



HAL
open science

Patrimonialisation et tourisme : Vers une approche nouvelle et alternative de la (re)-mise en tourisme post-Covid-19 des territoires authentiques ?

Zineb Charaï

► To cite this version:

Zineb Charaï. Patrimonialisation et tourisme : Vers une approche nouvelle et alternative de la (re)-mise en tourisme post-Covid-19 des territoires authentiques ?. 11ème Colloque de l'Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur (AsTRES), "L'agilité touristique en période de crises: réplifications, accélérations, réinventions..?", Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur; Université Côte d'Azur, Nov 2022, Nice, France. hal-04088793

HAL Id: hal-04088793

<https://hal.science/hal-04088793v1>

Submitted on 25 Jul 2023

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License

Patrimonialisation et tourisme : Vers une approche nouvelle et alternative de la (re)- mise en tourisme post-Covid-19 des territoires authentiques ?

La situation de la médina de Fès

CHARAÏ Zineb

Docteur en SIC, chercheur associé au laboratoire SIC.Lab Méditerranée, enseignante à l'Université EuroMed de Fès

charaizineb@gmail.com

Mots-clefs : Tourisme ; Patrimonialisation ; Territoire authentique ; Politiques publiques ; Crise Covid-19.

Depuis sa démocratisation au cours de la seconde moitié du XX^{ème}, le tourisme moderne, *s'est peu à peu affirmé comme une composante essentielle de la vie sociale et économique, d'abord en Europe et en Amérique du Nord, puis en Asie et plus tard dans les autres parties du monde*¹. Il est ainsi devenu une industrie économique majeure et une activité sociale prospère à la portée du plus grand nombre. Tantôt envisagé comme une activité bénéfique pour les sociétés d'accueil et un facteur de développement non négligeable, tantôt considéré comme un danger potentiel pouvant menacer l'équilibre socioculturel des identités locales et la sauvegarde du patrimoine culturel des pays récepteurs, le tourisme ne se présente jamais comme un fait anodin puisqu'il est souvent perçu, comme *une invasion pacifique et non innocente*² dans les territoires où il se déploie.

Au sein de pays émergents tels que le Maroc, le tourisme se présente avant tout comme une activité économique majeure³. Pour cela, il suscite un intérêt particulier de la part des pouvoirs publics, qui œuvrent pour une croissance touristique dans le Royaume Chérifien. L'industrie touristique crée en effet, un grand nombre d'emplois directs et/ou indirects et génère aussi d'importants fonds d'investissements. En outre, les recettes touristiques représentent la première source de devises pour le pays. C'est pourquoi conscient de son fort potentiel, l'état marocain a érigé le tourisme en priorité économique nationale, notamment par, la construction de la « destination Maroc »⁴ à partir de 2001.

Dans une cité millénaire, classée au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO comme la médina de Fès, le tourisme a besoin de ressources patrimoniales pour se développer puisque le patrimoine culturel tant matériel qu'immatériel, représente l'atout capital de l'attractivité touristique de ce territoire authentique. A ce propos, X. Dupuis⁵ reconnaît le district patrimonial

¹Decroly, J-M., Duquesene, A-M., Delbaere, R., Diekman, A., *Tourisme et société : mutations, enjeux et défis*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Collection Aménagement du territoire et de l'environnement, Bruxelles, 2006, Introduction.

²Spartaro, A., *Le tourisme en méditerranée*, Éditions L'Harmattan, Paris, 2000, p : 65.

³En 2019, le tourisme a participé à hauteur de 5,9 % du PIB marocain selon le Haut-Commissariat au Plan.

⁴Le tourisme dans son acception contemporaine a commencé à se déployer au sein du royaume du Maroc durant le Protectorat français (1912- 1956) sous l'influence du Général L.H.G Lyautey. Après l'indépendance du pays, les autorités marocaines ont œuvré pour faire évoluer l'activité touristique, car elles percevaient en elle une ressource simple et peu coûteuse à exploiter, ainsi qu'un véritable moteur de développement local. Dès le début des années soixante, le tourisme figurait donc parmi les secteurs prioritaires aux côtés de l'agriculture et des infrastructures de base dans le développement socio-économique du Maroc. Depuis l'intégration du tourisme dans la stratégie de développement globale du royaume, le secteur touristique n'a cessé d'évoluer. La signature, sous la présidence effective de Sa Majesté le Roi Mohammed VI le 10 Janvier 2001, de l'accord cadre « vision 2010 » entre le gouvernement et la CGEM (Confédération Générale des Entreprises Marocaines) a marqué le début de la construction véritable de la « Destination Maroc ».

⁵Dupuis, X., *Le district patrimonial, territoire d'un développement touristique durable*, In « Regards croisés sur le développement du tourisme durable », Leroux, E., Callot, P., (sous la direction de), Éditions L'Harmattan, Paris, 2013, p : 35-54.

apte à attirer et à retenir les touristes. Le patrimoine, véritable produit touristique⁶ permet vraisemblablement au tourisme d'évoluer et de subsister dans un lieu. La valorisation patrimoniale est de ce fait souvent directement et/ou indirectement liée au tourisme. Ainsi, *l'activité touristique accompagne les mutations territoriales faisant du tourisme une partie prenante de la patrimonialisation d'un territoire*⁷. En favorisant le développement du tourisme et en contribuant à l'attrait touristique de la médina de Fès, le patrimoine attise l'intérêt des autorités concernées qui mettent en œuvre des politiques culturelles en direction de la protection et de la valorisation patrimoniale. On sait désormais que le patrimoine engage le tourisme autant que le tourisme mobilise le patrimoine.

Le tourisme et le patrimoine semblent ainsi dépendre l'un de l'autre. Tant et si bien qu'ils se présentent comme un couple indissociable : la mise en tourisme d'un territoire favorise sa patrimonialisation et la constitution d'un site en tant que patrimoine entraîne souvent autour de celui-ci, le développement d'une activité touristique. Néanmoins, l'évolution anarchique et la massification du tourisme dans un espace authentique, peuvent engendrer l'acculturation des autochtones, le déclin des réalités socio-culturelles locales ainsi que la dénaturation et la décomposition du patrimoine, puisque ce même tourisme qui contribue à la valorisation patrimoniale peut également conduire à sa dégradation, à sa dissolution voire même à sa destruction partielle et/ou totale. Il s'en suit une artificialisation et une folklorisation culturelle ainsi qu'une altération de l'authenticité, par la mise en scène théâtrale de certaines pratiques culturelles par exemple.

Dans cette recherche, nous tentons de croiser la notion de patrimoine⁸ avec le concept de tourisme afin de les envisager l'un à travers l'autre. Cette interprétation du patrimoine et du tourisme révèle en quelque sorte une complémentarité paradoxale. La mise en tourisme du patrimoine serait bénéfique pour la patrimonialisation et pour la mise en valeur du patrimoine. Dans le même temps l'activité touristique serait susceptible de détériorer et/ou détruire le dit patrimoine. Parfois en accord, parfois en contrariété, et le plus souvent les deux à la fois, ces relations s'établissent à la manière d'une dialogique, selon la définition qu'en donne E. Morin. Il désigne ainsi *une unité complexe entre deux logiques, entités ou instances complémentaires, concurrentes et antagonistes qui se nourrissent l'une de l'autre, se complètent, mais aussi s'opposent et se combattent*.⁹

Une précédente étude¹⁰ des stratégies touristiques et patrimoniales de la région Fès-Meknès, a révélé les contradictions et les paradoxes que soulèvent ces politiques publiques. Notamment

⁶D'après l'encyclopédie du Tourisme, *tout ce qui est acheté lors d'un voyage peut être appelé un produit touristique* (Jafari, J., 2000). Toutefois, le concept de produit s'applique aussi à des services gratuits tels qu'une balade à vélo ou la contemplation d'un paysage. Ainsi, un produit touristique ne nécessite pas forcément une transaction commerciale explicite entre un acheteur et un vendeur. Selon P. Kotler, P. Filiatraut et R.E. Turner, *une idée peut être considérée comme un produit touristique, au même titre qu'un bien ou un service. On trouve donc une liste hétéroclite dans l'énumération des produits touristiques, offerts sur un territoire*. (Kotler, P., Filiatraut, P., E. Turner, R., 2000). C'est cette flexibilité de la notion de produit qui nous amène à nous demander si le produit touristique ne serait finalement pas *qu'une simple idée, un idéal à atteindre lors d'un séjour touristique, un état d'esprit* (Kotler, P., Filiatraut, P., E. Turner, R., 2000). Dans ce sens, n'importe quel élément peut être considéré comme un produit touristique, pour peu qu'on l'envisage ainsi.

⁷Batazzi, C., Pillet-Anderlini, V., *La patrimonialisation comme dispositif pour penser conjointement la valorisation des territoires et l'industrie touristique*, In « Tourisimes et territoires : des milieux, des dispositifs et des hommes », Batazzi, C., Pillet-Anderlini, V., (sous la direction de), Éditions L'Harmattan, Collection Des Hauts&Débats, Paris, 2020, p : 11.

⁸Initié par l'architecte français E. Viollet-Le-Duc (1814-1879), le terme « patrimoine » a connu une nouvelle conception sous l'historien P. Nora, qui définit la notion de patrimoine comme un *bien constitutif de la mémoire d'un groupe* (Nora, P., 2011).

⁹Morin, E., *Sociologie*, Éditions Fayard, Paris, 1984, p : 73.

¹⁰Charai, Z., *Dynamiques, difficultés et contradictions des processus de patrimonialisation et de la mise en tourisme d'un territoire authentique : le cas de la médina de Fès*, In « Tourisimes et territoires : des milieux, des dispositifs et des hommes », Batazzi, C., Pillet-Anderlini, V., (sous la direction de), Éditions L'Harmattan, Collection Des Hauts&Débats, Paris, 2020, p : 109-124.

quand elles s'efforcent d'accroître le développement des flux touristiques et des infrastructures intrinsèques, qui peuvent parfois entrer en contradiction avec les opérations de sauvegarde et de préservation du patrimoine. C'est précisément là que la dynamique des politiques touristiques et patrimoniales intervient. Pour être efficaces, elles doivent être pensées conjointement afin de ne pas privilégier un élément au détriment de l'autre.

La pandémie de la Covid-19 a généré une crise sanitaire mondiale d'une ampleur sans précédent dans le monde contemporain qui a bouleversé la quasi-totalité de la planète sur tous les plans : social, économique, politique, sociologique, etc. En créant un gel au niveau des déplacements internationaux et parfois même nationaux, la crise a paralysé l'activité touristique la mettant à l'arrêt total et/ou au chômage technique. Elle a aussi remis en question les acquis et les perspectives de développement touristique dans les pays récepteurs du tourisme international. Au printemps 2022, l'annonce de la fin de la vague Omicron conjuguée à l'augmentation des taux de vaccination, la levée des restrictions sanitaires, la réouverture des frontières et l'assouplissement des conditions de voyage, peuvent laisser croire à la fin de la pandémie et à la reprise du tourisme international. Pourtant, tous les jours dans le monde, des cas positifs à la Covid-19 sont encore recensés. Ceci semble-t-il, laisse présager une reprise de la pandémie. Parallèlement, un autre virus gagne du terrain, celui de la « variole du singe »¹¹, en dehors de ses foyers de contagion habituels. « *Le cauchemar est loin d'être terminé* »¹² telle est la prédiction du co-fondateur de Microsoft, B. Gates, qui ne cache pas sa crainte de voir un variant plus contagieux que les précédents et/ou un autre virus se répandre à travers le monde. Cela devrait nous inciter à penser et/ou à repenser le tourisme à l'ère des pandémies et des périodes d'incertitudes, souvent imprévisibles. Comment se préparer à affronter une nouvelle crise globale et éviter l'arrêt brutal de l'activité touristique ? Il est temps de faire preuve d'un opportunisme¹³ éclairé dans le domaine du tourisme, de tirer des leçons constructives de la pandémie et de faire preuve d'agilité touristique¹⁴ en inventant et/ou en réinventant un tourisme post-Covid-19 ; de réfléchir à des approches nouvelles et alternatives de la (re)-mise en tourisme des sociétés traditionnelles, en promouvant un tourisme culturel, revisité, créatif, intégratif, responsable et durable, au service des besoins économiques des sociétés mais également garant de la pérennisation patrimoniale. Se dirigerait-on alors vers un nouvel âge touristique et par là-même, vers la fin de l'ambivalence de la patrimonialisation et de la mise en tourisme des territoires authentiques ?

Nous avons conduit une étude de terrain, dont l'objectif était de déceler et d'analyser les politiques touristiques et patrimoniales post-Covid-19 de la médina de Fès. Nous avons eu recours à plusieurs méthodes : une enquête qualitative, basée sur l'analyse thématique d'entretiens libres et semi-directifs, menés auprès des acteurs clés du patrimoine et du tourisme de la région Fès-Meknès, l'observation participante de la situation touristique et patrimoniale

¹¹L'orthopoxvirose simienne, aussi connu sous le nom de la variole du singe est une maladie virale qui est transmise à l'être humain par les animaux. Celle-ci peut également donner lieu à une transmission inter-humaine. La propagation se fait alors par contact étroit. Actuellement, une épidémie de variole du singe est en cours dans plusieurs pays où le virus n'était généralement pas présent auparavant, en Europe, dans les Amériques, en Afrique, dans le Pacifique Occidental et dans les pays de la Méditerranée orientale. L'infection actuelle qui touche plusieurs pays à la fois est inhabituelle par rapport aux flambées précédentes.

¹²Extrait du discours de B. Gates, lors d'une interview accordée au Financial Times le 03 Mai 2022 à l'occasion de la promotion de son dernier livre, intitulé « Comment prévenir la prochaine pandémie ? ».

¹³Le dictionnaire de la langue française définit l'opportunisme comme la ligne de conduite politique dans laquelle la tactique se détermine d'après les circonstances, en transigeant, si nécessaire, avec les principes.

¹⁴Selon T. Paris, l'agilité touristique fait référence à la fois à la souplesse et à l'agilité d'un corps en mouvement ainsi qu'à la vivacité intellectuelle. L'agilité touristique représenterait ainsi la capacité du secteur touristique à s'adapter à des contextes et à des environnements socio-politiques et économiques souvent imprévus, instables et incertains.

actuelle de la médina de Fès, l'étude d'un corpus de supports de communication touristique¹⁵ garnissant la première campagne internationale de publicité post-Covid-19¹⁶ ainsi que l'analyse de contenu de documents officiels¹⁷.

De l'analyse thématique des entretiens semi-directifs, nous avons extrait du discours des sujets interrogés, un certain nombre d'éléments qui nous ont permis de dégager les politiques touristiques et patrimoniales régionales officielles appliquées ou en passe de l'être dans la région Fès-Meknès et plus précisément dans la ville de Fès. Celles-ci semblent s'accorder non seulement sur la nécessité de la protection du patrimoine mais également sur l'importance cruciale du rôle joué par le tourisme dans cette préservation culturelle. Néanmoins, comme nous l'avons démontré précédemment, le tourisme s'apparente à une médaille à double revers. Dans ce sens et afin d'éviter l'impact négatif que peut occasionner l'activité touristique sur le patrimoine, les politiques publiques misent sur une gestion stratégique et réfléchie du tourisme dans l'enceinte de la médina de Fès.

L'observation participante que nous avons effectuée, nous a permis de percevoir la situation post-Covid-19 de la médina de Fès. Celle-ci semble avoir subi de plein fouet les ravages de la pandémie. De nombreux commerçants et artisans locaux n'ont pas résisté à la crise économique générée par la crise sanitaire mondiale. La question de la préservation et du maintien du patrimoine matériel et immatériel à forte valeur mémorielle, celui de l'artisanat traditionnel par exemple, est plus que jamais d'actualité. La pénurie touristique a révélé le besoin et la nécessité de l'ancrage du tourisme dans un espace authentique comme la médina de Fès. Le Tourisme apparaît alors comme le gage de la pérennisation culturelle, du maintien des organisations socio-culturelles et de la conservation patrimoniale.

L'analyse de contenu des supports de communication touristique de la première campagne internationale de publicité de l'ONMT (Office National Marocain du Tourisme), promouvant la destination Maroc « 2022, année de la reconquête touristique » et l'étude de documents officiels tels que le programme de développement touristique du Maroc, « Prospective Maroc 2030 : Tourisme 2030, Quelles ambitions pour le Maroc ? » conçu par le Haut-Commissariat au Plan¹⁸ du Maroc, nous ont permis de déceler, entre autres, les stratégies touristiques de la remise en tourisme post-Covid-19 de l'ensemble du territoire marocain et plus particulièrement de la ville de Fès. Cette dernière semble faire l'objet d'une attention particulière puisque les politiques touristiques misent singulièrement sur le volet culturel et patrimonial de la médina de Fès, en prêchant une évolution touristique maîtrisée et responsable qui va dans le sens du développement d'un tourisme culturel et respectueux. En ciblant une clientèle écoresponsable

¹⁵Corpus de supports de communication touristique : insertion publicitaire dans des grands magazines internationaux ; affichage public (panneaux publicitaires 4X3) dans les grandes villes des pays cibles (France, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, USA, Israël, Moyen Orient, etc.), display (Affichage en français, le display représente un espace publicitaire sur internet qui comprend des éléments visuels, graphiques et/ou vidéo : bannière, GIF, etc.) dans les réseaux sociaux.

¹⁶En Avril 2022, une campagne internationale publicitaire de grande envergure a été lancée par l'ONMT (Office National Marocain du Tourisme) dans 19 pays cibles. L'objectif étant, selon A. El Fakir (DG de l'ONMT et expert en marketing touristique), de retrouver dès 2023 un niveau d'arrivée de 13 millions de visiteurs (selon les statistiques de l'observatoire du tourisme marocain, le royaume cumule un total de 13 millions de visiteurs en 2019, soit l'année précédant la crise sanitaire) à l'aide de cette campagne, avec un intérêt particulier pour l'art, les expériences culturelles, la nature et le patrimoine rural, les plages et les activités de loisirs.

¹⁷« Prospective Maroc 2030 : Tourisme 2030, Quelles ambitions pour le Maroc ? », Programme de développement touristique du Maroc, Haut-Commissariat au Plan du Maroc / « Convention de partenariat de redynamisation touristique de la région Fès-Meknès », Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, Wilaya de la région Fès-Meknès, Préfecture de la région Fès-Meknès, CRI (Centre Régional d'Investissement), SMIT (Société Marocaine d'Ingénierie touristique), 28 Février-1^{er} Mars 2022, Conseil Régional, Région Fès-Meknès.

¹⁸Le Haut-Commissariat au Plan (HCP) est la structure administrative marocaine chargée de la production, de l'analyse et de la publication des statistiques officielles du royaume.

et sensible à la préservation culturelle, les actions marketing menées en direction de la remise en tourisme de la médina de Fès, semblent en effet encourager le développement d'une approche nouvelle et alternative du tourisme à Fès.

A l'issue de notre enquête, nous constatons une évolution des stratégies touristiques qui se dirigent à première vue, vers le déploiement d'un nouveau modèle de mise et/ou de remise en tourisme d'espaces authentiques tels que la médina de Fès. A priori, les interactions vertueuses entre le patrimoine et le tourisme ante-Covid-19, semblent ne plus s'orienter vers une spirale vicieuse mais vers une évolution harmonieuse au service du respect des identités culturelles, de la médiation (inter)-culturelle du patrimoine et de l'évolution raisonnée et non anarchique du tourisme. Certes, le patrimoine attise l'intérêt des autorités marocaines, plus en raison de sa portée touristique-économique que de ses enjeux identitaires et patrimoniaux. Néanmoins, on note l'émergence d'une conscience liée au patrimoine¹⁹ dans l'esprit des responsables et plus généralement dans celle de la population marocaine. Celle-ci se traduit, à Fès notamment, par une volonté de sauvegarde et de valorisation patrimoniale ainsi que par la maîtrise stratégique du tourisme.

Références bibliographiques

- Bataillou, C., *Tourismes, Patrimoines, Identités, Territoires*, Éditions Presses Universitaires de Perpignan, Collection Études, 2010.
- Batazzi, C., Pillet-Anderlini, V., (sous la direction de), *Tourismes et territoires : des milieux, des dispositifs et des hommes*, Éditions L'Harmattan, Collection Des Hauts&Débats, Paris, 2020.
- Davallon, J., *A propos de la relation patrimoniale. LES ENJEUX DU PATRIMOINE : Connaissances, valorisation et construction de l'objet patrimonial*, In Colloque organisé dans le cadre de la candidature de Nice au Patrimoine mondial, du 4 au 5 Octobre, Nice, 2016.
- Decroly, J-M., Duquesne, A-M., Delbaere, R., Diekman, A., *Tourisme et société : mutations, enjeux et défis*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Collection Aménagement du territoire et de l'environnement, Bruxelles, 2006.
- Delaplace, M., *Après la crise, un tourisme durable?*, Revue L'Économie Politique N° 91, Éditions Alternatives Économiques, 2021.
- Dupuis, X., *Le district patrimonial, territoire d'un développement touristique durable*, In « Regards croisés sur le développement du tourisme durable », Leroux, E., Callot, P., (sous la direction de), Éditions L'Harmattan, Paris, 2013, p : 35-54.
- Gates, B., *Comment prévenir la prochaine pandémie?*, Éditions Flammarion, 2022.
- Haut-Commissariat au Plan, « Prospective Maroc 2030 : Tourisme 2030, Quelles ambitions pour le Maroc ? ».
- Jafari, J., *Encyclopédie du Tourisme*, Éditions Routledge, 2000.
- Kotler, P., Filiatraut, P., E. Turner, R., *Le management du Marketing*, Éditions Gaëtan Morin, Boucherville, 2000.
- Lazzarotti, O., *Patrimoine et tourisme : Histoires, lieux, acteurs, enjeux*, Éditions Belin, Collection BelinSup Tourisme, 2011.
- Morin, E., *Sociologie*, Éditions Fayard, Paris, 1984.
- Nora, P., (sous la direction de), *Science et conscience du patrimoine*, Actes des Entretiens du Patrimoine, Éditions Fayard, Paris, 1997.

¹⁹Introduite au Maroc par le protectorat français (1912 - 1956), la notion de patrimoine et plus singulièrement celle de patrimoine culturel a pris de l'ampleur en se nourrissant du développement touristique.

- Nora, P., *Présent, nation, mémoire*, Éditions Gallimard, Paris, 2011.
- Origet Du Cluzeau, C., *Le tourisme culturel, dynamique et prospective d'une passion durable*, Éditions De Boeck, 2013.
- P Furt, J.-M., Michel, F., (sous la direction de), *Tourismes, Patrimoines et Mondialisations*, Éditions L'Harmattan, Collection Tourisme et société, Paris, 2011.
- Paris, T., *L'agilité*, Revue Le journal de l'école de Paris du Management N°111/1, 2015.
- Spataro, A., *Le Tourisme en Méditerranée*, Éditions L'Harmattan, Paris, 2000.