



Depuis le Siècle des Lumières, la vie culturelle en Europe a trouvé un moyen d'expression en même temps qu'une ressource inépuisable: les voyages. C'est l'Europe en effet qui, dans toutes les phases pacifiques de son histoire, a développé les échanges culturels liés à des déplacements: récits des écrivains-voyageurs, séjours d'artistes, inspiration cherchée sous d'autres cieux, modes des visites culturelles lointaines, comme ces fameux "tours en Europe" des enfants de l'aristocratie anglaise qui ont donné son nom au tourisme.... À l'appui de ces pratiques, c'est toute une logistique de l'accueil initialement gracieux puis de l'hospitalité marchande qui se s'est mise en place. L'Europe a inventé et mis au point le service touristique au bénéfice d'un tourisme initialement consacré à la culture et à la découverte de l'autre

# Pour le tourisme culturel

POUR LE TOURISME CULTUREL



TURISME, CULTURA I MEDI AMBIENT

## La Déclaration de Majorque



*POUR LE TOURISME CULTUREL*

*La Déclaration de Majorque*

Edition



INSTITUT CULTURES DEL MÓN



AGENCE EUROPÉENNE  
POUR LA CULTURE

© Institut Cultures del Món, 1996  
© Agence Européenne pour la Culture, 1996

ISBN: 84-87789-41-2  
Depósito legal: B-651-1996

Can Serinyà 9, 2<sup>a</sup>, 2<sup>a</sup> — 07003 Palma de Mallorca

PROJET DE LOI

sur



REPUBLIQUE FRANÇAISE

## PRESENTATION

Le tourisme apparaît comme l'un des principaux enjeux de cette fin de siècle. Que ce soit par son importance économique, dont le chiffre d'affaires de 3000 milliards de dollars pour l'ensemble de la planète et le volume des transactions internationales qu'il représente et qui dépasse 6% du commerce mondial donnent une idée assez précise; que ce soit par le nombre d'emplois qu'il produit, au-delà de 10% de ceux existants dans la plus part des pays développés; que ce soit par l'extraordinaire mobilité géographique qu'il provoque avec presque 600 millions de déplacements para an; que ce soit par les profondes transformations des modes de vie que les 'loisirs sédentaires' mais surtout 'itinérants' ont introduit dans ce que Joffre Dumazadier qualifie comme la 'révolution des temps sociaux', le tourisme est appelé à occu-

per une place centrale dans la société du XXI<sup>e</sup> siècle. Pour le meilleur et pour le pire.

Car le tourisme est le domaine par excellence où confluent, se révèlent et s'affrontent quelques uns des problèmes majeurs de nos sociétés duales, quelques unes des grandes contradictions de notre société démocratique de masse. Il est dans ce sens un des espaces privilégiés de l'émergence prospective, de l'expérimentation sociale.

La dramatique réduction du volume global de l'emploi et l'augmentation des classes d'âge de 55 ans et plus sont des faits irréversibles. Chômeurs et retraités, exclus des processus de la production économique, confinés dans la marginalité sociale, emblèmes de notre dualisation sociétaire, sont porteurs d'une considérable 'disponibilité de temps', source de frustrations mais aussi de nouvelles potentialités. Comment insérer les loisirs dans ce terrain en friche situé entre le travail et le non-travail, comment faire du 'temps touristique' un temps utile, un instrument efficace non seulement pour notre accomplissement personnel mais aussi pour l'intérêt général. Comment rendre la pratique touristique, ce non-travail, socialement productive?

La massification de nos sociétés s'est traduite par une uniformisation de plus en plus large de nos comportements, par une homogénéisation de plus en plus profonde de nos façons de penser et d'agir. Le tourisme n'a pas échappé à cette destinée générale. Au contraire, les plages, les stations de ski et les villégiatures à la mode, les villes historiques pendant les vacances de Pâques et d'été sont envahies par des multitudes anonymes et informes, par un flot magmatique et indifférencié de touristes dont les actions et réactions prévues et stéréotypées à l'extrême, sont une des expressions les plus achevées de la société de masse et des effets pervers qu'elle induit: pollution et détérioration de l'environnement naturel et culturel, folklorisation et dégradation des cultures locales et nationales, passivité et dépersonnalisation des actions et des pratiques.

Mais, simultanément, le tourisme, par le besoin d'évasion et même de rupture que tout voyage énonce, par la volonté de découverte et de communication qu'il comporte, par la situation de fête qu'il instaure, est un terrain privilégié pour l'appropriation individualisée des choix et des ac-

tivités. Cette possibilité a été considérée par Jean-Luc Michaud comme le fait le plus caractéristique de ce qu'il nomme la troisième période du tourisme dans laquelle nous sommes en train d'entrer et dont les dimensions essentielles sont, la segmentation de l'offre, la différenciation de la demande, l'atténuation des clivages entre loisirs et travail et la repersonnalisation des processus et des usages touristiques. Mais comment orienter définitivement le tourisme dans cette nouvelle direction? Comment le sortir de l'infantilisation acutelle des conduites et de l'apathie dans les activités pour le rendre adulte et participatif, dynamique et entraînant? Comment le faire basculer de l'immobilisme vers la mobilisation, de la reiteration stérile vers l'innovation féconde, de la consommation subie vers le protagonisme créateur? La voie royale de cette transformation me semble être le tourisme culturel. Car nous savons de mieux en mieux, nous constatons de plus en plus, que si les questions et les problèmes sont de nature économique et sociale, les solutions et les réponses sont culturelles. Imaginez l'immense capital individuel et social représenté par la totalité du temps inoccupé, vide, de nos contemporains -vide parce que laissé à l'abandon ou imploré dans l'inertie- devenu temps de culture! Je veux dire: temps d'exploration et d'apprentissage, de la beauté et du plaisir, de l'expression et de la connaissance, d'engagements et de trouvailles, de l'admiration et de la re-création.

Il en est advenu du tourisme culturel comme de la culture dans son ensemble. Minoritaire au début quant à ses adeptes et à ses contenus, elle s'est convertie au grand nombre et au tout terrain. Les cathédrales et les musées, enseignes de la culture 'cultivée', pris d'assaut par les masses en voyage, partagent leur condition d'objets incontrôlables du désir touristique avec la culture populaire et la culture au quotidien.

Les sites patrimoniaux d'exception, les festivals 'folk' multitudinaires, les bronzages dominicaux et les sports de plage en masse, les lieux de mémoire, les colonnes de randonneurs et les escadres de VTT, la world culture et les expositions monographiques s'entremêlent dans l'offre touristique actuelle et échangent leurs usagers avec ferveur et nonchalance. Est-ce celà, le tourisme culturel?

Oui et non. Sujets et objets, responsables et victimes de nos succès économiques -la production et la consommation de masse- et de nos conquêtes démocratiques -tout à tous et pour tous- il ne nous est pas possible maintenant ni de donner réponse adéquate aux attentes que nous avons suscitées, ni de satisfaire toutes les demandes que nous avons légitimées -ah! l'éducation, la santé, la liberté/sécurité, l'environnement et, surtout ah! la culture!- ni de nier le droit de tous à obtenir ces réponses et à jouir de ces satisfactions. Dans ces conditions, le tourisme culturel est-il encore possible, a-t-il encore un sens?

J'insiste: oui et non. Non, en tant que domaine défini par la noblesse de ses cibles et par la distinction de ses contextes - sorte de ghetto d'excellence réservé aux élus de la sensibilité et de la fortune. Oui, en tant qu'exercice d'implication dans ses objets, quelle que soit leur nature, d'engagement dans ses activités, quelle que soit leur condition, de participation forte et complice dans toute action ou comportement touristique. Oui, pourvu que le tourisme culturel soit une vraie pratique de culture. Culture indissociable de nature, ni phagocyteuses l'une de l'autre, ni phagocytées l'une par l'autre, mais vivant dans une autonomie synergique qui les préserve et les réalise dans leurs différenciations complémentaires.

Cette affirmation est l'aboutissement d'un assez long périple d'analyses, de recherches et même d'expérimentations. Affirmation conclusive qui, ainsi qu'il en est le plus souvent dans l'analyse sociale, se résume à la vérification d'une évidence élevée à la catégorie d'articulation prospective.

Dans la brochure que vous avez entre les mains, nous présentons de façon synthétique les principaux éléments de ce périple.

Dans l'introduction, 'Bilan et Prospective du Tourisme Culturel', l'Agence Européenne pour la Culture résume les actions qu'elle a entreprises en collaboration avec l'UNESCO et le Conseil de l'Europe dans le cadre du Plan d'Action Communautaire en faveur du tourisme de la Commission Européenne (DG XXIII).

L'Institut Cultures del Món, partenaire décisif de l'Agence dans l'organisation de la Conférence de Majorque, ap-

porte dans son texte 'Un Manifeste Urgent' le résultat de ses expériences dans ce domaine.

Nous incorporons également les interventions prononcées à l'occasion de la Conférence par le Commissaire européen chargé de Tourisme, M. Christos Papoutsis et le Commissaire responsable de la Culture M. Marcelino Oreja dans lesquelles ils font le point des rapports entre tourisme et culture dans la perspective de leurs mandats respectifs.

Finalement nous reproduisons la Déclaration de Majorque ainsi que les propositions finales que nous voudrions voir discutées aux foires du tourisme de Milan et de Berlin avant de les transmettre, avec l'ensemble des commentaires et des remarques qui nous seront adressées, aux grandes organisations intergouvernementales, aux responsables nationaux, régionaux et locaux et aux instances professionnelles concernées.

José Vidal-Beneyto

Secrétaire Général

Agence Européenne pour la Culture