

Innovations sociales en tourisme, en patrimoine et dans les musées : savoirs canadiens, espagnols et d'ailleurs.

**Habib Saidi
IPAC/CÉLAT, Université Laval**

Les études portant sur le tourisme, le patrimoine et les musées ne cessent de progresser vers des approches novatrices de ces trois secteurs de plus en plus interdépendants et inter-reliés. Il en est de même des pratiques qui les recouvrent et des activités qui les animent. Quelles soient scientifiques, sociales ou professionnelles, les innovations dans ces secteurs sont intenses et diversifiées d'une région à l'autre du monde. Elles se traduisent par des coupures, voire des changements radicaux dans les manières de penser, de faire et de vivre de chacun desdits secteurs. Au confluent de la culture et de l'économie, ces derniers interagissant fortement avec les nouveautés dans ces deux sphères et constituent de ce fait d'excellents révélateurs des mutations sociales et des transformations culturelles en cours. En d'autres termes, le tourisme, le patrimoine et les musées sont autant des objets que des acteurs des innovations sociales qui ont rythmé les dynamiques culturelles et économiques durant les dernières années. Cela est d'autant plus significatif que les mouvements alternatifs qui façonnent et modifient les modes de produire, de consommer, de vivre et de représenter le monde ont servi de passerelles entre les différents univers touristiques, muséaux et patrimoniaux. Ce faisant, ils ont non seulement dilué les frontières entre les disciplines scientifiques se penchant sur ces univers, mais ont aussi permis à chacun de ceux-ci de devenir un laboratoire qui contribue au développement et au façonnement des deux autres. Pour mieux saisir ces idées, nous esquissons dans ce qui suit les grandes lignes des changements et des innovations qui ont marqué chacun de ces trois domaines.

1. Tourisme et mise en ordre du monde

D'une industrie qui est régie par la logique de l'offre et de la demande, ainsi que par le mouvement des flux humains, commerciaux et financiers mobilisés à l'échelle de la planète, le tourisme est de plus en plus envisagé comme un ordonnateur de la société-monde, voire comme un réseau gigantesque de destinations, d'objets, d'organisations, de marchés, d'imaginaires et de représentations. Selon cette nouvelle approche, ce réseau contribue à la mise en ordre du monde et à la redéfinition des interactions du local et du global dans un contexte de globalisation. Il se caractérise par deux principaux aspects qui traduisent la portée des nouvelles approches en tourisme et les changements les plus importants qui ont affecté celui-ci au cours des dernières années.

Le premier aspect concerne le paradigme organisationnel qui sous-tend le tourisme. Il faut entendre par là l'insertion de celui-ci dans plusieurs structures humaines et non humaines, et par conséquent ses impacts directs et indirects sur leurs fonctionnements et leurs systèmes organisationnels. À la suite de Franklin (2004), on peut considérer que ces structures relèvent de presque tous les domaines économiques et politiques : structures d'accueil de toutes sortes (hôtels,

gites, maisons d'hôtes, échanges de maisons...) ; agences de voyage et moyens de transport variés terrestres, aériens et maritimes ; organismes de développement gouvernementaux et non gouvernementaux ; publications et supports de communication diversifiés écrits, audiovisuels et numériques ; institutions financières, argent et devises de toutes provenances ; territoires, paysages et architectures de tous les styles, etc. On constate ainsi que le tourisme ne peut être réduit à la dimension d'une simple activité économique marginale, mais qu'il se rattache et s'articule avec les objets, les systèmes, les machines, le pouvoir politique, la bureaucratie, les rapports sociaux, les paysages, les médias, le patrimoine, les visiteurs et visités, les valeurs sociales et culturelles, etc. ... Le deuxième aspect a trait aux implications spatiales de l'activité touristique. Celle-ci se produit dans des espaces variés allant de la ville au village, à la zone rurale, aux stations balnéaires, aux fermes et terres agricoles, aux musées et sites historiques (Franklin 2007). Cette diversité spatiale assure l'ancrage du tourisme dans le territoire et en fait un phénomène territorial par excellence, et par extension un opérateur de production et de remodelage de l'espace et des rapports sociaux.

Dans la foulée de ces changements, des voix se sont levées pour dénoncer la vision univoque qui a imprégné tant les études que les industries touristiques en les poussant à privilégier la perspective des touristes plutôt que celle des populations hôtes. Les auteurs porteurs de ces voix sont pour la plupart animés par l'idée de rendre justice à ces populations (Jamal & Camargo 2014) en mettant l'accent sur le rôle actif et déterminant joué par celles-ci, non seulement dans l'accomplissement de l'activité touristique, mais aussi dans son remodelage et dans sa redéfinition (Saidi 2010). Dès lors, ils appellent à revisiter le tourisme sous l'angle de théories, d'approches et de pratiques inspirées des valeurs universelles d'équité, de réciprocité, de partage et de respect mutuel entre visiteurs et visités (Chambers et Buzinde 2015, Prichard et al. 2011). Ce sont ces mêmes valeurs qui président de nos jours au renouveau des études et des pratiques touristiques et qui dotent le tourisme de ses nouvelles facettes et de ses nouveaux titres d'honneur, tels le tourisme durable, responsable ou équitable, de même que le tourisme participatif et créatif, sans oublier le tourisme d'espoir.

2. Vers une vision holistique et intégratrice du patrimoine

L'ancrage du tourisme dans le territoire a fortement contribué au développement de l'approche holistique du patrimoine. Selon cette approche, le patrimoine est désormais envisagé dans sa totalité comme entité de vie et mode de penser et de vivre le monde, dépassant ainsi la notion de simple objet, monument ou chef-d'œuvre à contempler et à classer. Dès lors, les interactions entre le tourisme et le patrimoine ne sont plus dominées par les seules lois binaires, voire manichéistes qui font du premier un mal absolu et du second un bien précieux. Elles sont plutôt revisitées sous l'angle de nouvelles dynamiques territoriales qui laissent une grande place à la synergie entre les acteurs économiques et culturels, à l'initiative citoyenne et à l'implication des communautés locales dans les projets de développement territoriaux. À force d'accueillir des hôtes et de s'ouvrir au tourisme, ces communautés ont développé ce qu'on peut appeler une culture

touristique (Saidi 2010). Il s'agit d'une capacité d'agir qui tire sa force de cette nouvelle vision du patrimoine et des approches novatrices du tourisme. Elle se révèle à travers des programmes d'innovations sociales qui visent l'appropriation du tourisme et la domestication de ses activités en les adaptant aux réalités, agendas et priorités de ces communautés. D'où la diversification des produits du terroir et des pratiques patrimoniales créatives et innovantes susceptibles de convertir l'activité touristique en une « forme de vie » (Hepburn 2002) partagée au quotidien par la communauté locale et ses hôtes.

Le tournant environnementaliste doublé de « l'obsession » expérientielle chez les touristes a à son tour façonné les nouvelles tendances touristiques et la production des « nouveaux patrimoines ». En ce sens, notons que le profil modèle, voire exemplaire du touriste d'aujourd'hui est celui d'un visiteur convivial et intime, qui cherche à vivre des expériences authentiques et à être en contact direct avec la communauté locale et son mode de vie au quotidien. Sans tourner définitivement le dos aux attractions culturelles « traditionnelles » tels les sites et les monuments, ce nouveau touriste modèle se montre plus soucieux de la protection de l'environnement et de la durabilité des ressources naturelles et culturelles des lieux visités. Dans le même ordre d'idée, il convient de rappeler la présence de plus en plus marquée de nouveaux produits patrimoniaux qui trouvent leur ancrage dans les traditions ancestrales de gestion du territoire. Citons, à titre d'exemple, les techniques traditionnelles d'irrigation, les systèmes anciens de préservation de la biodiversité agricole, les pratiques et procédés de canalisation et de distribution équitable des eaux, la transmission intergénérationnelle des recettes culinaires, les régimes alimentaires traditionnels tel le régime méditerranéen, les randonnées écologiques selon des itinéraires anciens réactualisés et « patrimonialisés », etc. Ces changements ont donné naissance à des lieux de visite patrimoniaux intégrés où la rizière, l'oliveraie, la palmeraie ou le vignoble cohabitent en toute harmonie avec le site archéologique, le musée ethnologique ou le festival de danse traditionnelle.

3. Muséoscapes : politiques et poétiques muséographique dans et en dehors des musées

Lieu de mémoire, producteur de patrimoine, marqueur territorial et attrait touristique, le musée n'est pas resté à l'abri de ces innovations. Cela est d'autant plus significatif qu'il est de plus en plus appelé à jouer le rôle d'innovateur social et culturel tout en devenant à la fois l'objet et le lieu d'autres formes d'innovation : architecturale, urbanistique, éducative, communicationnelle, etc. Sans donc se défaire entièrement de sa mission principale, à savoir l'éducation et la pédagogie auprès des citoyens et aussi d'emblème de la collectivité qu'il représente (nation, état ou région) – notamment dans le cas des musées de culture et d'histoire –, le musée se charge d'autres missions, comme celle d'opérateur de changement ou de révélateur de l'intelligence collective et du génie social propre à la collectivité ou au pays dont il porte le nom et sert de vitrine d'attraction. La multiplication du nombre de musées à l'échelle du monde et la diversification des activités muséales à l'échelle des territoires nationaux et régionaux ont accordé encore plus d'importance à ces nouvelles missions du musée en faisant de ce dernier un centre

de convergence des dernières tendances en matière de créativité et de relève culturelle et économique.

En fait, la localisation avantageuse des musées, notamment dans les espaces urbains, favorise l'émergence de nouvelles formes et pratiques de muséalité. Celles-ci se manifestent plus particulièrement à travers la double présence de l'éthique et de l'esthétique muséographique dans l'espace public sous forme d'expositions informelles, pour ainsi dire vernaculaires, imprégnant les façades architecturales, les entrées des grandes bâtisses tels les hôtels, les places publiques, les foires et les salons de vente de toutes sortes de marchandises allant des vêtements aux produits agricoles, des voitures à l'électroménager. Pour paraphraser Arjun Appadurai, on peut parler d'un muséoscape, soit d'un paysage muséal qui se traduit à travers la présence marquée et parfois imposante des musées dans l'espace public, ainsi qu'à travers la mise en exposition de cet espace par les expressions muséographiques qui le dépeignent.

Dans le même ordre d'idée, l'implication citoyenne dans la gestion des institutions muséales, dans la prise en charge du patrimoine et dans la domestication de l'activité touristique, a ouvert grand la porte à l'innovation sociale dans la gouvernance des musées. Afin de contourner la rigidification des politiques gouvernementales, notamment celle qui a trait aux coupures budgétaires, nombre de ces musées ont opté pour de nouvelles formes de gouvernance. Celles-ci accordent une grande place aux communautés locales dans la gestion des affaires muséales, que ce soit au niveau de l'administration et du fonctionnement institutionnel ou au niveau de la programmation et de l'action culturelle. De tels musées sont ainsi devenus des cadres propices à la réémergence des valeurs sociales de solidarité, d'entraide, de dévouement pour la communauté, de justice sociale et de partage équitable des biens communs.

Les questions des innovations sociales

Afin d'élargir la réflexion sur ces questions et susciter des débats autour des thèmes qui en découlent, nous nous proposons d'organiser deux journées d'études sous la forme d'un forum international qui réunira des chercheurs, des professionnels et des étudiants du Canada, d'Espagne et d'ailleurs. Le propos sera centré sur des expériences réalisées, entre autres, dans ces deux pays en matière d'innovations sociales dans les trois domaines évoqués : le tourisme, le patrimoine et les musées. Ainsi, la rencontre se fixe pour objectif principal de contribuer au renouvellement de la recherche dans ces domaines en portant un regard croisé sur les contextes politiques, économiques et culturels dans lesquels ils évoluent. La rencontre vise également à mieux comprendre les nouvelles tendances et pratiques touristiques, patrimoniales et muséales à la lumière des études de cas qui seront présentés. Plus encore, la participation côte-à-côte des chercheurs, des étudiants et des experts à l'événement, permettra d'établir des ponts entre les milieux académiques et professionnels et favorisera le transfert des savoirs et connaissances dans les deux sens.

À la suite de Garcia, Eizaguirre et Pradel (2015), on peut envisager les innovations sociales sous l'angle des processus qui génèrent des solutions novatrices et originales à des problèmes socio-économiques tels que l'exclusion sociale, la disparité régionale, l'exploitation de certains groupes minoritaires, la marginalisation de certaines régions ou de certaines catégories sociales. Ces solutions consistent pour la plupart en la création de nouvelles formes de production, de consommation, d'intervention, d'organisation et de gouvernance. Ce sont des actions et des modes alternatifs d'agir qui favorisent l'initiative citoyenne, l'implication communautaire, la durabilité des ressources naturelles et la justice sociale, tout cela par le développement de nouveaux projets collaboratifs, solidaires et fédérateurs des forces vives de la collectivité.

En cela, les acteurs sociaux engagés dans de telles actions ne visent pas que la création de nouvelles ressources économiques par une répartition équitable des richesses et des occasions d'emploi, mais visent également la mise en place de cadres propices à l'émergence de nouvelles pratiques sociales et culturelles en phase avec les traditions précitées. Nous l'avons souligné, le patrimoine, le tourisme et les musées voient l'éclosion de nouveaux produits et services de même que la propagation de nouvelles pratiques et tendances d'organisation, de gestion et de consommation. Citons par exemple les nouvelles formes d'hospitalité échangées entre visiteurs et visités, les randonnées pédestres et les nouveaux circuits écologiques terrestres ou subaquatiques, le slow tourisme, les patrimoines mixtes, les expositions de trottoir, la promotion des produits du terroir, la revalorisation d'anciens régimes culinaires, entre autres.

Dès lors, les présentations seront articulées autour de trois axes. Le premier sera consacré aux pratiques, expressions, manifestations et contenus des innovations sociales qui distinguent ces domaines. En quoi consistent ces innovations ? Comment se produisent-elles dans chacun des domaines, d'une part, et comment traversent-elles les trois domaines en même temps, d'autre part ? Dans quel contexte naissent-elles et évoluent-elles et quelle est leur durabilité dans le temps ? En d'autres termes, sont-elles le produit de phénomènes éphémères qui accompagnent des périodes de crise ou des événements majeurs à l'origine de transformations sociales et culturelles plus pérennes dans le temps ? Quels sont les secteurs de l'économie qu'elles ont le plus marqué et quelles sont les classes sociales qui sont les plus impliquées dans ces innovations ? Le deuxième axe prolonge le premier en se consacrant beaucoup plus aux acteurs des innovations sociales. Qui sont ces acteurs et quels sont leurs profils et motivations ? Comment s'organisent-ils et de quels idéotypes sont-ils animés ? Quels rôles jouent-ils dans la mise en place de nouvelles formes d'actions et de pratiques sociales ? Comment expliquer le rôle de plus en plus prépondérant des associations, des organisations non gouvernementales et d'autres groupes de la société dans la prise en charge et dans la promotion de ces innovations ?

Enfin, le troisième axe porte sur les valeurs sociales et culturelles qui président à ces innovations et que celles-ci véhiculent à leur tour. Nous avançons l'hypothèse que ces valeurs reposent pour la plupart sur les principes d'égalité, d'équité, de partage et de bien commun. Nous soutenons également qu'elles puisent dans la tradition ou au moins qu'elles renouent avec des modes de faire et de savoir

traditionnels. Néanmoins, nous nous interrogeons sur l'adaptation de ces valeurs aux réalités dans lesquelles elles évoluent. Dans quelle mesure peut-on évaluer leur présence et leur insertion dans la vie des gens ? En d'autres termes, sont-elles adoptées par les gens à grande échelle ou sont-elles plutôt réduites aux élites sociales et à certaines tendances qui demeurent malgré tout réduites, voire marginales ? Quelles sont les expériences qui sont devenues populaires et quel est le « secret » de leur réussite ? Comment le tourisme, le patrimoine et les musées ont-ils constitué des lieux de succès pour ces expériences ?

Références :

- Chambers, D. Ch. and Buzinde, 2015, « Tourism and Decolonisation: Locating Research and Self », *Annals of Tourism Research*, 51 : 1-16.
- Franklin, A., 2007, « The Problem with Tourism Theory », in I. Ateljevic, N. Morgan and A. Pritchard (ed.), *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. Amsterdam, Elsevier, p. 131-148.
- _____, 2004, « Tourism as an ordering: towards a new ontology of tourism », *Tourist Studies*, 4, 3 : 277-301.
- Jamal, T. and Camargo, B.A., 2014, « Sustainable tourism, justice and an ethic of care: toward the Just Destination », *Journal of Sustainable Tourism*, 22, 1 : 11-30.
- Marisol García, M., Eizaguirre, S. and Pradel, M., 2015, « Social innovation and creativity in cities: A socially inclusive governance approach in two peripheral spaces of Barcelona », *City, Culture and Society*, 6 : 93-100.
- Pritchard, A. Morgan, N. and Ateljevic, I., 2011, « Hopeful Tourism: A Transformative Perspective », *Annals of Tourism Research*, 38, 3 : 941-963.
- Saidi, H., 2010, « De la culture touristique au tourisme patrimonial », *Ethnologies*, 32, 2 : 5-22.