



HAL
open science

Tourisme, culture et patrimoine sur la Riviera française

Sylvie Christoffe

► **To cite this version:**

Sylvie Christoffe. Tourisme, culture et patrimoine sur la Riviera française. PROBLÈMES DU TOURISME INTERNATIONAL DANS LE CADRE DU DIALOGUE DES CULTURES (traduction du russe), Apr 2010, Astrakhan, Russie. pp. 50-55. hal-00502408

HAL Id: hal-00502408

<https://hal.science/hal-00502408>

Submitted on 14 Jul 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**ACTES DU COLLOQUE «PROBLÈMES DU TOURISME INTERNATIONAL DANS
LE CADRE
DU DIALOGUE DES CULTURES»**

Astrakhan, Russie,

21-24 avril 2010

Atelier Tourisme culturel et conservation du patrimoine

Tourisme, culture et patrimoine sur la Riviera française

Sylvie Christofle Université de Nice Sophia Antipolis – UMR ESPACE-6012 Equipe GVE-Tourisme

Alors que la notoriété touristique de la France repose en bonne part sur des qualités culturelles et patrimoniales reconnues à l'échelle mondiale, Nice et la riviera française, territoires pourtant emblématiques du tourisme, projettent une image essentiellement balnéaire et glamour, dans laquelle la culture et le patrimoine apparaissent proportionnellement peu. Dans un contexte de bouleversement économique mondial et de montée en force de destinations touristiques émergentes, Nice Côte d'Azur s'appuie actuellement stratégiquement sur la culture et le patrimoine culturel pour échapper à une image partiellement standardisée, renouveler un imaginaire touristique prestigieux pour attirer des touristes haut de gamme tout en insérant la capitale azurée dans l'économie métropolitaine de la connaissance et des arts.

Nous allons fonder notre analyse sur deux points majeurs, d'une part les éléments fondamentaux de la riviera française en matière culturelle, d'autre part le travail d'acteurs territoriaux institutionnels pour médiatiser une « nouvelle » image touristique du lieu.

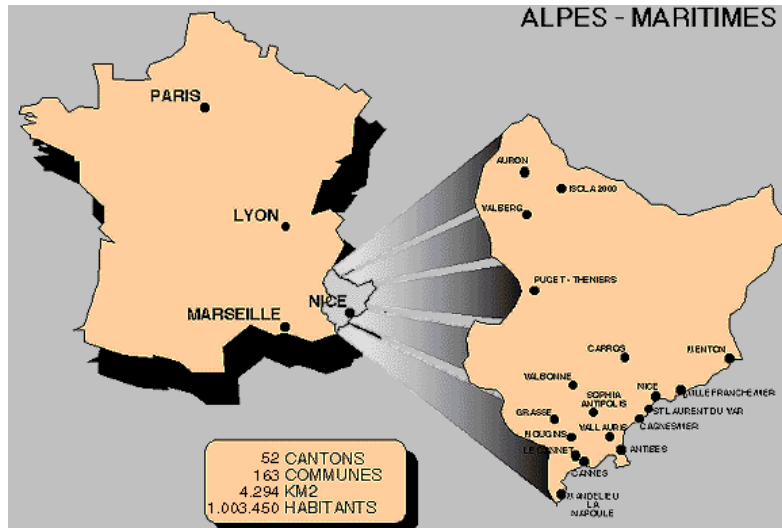
I. Attractivité culturelle et riviera française

Les ressources touristiques de la France se fondent en bonne part sur la culture et le patrimoine culturel. Châteaux, cathédrales et églises, abbayes, villes anciennes, fortifications... sont légion, mettant à la disposition des touristes un patrimoine architectural et monumental varié et nombreux. Parallèlement, la France est un pays d'art et de culture et les multiples musées (dont le célèbre musée du Louvre de Paris), écomusées, galeries, théâtres... répondent aux animations culturelles : festivals, concerts, expositions... sans oublier la gastronomie, patrimoine culturel dont la réputation dépasse largement les frontières françaises. Ces ressources culturelles forment un levier pour l'attractivité de la France et plus particulièrement son attractivité touristique (Greffé, 2006).

Pour accentuer encore l'impact de ces ressources culturelles dans l'arrivée de touristes étrangers en France, Maison de la France, qui promeut l'espace national, a mis en place en 2009 un club d'acteurs publics et privés sur le thème «Patrimoine et Cultures». Ce club (Ressouches, 2009) doit aider à « renouveler l'image culturelle de la France en valorisant le patrimoine vivant (événements et festivités) ; promouvoir une offre accessible et ludique ; valoriser les démarches de qualité existantes ; mener une stratégie de fidélisation et de conquête de nouvelles clientèles... » Plus particulièrement, ce club de promotion internationale «Patrimoine et Cultures» doit être particulièrement actif en matière de musées et monuments historiques, routes historiques, centres d'interprétations, festivals.

Au sein de l'espace national, la Riviera française se démarque. Ce littoral des Alpes maritimes, dans la région administrative Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2^e région touristique française, s'étend sur environ 70km, de Mandelieu la Napoule à Menton (cf. illustration n°1).

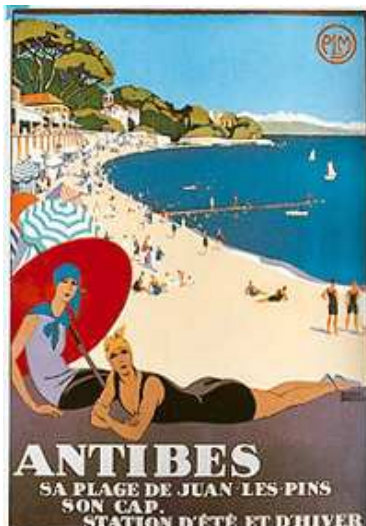
Illustration n°1 localisation



Source : Ville de Nice

Ce territoire, situé à l'extrémité sud-est du pays, très proche de l'Italie et englobant la Principauté de Monaco, est un haut lieu du tourisme mondial avec près de 10 millions de touristes par an (CRT Riviera), jouissant d'une image très forte, anciennement implantée (Boyer, 2002). Néanmoins, cet espace demeure peu connu et peu fréquenté touristiquement pour ses richesses patrimoniales et culturelles. En effet, ce littoral mondialement renommé possède une image essentiellement fondée sur ses ressources naturelles (paysage méditerranéen, lumière, climat) pour un tourisme balnéaire (cf. illustration n°2).

Illustration n°2 Affiche de Broders Roger.



En termes de culture, les éléments connus se résument aux événements : fêtes, comme la Fête du Citron à Menton, festivals, comme le festival du Jazz de Juan les Pins, celui de Nice, le Festival du Cirque de Monaco etc.

Parmi ces évènements, certains sont néanmoins de réputation mondiale et attirent des centaines de milliers de visiteurs (CRT Riviera) comme le festival international du Film de Cannes ou le Carnaval de Nice qui aurait attiré plus de 1 million de visiteurs en février 2010 (cf. illustration n°3 carnaval de Nice 2010 sur le thème : – Roi de la Planète bleue –)

Illustration n°3 Carnaval de Nice 2010 Corso illuminé



© OTCN / M. Jolibois

Cette dimension culturelle de Nice Côte d'Azur a récemment été mise sur le devant de la scène au-delà des frontières nationales avec la candidature malheureuse, en 2007 au label ville européenne de la culture 2013. Cette candidature, inattendue pour certains, se fondait sur un riche patrimoine culturel, matériel et immatériel, hérité et contemporain, déjà en place ou à venir... La Riviera française possède en effet un patrimoine important : nombreuses grottes préhistoriques (Grottes du Vallonet, du Lazaret, des Grimaldi...), vestiges des Grecs et des Romains, patrimoine médiéval (monastères, églises, villages perchés, châteaux et citadelles). Aujourd'hui différents bastions, lieux de patrimoine et de culture, sont ouverts au public¹ D'autres châteaux non accessibles aux visiteurs embellissent le paysage (à Villeneuve-Loubet, par exemple). Outre ce patrimoine monumental et architectural, habitants et visiteurs apprécient l'artisanat (poteries, céramiques, verrerie, parfums...) à Grasse, Eze, Théoule sur mer, Biot, Vallauris etc. et la gastronomie locale. Plusieurs dizaines de musées (81 sur la Côte d'Azur dont trois d'importance nationale) et diverses galeries d'art complètent ce tour d'horizon. Il faut reconnaître que ces musées (Renoir, Chagall, Matisse, Cocteau, MAMAC-Musée d'Art moderne et Contemporain de Nice, musée des Beaux-Arts de Nice etc.) sont peu connus en dehors des frontières du département des Alpes-maritimes. Seuls deux d'entre-eux ont une véritable notoriété internationale et attirent des touristes: le musée océanographique de Monaco et la Fondation Maeght de Saint-Paul.

A présent, mettons en exergue ce qui est peut-être la véritable spécificité de la riviera française: ses paysages, sa lumière inspirant auteurs et peintres dès le XVI^e siècle. En littérature citons Michel de l'Hospital, Madame de Sévigné, Smollett, Alphonse Karr, Théodore de Banville, Guillaume Apollinaire, Guy de Maupassant, Stephen Liegeard², Blaise Cendrars, Jean Cocteau, Roger Martin du Gard, Louis Aragon, Jean-Paul Sartre... De nombreux peintres de courants artistiques variés apprécient les lieux et laissent des traces des

¹ bastion de Menton (musée Cocteau), château de Roquebrune, palais princier de Monaco, citadelle St Elme de Villefranche-sur-mer, colline du château de Nice (détruit par Louis XIV), château des Hauts de Cagnes, Fort Carré et château Grimaldi à Antibes, Fort royal de Cannes (île Ste Marguerite), château de la Napoule...

² Qui baptise Côte d'Azur la riviera française en 1887.

paysages maralpins du XV^e siècle à nos jours: citons les primitifs niçois, famille Bréa, famille Van Loo, plus tard Fragonard, Renoir, Cézanne, Monet, Signac, Cross, Bonnard, Matisse, Dufy, Van Dongen, Léger, Picasso, Chagall, de Staël, Delaunay, Klein, Arman, Raysse, César, Dufrene, Hans, Rotella, Spoerri, Tinguely, Villegle, Nikki de Saint Phalle, Deschamps, Christo, de Chubac, Alocco, Malaval, Venet, Ben...

Un projet culturel important irrigue également en 2010 la riviera française, se traduisant autant par des actions classiques de réhabilitation de bâtiments patrimoniaux (opéra de Nice...), de jardins classés monuments historiques (Serre de la Madone par exemple à Menton...) de recherches archéologiques (Nice)... que de création contemporaine en matière de cirque (Grasse), d'art – peinture, danse, photographie, vidéo etc. à Nice, Cannes... (Comité de candidature « Nice Côte d'Azur capitale européenne de la culture 2013 », 2007)

Nous avons compris que l'assise patrimoniale et culturelle azuréeenne n'était pas négligeable. Cependant l'image et les pratiques du lieu restent fondées sur le tourisme balnéaire et événementiel (CRT Riviera). Une diversification tant fonctionnelle que marketing apparaît de nos jours pour augmenter la part de tourisme culturel dans cette micro-région. Ce tourisme se développerait sur les ressources patrimoniales et culturelles que nous avons citées. Un des premiers pas, accompagnant la valorisation culturelle de ces territoires ((Billen, Decroly, van Crieelingen, 2002), passe par la création de produits touristiques culturels et patrimoniaux et par la médiatisation nationale et internationale d'une image touristique renouvelée. Pourquoi et par quels moyens ? C'est ce que nous allons étudier à présent.

II. Régénération d'image et valorisation territoriale

La candidature « Nice capitale européenne de la culture 2013 » a médiatisé aux échelles nationale et internationale la volonté de la riviera française et de ses acteurs territoriaux et institutionnels (Communautés d'agglomérations, communauté urbaine, communes...) à valoriser leur capital culturel et patrimonial. Les projets élaborés lors de la candidature se poursuivent sur le terrain car, outre l'effet marketing de cette annonce, il existe un véritable intérêt des acteurs locaux pour mettre en valeur le fonds culturel de la Côte d'Azur dans le cadre d'une stratégie touristique à l'échelle mondiale. Construire et faire connaître des produits culturellement attractifs apparaissent comme des moyens pour diversifier l'offre azuréeenne, maintenir un niveau international dans le contexte d'une compétition de plus en plus forte, voire faire venir en territoire maralpin, des touristes amateurs de culture, nationaux et internationaux, réputés pour leur haut pouvoir d'achat. Pour illustrer nos propos, nous allons nous attacher à deux mises en valeur mêlant tourisme, culture et patrimoine : la Route des peintres de Côte d'Azur, et le circuit d'art contemporain sur le tracé du tramway de Nice. La Route des peintres ou Côte d'Azur des peintres consiste à représenter sur des lutrins des peintures célèbres sur les lieux qui ont inspiré les peintres (par ex. Antibes, illustration n°4). Plus de 60 lutrins en lave émaillée jalonnent la Riviera française, permettant d'apprécier paysages et représentations picturales.

Illustration n°4 Henri-Edmond Cross dit H.E. Delacroix, Antibes



Photo A. Bruno

Le deuxième exemple, Art dans la ville sur le trajet du tramway, se localise à Nice (cf. illustration n°5). Il s'agit d'art contemporain qui accompagne la ligne de tramway du nord au sud de la ville, sous forme de sculptures, de dessins, couleurs, lumières qui rompent avec l'image que l'on se fait de Nice, pour la rendre plus moderne.

Illustration n°5 Art dans la ville sur le trajet du tramway : Bouddhas colorés sur pied.



Place Masséna, de nuit.

Ces deux circuits, ou Routes culturelles, sont donc très différents ; ils peuvent être libres ou faire l'objet de visites guidées. Ils peuvent correspondre à des promenades-découvertes à l'intérieur d'une même ville (Art dans la ville sur le trajet du tramway, Nice) ou entre différentes villes (Nice, Cannes, Grasse, Villeneuve Loubet, Cagnes sur mer etc. pour la Côte d'Azur des Peintres). Il peut s'agir d'une commande publique artistique (Art dans la ville sur le trajet du tramway, Nice) ou d'un véritable produit touristique mis en place par un acteur institutionnel du tourisme, ici le CRT Riviera (Côte d'Azur des Peintres)... Néanmoins, outre leur fonction de « musée à ciel ouvert », ils partagent un point commun fort : établir un renouvellement profond de l'image de Nice et de la Côte d'Azur, la complexifier, miser sur la culture pour se différencier de l'image balnéaire. Parallèlement, la mise en valeur et la médiatisation du patrimoine et de la culture sur la riviera peuvent être perçus comme des éléments moteurs d'une stratégie de métropolisation volontariste et ambitieuse de la capitale azurienne. Nice, 5^e ville française (INSEE, 2009), est le noyau d'une conurbation qui a dépassé le million d'habitants mais qui peine à faire reconnaître son rang urbain aux échelles nationale et internationale, valorisée autant qu'engluée par son omniprésente et réductrice image touristique. Le foisonnement culturel, la création artistique, l'innovation sociale qui accompagne souvent ce bouillonnement lui permettraient de se positionner comme métropole dans le cadre de l'économie créative, de la connaissance, qui caractérise ces villes dirigeantes (Girardot, 2004).

In fine, la culture en général et les singularités patrimoniales azuréennes ne prendraient-elles pas de plus en plus leur place dans un développement touristique et métropolitain mondialisé?

Bibliographie

Billen C. Decroly JM, Van Criekingen M. (2002) « Les mutations contemporaines de la valorisation des territoires » pp. 113-130 in *Le développement durable des territoires*, Editions de l'université de Bruxelles, 231 pages.

Comité de candidature, Nice Côte d'Azur capitale européenne de la culture 2013 (2007) « Les projets culturels de la Côte d'Azur », 64 pages

Christofle S. (2010) « Patrimoine culturel, tourisme et marketing des lieux : Nice Côte d'Azur entre désirs de territoire et développement » Colloque international *Patrimoine culturel et désirs de territoires : vers quels développements ?* Février 2010. Nîmes

Christofle S. Khelifi S. (2010) « L'image touristique de Nice Côte d'Azur : entre héritage et renouvellement », Colloque *Penser le développement du tourisme au XXIe siècle : territoire, économie, patrimoine*, Saint-Brieuc.

Comité Régional du Tourisme (CRT) Riviera (2008), *Touriscope-Observatoire du tourisme de la Côte d'Azur*.

Girardot J.J. (2004), « Intelligence territoriale et participation » 3èmes rencontres TIC et territoires : quels développements ?, Lille, ISDM n°16, Mai 2004, Article n°161.

Greffé X. (2006) *La mobilisation des actifs culturels de la France, de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative*, rapport de synthèse sur l'attractivité culturelle, Ministère de la culture et de la communication, Document de travail du DEPS, n° 1270, 75 p.

INSEE (2009), *Résumé statistique, Chiffres clés*, octobre 2009, Nice-Alpes-maritimes, 1 p.

Ressouches R. (2009) *Les conventions Tourisme et culture*, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, Secrétariat d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes entreprises, du Tourisme et des Services, Direction du Tourisme, 13 p.