genève, 1781, p 133.
- 
 REVEL, Jean-François, *L'obsession anti-américaine : Son fonctionnement, ses causes, ses inconséquences*, 2002, p 218.
- 
 REYNAERT, François, *Le Nouvel Observateur*, 1992, p 43.
- 
 RIDING, Alan, « Only the French Elite Scorn Mickey's Debut », *The New York Times*, 1992.

- 🐭 ROGER, Philippe, *L'Ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme*, Points Essais, 2002.
- 🐭 ROUSIERS, Paul de, *La Vie Américaine*, Pairs, Firmin-Didot, 1892, p 528.
- 🐭 ROUSIERS, Paul de, *Les Industries monopolisées (trusts) aux États-Unis*, Paris, 1898, p. vi.
- 🐭 SMEETS, Marc, « Petite histoire de l'antiaméricanisme : en marge du livre de Philippe Roger », *Contemporary French Civilization*, v 29, n 2, University of Illinois, 2005.
- 🐭 STENDHAL, *Lucien Leuwen*, 1834, p 822-823.
- 🐭 The Associated Press, « Suburb of Paris to Be Site of Fourth Theme Park », *The Associated Press*, le 18 décembre 1985.
- 🐭 TOCQUEVILLE de, Alexis, *De la démocratie en Amérique*, 1835, p 616.
- 🐭 VALERY, Paul, *Regards sur le monde actuel (II)*, 1938, p 914-915.

## **Annexe.**

### **1. Le sondage**

Cher visiteur,

Voulez-vous bien avoir la gentillesse de remplir un court questionnaire? Si vous êtes né(e) avant 1998 et si vous résidez en France, vous êtes la personne à même de m'aider avec mon mémoire sur Disneyland Paris ! Le questionnaire consiste en quelques questions et échelles de valeurs, et prendra environ 10 minutes. Toute information sera traitée de manière strictement confidentielle.

Pour vous remercier de votre coopération, cinq participants seront tirés au sort pour gagner une friandise hollandaise !

Des saluts magiques !

1. Quel est votre âge ?
  - a. 20-34
  - b. 35-49
  - c. 50-64
  - d. Plus de 65 ans
2. Quel est votre sexe ?
  - a. Homme
  - b. Femme
3. Quelle est votre nationalité ?
4. Dans quel département habitez-vous ?
5. Quel est le diplôme le plus élevé que vous avez obtenu ?
6. Quelle est votre profession/occupation actuelle ?
7. Est-ce que vous avez déjà visité Disneyland Paris ?
  - a. Jamais
  - b. Une seule fois
  - c. 2-5 fois
  - d. Plus de 5 fois
8. Si vous avez déjà visité Disneyland Paris, indiquez comment était votre expérience. (1 : très mauvaise – 5 : très bonne → Commentez votre réponse)

9. Si vous n'avez pas visité Disneyland Paris, indiquez-nous pourquoi.
10. Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez à la France ?
11. Quels sont les premiers mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez aux États-Unis ?

Echelles de valeur (1 : pas du tout d'accord – 5 : très d'accord)

La France était un choix logique pour Disney en raison de sa situation géographique

La France était un choix logique pour Disney en raison du contexte culturel

Disneyland Paris est un symbole de culture française.

Disneyland Paris est un phénomène européen par excellence

Disneyland Paris est une entreprise typiquement américaine.

Le français doit être la langue principale de Disneyland Paris.

Disneyland Paris met en valeur la culture française à travers ses attractions.

Disneyland Paris est un des plus grands atouts touristiques de Paris.

Disneyland Paris favorise le bien-être des habitants de Marne-la-Vallée.

Disneyland Paris a des effets positifs sur l'économie française.

12. Avez-vous des remarques supplémentaires sur Disneyland Paris ?