

CREȘTERE ECONOMICĂ PRIN MANAGEMENT CULTURAL. TURISMUL CULTURAL, VECTOR DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ

Niculescu George, profesor la
Universitatea „Constantin Brâncuși”
din Târgu -Jiu

Abstract

Turismul este, în esență, o formă de dezvoltare economică pe baza resurselor culturale. Dar este, de asemenea, o formă de dezvoltare care, în afara rolului de participant la realitatea economică este o modalitate pentru persoane și companii de a-și cunoaște și înțelege mediul și trecutul lor. Ca o experiență edificatoare și recompensatoare, turismul poate fi un instrument permanent de îmbogățire culturală, intelectuală, emoțională și spirituală. Fluxurile și schimbările între oameni diferențiază turismul de celelalte forme mecaniciste ale comerțului și ale dezvoltării economice la nivel mondial.

Fie că este o formă de exprimare artistică sau un "modus vivendi", cultura este în mod constant o "formă de reprezentare". Turismul, călătoriile și diversele mijloace media au creat o conștientizare universală privind bogăția și diversitatea culturilor lumii. Între timp, devine tot mai clar că participarea la viața culturală nu poate fi considerată o activitate marginală în comparație cu alte aspecte sociale, economice și politice. Mai mult decât oricând, suntem conștienți de valoarea culturii, care poate reprezenta un suport deosebit de important pentru planificarea și dezvoltarea economică. Turismul este o componentă importantă a noilor "economii culturale", care depășește granițele în măsura în care mobilizează și conectează noi categorii de public și creează noi presiuni și oportunități.

Cuvinte cheie: turism cultural, dezvoltare economică, resurse culturale, cultură locală.

LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE PAR LA GESTION CULTURELLE. LE TOURISME CULTUREL, VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

NICULESCU GEORGE –
professeur à l'Université
„Constantin Brâncuși” de Târgu-
Jiu

Le résumé: La culture peut être un facteur important de la croissance économique d'une région si elle est fondée sur des principes de gestion moderne. Cultura unei regiuni poate constitui un factor important de creștere economică dacă se bazează pe principii manageriale moderne. Le tourisme est essentiellement une forme de développement économique qui s'appuie sur les ressources culturelles. Mais c'est aussi une forme de développement qui, bien que participant de la réalité économique, est un moyen pour les individus et les sociétés de connaître et de comprendre leurs environnements et leur passé respectifs. En tant qu'expérience à la fois instructive et gratifiante, le tourisme peut être un outil d'émancipation permettant de s'enrichir et de communiquer intellectuellement, émotionnellement et spirituellement. C'est précisément ce flux et ces échanges entre les gens qui différencient le tourisme des formes plus mécanistes du commerce et du développement économique à l'échelle planétaire. Que ce soit comme forme d'expression artistique ou en tant que « mode de vie », la culture est presque constamment « en représentation ». Le tourisme, les voyages et les différents médias ont suscité une prise de conscience universelle de la richesse et de la diversité des cultures du monde. Parallèlement, il devient de plus en plus évident que le fait de s'intéresser et de participer à la vie culturelle ne saurait être considéré comme une activité marginale par rapport à d'autres aspects de la vie sociale, économique et politique. Plus que jamais, nous sommes conscients de la valeur de la culture, qui constitue désormais l'un des fondements de la planification économique et du développement. Le tourisme est une composante importante des nouvelles « économies culturelles » (ou du culturel) qui transcendent les frontières dans la mesure où il mobilise et met en contact de nouveaux publics et crée de nouvelles pressions et de nouvelles opportunités.

Mots clé: *Le tourisme culturel, le développement économique, les ressources culturelles, la culture locale.*

Le tourisme culturel, instrument de diversification de l'économie

L'un des aspects les plus remarquables du développement depuis un demi-siècle aura été la mobilisation du tourisme en tant que vecteur privilégié du développement économique aux niveaux local, régional et national.

Bon nombre d'organisations multilatérales et gouvernementales ont résolument intégré le tourisme dans leurs stratégies de développement économique en raison de ses potentialités et en réponse à certaines situations de crise. Dans les pays développés comme dans les pays en développement, la restructuration et la contraction accélérées du secteur industriel du fait du progrès technologique, de l'échec des politiques protectionnistes et de l'ouverture de bassins de main-d'œuvre à bon marché dans les pays en développement ont entraîné des fermetures d'usines, et des licenciements en série, modifié les relations sociales et transformé les paysages et l'environnement. De même, le déclin des secteurs de la pêche et de l'agriculture lié à l'exploitation intensive, à la suppression des subventions et aux mécanismes du marché s'est traduit par la désertification des zones rurales et la dégradation des paysages. Tout cela a constraint de nombreux pays à rechercher de nouvelles sources de revenus et d'emplois.

Le tourisme présente l'avantage de créer des emplois et des revenus à relativement peu de frais en faisant appel aux ressources (en grande partie inexploitées jusque-là) de la nature et de la culture. Même si les infrastructures nécessitent les subventions et l'intervention de l'État, le plus souvent les obstacles à la mise en place du secteur touristique sont facilement surmontés, les capitaux étant fournis par le secteur privé, par le biais d'entreprises locales ou en faisant appel aux investissements étrangers.

Cette relative facilité est importante, car elle permet en théorie à de nombreux individus et groupes de s'investir dans le secteur. Le développement parallèle de technologies performantes de l'information et d'innovations relativement peu coûteuses dans le domaine des transports sont des facteurs d'efficience accrue. En même temps, l'évolution de la société et des moeurs crée une forte demande de loisirs en général et de « produits » touristiques diversifiés en particulier.

C'est surtout dans les pays en développement que le tourisme est devenu l'un des moteurs privilégiés du développement économique mais les choses s'y présentent différemment.

Bon nombre de pays confrontés au problème de la pauvreté et de la dette se sont tournés vers le tourisme pour se procurer des devises et attirer les investissements étrangers. Dans un contexte positif, le tourisme offre des perspectives de développement plus durable, mais pour bien des pays défavorisés et à l'environnement dégradé, la culture, le patrimoine et la nature sont les seules ressources qui peuvent encore être mises en valeur. Or, en l'absence d'investissements publics ou privés, le développement touristique a tendance à être accaparé par des investisseurs étrangers venus des pays développés, qui sont trop heureux de profiter d'un climat financier favorable et d'une réglementation généralement peu contraignante en ce qui concerne les impacts négatifs du tourisme sur la société et l'environnement. Il faut donc le

souligner, contrairement à ce qui se passe dans les pays développés, les marchés dont dépend le développement du secteur touristique sont situés presque exclusivement en dehors du pays d'accueil.

Développement inégal et exploitation de la culture

Si, globalement, le tourisme international continue à connaître une période faste d'expansion et de

sophistication de ses produits, d'un point de vue géographique et en termes de rentabilité

des investissements, les retombées économiques, sociales et environnementales restent très inégalement réparties d'un pays à l'autre et au sein d'un même pays. Pour les pays en développement, le tourisme est un produit d'exportation qui pèse de plus en plus lourd dans la balance commerciale avec un rythme de croissance des entrées touristiques d'une année à l'autre supérieur à la moyenne mondiale. D'après la CNUCED (2008), pour le groupe des 49 pays les moins avancés (PMA) le tourisme est la principale source de rentrées de devises (si l'on excepte l'industrie pétrolière qui ne concerne que trois pays de ce groupe), alors qu'en 2007 les PMA avaient recueilli moins de 1 % du total mondial des recettes du tourisme.

Pour les pays en développement, l'essor du tourisme de masse peut être une solution séduisante, précisément parce qu'elle permet de se procurer rapidement des devises, surtout si l'on fait appel aux principaux opérateurs qui ont directement accès aux marchés internationaux. Toutefois, comme de nombreuses études l'ont montré, cette option présente de sérieux inconvénients. En premier lieu, elle tend à déposséder le gouvernement et les communautés des pays d'accueil du pouvoir de décision en matière de développement au profit des voyagistes et des pays où se recrutent les gros bataillons de leur clientèle, lesquels peuvent notamment décider d'investir ailleurs, mettant ainsi fin au développement. Deuxièmement, elle tend à privilégier presque exclusivement le développement des sites les plus attractifs ou les mieux préservés en se désintéressant des zones et populations à problèmes. Troisièmement, et c'est une conséquence logique de ce qui précède, elle tend à consacrer la majeure partie des investissements à des aspects secondaires comme l'apparence esthétique ou la satisfaction des besoins de la clientèle au détriment des problèmes socioéconomiques fondamentaux et des

besoins des communautés d'accueil. Quatrièmement, les retombées économiques se bornent en général aux bénéfices à court terme liés à la création d'emplois dans le secteur touristique ou les services annexes, lesquels sont fréquemment précaires et mal payés. La majorité des recettes du tourisme international ne profitent pas au pays d'accueil mais aux pays des principaux opérateurs. Enfin, seule une fraction marginale de la culture du pays d'accueil participe au tourisme de masse. Étant donné que l'effort de développement se concentre sur un nombre de sites restreint établi à l'avance, et vise essentiellement à promouvoir des activités de loisirs, la culture n'apparaît souvent que sous forme de manifestations ponctuelles et sélectives qui n'autorisent que des contacts limités entre les touristes et leurs hôtes.

Conscients de ces inconvénients, un nombre croissant d'opérateurs cherchent à instaurer des relations moins superficielles avec les pays d'accueil et ont entrepris d'élaborer un code de bonne conduite. En 1999, l'Organisation mondiale du tourisme a adopté le Code mondial d'éthique du tourisme, visant à encourager de bonnes pratiques et l'instauration de relations durables. Cela étant, les voyagistes diffèrent considérablement les uns des autres quant à leurs pratiques et à leur capacité d'évolution. À un certain niveau, il semblerait que ceux d'entre eux qui se spécialisent dans le tourisme de masse n'aient pas grand-chose à apporter en termes de protection du patrimoine culturel et d'utilisation de la culture comme facteur de développement. Toutefois, si l'on souhaite avancer vers des formes de développement plus durables, fondées sur le respect du patrimoine et de la diversité culturelle, il est essentiel de les intégrer dans les partenariats qui requièrent la préservation, la promotion et l'exploitation du patrimoine culturel.

Les voyagistes ne sont pas les seuls à exploiter les ressources culturelles à des fins touristiques.

Au sein des pays hôtes, il arrive que certaines élites et certains entrepreneurs contribuent de façon notable à cette exploitation au profit des touristes ou des agences de tourisme sans s'embarrasser de considérations éthiques ou juridiques, souvent pour répondre aux sollicitations des professionnels et des marchés des pays développés. On peut citer à titre d'exemples le trafic d'antiquités (ce qui équivaut à brader le patrimoine matériel d'un pays), le braconnage des espèces menacées dans les zones protégées ou les facilités accordées à des promoteurs peu scrupuleux pour l'achat de terres ou de localités. Dans certains cas, on peut considérer que ceux qui se livrent à ces pratiques y sont contraints par la pauvreté et utilisent les seuls moyens dont ils disposent pour survivre.

Dans d'autres cas, il s'agit manifestement d'actes délictueux perpétrés pour gagner de l'argent rapidement avec des conséquences désastreuses pour l'environnement et les populations concernées. Pour remédier à cet état de choses, il est indispensable d'intervenir au niveau de l'offre locale mais aussi des marchés demandeurs.

En dépit des problèmes auxquels ils doivent faire face, le tourisme demeure pour les pays en développement et les PMA (à condition d'être bien géré, avec un soutien stratégique et ciblé) un outil privilégié de développement et de rééquilibrage de la balance des paiements, et ceci pour plusieurs raisons. D'abord, en tant qu'activité à forte intensité de main-d'œuvre, le tourisme offre un large éventail de possibilités d'emplois locaux plus ou moins qualifiés – notamment pour les femmes et les jeunes, en milieu urbain comme en zone rurale. Ensuite, le tourisme bien géré permet d'engranger des devises en utilisant la spécificité culturelle des pays en développement sans perturber gravement l'environnement comme c'est par exemple le cas de l'exploitation forestière ou de l'industrie lourde. Troisièmement, le développement du tourisme permet une

diversification de l'économie qui évite de dépendre d'un seul secteur d'exportation.

Quatrièmement, l'infrastructure touristique nécessite des investissements relativement modestes par rapport à d'autres secteurs d'activité et cette infrastructure répond aussi aux besoins de la population locale et peut être utilisée par elle. Enfin, et c'est très important, le tourisme présente l'avantage par rapport à d'autres activités industrielles de promouvoir la culture locale sur la scène mondiale, suscitant ainsi une prise de conscience du véritable potentiel des nations en développement.

Le tourisme et la lutte contre la pauvreté

L'essor du tourisme, dont on reconnaît généralement qu'il contribue au bien-être des sociétés du monde développé, a, pour de nombreux pays en développement, un rôle direct et décisif à jouer dans la lutte contre la pauvreté. Telle est la conviction partagée des principaux bailleurs de fonds internationaux comme la Banque mondiale et le FMI ainsi que de l'OMT. Selon l'Organisation des Nations Unies, 1 milliard 200 millions de personnes n'ont pas accès à l'eau potable, plus de 2 milliards n'ont pas accès à une source d'énergie fiable, et quelque 2 milliards et demi ne sont pas raccordés à un réseau d'assainissement.

Dans les pays pauvres qui manquent de ressources naturelles et d'infrastructures et où les gens n'ont pas accès à l'investissement, différents aspects de la culture et des traditions locales sont mis en valeur et exploités à des fins touristiques.

La richesse créée par le tourisme dépend largement de valeurs subjectives et immatérielles comme la « beauté » des paysages naturels et l'« authenticité » et la portée symbolique des différentes expressions et traditions culturelles.

Des pays pauvres, dépourvus de ressources naturelles ou des moyens de les mettre en valeur, peuvent néanmoins être extrêmement riches culturellement parlant.

Même s'il faut bien reconnaître que le tourisme est à lui seul incapable de résoudre les problèmes structurels et culturels de l'extrême pauvreté, dont les racines sont à la fois anciennes et profondes, il n'en a pas moins un rôle vital à jouer dans ce domaine, surtout quand on l'associe à d'autres aspects du développement.

Depuis les années 60, le discours sur le développement du tourisme décline toute une gamme de variations à partir de deux conceptions opposées : le modèle de développement « du haut vers le bas », qui met l'accent sur la création d'infrastructures et les investissements étrangers, et le modèle « à partir de la base » qui préconise des stratégies de développement intégrées au niveau local. Dans la pratique, la plupart des pays en développement ont choisi la formule du plan-cadre de développement du tourisme national et régional. Ce type de plan est généralement élaboré en coopération avec de grandes organisations internationales comme le FMI ou la Banque mondiale, l'accent étant mis sur les dimensions économique et spatiale du développement touristique et la mise en oeuvre de méthodes de production à grande échelle hautement standardisées dans des espaces sélectionnés. Cette forme de développement se voit souvent reprocher la « ségrégation » physique et sociale qu'elle opère entre les touristes et la population locale, ses objectifs à courte vue en matière d'emplois, pour la plupart d'une durée limitée à la phase initiale des projets, et son absence d'insertion dans l'économie locale, sous prétexte que les bénéfices du secteur touristique auront forcément des « retombées » dont profiteront les populations locales. Malheureusement, cette théorie ne garantit nullement que les habitants pauvres des zones touristiques ou des régions environnantes finiront par retirer du tourisme les revenus stables dont ils auraient pourtant bien besoin. En outre, cette formule se caractérise par l'absence de participation communautaire, en termes d'engagement comme au niveau de la prise de décision. Pourtant, malgré ces critiques

et faute de schémas alternatifs, c'est ce modèle « industriel » du développement touristique qui demeure largement dominant à l'heure actuelle.

L'une des solutions de rechange les plus couramment mentionnées est ce qu'on appelle de façon générale l'écotourisme (on parle aussi de tourisme vert, durable ou respectueux de l'environnement). Ce modèle de développement touristique s'appuie sur l'environnement et les ressources écologiques et privilégie généralement une approche faisant appel à la participation des communautés locales et de tous les partenaires concernés dès la phase de planification. Toutefois, cette formule ne convient pas forcément à toutes les destinations touristiques et ne parvient pas toujours à intégrer les aspects du patrimoine et les spécificités culturelles locales ; elle s'expose en outre au risque de récupération par les voyagistes professionnels, tant la concurrence est forte pour attirer la clientèle plutôt « haut de gamme » à laquelle elle s'adresse en priorité.

Depuis quelque années on assiste aussi à l'émergence d'une nouvelle approche du développement et de la gestion des activités touristiques, le « tourisme pour les pauvres », dont l'objectif est de faire en sorte que les bénéfices générés par le tourisme aillent directement aux membres de la communauté d'accueil qui en ont le plus besoin (Organisation mondiale du tourisme 2008). Cette approche encourage des liens plus étroits entre les entreprises du secteur et la population pauvre, de telle sorte que le tourisme contribue davantage à faire reculer la pauvreté et que les pauvres puissent participer plus directement et plus efficacement à l'élaboration de l'offre touristique. Nombreuses sont les catégories de « pauvres » avec lesquelles il convient de tisser des liens : employés, communautés avoisinantes, propriétaires fonciers, fournisseurs de toute nature (aliments, combustibles, etc.), micro-entreprises qui dépendent du tourisme, artisans, ceux qui partagent avec le secteur du tourisme les

infrastructures (routes) et les ressources (eau potable) etc. Le tourisme pour les pauvres s'accommode de nombreuses options stratégiques, depuis le recrutement systématique de personnel local jusqu'à la mise en place de mécanismes consultatifs ou l'intégration des petites entreprises dans le circuit commercial du secteur. N'importe quelle entreprise peut s'impliquer dans cette forme de tourisme – de la plus modeste auberge à l'hôtel de luxe, de l'agence de tourisme à l'entreprise de travaux publics. Ce qui importe, ce n'est pas le choix des partenaires ou le type de tourisme pratiqué, mais le fait qu'au bout du compte les pauvres perçoivent effectivement une part accrue des bénéfices nets dégagés par le secteur.

Les initiatives visant à associer le tourisme à la lutte contre la pauvreté ont le vent en poupe. Dans ce domaine, le rôle des bailleurs de fonds internationaux est essentiel, car les communautés les plus pauvres ont absolument besoin d'une aide extérieure sous forme d'expertise et de financement initial. Le Centre du commerce international (agence de coopération technique de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement) et l'Organisation mondiale du commerce travaillent sur des projets destinés à permettre aux communautés rurales pauvres d'accéder aux marchés internationaux et aux circuits d'un commerce durable. Ce mécanisme permet notamment de financer des projets de développement touristique à base communautaire.

Globalement, il est évident que la culture et le patrimoine sont d'importantes ressources qui peuvent être mobilisées, dans le cadre d'un développement touristique durable, pour résoudre les problèmes liés à la pauvreté. L'UNESCO s'efforce en particulier de promouvoir des approches informelles et communautaires qui, en mettant à profit les compétences et les capacités des pauvres eux-mêmes, les aident à élaborer leurs propres stratégies de lutte contre la misère. Cette initiative

embrasse et recoupe l'ensemble des champs d'activité de l'UNESCO : Éducation, Culture, Communication, Développement social et Environnement.

Améliorer la gestion de la chaîne de l'offre culturelle

Les modèles actuels de développement du tourisme qui intègrent la dimension culturelle ont tendance à être limités dans le temps et dans l'espace ; autrement dit, ils n'arrivent pas à mettre durablement en place des circuits qui permettraient d'acheminer à destination des touristes les biens et services fournis à l'échelle locale, régionale et nationale et de redistribuer en retour aux individus et aux communautés qui ont fourni ces biens et services les revenus correspondants (CNUCED 2008). Les hôtels, par exemple, constituent un point de vente idéal pour écouler les denrées, les tissus, le mobilier et autres produits de l'artisanat local. Les touristes constituent un important marché potentiel pour l'artisanat local et les souvenirs qui renvoient aux traditions et savoir-faire de la population locale et une audience captive pour les musiques, chants et récits folkloriques. Les circuits touristiques, parcs à thèmes et parcs d'attraction permettent aux guides autochtones de faire profiter les touristes de leur connaissance et de leur compréhension sans égales des coutumes et traditions locales. Et comme ces biens et services se passent d'intermédiaires, ils peuvent être fournis à un prix extrêmement compétitif mais néanmoins équitable. Le fait que certains exploitants et promoteurs sont totalement ignorants des ressources que le marché local a à offrir, ou préfèrent faire appel à des biens, des services et des procédures « importés », pour ne pas dire standardisés, pose des problèmes.

Mais des problèmes, on en rencontre aussi du côté des fournisseurs, soit que l'absence de soutien ou d'organisation ne permette pas l'accès au marché des produits culturels locaux, soit que ceux-ci ne soient

pas compétitifs parce qu'ils ne satisfont pas aux normes de qualité requises.

Dans le contexte du tourisme pour les pauvres, ou plus généralement d'un tourisme axé sur le développement économique et la préservation et la promotion des cultures locales, il convient de réfléchir à la mise en place de circuits viables d'approvisionnement pour s'assurer que les communautés d'accueil profitent au maximum de la manne touristique. Plusieurs voyagistes ont très vite intégré le principe de durabilité dans leur chaîne logistique en y incluant les petits fournisseurs locaux. Afin d'aider les voyagistes à améliorer les performances des prestataires en matière de respect de l'environnement, l'Initiative des voyagistes pour le développement du tourisme durable, commune au PNUE, à l'UNESCO et à l'Organisation mondiale du tourisme, a rédigé un manuel qui intègre les aspects socioculturels de la durabilité, notamment la valorisation des fournisseurs et des petites entreprises familiales (Initiative des voyagistes

pour le développement du tourisme durable 2008).

Tourism Consistent with Sustainable Development. UNESCO Publishing, Paris, 2008.

8. Picard D. and Robinson M. Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change. Channel View, Clevedon, 2005.

9. Picard D. Gardening the Past and Being in the World. A Popular Celebration of the Abolition of Slavery in La Réunion. In D. Picard and M. Robinson (eds.) Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change. Clevedon, Channel View Publications, 2005.

10. UNESCO First Meeting of The UNESCO/UNITWIN Network – Culture, Tourism and Development, Final Report. 18th March, 2005, UNESCO, Paris.

11. Vargas, M. and Aguilar, L. Tourism: Gender Makes the Difference, Fact Sheet, 3rd World Conservation Congress of IUCN, 2006

12. Winkin Y. Cultural Diversity: A Pool of Ideas for Implementation. In K. Stenou (ed.), 2002.

Références

1. Appadurai A. Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007.
2. Boumedine R. S. and Veirier L. Towards a Strategy for the Sustainable Development of Tourism in the Sahara in the Context of Poverty Eradication. UNESCO Publishing, Paris, 2006.
3. Bruner E. M. Culture on Tour: Ethnographies of Travel. The University of Chicago Press, Chicago, 2004.
4. Cohen E. Contemporary Tourism. Diversity and Change. Elsevier, London. Council of Europe Convention for the Protection of Architectural Heritage of Europe. Council of Europe Archives, Strasbourg, 2006.
5. Hadley M. and Green C. Coping with change and sustaining diversities in small islands. UNESCO Publications, Paris, 2007.
6. International Organization for Migration The Millennium Development Goals and Migration. UN Publications, New York and Geneva, 2005.
7. Komla E.E. and Veirier L. Tourism, Culture and Development in West-Africa: For a Cultural