



## **Cultural Heritage in Development: Community Based Tourism**

*Georges S. Zouain, RMSU-EH 4 Project Manager*

Les dernières décennies ont connu une floraison de débats, études et politiques sur le rôle du tourisme et du patrimoine dans le développement local. Certains ont même voulu voir dans le tourisme un acteur principal du développement durable et du développement intégral. L'engouement pour ce prétendu rôle du tourisme dans le développement local a même entraîné des pays à l'utiliser dans certaines régions, le considérant le meilleur outil apte à satisfaire rapidement aux attentes des habitants de ces régions. Nous avons ainsi vu des zones entières abandonner une agriculture et des activités économiques harmonieusement installées au profit d'activités touristiques qui n'avaient que peu à voir avec l'économie de la région.

L'espoir placé dans le tourisme et le patrimoine pour le développement local a souvent été déçu, non pas par manque de tourisme ou de patrimoine de qualité, mais plutôt pour une impossibilité structurelle à faire entrer en dialogue le tourisme et le patrimoine avec l'économie environnante. Les touristes, de quelque nature qu'ils soient – de groupe ou touristes dits culturels – contribuent peu à l'économie locale, même s'ils dépensent des montants relativement importants.

Pour l'économiste, le tourisme peut être assimilé à un processus d'exportation, mais inversé : plutôt que d'envoyer vers d'autres marchés des productions locales, le tourisme fait venir dans le marché local des acheteurs qui n'y résident pas. En principe et pour des volumes de flux financiers égaux, le tourisme devrait être plus rentable que l'exportation. Mais cela n'est pas le cas. Expliquons-nous.

Lorsque j'organise une région, une zone ou un lieu pour le tourisme et que j'arrive à y faire venir des visiteurs, je m'attends à ce que mes investissements soient rentables. Tout entrepreneur – y inclus les pouvoirs publics – souhaite maximiser le retour sur investissement et les effets multiplicateurs de cet investissement.

Dans le flux d'échanges économiques dans lequel entre le tourisme, il est naturel que toutes les opportunités de contribution du tourisme à l'économie environnante soient explorées et utilisées : la billetterie d'accès au patrimoine bien sûr, mais aussi les transports, le logement, la nourriture et les souvenirs. ; peut-être même des objets ou des produits que le touriste pourrait emporter chez lui et qui ne relèvent pas nécessairement de la sphère habituelle des dépenses touristiques. Le fond du problème est de réussir d'une part à intéresser le visiteur à dépenser et d'autre part à ne pas le rebuter par des prix trop élevés pour un service ou des produits de moyenne ou basse qualité.



Mais il y a plus :

- le touriste doit avoir envie et pouvoir résider aussi longtemps que possible sur place pour que sa dépense augmente,
- il faut que la qualité de l'offre patrimoniale et touristique se maintienne toujours à niveau élevé,
- l'économie locale doit pouvoir répondre à sa consommation.

**La première condition – avoir envie et pouvoir résider plus** - suppose un lieu attirant, agréable, une belle nature typique et, un climat pur et des services hôteliers ou de chambres chez l'habitant qui offrent charme, services et qualité à des tarifs compétitifs. Elle suppose aussi assez d'aménités et d'événements culturels et sportifs pour que le visiteur soit attiré à prolonger son séjour.

exemples : Albaicin, Transylvanie, Monts Trodos, Albarracin

**Répondre à la seconde condition – maintenir la qualité de l'offre** - implique à éviter ce que de nombreux lieux ont fait en versant dans la facilité aussitôt qu'ils ont vu les premiers revenus du tourisme. Une baisse de la qualité de l'offre causée par une situation que l'on croit monopoliste entraîne aussitôt une baisse de la qualité des visiteurs et une réduction de la durée moyenne du séjour. Le lieu entre alors dans une spirale descendante dont il est difficile de sortir. La recherche du pittoresque et du « vrai », une bonne présentation du patrimoine et des loisirs de qualité sont les principaux facteurs qui attirent le visiteur apte à consommer. Un visiteur déçu ne revient jamais et déconseille à d'autres de visiter le lieu.

exemples : Larnaca, Byblos, Alicante, Sintra pour la baisse de qualité

Valencia, Corse, Villages de Provence, vieux Damas pour la qualité maintenue

**L'économie locale doit pouvoir répondre à la consommation des visiteurs** et pour cela, elle doit être en mesure d'apporter une offre aussi locale que possible : depuis les services d'hôtellerie à la restauration et aux souvenirs, l'économie locale n'est habituellement pas celle qui en profite. Les hôtels et certains restaurants appartiennent à des chaînes internationales et les souvenirs sont produits en Asie du Sud Est. Si une économie qui ne peut pas produire ces services ne profitera pas assez du tourisme, un certain type de tourisme non plus n'apportera rien à l'économie locale.

exemples : Sicile pour l'alimentation, Damas pour les produits artisanaux et l'hôtellerie, Grenade pour les services,

**L'économie et le tourisme doivent s'adapter l'un à l'autre.** Il est ainsi inutile de tenter d'introduire des quantités de visiteurs dans un lieu fragile et modeste, mais ce sont des lieux pareils qui, bien entretenus, attireront les visiteurs de petits groupes désireux de repos et de relation directe avec le milieu.

Le choix du modèle touristique est, d'une manière caricaturale le suivant : les grands flux touristiques organisés et à petits prix ou les touristes de qualité, en petit nombre, même s'ils ne sont pas tous des touristes de luxe.



Les retombées du premier type sont proportionnellement moins importantes alors qu'il est plus néfaste au lieu d'accueil, tandis que le second type, moins visible, rapportera plus sans détruire.

La capacité d'absorption du lieu envisagé est enfin déterminante : Barcelone, avec des millions de visiteurs chaque année demeure une ville vivante, multiple, agréable à vivre et dont l'économie, sous toutes ses formes, est florissante. Par contre, Torremolinos ou Malaga en Espagne ne sont plus que des stations saisonnières dont toute l'économie ne respire qu'au rythme des touristes de soleil.

Ainsi, l'équation d'un bon usage du patrimoine dans le développement local consiste en une recette simple, mais contraignante :

- la bonne connaissance du patrimoine conditionne son bon usage et la qualité de sa contribution à l'économie et au tourisme ;
- le rendement économique du patrimoine et ses usages sont soumis à sa capacité d'absorption, non seulement en termes de quantités de visiteurs, mais aussi en termes de type d'activités (un lieu culturel ne peut pas être soumis à toutes formes d'usages) ;
- un bien patrimonial est d'autant plus utile et attirant qu'il est bien protégé, bien conservé et bien présenté ; au contraire, un bien mal entretenu et mal présenté perd de sa valeur et son impact sur l'économie du lieu demeurera réduite ;
- L'équilibre de qualité entre patrimoine culturel et offre de services touristiques et économique de ses environs doit être maintenue et renforcée afin de ne pas verser dans une spirale descendante ;
- pour que l'économie du lieu profite de la présence d'un patrimoine, il faut qu'elle soit suffisamment apte à le faire – diversifiée et offrant des produits et services fabriqués localement afin que les recettes demeurent sur place ; il y aura lieu donc parfois de travailler plus sur l'économie que sur le patrimoine pour renforcer l'interaction des deux.

