

Patrimoine Culturel et Tourisme en France

Valery PATIN

Docteur en sociologie, Responsable pour l'Europe du Comité international Tourisme Culturel, France

Jean-Mari VINCENT

Vice-Président de la Section française de l'ICOMOS, France

Au cours de la dernière décennie, les relations entre patrimoine culturel et tourisme se sont profondément modifiées en France:

- *la fonction économique du patrimoine s'est affirmée et est désormais reconnue par les responsables et les professionnels;

- *les conditions d'aménagement et de mise en valeur des sites sont mieux maîtrisées,

- *les relations entre les administrations et les collectivités territoriales autour des problèmes de la protection, de la restauration du patrimoine et de l'accueil du public commencent à s'organiser.

Mais cette ouverture du patrimoine au tourisme a ses contreparties: problèmes de surfréquentations, de banalisation du contenu culturel, voire risque de développement d'une offre touristique à contenu pseudo-culturel.

1 Le tourisme: un atout pour le patrimoine.

1.1 La fonction économique du patrimoine s'est affirmée.

Le patrimoine culturel est de plus en plus souvent perçu comme un véritable objet économique susceptible de produire des richesses induites, en particulier par le canal de la consommation touristique. Sa gestion doit donc répondre aux conditions de rentabilité.

Cette attitude renforce l'intérêt croissant porté en France au patrimoine en intégrant celui-ci dans le jeu économique, ce qui est encore plus important dans la situation de crise économique que nous connaissons.

L'amélioration des conditions d'accueil sur les sites, l'installation de boutiques, de librairies et de cafétérias,

la recherche d'un accroissement régulier de la fréquentation par une promotion touristique soutenue, participent de cette logique.

Des études menées auprès de visiteurs français et étrangers montrent que sur un site bien équipé et mis en valeur, la dépense moyenne est de 35 FF par personne.

On sait également qu'une fréquentation de 12 à 15 000 visiteurs par an permet de créer un emploi permanent sur le site et a des effets induits correspondant à un autre emploi permanent dans les activités périphériques.

L'environnement du site bénéficie lui aussi de cette activité puisque les visiteurs utilisent les restaurants (sur 100 visiteurs d'un site, 35% utilisent un restaurant proche et dépensent en moyenne 120 FF par repas et par personne). De plus les achats de souvenirs et de produits agro-alimentaires en dehors des sites représentent une dépense moyenne de 40 à 50 FF par visiteur.

Certains sites français, exploités sous forme commerciale, réalisent des chiffres d'affaires importants (Tour Eiffel: 5.7 millions de visites, château de Chenonceaux: 1 million de visites). Les monuments et musées gérés par des établissements publics (Caisse nationale des monuments historiques et des sites, Réunion des musées nationaux) améliorent régulièrement leurs conditions d'exploitation. A titre d'exemple, le musée du Louvre devrait réaliser en 1993 un chiffre d'affaire supérieur à 200 millions de FF (37 millions de US \$) pour 5 millions de visiteurs (billetterie et boutiques).

1.2 Les conditions d'aménagement et de mise en valeur des sites culturels se sont améliorées.

L'accroissement important de la fréquentation des lieux culturels français tient pour partie à un accroissement général de la demande touristique à destination de la France. Mais ce mouvement s'est trouvé notablement amplifié, depuis 20 ans, par une extraordinaire mutation de l'offre culturelle, et en particulier muséographique. Beaucoup de sites, en effet, ont été rénovés ou créés: le musée d'Orsay dans l'ancienne gare, le musée Picasso dans l'ancien hôtel Salé, l'Arche de la Defense à Paris devenue monument à peine terminée, les musées des Beaux-Arts de Lille, Rouen, Lyon, le Memorial de la Paix à Caen.....

Les conditions d'accès, de signalisation directionnelle et informative, de stationnement et d'accueil ont été largement améliorées. La formation des conférenciers et l'édition de guides et de livres d'art se sont considérablement accrues.

Enfin, les modalités de mise en valeur, les animations et les muséographies ont, pour la plupart, évolué de manière à mieux satisfaire des publics plus large et plus sensibles aux approches émotionnelles, spectaculaires et didactiques. A ce titre le Memorial de la Paix à Caen est un superbe exemple.

1.3 Les relations entre les administrations et les collectivités territoriales chargées des sites et de l'accueil du public se sont organisées.

Une convention interministérielle a été signée entre La Culture et le Tourisme qui prévoit de conduire de commun des actions expérimentales d'étude et de mise en valeur de sites significatifs: musée du Louvre, palais de Fontainebleau, palais de Versailles.

Dans le cadre de planification urbaine du patrimoine (secteurs sauvegardés de la "loi Malraux," zones de protection du patrimoine architectural et urbain.....), le tourisme est de plus en plus souvent

pris en compte comme j'un des moyens de valorisation du patrimoine des ensembles.

2 Le tourisme: a danger pour le patrimoine s'il est mal maitrise.

Un tel bilan, somme tout positif, ne laisse pas d'inquiéter, face à l'apparition de problèmes nouveaux consécutifs aux phénomènes que nous venons de décrire.

2.1 La surfréquentation menace l'existence physique elle-même de certains monuments (Versailles, Mont-Saint-Michel, Pointe-du-Raz, parcs nationaux.....); ces problèmes ne pourront être résolus que par un contingentement rigoureux de la fréquentation (réservation pour les groupes, voire pour les visiteurs individuels). Dans les cas extrêmes comme à Lascaux, on est parfois contraints d'inventer des succédanés pour sauver le monument de l'érosion touristique..... Est-ce la solution d'avenir?

2.2 Le risque, plus pernicieux mais tout aussi grave, est la banalisation des sites et la perte progressive de leur identité culturelle. Sous le prétexte de faciliter l'accueil d'un nombre croissant de visiteurs, certains responsables n'hésitent pas à réaliser des opérations de consolidations à moindre coût, à implanter des équipements d'accueil de qualité médiocre, à créer des lieux "standards" dénués de toute référence culturelle le..... Dans les villes et villages touristiques, une priorité excessive donnée au tourisme aboutit rapidement à la mutation des commerces traditionnels vers les marchands de souvenirs; la cohabitation devient rapidement impossible entre les résidents et les visiteurs: les premiers partent très rapidement et laissent les centres historiques deserts les deux tiers de l'année et progressivement artificialisés.....

2.3 L'offre culturelle, mal contrôlée, croit de manière anarchique: aujourd'hui les projets de mise en valeur touristiques du patrimoine croissent plus vite que la demande! Si une telle situation se perpétuait, on risquerait, compte tenu

des conditions économiques, de se trouver confronté à court terme à un phénomène de "récession de la consommation culturelle."

2.4 Enfin, et c'est peut-être le plus grave, le succès de certains sites culturels commence à intéresser quelques opérateurs touristiques, hôteliers et immobiliers, qui ne trouvent plus de débouchés suffisants dans les espaces qui leur sont habituels (littoral et montagne).

Il existe donc un risque, exercé jusqu'à présent tant bien que mal par les mesures de protection mis en place par

l'Etat, que la décentralisation risque d'aviver. Si se développe autour du patrimoine culturel des logiques "d'aménagement" analogues à celles qui ont définitivement ravagé certains grands sites de bord de mer ou de haute montagne, alors on peut craindre que le tourisme, qui pourrait pourtant être le vecteur d'une prise de conscience de la valeur du patrimoine comme élément fondateur de l'identité culturelle locale, ne soit plus qu'une forme de "consommation culturelle" et n'aboutisse au contraire à une banalisation rapide de nos paysages urbains et ruraux.