

**8èmes rencontres européennes et internationales "Patrimoine et
tourisme"
Paris, 4 Juillet 2013**

LA MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE

Tout d'abord qu'entend-on par Patrimoine ?

C'est une notion en expansion ; en effet, on est passé progressivement d'une vision iconique du monument, telle qu'elle a présidé aux règles de protection établies au XIXème et au début du XXème siècle, et que l'on retrouve dans les inscriptions sur la liste du patrimoine mondial, à une vision plus globale et intégrée du patrimoine.

Bien évidemment, est tout d'abord concerné le patrimoine tangible : œuvres d'art, architecture, monuments historiques, musées, ensembles urbains, notion qui s'est étendue aux centres urbains, villes historiques, qui comprennent aussi bien des monuments insignes du passé, du présent, qu'une architecture quotidienne, ancienne ou contemporaine, mais qui participe à l'histoire, l'harmonie et la fonctionnalité de la cité.

Cela inclut également les paysages culturels, action combiné de l'homme et de la nature au cours des siècles, avec le bâti vernaculaire et son environnement naturel ou rural, quant aux paysages vraiment naturels, dans un pays aussi anthropisé que le nôtre, ils sont rarissimes, où alors concernent essentiellement de vastes panoramas de montagnes, de forêt ou de littoral... Au demeurant, en ce qui concerne le patrimoine purement naturel, on est, là aussi, passé d'une notion thématique : la faune, la flore, à une approche systémique et holistique : les habitats, les écosystèmes.

Enfin, le patrimoine matériel est indissociable du patrimoine immatériel, à savoir : l'histoire, les arts, les savoir-faire et les modes de vie des habitants, qui ont constitué ce patrimoine et participent à sa compréhension, son entretien, sa survie et sa transmission...

Le tourisme a très certainement joué un rôle non négligeable dans l'évolution du concept : rares sont les visiteurs français ou étrangers qui ne s'intéressent qu'à une thématique précise, ils recherchent surtout le plaisir de la découverte et du dépaysement et passent volontiers, selon l'humeur et le temps qu'il fait ou dont ils disposent, d'une visite de musée à une promenade en centre ancien, en forêt ou en bord de mer, tout en voulant s'imprégner des modes de vie, goûter aux spécialités locales et ramener des souvenirs de l'artisanat, mais aussi voir les danses, les costumes, écouter la musique ou les anciennes légendes... En un mot, essayer de comprendre l'esprit du lieu et la culture de l'autre. Car le patrimoine, aujourd'hui est compris pour ce qu'il est : au-delà du souvenir du passé, un continuum géographique et humain, un lieu de vie, un patrimoine vivant et évolutif... Nous assistons donc à une patrimonialisation croissante, où tout et chacun peut devenir patrimoine...
Le patrimoine, c'est votre lieu de vie, de loisir, c'est vous, c'est moi...

Et par tourisme ?

Les Pouvoirs publics ont mis du temps à réaliser que la France était le premier pays touristique du monde, avec 81 millions de visiteurs étrangers, sans compter le tourisme intérieur (plus du double), en constante augmentation, contre 57 aux Etats Unis et 56 en Chine, la partie du Monde la plus visitée étant l'Europe, mais aussi que le tourisme représentait l'une des richesses les plus importantes de ce pays, représentant, en 2012, 7% du PNB. Il est donc économiquement essentiel de mettre en place une véritable politique touristique qualitative.

On entend communément par tourisme, au sens de l'OMT tout voyageur qui séjourne plus de 48h en dehors de chez lui. On devrait en fait parler non du tourisme, mais des tourisms. Qu'y a-t-il de commun entre les congressistes, les bronzés qui encombrant les plages, les skieurs, les masses déferlantes sortant des autocars ou occupant les files voitures, les consommateurs effrénés, les randonneurs ou les promeneurs solitaires ? Ce sont aussi des tranches d'âge, avec des attentes, des moyens physiques et économiques différents : des jeunes, des vieux, des familles, des célibataires, des groupes, des handicapés, des gens pressés ou qui ont du temps...

Cependant, là encore, les choses ne sont pas si simples : le congressistes aura des temps de loisirs qu'il voudra occuper autrement, le plagiste fuira les intempéries, en se réfugiant dans un musée, certains fuiront la foule, s'évaderont du groupe, d'autres la rechercheront, et tous séjourneront, se reposeront, contempleront, mangeront, dégusteront, achèteront, rêveront... Le touriste, à un moment ou à un autre, c'est vous, c'est moi.

Or, le fonds de commerce de ce tourisme, c'est essentiellement la **qualité** de l'architecture, des paysages, du mode de vie et des produits. Que celle-ci disparaisse, et le tourisme périlitera...

Les retombées économiques du Patrimoine

Le patrimoine commence à être considéré par divers responsables politiques et acteurs économiques comme un capital à préserver et faire fructifier. Différentes Régions (PACA, la première, Languedoc Roussillon, des villes (Arles, Albi), des Grands Sites de France culturels ou naturels (Pont du Gard, Ste Victoire or Puy Mary), ont commandités des études sur le sujet afin de mieux apprécier cet impact, suivis par les Ministères de la Culture et de l'Environnement. Ce n'est pas notre propos aujourd'hui, mais il faut savoir que les résultats, bien que différents les uns des autres en fonction de la notoriété ou de l'enclavement, tendent toujours vers le même résultat : l'impact économique global (emplois directs, indirects et induits, et produits de la fiscalité directe et indirecte) est sans commune mesure avec l'investissement public d'entretien, de mise en valeur et de gestion. L'étude publiée en 2008 par le Ministère de la Culture conclue que pour une dépense annuelle de l'Etat et des collectivités territoriales de **700 millions d'euros**, l'impact global est de **21 milliards €**, soit un ratio de **1 à 30**...

Le même ratio se retrouve en PACA, un peu plus faible en Languedoc Roussillon, (de 1 à 19, mais sans inclure les effets induits) tandis que 32% des revenus d'une ville comme Arles proviennent de la valorisation de son patrimoine... On peut véritablement parler ici d'une industrie culturelle.

De nombreuses autres études ont été réalisées ou sont en cours, en France et à travers le monde, portant tant sur la méthodologie et les indicateurs, que sur l'appréciation de la valeur, non seulement financière mais aussi économique, culturelle, sociale et écologique.

Certaines d'entre elles ont été présentées lors du Symposium de l'Assemblée Générale d'ICOMOS, à Paris, en Novembre 2012.

Une étude conduite par RGSF montre notamment à quel point l'internalisation plus ou moins poussée des coûts externes peut changer la donne : c'est ainsi que l'appréciation de la forêt, qui fait partie du site de Sainte Victoire, mais n'en est pas le principal attribut, peut aller de 63.4 milliards d'euros (valeur foncière d'un site inconstructible), à 192 MM (analyse multi-critère), jusqu'à 484 MM en intégrant à sa valeur écologique et sociale (puits de carbone, et divers services, tels que : biodiversité, lutte contre l'érosion, randonnée, chasse...), sans compter la plus-value foncière créée aux alentours.

Parmi les différentes catégories de patrimoine, le label Patrimoine mondial est de plus en plus recherché et de nombreux sites ou villes, qui bien qu'intéressants n'ont pas de valeur universelle exceptionnelle, cherchent par tous les moyens à se faire inscrire sur la liste...Or, les autres pays de la planète considèrent que nous sommes déjà « sur-représentés » et qu'il est temps de faire une pause...

Néanmoins, les nouveaux biens inscrits au patrimoine mondial constituent un laboratoire intéressant, car ils sont tenus, dans leur plan de gestion, de mettre en place des indicateurs, et d'établir un point zéro de la situation, et il apparaît que, généralement, la fréquentation fait un bon de 30 à 40% dans les mois qui suivent l'inscription.

Le tourisme, le meilleur et la pire des choses

Cependant, le tourisme, comme la langue d'Esopé, peut s'avérer être la meilleure et la pire des choses.

Les inconvénients d'un tourisme de masse non maîtrisé ont maintes fois été vilipendés :

- Dégradation des sites et des monuments par le piétinement et l'usure, quand ce n'est pas le vandalisme
- Perte de la qualité de la visite, par le bruit, la foule, l'impossibilité de contempler ou de se recueillir, voire même de regarder, atteinte à « l'esprit du lieu »
- Perturbation de la qualité de vie du voisinage et atteinte à l'environnement (stationnement, parking sauvage, bruit, incivilités, marchands du temple...)
- Coût exorbitant des services publics (entretien, nettoyage, traitement des déchets, problèmes d'accès, d'eau, de stationnement)
- Création d'infrastructures pléthoriques et souvent mal intégrées (voirie, parkings, hôtels, restaurants, boutiques, aménagements lourds des sites qui, sous couvert d'accessibilité et d'interprétation, aboutissent à une artificialisation et portent atteinte à ce qui en faisait la valeur, l'esprit...
- Artificialisation, banalisation, tentation, dans des sites remarquables, souvent peu connus car enclavés, de créer des attractions artificielles, internationales, purement commerciales et totalement hors contextes : parcs à thèmes, casinos, répliques... Mais aussi l'envie de multiplier les « gestes architecturaux » sans souci d'intégration et sans rapport avec le patrimoine
- Monoculture touristique, développement de résidences secondaires peu utilisées, gentrification, artificialisation de vastes espaces naturels, pression urbanistique et immobilière qui s'exerce au détriment du patrimoine tant naturel, que rural et urbain, renchérissement du foncier écartant les populations locales, les jeunes et les agriculteurs, indispensables au maintien des paysages, et si, pour une raison ou pour

une autre, la bulle s'effondre, création de friches, comme on 'a vu récemment en Espagne, en Floride, à Malte ou en Tunisie...

- Impact social et culturel sur les populations, notamment les plus démunies ou perturbées, par la mise en contact avec des modes de vie différents, la tentation de l'argent facile et de trafics illicites. C'est particulièrement vrai dans le tiers monde, mais pas seulement, cela a été notamment très bien étudié sur la Costa Brava par une intéressante étude de l'Institut de géographie et d'Aménagement de Paris 1- La Sorbonne.

Néanmoins, on l'a vu, un tourisme bien maîtrisé a des effets bénéfiques sur le développement économique, notamment par la création de nombreux emplois dans des secteurs très divers : accueil, guides, hôtellerie, métiers de bouche, restauration de bâtiments, artisanat, commerce, transports...

En outre, une politique de mise en valeur des biens patrimoniaux à des fins touristiques aura des retombées économiques et sociales qui se traduiront tant en création d'emplois qu'en amélioration du cadre et du mode de vie des habitants : amélioration des infrastructures, des transports et des espaces publics, politique de réhabilitation de façades, ce qui aura un effet d'émulation, l'effort d'interprétation du patrimoine faisant mieux comprendre à la population la qualité de son patrimoine, et contribuant à une réappropriation de celui-ci, à une réaction de fierté et à une meilleure implication dans sa mise en valeur, et contribuant ainsi à créer du lien social...

Le grand défi est donc d'une part de mettre en valeur nos atouts, d'analyser et compenser nos faiblesses et de prévenir les risques, lorsque cela est possible...

Les atouts de la France :

- La variété et la richesse et le relatif bon état de conservation de notre patrimoine tant matériel qu'immatériel, la beauté des paysages urbains, ruraux et naturels, forêts, mer, montagne...
- Une politique de protection centenaire qui a fait ses preuves, et ne doit pas être démantelée, une gestion qui s'améliore, grâce à des actions exemplaires, comme les vôtres, comme celles de RGSF ou des biens inscrits au patrimoine mondial.
- L'art de vivre à la française, un certain raffinement se retrouvant dans la gastronomie, le vin, les produits de bouche, les festivals, la mode, les parfums, et une joie de vivre : les marchés, les terrasses de cafés, les bistrotts,...
- Un climat tempéré et généralement agréable

Ses faiblesses :

- Une certaine morgue, une insuffisante connaissance de notre patrimoine culturel, un manque d'esprit civique, un certain chauvinisme et la méconnaissance des langues étrangères
- Le manque de professionnalisme, notamment dans la restauration et le tourisme,
- Une propreté des espaces publics très relative, peu de soin apporté au décor urbain en dehors des espaces cultes, une certaine banalisation de l'architecture et des aménagements peu compatibles avec l'esprit du lieu, une publicité envahissante

- Des entrées de villes affligeantes et des banlieues laides et insécures

Et, malgré des progrès réels :

- Un confort et une mise aux normes des installations touristiques et des aménités encore très insuffisants,
- une perte de qualification des ouvriers du bâtiment
- Une qualité des transports urbains ou interurbains et une sécurité qui ne sont pas toujours assurées

Les solutions :

Le tourisme à promouvoir doit être un tourisme durable, préservant l'équilibre patrimonial, écologique, social et économique des territoires.

Tout passe bien sûr, d'abord, par l'entretien du patrimoine, la qualité de son environnement, celle des aménagements, mais aussi de son accessibilité et de l'existence d'un minimum d'aménités... Néanmoins, en fonction de ses spécificités propres, tout lieu patrimonial n'est pas nécessairement aisément accessible ni aménageable : un clocher, une tour, un sommet, une plage ou une falaise ne sont pas toujours « équipables » sauf à lui faire perdre ce qui fait sa valeur patrimoniale...

Afin d'éviter l'effet de masse, il convient de connaître la capacité d'accueil des sites, et de gérer les flux de visiteurs en fonction de la sensibilité des lieux. Pour cela, il convient de diversifier les circuits dans l'espace et dans le temps, et de proposer des sujets de découvertes complémentaires, tant sur le site même que dans les environs, grâce à une coopération intercommunale, la France, ayant la chance de disposer d'une source inépuisable de découvertes...

Un autre aspect indispensable est celui de l'accueil et de l'interprétation :

La qualité esthétique et le paysagement des lieux, des accès, des parkings, qui ne doivent pas se résoudre à une nappe de goudron, celle de la signalétique, des lieux de repos, des aménités diverses et indispensables, sont un préalable nécessaire à l'agrément de la visite. Tout patrimoine doit pouvoir être présenté, expliqué, replacé dans son contexte historique, archéologique, géographique, ethnographique, écologique et économique... Cela passe par une interprétation intelligente, attractive et multilingue : le touriste ne doit être traité ni en mouton ni en imbécile, sinon il le deviendra. Cela suppose aussi la formation de guides, la création de moyens écrits, phoniques, audiovisuels, internet, ou en faisant appel aux nouvelles technologies (3D, smartphones, bornes interactives), mais aussi à la sensibilisation et l'implication des habitants qui peuvent apporter leur connaissance du terroir et participer à l'accueil et à l'animation des sites.

Enfin, une attention particulière doit être portée à la qualité des commerces et des produits proposés sur le site ou à proximité, afin d'éviter la banalisation de la pacotille et du « fast food » internationaux.

Améliorer l'image de nos villes et de nos villages, mettre en valeur le patrimoine urbain, rural ou naturel, c'est, certes, un investissement touristique qui génère des retombées

économiques, mais il profite également à tous les habitants. C'est aussi une incitation pour les autorités et la population locales à améliorer la qualité de l'accueil, des services et du cadre de vie quotidien et privé ; de plus une ville culturellement et environnementalement attractive présente une forte incitation pour les implantations d'entreprises...

C'est ainsi que la mise en valeur des quais de Bordeaux, la restructuration de la Place Stanislas à Nancy, la restauration et l'animation du patrimoine architectural d'Amiens, d'Albi, d'Eprenay ou de Lyon, contribuent notablement au développement touristique de ces villes, mais surtout à ce que leurs habitants redécouvrent et se réapproprient leur patrimoine. En outre, sachant que la France entière est un pays de tourisme et de transit, il est tout aussi important de porter une attention particulière à la qualité du paysage ordinaire, ainsi que le recommande la convention européenne du paysage ...

Enfin, ayant constaté que le patrimoine de la France constitue le principal élément attracteur des touristes, une partie des ressources qui en découlent doit être consacrée à la maintenance et la valorisation du patrimoine, tant culturel que naturel, et des mesures incitatives, notamment fiscales, trouvées ou renforcées pour participer à leur entretien.

Bien conduite, et si elle n'est pas trop envahissante, une politique touristique impliquant les habitants, qui sont les premiers acteurs concernés, constitue non seulement une ressource, mais aussi un moyen de redécouvrir, à travers le regard des autres, notre patrimoine, d'en éprouver fierté et volonté de le mettre en valeur...

Le tourisme culturel durable n'est pas un produit purement commercial, à la recherche des seules traces du passé ou de la satisfaction esthétique ; curieux des us et coutumes et des savoir-faire, il s'intéresse aussi à la vie des gens, il doit donc passer par le respect réciproque de la culture de l'autre et celui de son intimité. C'est aussi une remarquable occasion d'échanges, de confrontation de points de vue différents, et une ouverture sur le monde.

Michèle PRATS

ICOMOS France

*Représentante de la France au Comité
scientifique international du Tourisme
Cultuel d'ICOMOS*