

Pour une définition européenne du tourisme culturel

ÉLISABETH DUMONT
JACQUES TELLER
(elisabeth.dumont@ulg.ac.be)
(jacques.teller@ulg.ac.be)
UNIVERSITÉ DE LIÈGE

CLAUDE ORIGET DU CLUZEAU
Ingénieur conseil
COC Conseil
(c.o.c@wanadoo.fr)

L'absence de définition partagée du tourisme culturel est un handicap à la mise en œuvre de politiques coordonnées de développement. Face l'impossibilité d'établir une telle définition, les auteurs proposent quatre grands principes de mise en œuvre d'une politique de tourisme culturel.

Le tourisme culturel en Europe se situe à la croisée d'un processus de globalisation de la culture et d'un processus de fragmentation de cette même culture, avec un renforcement des identités locales. Les pays européens jouissent d'une situation privilégiée puisque, compte tenu de leur poids dans le tourisme international, ils peuvent faire face plus facilement aux impacts négatifs du tourisme sur la culture, sur la vie sociale ou sur l'environnement.

Cet article commencera par évoquer le tourisme culturel, son historique, ses enjeux et ses impacts, les outils existant en Europe pour

les mesurer ou les gérer, ainsi que la difficulté de définir cette forme de tourisme. Il proposera ensuite une série de critères dans le but d'échapper à la tyrannie des définitions et de promouvoir la pérennité.

Bien qu'il ait souvent été sous-estimé, le tourisme est un élément central de notre civilisation et, depuis une vingtaine d'années, il laisse une trace importante sur l'économie et les réseaux socio-culturels de nos régions. De plus en plus de territoires européens font maintenant une promotion active de leur tourisme, qu'ils perçoivent comme un moyen de sor-

tir d'une crise post-industrielle.

Le tourisme apparaît comme un secteur économique important et se profile comme l'une des industries clés du XXI^e siècle. 5 % des dépenses des consommateurs au sein de l'Union européenne sont liées au tourisme, ainsi que 5 % des emplois⁽¹⁾. L'Organisation mondiale du tourisme estime que le nombre d'arrivées internationales en Europe doublerait d'ici à l'an 2020 (par rapport à 2000), pour atteindre les 720 millions⁽²⁾.

Dans ce contexte, le tourisme culturel devient de plus en plus populaire. C'est d'ailleurs le type de tourisme qui a les meilleures

chances de croissance. La visite du patrimoine a longtemps été une des motivations traditionnelles du tourisme et cela fait bien longtemps que les destinations européennes sont appréciées pour la richesse et la diversité de leur patrimoine culturel. Mais les bâtiments et espaces patrimoniaux ne suffisent plus pour attirer les touristes et les faire revenir. Les dimensions humaines et vivantes, la culture d'une région ou d'une ville jouent de plus en plus un rôle crucial dans l'attractivité d'une destination.

Différents facteurs peuvent expliquer cette croissance du tourisme culturel. Tout d'abord, à partir des années 1970, un concept de démocratisation et de diffusion de la culture est né⁽³⁾, qui a donné lieu à une remise en cause et à un élargissement du concept de culture. L'apparition de compagnies aériennes à petits prix, de vacances plus longues et plus variées⁽⁴⁾, d'évolutions dans les schémas de développement touristique et de facteurs démographiques, comme le vieillissement de la population, ont également joué un rôle non négligeable.

Cette évolution s'inscrit dans un contexte général de préoccupation pour le monde qui nous entoure et de recherche de modes de vie durables. Très souvent, le tourisme culturel apparaît comme une solution à la croissance des territoires et comme un facteur de développement, puisque les nouvelles activités culturelles et de loisirs sont censées servir touristes et population locale dans leur recherche d'une vie sociale "plus riche et plus dense"⁽⁵⁾.

Néanmoins, le tourisme culturel n'est pas sans impacts, positifs et négatifs, sur son milieu, qu'ils soient sociaux, économiques, culturels ou environnementaux.

Cet article, et la prise de position qu'il défend, résultent principalement du travail réalisé dans le cadre de la tâche I.1. (élaboration d'une matrice multidimensionnelle des impacts) du projet Picture *Pro-active management of the Impact of Cultural Tourism upon Urban Resources and Economies* (gestion proactive des impacts du tourisme culturel sur les ressources urbaines et les économies).

Le projet Picture est financé par le sixième programme cadre de la Commission européenne, sous le thème "soutien stratégique et anticipation des besoins scientifiques et technologiques", priorité n° 3 "sous-tendre la cohésion et le potentiel économique d'une union européenne plus large et plus intégrée", point 3.6. "la protection du patrimoine culturel et stratégies de conservation associées" (contrat du projet n° SSPI-CT-2003-502491). Les différents travaux auxquels il a donné lieu, et qui se poursuivront jusqu'en janvier 2007, sont disponibles sur le site www.picture-project.com (rubrique Deliverables).

Un développement excessif du tourisme pourrait conduire à une transformation des territoires en zones monofonctionnelles, ce qui menacerait la préservation à long terme de leur patrimoine et pourrait remettre en cause leur authenticité. Choisir le tourisme comme unique activité économique peut vouloir dire jouer avec le feu, puisque des hauts et bas imprévisibles caractérisent ce marché. Il est généralement admis que l'industrie touristique ne suffit pas pour remplacer tous les emplois perdus dans les activités de production. La construction de nouvelles infrastructures peut avoir des effets pervers sur les paysages, mais aussi conduire à une augmentation des prix, que ce soit ceux de l'immobilier ou de la vie en général. Cela peut conduire à l'exclusion de certains habitants de leur quartier ou de leur village (*gentrification*), mais aussi les faire passer à côté des revenus du tourisme.

Le tourisme ne s'apparente pas simplement à une activité où l'on se borne à voir et à visiter ce qui

peut être vu. C'est une activité planifiée, structurée par des désirs bien spécifiques et construite par les autorités et les tour-opérateurs. Ces désirs et décisions modèlent nos activités quotidiennes et la perception de nos communautés⁽⁶⁾.

Beaucoup de programmes volontaires et de *guidance* ont été proposés pour améliorer la gestion du tourisme. On peut citer, par exemple, les labels écologiques européens, les Agendas 21 locaux, les conseils ou les propositions de gestion intégrée de qualité du tourisme par l'OMT. Ces outils de développement durable apportent une contribution non négligeable à la défense des identités locales et favorisent la diminution d'impacts négatifs, tout en permettant une identification plus poussée d'un lieu donné.

À ce niveau, les pays et destinations d'Europe jouissent d'une position privilégiée, puisqu'ils peuvent mieux résister aux aspects négatifs du tourisme, que ces aspects touchent la culture ou l'environnement. Cependant, aucun de ces

outils n'est obligatoire ou contraignant alors que, d'un côté, les impacts sur le patrimoine culturel s'avèrent souvent irréversibles et que, de l'autre, les autorités locales ont souvent tendance à sous-estimer les impacts du tourisme et à se focaliser sur les bénéfices à court terme.

Ainsi, par exemple, une enquête envoyée à 250 villes de petite ou moyenne taille et des entretiens directs (25) réalisés dans le contexte de la tâche 1.1. du projet Picture (cf. encadré) montrent que le tourisme jouit d'une image terriblement positive et attirante dans ces villes en Europe. Il est cependant remarquable de constater que, plus une destination devient mature en termes de tourisme, plus l'image positive devient nuancée. Dans cette étude, seulement un cinquième des villes en développement ont nuancé leur réponse, alors que plus de la moitié des villes matures ont mis un bémol à leur optimisme.

Étant donné son côté transversal, le tourisme influence, et est influencé, par les transports, l'emploi, l'environnement, l'urbanisme ou les politiques culturelles. Le tourisme culturel tombe sous la coupe de différentes politiques européennes, comme les fonds structurels et la politique régionale, les stratégies relatives aux entreprises, à l'environnement ou à la culture.

Bien que différentes tendances et pressions nécessiteraient parfois une prise de décision rapide, le poids du principe de subsidiarité empêche actuellement l'adoption d'une stratégie et de principes communs qui régiraient le secteur touristique au niveau européen. Et ce d'autant que le secteur se compose principalement de petits entrepreneurs ou commerçants locaux. Cette fragmentation permet difficilement d'atteindre une forte représentation qui

pourrait influencer les prises de décision (par du *lobbying*, par exemple). De plus, pour le tourisme culturel, un autre facteur joue un rôle dans cette difficulté de développer des politiques à niveau européen : la variété des définitions d'un concept composé de notions aussi complexes que le tourisme et la culture.

LES DÉFINITIONS DU TOURISME CULTUREL

En effet, les définitions du tourisme culturel abondent. Certaines mettent l'accent sur l'offre, d'autres sur la demande. Certaines refusent de catégoriser ou imposent beaucoup de restrictions (au risque de devenir trop longues et inutilisables), alors que d'autres se montrent si spécifiques qu'elles laissent de côté beaucoup de facettes du tourisme culturel. Les deux définitions qui suivent illustrent bien ces tensions entre le besoin de catégoriser et celui de ne pas exclure.

La première provient d'Atlas, groupe de recherche spécialisé dans le tourisme culturel. Elle présente le tourisme culturel comme "*le mouvement de personnes vers des attractions culturelles, loin de leur lieu de résidence, avec l'intention de rassembler de nouvelles informations ou expériences pour satisfaire leurs besoins culturels*⁽⁷⁾."

Cette définition essaie clairement d'identifier le tourisme culturel afin de pouvoir facilement l'isoler au sein du marché plus large du tourisme. Pour ce faire, elle applique notamment la distinction traditionnelle entre touristes et résidents.

Icomos prend une autre approche et définit le tourisme culturel comme : "*essentiellement cette forme de tourisme qui se concentre sur la culture, et sur l'environnement culturel, y compris les paysages de destination, les us et cou-*

tumes, les valeurs, le patrimoine, les arts visuels et du spectacle, les industries, les formes de loisirs de la communauté hôte ou du lieu de destination. Cela peut signifier une participation à un événement culturel, des visites de musées ou de lieux patrimoniaux, ou encore une interaction avec la population locale. Le tourisme culturel ne doit pas être considéré comme une niche bien définie dans l'éventail assez large des activités touristiques, mais il comprend toutes les activités absorbées par les visiteurs d'un lieu se trouvant en dehors de leur environnement de vie habituel⁽⁸⁾."

Cette dernière définition place la culture au centre de l'expérience touristique et laisse plus de place pour des événements non planifiés. Elle tend aussi à inclure autant d'aspects que possible, ne donnant pas de notion de temps ou d'espace, et insistant sur le fait que le tourisme culturel ne peut être réduit à une sous-section du tourisme en général. En ce sens, elle met en avant la difficulté de faire une différence entre les touristes culturels spécifiques ou accidentels.

Le choix par telle ou telle personne d'une définition du tourisme culturel dépend de différents facteurs, comme le but de la définition (compréhension du concept, limitation des éléments à inclure dans le terme, production de statistiques...), le parcours (origine, études...) et le poste (professionnel du tourisme ou conservateur de patrimoine) ou le but (par exemple, tirer un profit financier du patrimoine ou le protéger) des personnes produisant la définition. Choisir une définition s'apparente par conséquent à un acte politique et les chances d'en produire une commune permettant de travailler dans tous les cas de figure semblent minimes.

Cela étant, face à la croissance rapide du tourisme culturel et aux défis corollaires, un appel pour une définition claire qui permettrait des politiques efficaces de tourisme culturel au niveau local et global se fait entendre. Nous nous trouvons devant le paradoxe d'un concept quasi impossible à définir et le besoin d'obtenir une définition afin de mettre en œuvre une stratégie d'action efficace.

Du fait de cette difficulté à définir le tourisme culturel, certains suggèrent d'expliquer ce qu'il n'est pas plutôt que ce qu'il est. Il est alors opposé au tourisme d'affaires, au tourisme de masse ou au tourisme de soleil et de plage. Cette solution ne permet malheureusement pas de traiter les formes mixtes de tourisme.

Plutôt que d'essayer de proposer une définition à tout prix, nous suggérons de rechercher des critères permettant d'évaluer le tourisme culturel. Les autorités locales et les professionnels veulent associer le tourisme culturel à un tourisme durable, ou encore à un tourisme de qualité ou responsable. La relation entre le tourisme culturel et le tourisme durable est souvent espérée, déclarée, mise en avant ou remise en question... Mais elle est bel et bien présente dans la plupart des discours. Beaucoup suggèrent que le tourisme culturel devrait permettre une optimisation des impacts positifs, permettant une répartition plus égalitaire de ses bénéfices parmi les acteurs concernés, améliorant la qualité de vie et ne mettant pas en danger les besoins des générations futures.

Ce qui importe donc, ce n'est pas tant de fournir une définition du tourisme culturel, mais de proposer des critères permettant de juger de sa pérennité. Cela permettrait de le juger plus objective-

ment, dans la définition ou la mise en œuvre de stratégies, en échappant autant que possible à des jeux politiques ou de pouvoir.

Pour être culturel, le tourisme doit se concentrer sur les découvertes culturelles, quelles que soient leurs catégories, relatives à tous les sens du terme culture (culture académique ou culture populaire), et qu'elles se déroulent de façon spontanée ou planifiée. De plus, pour pouvoir répondre aux attentes de tourisme durable, responsable et de qualité, le tourisme culturel doit répondre aux critères suivants

1. Principe de participation, implication de la population locale.

Participation signifie participation démocratique des citoyens à la réflexion, à la formulation, à l'exercice et à l'évaluation des stratégies et actions du tourisme culturel. Cela signifie développer des méthodologies et des mécanismes pour donner un minimum de pouvoir aux populations locales et aux minorités, ainsi que pour favoriser l'ouverture et la transparence de la part des acteurs privés ou des autorités.

2. Principe de précaution, respect de la diversité culturelle.

Le tourisme culturel doit contribuer à la conservation et au développement du patrimoine qui en est la source. Par conséquent, toutes les sections de la population et les différentes formes de patrimoine devraient être traitées de la même façon dans les politiques. Des efforts spécifiques doivent être faits pour impliquer les groupes les plus faibles, afin de leur permettre de décider de leur propre sort et d'avoir leur mot à dire sur la création, le contrôle et la diffusion de leur propre culture. Cela a à voir avec l'authenticité face aux échanges culturels et à l'évolution constante de la culture.

3. Principe de durabilité, promotion d'une approche pro-active pour faire face aux défis à long terme.

Le tourisme culturel doit répondre aux besoins de tous les citoyens, pris dans leur diversité, sans mettre en danger la possibilité que les générations futures aient les moyens de répondre à leurs besoins. Cela pourrait être réalisé par une formalisation des stratégies touristiques et des procédures d'évaluation d'impacts qui pourraient lier un accord de subside ou de financement d'un développement touristique à une approche préventive des impacts négatifs du tourisme et à une maximisation des impacts positifs.

4. Principe d'intégration, respect des différents piliers du développement durable.

Le tourisme culturel doit se montrer économiquement viable, socialement équitable et respectueux de l'environnement, dans le but général de conduire à une meilleure qualité de vie. ■

(1) COMMISSION EUROPÉENNE, *Une Approche coopérative pour l'avenir du tourisme européen*, COM 665, 2001.

(2) OMT, *Tourisme Horizon 2020. Nouvelles prévisions de l'OMT* (Résumé exécutif), février 1999, 48 pages.

(3) Rachid AMIROU, *Imaginaire du touriste culturel*, Presses universitaires de France, 2000.

(4) Georges CAZES et Françoise POTIER (directeurs), *Le Tourisme et la ville. Expériences européennes*, Anthropos, 1998.

(5) Gregory J. ASHWORTH, "Conservation of the built environment in the Netherlands", in Phelps, Ashworth et Johansson (directeurs), *The Construction of built Heritage: a north European Perspective on Policies, Practices and Outcomes*, Ashgate, 2001.

(6) Cf. DUMONT, RUELLE, TELLER, *Deliverable 3 du projet Picture : "Multi-dimensional matrix of impacts"*, sur <http://www.picture-project.com/rubrique/Deliverables>.

(7) G. RICHARDS, C. BONINCK, "European Cultural Tourism Markets", *Journal of Vacation Marketing*, vol. 1, n° 2, 1995.

(8) ICOMOS, *International Tourism Charter*, 2002.