

Le patrimoine culturel, levier d'attractivité pour la destination touristique « Fès »

Cultural heritage, lever of attractiveness for fez as a touristic destination

AHMED BENJELLOUN

Docteur en Sciences Economiques et Gestion
Université Sidi Mohammed Ben Abdellah Fès
Ahmedbenjelloun1@gmail.com

Date de soumission : 14/04/2019

Date d'acceptation : 02/06/2019

Pour citer cet article :

BENJELLOUN. A. (2019) «Le patrimoine culturel, levier d'attractivité pour la destination touristique « Fès »»,
Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit « Numéro 9 : Juin 2019 / Volume 4 : numéro 1 » p :172 - 184

Résumé

L'attractivité d'une destination touristique est déterminée par la qualité de son offre ainsi que par la démarche collective des différents intervenants qui œuvrent pour positionner la destination dans un environnement de forte concurrence.

Le patrimoine est considéré comme un héritage commun et vecteur de la mémoire d'une société. Dans ce sens, il est associé à l'identité culturelle d'une destination et par conséquent à son patrimoine culturel.

Patrimoine culturel et touristicité d'une destination sont indissociables. Il existe entre eux une relation d'interdépendance et de complémentarité. La destination qui valorise son patrimoine culturel contribue à l'essor de son tourisme. Le développement du tourisme renforce la valorisation du patrimoine culturel. Cette dynamique va promouvoir l'attractivité de la destination.

L'objectif de cet article est de démontrer que le patrimoine culturel peut constituer un levier de développement de l'attractivité d'une ville à potentiel touristique. Il permet aux institutionnels et acteurs de tourisme de la destination, d'être créatifs en matière d'offre touristique et en même temps, de maîtriser les effets d'une touristicité sur l'authenticité et la sauvegarde de son patrimoine culturel.

Mots clés : Attractivité Touristique ; Destination Touristique ; Touristicité ; Patrimoine Culturel ; Patrimoine

Abstract

The attractiveness of a tourist destination is determined by the quality of its offer and by the collective effort of various stakeholders working to position the destination in a highly competitive environment.

Patrimony is regarded as a common heritage and vector memory of a society. In this sense, it is associated with the cultural identity of a destination and therefore to its cultural heritage.

Fez, the cultural capital of Morocco has an important cultural heritage that enables it to be included in the ranking of 6th Moroccan destination. This destination is part of the circuit of the imperial cities, has a diverse offering combining religious tourism, national and cultural.

The objective of this article is to demonstrate that cultural heritage can be a lever for developing the attractiveness of a city with tourism potential. It allows institutional and tourism actors of the destination, to be creative in terms of tourism offer and at the same time, to control the effects of touristicity on the authenticity and safeguarding of its cultural heritage.

Keyword : Tourist Attractiveness ; Touristic Destination ; Touristicity ; Cultural Heritage ; Patrimony

Introduction

Le secteur du tourisme génère des activités économiques directes et indirectes qui constituent un levier essentiel à la compétitivité d'un pays et contribuent à son rayonnement international.

La demande touristique a connu de fortes mutations, les consommateurs devenant plus exigeants, mieux informés et exposés à des offres touristiques de plus en plus diversifiées et concurrentielles. Ainsi, si l'on exclut les obstacles de mobilité liés soit à la distance, soit aux formalités administratives ou aux facteurs géopolitiques et sanitaires, les perspectives de développement du tourisme semblent presque illimitées. Cette nouvelle donne impose aux destinations et aux territoires une sérieuse remise en cause qui place leur attractivité au centre de leurs préoccupations socio-économiques. L'attractivité touristique est définie comme le fait, pour une destination d'attirer des touristes. La qualité de cette attractivité est révélée non seulement par le nombre d'entrées mais aussi par la durée des séjours et surtout des dépenses générées par ces touristes. De ce fait, le patrimoine culturel peut représenter un cadre d'analyse prometteur dans une logique de développement des positions concurrentielles des destinations touristiques et de l'attractivité des territoires.

Ainsi situé dans son contexte, la problématique de cet article porte sur : « **Le patrimoine culturel pourra-t-il constituer un support de l'attractivité d'une destination ?** »

Dans un premier axe, nous verrons que l'attractivité d'une destination touristique ne peut être comprise sans faire référence à sa mise en tourisme:

- Facteurs géographiques, physiques ou sociaux pris à part ou combinés qui font la notoriété d'un territoire (accessibilité, situation géographique, stabilité politique...)
- Stratégies de développement adoptées par les territoires pour promouvoir l'activité touristique en vue du management touristique.

Dans un deuxième axe, nous montrerons comment le patrimoine culturel, considéré comme un bien commun à mettre en valeur et à transmettre aux générations futures, peut promouvoir une destination touristique et construire son attractivité.

Enfin, nous présenterons la destination de Fès, capitale culturelle et spirituelle du Maroc en mettant l'accent sur l'attractivité de son patrimoine culturel.

1. TOURISTICITE ET ATTRACTIVITE DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

1.1. La touristicité des destinations touristiques

1.1.1. Le concept

Ce terme ne correspond à aucune définition dans le dictionnaire est un néologisme. Il est employé pour désigner « **la potentialité attractive** » d'un territoire (GIOTARD & BALFET, 2004). MIT y voit le degré de mise en tourisme d'un lieu (MIT, 2000) et Wackermann y voit « **le caractère touristiquement fonctionnel d'un territoire et non son caractère potentiellement touristique** » (WACKERMANN, 2005) indiquant que sans touristes, il n'existe pas de touristicité.

Effective ou potentielle, la touristicité nous renvoie au rang de la destination dans une hiérarchie, qu'elle soit nationale ou internationale et ce, dans un contexte de vive concurrence entre les destinations.

1.1.2. Le management de la Touristicité : gestion de la performance

La touristicité d'un territoire exige de la part des acteurs de développement d'une destination (privés ou publics) l'adoption de stratégies efficaces et leur engagement dans la mise en place de plans et de modèles permettant à leurs territoires de disposer d'une offre personnalisée mais en même temps adaptée aux tendances du marché touristique.

Dans ce sens, la question des stratégies à adopter devient une problématique importante pour les décideurs du tourisme (BOTTIL et Al. , 2006),.

1.1.3. Les facteurs de la touristicité :

La touristicité dépend de plusieurs déterminants. On peut citer notamment :

- Des déterminants transitoires comme la situation politique ou le développement économique
- Des déterminants fixes et durables qui correspondent à l'environnement naturel du territoire ou à la culture de sa communauté (AMIROU, 2000).

Dans les deux cas, la touristicité semble être subie par les territoires et placerait la destination touristique dans une sorte de déterminisme touristique qui l'empêcherait d'évoluer par le biais de recherches et de management.

De l'avis des spécialistes dans le domaine, il serait plus judicieux de nous investir dans un concept de touristicité d'un territoire qui n'est pas une valeur absolue, fixé dans le temps et l'espace mais plutôt un concept évolutive qui tiens compte de stratégies de management d'un territoire afin de promouvoir son attractivité touristique.

1.2. L'attractivité des destinations touristiques

1.2.1. La destination

La destination est avant tout « un lieu géographique où un ou plusieurs touristes PASSENT au moins une nuitée » (KNAFOU et Al. , 1997). Mais plus qu'un simple lieu, c'est avant tout un produit touristique (ensemble de services, de biens et de ressources) capable de retenir le visiteur.

La gestion du produit fait que dans sa globalité, la destination est considérée comme une entreprise virtuelle qui, à partir de son activité, essaie de répondre à ses clients, les touristes (MOUTINHO, 2004).

D'autres auteurs définissent la destination comme une firme devant parvenir à une utilisation efficiente de ses inputs (attractions, capacité d'hébergement hôtelier, infrastructures) pour produire des outputs (arrivées, nuitées, emplois) (BOTTI L et Al. , 2008).

1.2.2. L'attractivité

En général, on conçoit une attractivité touristique par rapport à la diversité des équipements et événements qui provoquent les déplacements touristiques. Cette conception nous semble élémentaire dans la mesure où elle ne repose pas sur le caractère multiple et hétérogène des acteurs qui sont impliqués dans l'offre touristique, que ce soit de façon directe ou indirecte.

C'est ainsi que l'attractivité touristique en fait, va être déterminée par d'une part la qualité de l'offre et d'autre part par la démarche collective de l'ensemble des intervenants quelque soit leur taille ou leur activité (hôtels, agences de voyage, restaurants, centres de vacances, transporteurs....)

Ceci nous amène à concevoir une attractivité, intégrée dans une économie contemporaine, dans un environnement concurrentiel et placée dans une analyse de la performance des praticiens de la gestion touristique.

1.2.3. L'attractivité d'une ville touristique

Aujourd'hui un grand nombre de villes sont devenues touristiques, que ce soit en exploitant la qualité de leur patrimoine ou de leur cadre de vie ou bien par l'intermédiaire de créations d'évènements.

L'activité touristique y devient tellement importante qu'elle évince dans certains cas, les autres activités.

On observe deux cas de figure :

- Le premier considère la création pour et par le tourisme de lieux qui n'existaient pas par le passé.
- Le deuxième considère des lieux déjà existants faisant partie de l'héritage patrimonial de la ville

Et c'est au regard de ce deuxième cas de figure que nous allons entamer le deuxième axe qui sera consacrée au patrimoine.

2. LE PATRIMOINE CULTUREL

2.1. Le concept de patrimoine

La notion de patrimoine englobe un ensemble d'éléments hétérogènes, héritage légué par les générations qui nous ont précédés et que nous devons transmettre aux générations futures ce qui nous amène à considérer le patrimoine comme un héritage commun. Vecteur de la mémoire, il a presque toujours une dimension quasi-sacrée et représente le résultat de l'alliance des sociétés contemporaines avec le processus historique de l'humanité (Desvallées, 1995).

2.1.1. Patrimoine et identité

Il existe vraisemblablement un lien étroit entre la notion de «*patrimoine*» et celle «*identité*»

Ainsi, pour faire face à la concurrence interculturelle et universelle, les politiques patrimoniales actuelles, inscrites dans un processus de retour aux valeurs identitaires, se tournent vers les cultures locales et leurs objets patrimoniaux.

Il faut non seulement les restaurer mais encore les instaurer comme témoins symboliques, censés représenter l'identité du site.

2.1.2. Patrimoine matériel et immatériel

Constitué de paysages, d'architecture et d'urbanisme, de sites archéologiques et géologiques, d'objets d'arts et mobiliers, le patrimoine matériel se divise en deux grandes catégories :

- Le patrimoine naturel
- Le patrimoine bâti

Le patrimoine immatériel quant à lui inclut les pratiques, représentations et expressions, les connaissances et savoir faire que les communautés, les groupes et dans certains cas les individus, reconnaissent comme une partie intégrante de leur patrimoine culturel.

Il concerne les traditions et expressions orales y compris la langue en tant que véhicule pour le patrimoine culturel, les arts du spectacle, les pratiques sociales, les rituels et événements festifs.

2.1.3. Le patrimoine culturel

Il représente un ensemble de documents, de vestiges du passé par l'intermédiaire desquels on peut ériger celui-ci en objet de connaissance mais également en tant que caractéristique indispensable pour la construction identitaire.

Cette forme de patrimoine sera traitée dans le deuxième axe par rapport à sa contribution à l'attractivité d'une destination touristique

2.2. Le patrimoine culturel et attractivité d'une destination touristique

Le patrimoine culturel joue un rôle important dans l'industrie touristique et plus généralement dans l'économie d'un pays. En effet, la mise en tourisme du patrimoine culturel éveille la conscience collective de son lieu et suscite par conséquent l'intérêt de mise en place de politiques culturelles de sauvegarde et de restauration du patrimoine.

Le patrimoine et le tourisme sont complémentaires. La patrimonialisation d'un lieu prépare sa touristicité et à l'inverse, la touristicité d'un lieu s'accompagne souvent de sa mise en patrimoine. L'un et l'autre se complètent pour donner au lieu une valeur d'échange et de rencontre. Le déplacement des touristes donne de la valeur au lieu et cette valeur favorise les déplacements touristiques (LAZZAROTTI, 2011).

Le tourisme a en effet besoin des ressources patrimoniales pour se développer et subsister dans un lieu. De nos jours, le tourisme qui reste en plein essor en dépit de la crise économique durable, a besoin du patrimoine pour faire face à la mondialisation et en retour, le patrimoine a plus que jamais besoin du tourisme pour exister, pour résister, bref pour « **se préserver** ».

2.2.1. La mise en tourisme du patrimoine culturel

La dynamique touristique conduit à organiser le patrimoine culturel, à le constituer en objet d'attraction, à accroître sa contribution au développement économique (PATIN, 1997) si bien qu'il se présente comme un véritable produit touristique. Ce produit va contribuer à l'attrait touristique d'un territoire en renforçant la valorisation des espaces touristiques de référence, en créant de nouvelles organisations touristiques et ce, à travers la diversification de l'offre touristique.

La destination qui valorise son patrimoine va contribuer au développement du tourisme culturel qui suppose le respect et la conservation du patrimoine et induit une contribution également au niveau de l'environnement et des richesses locales (AUDRERIE, 2009). Le tourisme devient alors non seulement consommateur (avec toutes les influences négatives qu'il peut engendrer au niveau de la dégradation de certains trésors) mais plutôt conservateur et source de richesses (THUROT, 1976).

2.2.2. Le patrimoine mondial

L'UNESCO¹ a mis en place une convention² entre l'UNESCO et ONU concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, adoptée par la conférence générale lors de sa 17^{ème} session, le 16 Novembre 1972 à Paris. La convention pose deux principes fondamentaux.

¹ L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

² ONU, Conventions et recommandations de l'UNESCO relatives à la protection du patrimoine culturel, 1983.

D'une part, chaque partie reconnaît que l'obligation d'assurer la conservation des éléments du patrimoine mondial situé sur son territoire lui incombe au premier chef et s'engage à agir à cet effet dans toute la mesure de ses ressources disponibles.

D'autre part, les états reconnaissent que la communauté internationale toute entière a le devoir de coopérer pour assurer la conservation d'un patrimoine dont le caractère est universel.

2.2.3. Le cas de la ville de Fès

Choix de Fès, patrimoine universel par l'UNESCO

Nous avons choisi d'illustrer le sujet par le cas de la ville de Fès, capitale spirituelle et culturelle du Royaume, car sa médina est classée patrimoine mondiale de l'humanité à part entière par l'UNESCO et qu'elle recèle de nombreux édifices religieux ainsi qu'un grand nombre de monuments historiques. Elle abrite entre autres la première université du monde arabe Al Karaouiyine construite en l'an 857.

Tourisme à Fès-environnement général

La ville de Fès a toujours été caractérisée par un tourisme de type culturel, religieux et spirituel.

Occupant la 6ème place dans le palmarès des destinations marocaines, Fès se caractérise par des flux touristiques relativement faibles. Longtemps négligée par les politiques touristiques nationales, les autorités publiques ainsi que les différents professionnels du secteur touristique se sont penchés sur le cas de la ville de Fès dans les années 80, à travers la création de l'Agence pour la Dédensification et la Réhabilitation de la médina de Fès (ADER) Fès pour faire appel à l'UNESCO en vue de l'inscription de Fès au patrimoine mondial de l'humanité. Et ce, dans l'optique de préserver l'authenticité de la médina de Fès mais aussi et surtout pour attirer des flux de touristes dans le cadre d'un tourisme culturel maîtrisé. Néanmoins, le ministère du tourisme a profité de l'inscription de la médina de Fès au rang de patrimoine mondial de l'UNESCO en **1981** pour saisir l'occasion de promouvoir le tourisme à Fès.

L'objectif des politiques touristiques mises en place, visait tout d'abord le repositionnement de la ville de Fès en tant que destination de voyage à part entière. Parallèlement, la ville a connu

une grande évolution urbaine incluant le lancement d'infrastructures touristiques, hôtelières et restauratrices.

Selon les statistiques du ministère du tourisme, les arrivées recensés aux postes frontières de Fès sont passées de 105 409 en **2002** à 687 289 en **2012**. Bien que Fès ne soit pas parvenue à accéder au rang de destination touristique à part entière, l'activité touristique s'est néanmoins développée à travers l'augmentation de la Durée Moyenne de Séjour (DMS) qui est passée d'une nuitée en moyenne à une nuitée et demi voir même deux nuitées.

Formes de tourisme à Fès

- **Circuit des villes impériales :**

Fès continue de faire partie intégrante des circuits touristiques des villes impériales ce qui représente sa principale source de tourisme international. La ville de Fès se positionne également en tant que destination « **city break** » et se caractérise par un tourisme culturel mais aussi et surtout religieux et spirituel.

- **Tourisme religieux :**

En effet, un certain nombre de touristes, principalement sub-sahariens séjournent dans la ville de Fès afin d'y effectuer des pèlerinages (recueil sur les tombeaux des différents saints de la ville dont sidi ahmed Tijani). – tourisme national : il représente la première source économique de la ville de Fès car cette ville jouit d'une grande réputation nationale en matière d'artisanat local

Fès, dès sa fondation a attiré une immigration juive de haut niveau de toute la diaspora : de Kairouan, en Tunisie, d'Egypte, de Perse, de Babylone et d'Espagne. Ville refuge pour les juifs quittant l'Espagne, elle a été une terre d'accueil pour près de 250 000 juifs (la plus forte communauté en Afrique du Nord) et de la famille de MAIMONIDE, philosophe et penseur juif qui a enseigné à la Quaraouiyine.

Aujourd'hui, les juifs marocains d'autres villes du Maroc et d'Israël ainsi que les dignitaires religieux du monde entier effectuent le pèlerinage dans des lieux de culte juif à Fès notamment la synagogue ABEN DANAN, première synagogue à être restaurée en février 2013 en raison de son rôle important dans la culture et la religion hébraïque à travers tout le

MAGHREB. La restauration de cette synagogue témoigne de la volonté nationale de valoriser la diversité du patrimoine culturel des minorités religieuses.

Sauvegarde du patrimoine de Fès

Fès a été la première ville au Maroc à initier un Plan de développement régional touristique (PDRT) dans lequel on a inclus des actions de réhabilitation et de restauration de nombreux monuments historiques. Une dynamique d'investissement en médina a vu le jour dans le cadre de développement de nouvelles formes d'hébergement touristique comme les maisons d'hôtes fondées dans les riads restaurés pour un accueil de luxe. Al Quaraouiyne, les médersas, la Zaouia Sidi Ahmed Tijani, le mausolée Moulay Idriss contribuent au rayonnement culturel de la médina et de la ville de Fès comme destination touristique.

La valorisation de ce patrimoine historique s'est accompagnée, pour rendre Fès ville touristique de séjour et non plus de passage (dans le cadre des circuits des villes impériales) d'un effort de diversification pour orienter les efforts vers l'exploitation de l'environnement naturel en composant avec les atours des sources thermales proches (les deux principales stations thermales Sidi Harazem et Moulay YAcoub.).

Nous constatons que le patrimoine est ainsi considéré dans sa globalité et y inclut même le patrimoine culturel tel l'artisanat. Ainsi, un plan de développement régional de l'artisanat (PDRA) a vu le jour. Initié en concertation avec tous les acteurs concernés dont notamment les collectivités locales, les chambres professionnelles et les associations d'artisanat, il vise entre autres la réhabilitation des métiers d'artisans menacés de disparition, la création d'un système de contrôle de la qualité et labellisation des produits ainsi que la promotion des ventes des produits d'artisanat aux touristes.

Axes de développement de l'attractivité de Fès par le biais du patrimoine culturel

Les acteurs privés et les institutions publiques de Fès se doivent d'accentuer leurs efforts d'exploitation du patrimoine culturel de la cité de Fès existant et créer pour valoriser ce dernier de nouvelles attractions touristiques qui pourront devenir des motifs de séjour et placer la destination de Fès dans le circuit de la compétitivité. Tout en préservant l'authenticité et l'équilibre de la ville de Fès et de sa médina, les efforts doivent cibler des créneaux nouveaux en rapport avec son patrimoine culturel (architecture, coutumes, mode, gastronomie.....) le tout accompagné d'un véritable avantage concurrentiel pouvant permettre de cibler de nouveaux segments de clientèle et de se positionner sur de nouveaux marchés.

Conclusion

Véritable mémoire du Maghreb, « sanctuaire habité, symbole vivant » (RUGGERO, 2014) lieu de science, lieu de pèlerinage, emblème du patrimoine culturel marocain, tels sont quelques qualificatifs que de nombreux chercheurs, anthropologues, hommes de science, de lettres et penseurs, ont donné à la ville de Fès.

Aujourd'hui, Fès est devenue surtout depuis son inscription au patrimoine universel, un musée vivant dont le patrimoine bénéficie d'importants investissements de restauration. Grâce à cette évolution marquée notamment par la tenue de festivals (musiques sacrées du monde, musique soufie, festival des arts culinaires, festival du jazz, musique andalouse, malhoun...) expositions d'art, d'artisanat traditionnels et de mode, Fès est devenue un lieu de rencontre et d'échange entre les peuples.

Cette dynamique nouvelle a suscité l'intérêt pour la ville en tant que destination touristique à vocation culturelle mais participera également à transformer sa situation économique et sociale.

Cette transformation, confrontée aux impératifs de sauvegarde et de valorisation du patrimoine matériel ainsi que des modes de vie et de travail séculaires, ne devrait pas constituer un danger potentiel pour la ville et ses habitants locaux si elle est combinée avec une volonté des acteurs privés et institutionnels du tourisme de tenir compte de son identité culturelle.

BIBLIOGRAPHIE

AMIROU R, (2000), Imaginaire du Tourisme Culturel, PUF

AUDRERIE, D., (2009) Patrimoine et tourisme, Actes du colloque Tourisme Culture Patrimoine du 4 Octobre 2002 à Périgueux, Editions Presses Universitaires de Bordeaux, Bordeaux, p : 37.

BOTTI L, PEYPOCH N, SOLONANDRASANA B,(2008), Ingénierie du Tourisme : Concepts, Méthodes et Applications, De Boeck, Bruxelles.

BOTTI L, PEYPOCH N, SOLONANDRASANA B. (2006), De la Relation entre Politique Événementielle et Attractivité Touristique, Espaces, Vol239

DESVALLEES, A., (1995) Emergence et cheminement du mot patrimoine, Revue Musée et collections publiques de France, N°208, Septembre, p : 8

KNAFOU et Al (1997), Une Approche Géographique du Tourisme, Géographie, Vol26

LAZZAROTTI, O., (2011) Patrimoine et tourisme : Histoires, lieux, acteurs, enjeux, Editions Belin, Collection Belin Sup Tourisme, Paris, , p : 8.

LOZATO-GIOTARD JP., BALFET M. (2004), Management du Tourisme, Pearson Education

MIT (2000), La Mise en Tourisme des Lieux : un Outil de Diagnostic, Mappemonde, vol57

MOUTINHO L. (2004), Strategic Management in Tourism, CABI.

PATIN, V., (1997) Tourisme et patrimoine en France et en Europe, Editions La Documentation Française, Collection Etudes, Paris,.

RUGGERO VIMERCATI SANSEVERINO (2014) « Fès et sainteté, de la fondation à l'avènement du Protectorat), collection Description du Maghreb.

THUROT, J.-M.,(1976) Les effets du tourisme sur les valeurs socio-culturelles, Revue les cahiers du tourisme, Série C N° 34, Aix en-Provence, , p : 41.

WACKERMANN G, (2005), Dictionnaire de Géographie, Ellipses