

Renouveau du tourisme culturel **Que reste-t-il du « touriste » ?**

François-Gilbert Chevrier and Mattieu Clair-Saillant

Volume 25, Number 2, Summer 2006

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071069ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071069ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this note

Chevrier, F.-G. & Clair-Saillant, M. (2006). Renouveau du tourisme culturel : que reste-t-il du « touriste » ? *Téoros*, 25(2), 72–74. <https://doi.org/10.7202/1071069ar>

Renouveau du tourisme culturel

Que reste-t-il du «touriste» ?

François-Gilbert Chevrier et Mattieu Clair-Saillant

Toute tentative de définition du « tourisme culturel » est confrontée à de grandes difficultés conceptuelles et suppose que l'on réponde à des questions parfois complexes : Qu'est-ce que la culture ? Quelles formes de culture (populaire, élitiste, vivante, passée, etc.) peut-on, ou doit-on, intégrer dans la définition du phénomène du « tourisme culturel » ? Quelles formes de consommation de la culture s'apparentent au « tourisme culturel » ? etc.

Quant à la tâche de définir ce qu'est un « touriste culturel », elle représente *a priori* un défi plus important encore. En effet, une telle définition ne présuppose-t-elle pas, à son tour, l'acceptation d'une définition consensuelle du « tourisme culturel » ? Qui plus est, elle exige que l'on détermine les motivations, les attentes et les besoins de ces touristes dits « culturels » et que l'on sache comment la consommation de produits récréotouristiques à caractère culturel y répond. De telles exigences dépassent le simple cadre de cette chronique et supposent un cadre méthodologique dont nous ne disposons pas ici.

Cela dit, de nouvelles taxonomies des « touristes culturels » sont apparues au cours des récentes années, jetant un éclairage nouveau sur cette thématique toujours d'actualité. Une étude de la Commission européenne du tourisme (CET)¹, portant sur le tourisme culturel en milieu urbain, propose une classification des touristes culturels selon deux axes distincts : d'abord, celui de l'importance que la culture revêt dans leur choix de visiter une destination (axe horizontal), mais aussi, et peut-être surtout, celui relatif à l'intensité de l'expérience culturelle réellement vécue et recherchée par les touristes au cours de leur séjour (axe vertical).

Cette typologie, développée par McKercher et Du Cros (2002), propose cinq catégories de touristes culturels (traduction libre) :

- **Le touriste culturel intentionnel (*purposeful cultural tourist*)** : la culture est le motif premier pour visiter une destination et le touriste vit une expérience culturelle très profonde.
- **Le touriste culturel consciencieux (*sightseeing cultural tourist*)** : la culture est un motif important pour visiter une destination, mais l'expérience culturelle vécue par le touriste est moins profonde.
- **Le touriste culturel instinctif (*serendipitous cultural tourist*)** : c'est un touriste qui ne voyage pas pour des raisons culturelles,

Figure 1

Classification des touristes culturels, selon McKercher et Du Cros (2002)

Expérience recherchée	Profonde	Touriste culturel instinctif		Touriste culturel intentionnel		
	Superficielle	Touriste culturel instinctif	Touriste culturel instinctif	Touriste culturel instinctif		
		Faible		Importance de la culture dans le choix d'une destination		Élevée

Source : Commission européenne du tourisme (2005 : 4).

mais qui, du fait de sa participation, vit une expérience culturelle très profonde.

- **Le touriste culturel amateur (*casual cultural tourist*)** : la culture est une motivation peu importante pour voyager et l'expérience culturelle qui en résulte est superficielle.
- **Le touriste culturel accidentel (*incidental cultural tourist*)** : ce touriste ne voyage pas pour des raisons culturelles, mais participe cependant à des activités qui lui procurent une expérience culturelle superficielle.

Cette nouvelle typologie révèle que chaque touriste, à un degré ou à un autre, délibérément ou « par mégarde », est en fait un touriste culturel. De plus, elle suggère que l'expérience culturelle puisse être plus ou moins intense, cette intensité étant fonction de la participation du touriste et non seulement de ses motifs.

Enfin, bien qu'elle entraîne une nouvelle problématique relative à l'évaluation de l'expérience recherchée et vécue, cette taxonomie va tout de même plus loin que la traditionnelle approche tautologique qui veut qu'un touriste culturel soit un touriste qui pratique une activité culturelle ou qui visite une attraction culturelle.

Ce type de définition pléonastique s'accompagne d'ailleurs généralement d'une approche de la culture manichéenne, différenciant d'un côté la « vraie » culture, celle appréciée et pratiquée par une certaine élite intellectuelle, et, de l'autre, la culture populaire, celle qu'une instruction limitée permettrait d'apprécier.

Cependant, comme le soulignent certains auteurs, cette dichotomie est dépassée. En effet, la limite entre la culture avec un grand C et la culture populaire tend à disparaître ou, du moins, à perdre de sa netteté. Cette observation va dans le sens de :

[la] thèse de Bernard Lahire² [qui] remet en effet en cause la traditionnelle distinction entre les « cultures légitimes » ou cultures cultivées qui seraient l'apanage des catégories supérieures de la population, et les cultures « illégitimes », activités de loisirs principalement pratiquées par les catégories populaires qui n'ont pas le bagage culturel nécessaire pour accéder aux cultures cultivées accumulées durant les années d'éducation scolaire. (Arneau, 2005 : 39)

Cependant, le sociologue français souligne également le fait que ce qu'il appelle des « dissonances culturelles », soit des comportements consacrant des activités culturelles peu conformes au statut socioculturel, s'observent plus souvent dans les catégories supérieures de la société, alors que « l'intrusion [...] de pratiques culturellement élevées dans des catégories populaires apparaît plus ponctuelle, et finalement rare » (Arneau, 2005 : 39).

Cependant, au regard de cette théorie, on peut dire que

[...] si la distinction entre activités culturelles et autres activités de loisirs a encore un sens pour les théoriciens de la culture, elle n'en a sans doute plus beaucoup dans l'esprit des publics les plus divers, peut-être désormais décomplexés vis-à-vis de la culture, mais exigeant [sic] vis-à-vis de ce qu'elle peut leur apporter (Arneau, 2005 : 39).

Mais, selon Tweed (2005 : 2), cette remise en question de la dichotomie classique entre cultures « légitimes » et « illégitimes » ouvre la voie à une nouvelle division binaire :

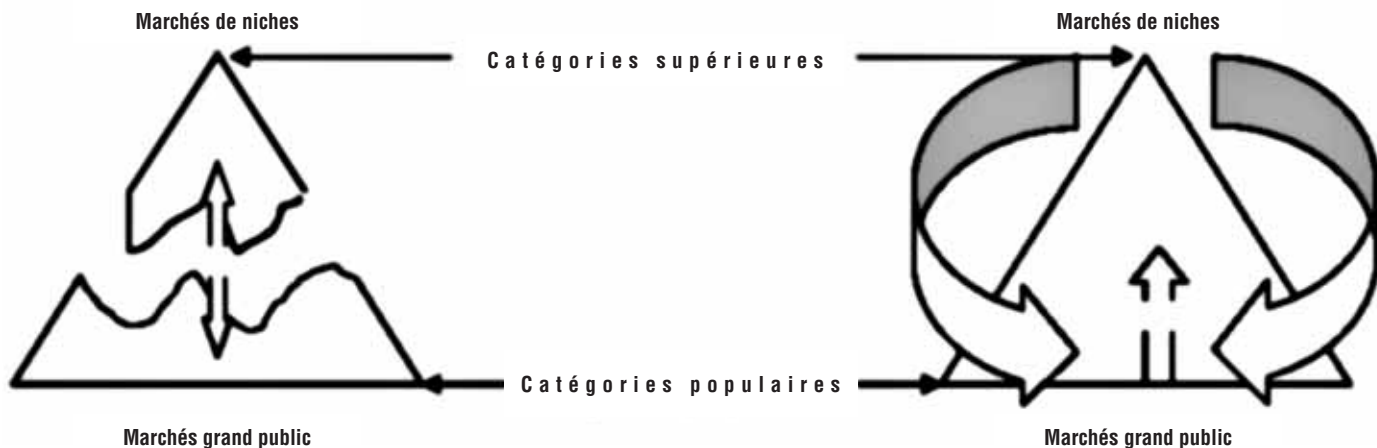
[...] there has been a marked change in the profile of cultural tourists since the late 1980s. [There are] two broad types of tourists: the **specific cultural tourist**, for whom visiting cultural sites and attractions is the primary reason for the journey; and **general cultural tourists**, who take in cultural tourism as part of their broader interest in holidaying. The distinction is largely a product of the broadening of cultural attractions such that the line between "high culture" attractions and popular culture attractions is blurred.

On voit que la distinction ici ne repose plus tant sur le caractère intrinsèque de la culture (et du produit) qui est consommée par le touriste (« high culture » vs « popular culture ») que sur le caractère spécifique ou vague de l'intention qu'a le touriste de faire de son voyage une expérience culturelle. Cette distinction est importante, car son impact sur la définition du tourisme culturel est radical : dans un contexte où l'on mesure le caractère culturel d'une expérience touristique à l'aune de l'intention du touriste, toute forme de tourisme peut dès lors être qualifiée de « culturelle ». Inversement, toute consommation de produit récréotouristique à caractère culturel ne peut pas être automatiquement rangée sous l'appellation de « tourisme culturel ». On est donc loin ici de ces définitions normatives qui permettent, sur la base d'éléments concrets, aisément mesurables et observables, de différencier un touriste culturel du « commun des touristes ».

Ces deux approches s'affrontent donc quant à la compréhension de ce qu'est un touriste culturel : une approche conceptuelle, centrée sur la demande, soucieuse des intentions et des motivations des touristes, mais qui échoue à réellement circonscrire le phénomène, et une approche fonctionnelle, centrée sur l'offre, davantage opérationnelle, mais aussi plus ou moins élitiste, voire carrément restrictive. Une chose est sûre : au vu des reproches que l'on peut faire à chacune de ces approches, la réalité du tourisme culturel et de ses adeptes en est une qu'il est difficile de cerner et de délimiter sans sacrifier à un certain parti pris.

Figure 2

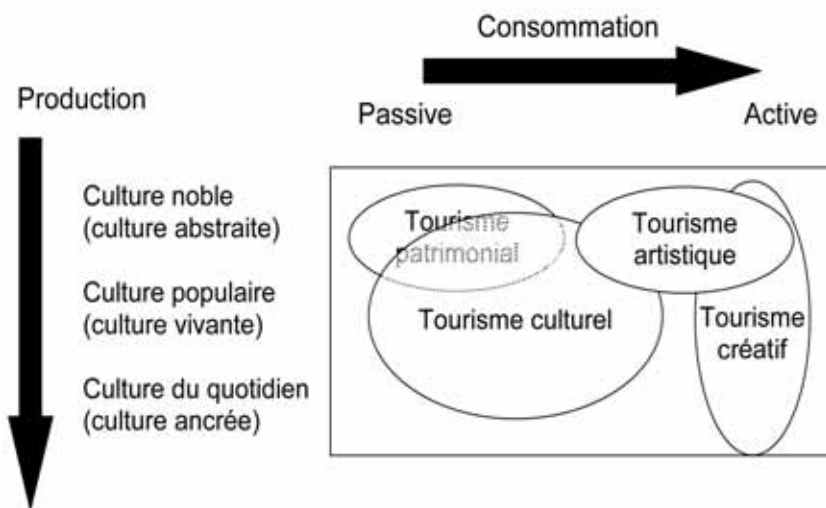
Dichotomie classique du marché de la culture vs théorie de B. Lahire



Source : Arneau, 2005 : 39.

Schéma 1

Dichotomie classique du marché de la culture vs théorie de B. Lahire



Source : Lutz, 2005.

Cependant, Lutz (2005) offre une topologie intéressante qui permet de surmonter les impasses auxquelles nous sommes confrontés ici et de réconcilier les perspectives de l'offre et de la demande. Cette topologie en est une qui se déploie le long de deux axes : celui de la production de la culture et celui de sa consommation. Elle intègre les notions de « culture noble » et de culture populaire, mais les cantonne à l'axe de production. Qui plus est, elle leur adjoint la notion de « culture du quotidien » ou « culture ancrée », notion qui fait référence aux caractéristiques culturelles « immatérielles » ou à ce que l'on appelle communément « les us et coutumes ». Pour ce qui est de la consommation, et donc du tourisme culturel, elle peut être rangée selon le degré de participation, celui-ci variant de passif à actif (voir schéma). Deux axes supplémentaires peuvent être ajoutés à cette topologie, bien qu'ils ne soient pas représentés dans le schéma : celui de l'espace temporel dans lequel l'expérience culturelle projette le touriste (passé, présent et futur) et celui des formes culturelles sur lesquelles son attention se porte (artefacts/produits, processus, expériences).

Ce l'on regroupe habituellement sous l'appellation de tourisme culturel peut en fait être divisé en quatre formes de tourisme distinctes, mais entrecroisées : les tourisms patrimonial, culturel, artistique et créatif. Cette topologie permet de sortir de l'impasse en rappelant une évidence que les autres approches oublient de mentionner, à savoir, si le concept de culture réfère à une réalité complexe, multiple et variée, le phénomène de tourisme culturel doit nécessairement référer à une réalité tout aussi complexe, multiple et variée.

Ainsi, s'il y a différentes formes de culture (artefacts/produits, processus, expériences), si sa production peut être catégorisée selon différents niveaux et selon différentes époques et si sa consommation prend des formes diverses, le touriste culturel devient alors lui-même un personnage changeant et disparate, affublé d'une personnalité multiple qui varie selon les lieux où il se trouve (musée, bâtiment historique, théâtre, opéra, festival de rue, restaurant gastronomique, etc.), ses modes de consommation (participatif, contemplatif, éducatif, festif, etc.),

mais aussi l'espace temporel (passé, présent et futur) et les objets (artefacts/produits, processus, expériences) sur lesquels son attention se fixe.

En conclusion, et comme le souligne Michaud (2005), [...] le tourisme est intrinsèquement esthétique. En effet, il suppose un état de vacance, au sens propre et figuré, un état de disponibilité, ce qui est la définition élémentaire de l'attitude esthétique. Donc il existe dans toute expérience touristique un élément vertueux de réceptivité à la culture³.

Ce qui peut faire qu'un touriste quelconque devienne un touriste culturel ou soit considéré comme tel, c'est donc tout stimulus culturel à même d'éveiller sa curiosité, son attention, sa participation et ce, quelle que soit la nature de ce stimulus. Un touriste culturel est donc avant tout en interaction avec son environnement, c'est-à-dire que non content de recevoir, il est également en mesure de donner et de partager avec la culture hôte. Le touriste culturel est donc un agent culturel au sein d'une culture qui lui est étrangère ou peu connue ; il sera de ce fait appelé à devenir un élément de la culture hôte – élément perturbateur ou façonneur –, mais tout de même un élément à part entière...

François-G. Chevrier est analyste au Réseau de veille en tourisme de la Chaire de Tourisme ESG-UQAM.

Mattieu Clair-Saillant est technicien en information à la Chaire de Tourisme ESG-UQAM.

Notes

- 1 [www.etc-corporate.org].
- 2 Sociologue français.
- 3 Propos tenus par Yves Michaud le 23 juin 2005, lors d'une conférence organisée par la Sorbonne (Université Paris 8) sur le thème « Voyager autrement en Europe. Du Tourisme à l'échange ». Le compte-rendu de la conférence est disponible sur Internet : [http://www.univ-paris1.fr/recherche/e-publications/jeudis_de_la_sorbonne/actes/actes2005/article3818.html].

Bibliographie

Arnaud, Gilles (2005), *Envie de France – Rapport de prospective sur l'attractivité culturelle de la France*, Commissariat général du plan, Centre d'analyse stratégique, p. 39.

Commission européenne du tourisme (2005), *City Tourism & Culture – The European Experience*, ISBN 92-990034-1-6, p. 4.

Lutz, Jane (2005), *Cultural Tourism: Trends and Prospects*, University of Birmingham, 10 novembre, présentation Power Point, disponible sur Internet: [http://www.artswales.org/publications/Keynote%20Cultural%20Tourism.ppt].

McKercher, Bob et Hilary Du Cros (2002), *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*, New-York, Haworth Hospitality Press, 262p.

Tweed, Chris (2005), *A Taxonomy of Cultural Attractors*, School of Planning, Architecture and Civil Engineering (SPACE), Queen's University Belfast, p. 2.