



# BARCELONE

Ville leader • culture 21

Ville Leader de l'Agenda 21 de la culture  
Cités et Gouvernements Locaux Unis (CGLU)

---

**CRÉER DES SYNERGIES ENTRE LES  
POLITIQUES CULTURELLES ET LE  
TOURISME POUR LES CITOYENS  
PERMANENTS ET TEMPORAIRES**

Greg Richards et Lénia Marques

**RÉSUMÉ EXÉCUTIF**

---

## Commission culture de CGLU

[info@agenda21culture.net](mailto:info@agenda21culture.net)

Octobre 2018

---

Le rapport complet ainsi que le résumé exécutif sont disponible en ligne sur le site <http://www.agenda21culture.net>.

Le rapport complet ainsi que le résumé exécutif peuvent être gratuitement reproduits, sous réserve de mentionner leurs auteurs comme suit :

**Richards, G. et Marques, L., "Créer des synergies entre les politiques culturelles et le tourisme pour les citoyens permanents et temporaires".**

Les auteurs sont responsables du choix et de la présentation des faits contenus, ainsi que des opinions exprimées dans ce texte, qui ne sont pas nécessairement celles de CGLU, et n'engage en aucun cas l'organisation.

Auteurs : Greg Richards et Lénia Marques.

Les droits d'auteur de ce rapport sont la propriété de CGLU – Cités et Gouvernements Locaux Unis.

---

---

## GREG RICHARDS

---

Greg Richards est professeur de "Placemaking" et Événements à l'Université de Breda, et professeur de « Leisure Studies » à l'Université de Tillburg aux Pays-Bas. Il a travaillé sur des projets pour de nombreux gouvernements nationaux, des organisations nationales de tourisme ainsi que des municipalités. Il est doté d'une longue expérience en matière de recherche et d'éducation au tourisme et aux loisirs. Parmi ses publications récentes, on retrouve le SAGE Handbook of New Urban Studies (en collaboration avec John Hannigan), Reinventing the Local in Tourism (en collaboration avec Paolo Russo) et Small Cities with Big Dreams: Creative Placemaking and Branding Strategies (en collaboration avec Lian Duif).

---

## LÉNIA MARQUES

---

Lénia Marques est professeure adjointe en Organisation et Gestion Culturelle à l'Université ERASMUS de Rotterdam, aux Pays-Bas. Après avoir obtenu un doctorat à l'université d'Aveiro (Portugal), elle a réalisé une maîtrise en Tourisme Culturel à l'université de Barcelone. Elle a travaillé sur de nombreux projets internationaux de développement culturel, en particulier en Afrique et au Brésil. Elle dispose également d'une large expérience en matière de recherche dans les domaines de l'événementiel culturel, du tourisme créatif et du tourisme durable.

# INTRODUCTION

Ce rapport est le résultat d'une collaboration entre le Secrétariat de la Commission culture de CGLU et l'Institut de la Culture de la Ville de Barcelone (ICUB), dans le cadre de la mise en œuvre du Programme de Villes Leaders à Barcelone. Le projet a pour but d'analyser la relation culture-tourisme depuis la perspective des politiques culturelles et du développement durable, identifiant les éléments critiques à aborder au niveau local, et contribuant à la réflexion que ce débat provoque à l'échelle internationale.

*Créer des synergies entre la politique culturelle et le tourisme pour les citoyens permanents et temporaires*, a été élaboré par les conseillers politiques Greg Richards et Lénia Marques, et s'attarde sur les enjeux établis dans le rapport précédent *La Relation entre Culture et Tourisme à Barcelone : Contexte et Défis actuels* (CGLU-ICUB, 2018), recensant plusieurs des questions qui ont émergées d'analyses antérieures, comprenant les cas d'étude de cinq villes ayant été confrontées à des problématiques similaires, et se focalisant sur les facteurs déterminants qui relient actuellement la culture et le tourisme, ainsi que les citoyens permanents et temporaires.

# STRUCTURE ET CONTENUS

Ce rapport se structure en deux parties :

Dans la première partie, intitulée « Analyse de la relation entre les politiques culturelles et le tourisme », les auteurs introduisent brièvement le contexte de l'étude, et présentent le terrain sur lequel les études de cas de la deuxième partie vont se développer, se concentrant sur les politiques culturelles et leur impact sur le tourisme. Établissant ainsi le contexte de la recherche, cette section retrace l'état de l'art du développement de cette relation entre la culture et le tourisme dans les villes. Premièrement, elle identifie les forces majeures déterminantes dans l'intégration de la culture et du tourisme, comme par exemple la mondialisation. Ensuite, elle analyse plusieurs des principales conséquences de cette intégration, s'attardant notamment sur la mobilité croissante et les nouvelles pratiques de production et de consommation culturelle et touristique. Le besoin croissant de partager la ville, et en particulier les espaces publics dans la ville, sera ensuite évoqué, pour finalement aborder certains problèmes relatifs à la durabilité de la culture dans la ville partagée. Les conclusions de la première partie comprendront la description d'un certain nombre d'enjeux, de défis et d'opportunités impliquées dans une articulation davantage positive entre la politique culturelle et des populations plus mobiles.

La seconde partie du rapport, intitulée « La culture et le tourisme dans les études de cas de villes », se centre sur l'expérience pratique de villes dans ce domaine. La base du rapport est constituée sur l'analyse de villes ayant un profil et/ou des enjeux et défis similaires à ceux rencontrés à Barcelone : Amsterdam, Lisbonne, Rome, Copenhague et Montréal. Les auteurs retracent dans cette deuxième partie un aperçu du contexte de ces différentes villes et de leur développement dans les champs de la culture et du tourisme, s'appuyant sur l'analyse des documents politiques, rapports, publications et données de second plan disponibles, ainsi que sur des entretiens avec des acteurs clés de chacune des villes, y compris avec des représentants des autorités publiques, des secteurs industriels, universitaires et de la recherche dans le domaine de la culture et du tourisme. Les contenus de ces entretiens couvrent tous les sujets en lien avec les politiques culturelles (modèles de consommation culturelle, équipements culturels, administration culturelle et financements) ; les politiques en matière de tourisme (tendances actuelles de l'offre et de la demande, contexte, situation, structure administrative) ; les liens entre culture et tourisme (y compris les questions de gouvernance) ; la place des touristes au sein de la ville (en tant que consommateurs et producteurs de culture, citoyens temporaires, etc.) ; ainsi que les stratégies pour le future. Les conclusions de cette seconde partie peaufineront les principaux points d'analyse évoqués, s'appuyant sur les questions clef évoquées dans le rapport de CGLU et d'ICUB sur *La Relation entre Culture et Tourisme à Barcelone : Contexte et Défis actuels*.

Le rapport comprend également des références bibliographiques, ainsi qu'une annexe incluant la liste des personnes interviewées.

## **PREMIÈRE PARTIE.**

# **ANALYSE DE LA RELATION ENTRE LES POLITIQUES CULTURELLES ET LE TOURISME**

---

Dans cette première partie, l'analyse de la recherche montre que la relation qui existe actuellement entre les politiques culturelles et le tourisme est bien plus complexe que la teneur des débats contemporains à propos de l'« overtourism ». De nos jours, la culture et le tourisme sont de plus en plus imbriqués en termes de développement culturel, de façonnage de l'identité, de cohésion sociale et de croissance économique, le tourisme culturel étant une activité majeure dans des villes historiques et créatives telles que Barcelone, tourisme culturel qui s'étend aujourd'hui dans de nouvelles directions, grâce aux industries créatives ainsi qu'au « tourisme créatif ».

Les synergies grandissantes entre la culture et le tourisme au sein des villes ont été initialement stimulées par différents moteurs, comme la **mondialisation**, qui est l'une des premières causes de la mobilité accrue des ressources, des idées et des personnes, qui ont contribué à l'augmentation de la consommation, du voyage et du tourisme multiculturel. En conséquence de la mondialisation, les villes ont été exposées à davantage de compétition internationale, et ont dû revoir leur position au sein des espaces nationaux et mondiaux, et cela a mené à une **transformation des formes urbaines et des structures de gouvernance**. Il existe une nette tendance à la concentration des équipements culturels et de la classe créative dans les centres urbains, à mesure que la *banlieusardisation* se consolide en raison de la croissance urbaine. Les nouvelles stratégies visant à développer des projets et programmes permettant de mieux penser l'articulation entre les centres villes et les périphéries englobent des actifs culturels plus flexibles, matériels et immatériels, fixes et mobiles.

Créer, trouver et soutenir les espaces de culture devient un agenda majeur au regard de la politique culturelle. De nouvelles structures de gouvernance pour la culture et le tourisme émergent à mesure que les villes cherchent à faire face aux défis multiples liés à l'accès à l'espace public, tout en tenant compte des questions de privatisation, de marchandisation, de création de valeur et d'attraction des populations mobiles. Cela est lié à diverses **pratiques transformatives en matière de culture et de tourisme**, telles que la recherche sur la culture de la vie quotidienne à fois par les résidents et les touristes, et l'entrée en marché, grâce au mécénat, à la marchandisation et la génération de revenus grâce aux visiteurs, stimulés par un nombre croissant d'intermédiaires culturels nouveaux, ainsi que par l'infrastructure essentielle des médias et des financements publics.

En conséquence de l'intérêt croissant pour la culture locale, les plus grandes villes, comme Londres ou Paris, souffrent encore davantage de compétition que des villes plus petites comme Barcelone, Milan ou Lyon ; bien que les indicateurs sur **la croissance du tourisme dans les villes** montrent que la majeure partie de la variation du tourisme peut s'expliquer par la taille de la population.

De nombreux impacts négatifs du tourisme ne sont donc pas uniquement liés au nombre absolu de visiteurs dans une ville, mais plutôt à leur concentration en des endroits particuliers de celle-ci. Il faut également tenir compte de l'activité croissante dans l'ensemble des villes : les touristes nationaux, visiteurs d'un jour et résidents locaux, ainsi que les touristes internationaux, visitent en général les principaux sites touristiques.

À l'heure actuelle, une grande partie des activités visant à évaluer **les impacts de la mobilité croissante sur les villes**, et tenant compte de l'intégration graduelle de la culture et du tourisme, se concentrent davantage sur des questions de contrôle et de régulation des espaces, bien plus que sur les implications sous-tendues par une culture partagée. Néanmoins, la relation entre le

tourisme et la culture est bien plus complexe et dynamique ; et implique des équipements usités à la fois par les citoyens permanents et temporaires, ainsi que des éléments culturels figés et mobiles, matériels et immatériels, convoquant différents niveaux d'accessibilité pour les différents groupes sociaux.

Cette discussion a le potentiel de faire émerger des approches davantage positives, en passant de perspectives relativement traditionnelles, et d'une certaine inflexibilité en termes d'administration publique au sein des deux secteurs, à de nouvelles manières de **partager la ville**, ainsi que ses réussites. Barcelone a cherché à développer la vision d'une ville au sein de laquelle résidents et touristes partagent une relation proactive et mutuellement bénéfique. Ce mouvement est en corrélation direct avec le débat actuel portant sur le « Droit à la Ville », qui s'articule autour de la notion de citoyenneté versus consommation. Le Droit à la Ville donne lieu à une nouvelle forme de citoyenneté et génère un nouveau citoyen, ou « citoyen » (Lefebvre, 1995), qui n'est plus uniquement un usager de la ville, mais devient un des acteurs de sa création et de son interprétation.

Le partage de la ville peut se référer à l'idée de communs urbains et au droit à les repenser, ce qui implique la dissolution de la division traditionnelle entre le résident et le visiteur. Afin de partager la culture de la ville et de co-créeer les idées, il est nécessaire qu'il y ait des espaces disponibles, propices à l'interaction. Ainsi, **au sein de la ville partagée, les problèmes** se matérialisent donc principalement – et non exclusivement – par l'espace public. De fait, la relation entre la culture et le tourisme dans les villes comprend une double problématisation de l'espace. D'une part, les touristes ajoutent de la pression sur les espaces publics de la ville. D'autre part, le mouvement de la consommation touristique au sein des « nouveaux » espaces privés et intimes résidentiels génère de nouvelles *relationalités*. Ainsi, les nouveaux hubs du tourisme se développent autour de « localités » et reconfigurent la consommation touristique autour d'activités banales, conduisant à la marchandisation de la vie quotidienne.

Pour le moment, la **fusion** entre les populations sédentaires et mobiles est plus complexe que prévue. Très souvent, le défi consiste à intégrer une diversité de personnes, ainsi que leurs pratiques, dans la ville, de manière à générer des avantages collectifs. Cette situation met de plus en plus l'accent sur des « espaces de confiance », dans lesquels des relations de plus ou moins longue durée peuvent être développées. Cela tend à déplacer l'attention portée aux activités touristiques émergeant habituellement dans les espaces publics traditionnels, sur celles qui se génèrent dans les espaces privés et interstitiels, tout en positionnant les expatriés en intermédiaires touristiques collaboratifs particulièrement utiles.

Le débat sur la relation entre populations relativement mobiles et populations sédentaires dans la ville implique une remise en question importante de la **durabilité de la culture**. Comme l'Agenda 21 de la culture en atteste : « *les villes et les espaces locaux constituent des milieux privilégiés pour l'invention culturelle qui est en constante évolution, et offrent un environnement propice à la diversité créative* ». Encore aujourd'hui, la mesure de la valeur est habituellement économique, et se matérialise en général par la vente de tickets et le nombre de visiteurs. Cela ne permet en aucun cas de refléter la diversité des valeurs culturelles, ni de contribuer activement à l'élargissement de la durabilité des expressions culturelles locales, qui comprend notamment l'héritage vivant d'une culture urbaine dynamique développée à la fois par les citoyens permanents et temporaires.

## VERS UNE NOUVELLE ARTICULATION

La complexité des débats sur la culture et le tourisme dépend de notre capacité à recentrer le discours –initialement négatif– sur le tourisme, vers la formulation plus positive et proactive de « citoyens temporaires », qui deviennent alors des sujets légitimes de la politique culturelle. La recherche d'une articulation plus positive entre la politique culturelle et les populations plus mobiles impliquent un certain nombre d'enjeux :

- Trouver des manières efficaces de gérer l'espace public et de concilier les demandes contradictoires ou conflictuelles.
- Combattre la reproduction culturelle en série dérivant de la conscription des équipements et récits culturels au sein de l'articulation des villes avec les marchés mondiaux, souvent vus comme en concurrence directe avec la production culturelle locale.
- Faire face à la fragmentation de la culture et de la consommation culturelle.
- Appliquer les nouveaux cadres temporels et spatiaux à la culture, en particulier en termes de croissance d'événements, de clusters culturels et créatifs et de plateformes créatives dotées de nouveaux sens qui permettent d'attirer un large éventail d'utilisateurs potentiels.
- Modifier les comportements face à ceux qui viennent de l'extérieur ; certaines formes de mobilité peuvent également potentiellement réduire la mobilité liée à la production, à la consommation et aux échanges culturels.

Les opportunités découlant des développements dynamiques impliquant la culture, la créativité et le tourisme comprennent également de :

- Partager la ville en tant que moyen de créer de nouvelles connexions entre les personnes, basées sur des manières de se mettre en relation autres que la propriété ou l'échange économique.
- Utiliser le pool grandissant de « résidents temporaires » pour établir des ponts entre culture locale et mondiale, ainsi que pour diversifier l'offre culturelle et créative.
- Exploiter le flux de citoyens temporaires pour produire et consommer la culture.
- Positionner la culture en tant qu'outil transversal permettant de surmonter les barrières et le raisonnement en « silo » dans la gestion des villes.

## **DEUXIÈME PARTIE.**

### **LA CULTURE ET LE TOURISME DANS LES ÉTUDES DE CAS DES VILLES**

---

Cette seconde partie du rapport est fondée sur l'analyse de villes ayant un profil et/ou des enjeux et défis similaires à ceux rencontrés à Barcelone, quels que soient leurs contextes culturels, économiques, politiques et géographiques. Plusieurs comparaisons simples s'établissent entre les villes faisant l'objet de l'étude de cas et Barcelone, s'appuyant sur la base de données primaires et secondaires obtenues à partir de documents politiques disponibles, et d'entretiens menés avec des acteurs clés dans chacune des villes, centrés sur des questions liées aux politiques culturelles et de tourisme, aux liens entre culture et tourisme, et au positionnement des touristes dans la ville.

## LA CULTURE ET TOURISME DANS LES VILLES EXAMINÉES

Les villes références pour l'étude de cas sont :

1. **Amsterdam**, aux Pays-Bas, qui a été fortement proactive dans le développement de politiques permettant de stimuler la participation culturelle dans les différents quartiers de la ville, et de rediriger les flux touristiques, entre autres grâce à l'usage de nouvelles technologies.
2. **Lisbonne**, au Portugal, qui est une ville qui se développe extrêmement rapidement, offre un exemple des enjeux réels de la planification effective, ainsi que de la nécessité de conserver les identités locales à l'heure de la mondialisation.
3. **Rome**, en Italie, qui a été confrontée à de nombreux problèmes de gestion civique, auxquels le tourisme n'a fait qu'ajouter. La ville fait face au poids de son patrimoine considérable, tout en essayant de stimuler le développement culturel contemporain et d'améliorer l'accessibilité à la culture.
4. **Copenhague**, capitale du Danemark, qui développe l'idée de « localité » comme attraction touristique, qui a mis à profit ses cadres législatifs portant sur la pollution sonore et l'établissement de zones contrôlées pour éviter les débordements touristiques, et qui est dotée d'une stratégie d'intégration des touristes.
5. **Montréal**, au Québec, Canada, a été choisie comme point de comparaison hors Europe. Montréal est notamment intéressante pour sa longue et intense expérience en matière de promotion du tourisme culturel, l'importance croissante de ses industries créatives et nouvelles technologies, et pour la place unique qu'occupe la langue française sur le territoire.

Ces villes sont non seulement comparables en termes d'échelle, mais également au niveau de l'importance de leurs atouts culturels, ainsi que de la récente et rapide croissance du tourisme, qui a engendré de nouvelles formes « d'économie collaborative », notamment chez les fournisseurs d'hébergement, tels qu'Airbnb. En **remettant les villes dans leur contexte**, les comparaisons suivantes peuvent être établies : toutes les cinq jouent un rôle important à la fois dans les champs culturels et du tourisme ; la plupart d'entre elles disposent d'un patrimoine bâti considérable comptant de nombreux musées, qui constituent habituellement une attraction clef pour les

visiteurs, ainsi que des ressources culturelles et de connaissances essentielles pour les résidents ; dans la plupart des villes, les secteurs créatifs et culturels attirent et génèrent de grands flux de populations, qui sont à la fois producteurs et consommateurs ; la culture est également une partie vitale de la qualité de vie globale des villes, bien qu'il existe une différence significative entre les villes en termes d'accès à la culture liée à des facteurs structurels ; les niveaux d'ouverture des villes, directement en lien avec l'acceptation d'étrangers, diffèrent d'une ville à l'autre ; et les centres-villes attirent les plus grandes concentrations de touristes, et présentent les plus hauts pourcentages de résidents insatisfaits concernant les niveaux de pollution sonore.

Concernant les **réactions à la croissance récente du tourisme**, les plaintes de résidents se référant aux effets négatifs de l'accumulation de foules dans les villes sont devenues monnaie courante à travers toute l'Europe, et ce malgré le fait que le tourisme ait constitué une source de revenu économique pour les commerces et institutions culturelles pendant la crise. Barcelone, en particulier, a vu monter le nombre d'initiatives activistes et militantes contre le tourisme, notamment dans les quartiers particulièrement affectés. La pression politique croissante ainsi que l'élection de la nouvelle Maire Ada Colau en 2015 ont marqué la stratégie de la ville en matière de tourisme, qui met désormais davantage d'accent sur la qualité plutôt que sur la quantité et comprend notamment une régulation de la croissance de l'offre d'hébergement touristique.

À Amsterdam, en réponse à la pression anti-touriste émanant de la société civile, la ville a produit un programme intitulé « La Ville en Équilibre » qui présente une analyse des problèmes, ainsi que des solutions potentielles, avec entre autres, des restrictions sur les nouveaux hébergements, des commerces orientés à la consommation touristique et les activités telles que le « beer-bikes ». À Rome, des règles et sanctions plus strictes ont été imposées notamment sur la consommation d'alcool dans l'espace public la nuit et l'usage des fontaines publiques, et les voitures ont été évincées du centre-ville historique. À Lisbonne, il semble qu'il y ait moins d'activités anti-tourisme directes, au moins en partie parce que le tourisme est perçu comme ayant permis de garder l'économie portugaise à flot pendant la crise économique. Pourtant, la plateforme « Lisbonne n'aime pas le tourisme de masse » continue d'attirer beaucoup d'attention sur les problèmes liés au tourisme dans la ville.

## PROFILS DES VILLES EXAMINÉES

Afin de mesurer dans quelles mesure la politique culturelle a abordé explicitement les enjeux soulevés par le tourisme dans les villes, ce chapitre propose un profil de chacune des villes, comprenant l'analyse des résultats des entretiens conduits avec les preneurs de décision politique et les analystes, qui incluent notamment les sections suivantes : « contexte général », « liens entre la culture et le tourisme », « politiques », « gouvernance », « mesures et projets » et « visions de la ville et stratégies pour le futur ».

Au regard des villes interrogées, voici les conclusions principales de l'analyse :

**Amsterdam** veille depuis longtemps sur les problèmes de surpopulation en son centre-ville, qui est aujourd'hui mis à profit pour le développement du programme La Ville en Équilibre. La relation

entre culture et tourisme est tout de même perçue comme un problème complexe, et couvre de nombreux domaines de la politique urbaine, c'est pourquoi la stratégie de la ville orientée vers l'avenir reconnaît la nécessité d'une approche intégrée tenant compte du défi métropolitain dans son ensemble.

À **Copenhague**, les problèmes liés à la mobilité restent relativement mineurs si on compare avec les autres villes européennes examinées. Copenhague se présente elle-même comme une capitale au format de poche, fière de son ouverture et de sa tolérance. Les nouvelles politiques positionnent les « localités » de Copenhague comme de nouveaux lieux d'intérêt à visiter. Néanmoins, le défi à l'avenir consistera à faire en sorte que les contenus qui s'adressent aux visiteurs y est bien également présent.

**Lisbonne** souffre actuellement les conséquences du succès de sa stratégie marketing internationale. Bien que le tourisme ait essentiellement sauvé l'économie pendant la crise, et que l'augmentation des investissements ait contribué à améliorer le tissu urbain détérioré du centre-ville, les externalités négatives ont révélé que la proportion touristes / résidents dans le centre-ville historique est le plus élevé de toutes les villes étudiées, et que l'offre culturelle s'en trouve divisée entre les touristes dans le centre, et les résidents en périphérie.

**Montréal** a un niveau de flux touristiques relativement bas en comparaison avec les autres villes examinées. Cependant, tout comme en Europe, le tourisme croît, et impacte la production et la consommation culturelle de manière de plus en plus importante au sein de la ville. Néanmoins, la ville utilise ces phénomènes pour renforcer les liens entre les différentes parties de la région métropolitaine, plutôt que de simplement s'attarder les externalités négatives du tourisme.

L'un des plus grands défis de **Rome** réside en son caractère de ville leader en matière de tourisme, dotée d'une culture et d'un patrimoine de prestige. La concentration des ressources culturelles au sein du centre historique rend difficile le développement de nouvelles initiatives ailleurs dans la ville, et la concentration touristique qui s'observe dans le centre-ville signifie que les locaux ne sont pas aussi connectés au centre de leur ville qu'ils devraient pouvoir l'être. Ces questions sont désormais traitées au travers du nouveau positionnement de la ville, qui met l'accent sur la culture contemporaine et mobile. Cependant, la diffusion d'initiatives culturelles dans une région métropolitaine relativement fragmentée demeure un défi de gouvernance pour l'avenir.

## RÉFLEXION : L'EXPÉRIENCE DE BARCELONE

Dans le but de recueillir les avis et réactions sur ce rapport, et d'approfondir la collaboration entre CGLU et l'ICUB, une réunion a été organisée le 15 octobre 2018 par la Commission culture de CGLU, et l'ICUB, rassemblant les acteurs clef de la culture et du tourisme à Barcelone, dont notamment les principales institutions culturelles de la ville, des représentants de l'administration publique et des organisations civiles locales. Les participants ont exprimé leur soutien général sur les résultats et conclusions de la recherche, et un grand nombre de suggestions ont été formulées sur les domaines qui nécessiteraient éventuellement une attention supplémentaire :

- L'espace doit être considéré comme un élément significatif dans la relation entre

culture et tourisme. La dimension territoriale est considérée comme essentielle dans l'approche intégrée des enjeux auxquels font face des villes telles que Barcelone, tout en tenant compte du centre-ville, de la périphérie et des nouvelles centralités.

- L'accès et la visibilité de tous les acteurs civiques doit être garantie pour éviter la mondialisation et la commercialisation de la culture dans le virage vers la « ville comme plateforme ».
- Des formes de gouvernance plus transversales et plus horizontales sont nécessaires dans la mesure où elles peuvent éloigner des raisonnements cloisonnés qui divisent actuellement les différents champs politiques, convoquant également les questions de mobilité, d'accès et d'équité.
- Une approche plus sophistiquée des schémas de consommation culturelle, qui permettrait de passer du marketing à l'organisation des connaissances, pourrait être la clef pour développer « un tourisme pour la culture », plutôt que de développer la culture pour les touristes.
- Les réseaux de villes, tels que l'environnement offert par CGLU, pourraient constituer des cadres pertinents de réflexion sur la relation entre la culture et le tourisme.

Le 15 octobre également, dans le contexte de la première biennale de Thought of Barcelona, une présentation publique a été organisée au Mercat de Sant Antoni. Le consultant Greg Richards et l'Adjointe à la Culture de la Municipalité de Lisbonne, Catarina Vaz Vinto, ont participé à cette présentation, ainsi qu'au débat facilité par la suite par le coordinateur de la Commission culture de CGLU, Jordi Pascual.

## CONCLUSIONS

Pour améliorer la comparaison avec la situation de Barcelone, les conclusions de ce rapport s'appuient sur les questions et enjeux clefs identifiés dans le rapport antérieur de CGLU – ICUB sur *La Relation entre la Culture et le Tourisme à Barcelone : Contexte et Défis actuels*.

### 1. APPROCHES SUR LES POLITIQUES CULTURELLES ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La relation entre la politique culturelle et le tourisme est extrêmement complexe et multidimensionnelle, et requiert des approches intégrées sur les politiques dans le but de s'éloigner des politiques urbaines développées « en silo ». Dans cette optique, le rôle de la culture en tant qu'élément transversal de la politique urbaine nécessite d'être établi de manière plus ferme, de sorte à être considérée comme un outil légitime pour aborder les externalités du tourisme, ainsi que d'autres défis urbains. Un des aspects clefs de ce débat porte sur la manière dont la culture et le tourisme sont envisagés dans les discours urbains :

- Le concept traditionnel de tourisme, considéré comme une activité économique orientée vers les consommateurs, implique une compréhension beaucoup plus complexe en termes qualitatifs. Les « touristes » ne sont plus uniquement vus comme des consommateurs superficiels de la culture urbaine, mais comme d'importants acteurs de la scène urbaine, voyageant non seulement pour leurs loisirs mais également pour des raisons professionnelles, liées à l'éducation et/ou au développement personnel. Parler de « citoyens temporaires » ou de « citadins » semble alors être plus adéquat que parler de « touristes », catégorie aujourd'hui dépassée. De plus, l'implication de tous les résidents dans la prise de décisions portant sur l'usage et la gestion des espaces urbains est un moyen potentiel de transformer les perceptions, ainsi que d'offrir des solutions concrètes à des problèmes identifiés.
- La relation entre les politiques culturelles et le tourisme est également une question de durabilité, et en particulier de durabilité culturelle. En tant que « Quatrième pilier de la durabilité » (Agenda 21 de la culture), la culture peut transformer le tourisme de manière positive, et offrir le potentiel pour le développement futur.

## 2. RÉFLÉCHIR SUR LE MODÈLE DE LA VILLE DEPUIS LA PERSPECTIVE DE LA CULTURE

Le modèle de la ville contemporaine, et en particulier la popularité croissante du centre-ville et des principales aires de la ville, tant pour les résidents que pour les visiteurs, est au cœur des débats sur la culture et le tourisme. Dans les villes étudiées, cela commence à changer. Premièrement, nombre de ces villes envisage désormais une réflexion autour de l'aire métropolitaine de la ville, l'extension des aires urbaines et la création de nouvelles centralités. Cela soulève également des défis considérables en termes d'accessibilité et de ressources, et met l'accent sur la nécessité de non seulement s'attaquer à la dimension centre/périphérie de la politique culturelle, mais également de le faire dans le cadre d'une approche intégrée à la culture urbaine.

Ainsi, les nouveaux modèles de politiques culturelles urbaines doivent analyser la manière dont la « périphéralité » affecte la revitalisation et le dynamisme du système culturel de la ville dans son ensemble, tenant compte d'aspects tels que la proximité culturelle et la décentralisation. Le potentiel de développer de nouveaux hubs culturels dans les aires périphériques de la ville constituent de nouvelles opportunités de régénération urbaine et de nouvelles formes d'accès à la culture, à la fois pour les résidents et pour les visiteurs.

Repenser le modèle de la ville implique de penser à la question de la production de la culture nocturne ; question émergente dans plusieurs villes, comme par exemple Lisbonne. Amsterdam, a, elle, déjà entrepris plusieurs actions permettant de faire face à ces externalités négatives ; cela suggère que les équipements culturels et touristiques pourraient potentiellement travailler et collaborer ensemble sur l'approche des externalités potentielles engendrées par leurs activités respectives. Par ailleurs, les festivals urbains émergent progressivement dans le paysage des villes en tant que forum de réflexion urbaine, permettant aux villes d'expérimenter de nouvelles idées en lien avec la gestion urbaine et l'innovation sociale.

### 3. ÉTABLIR DES ESPACES DE RENCONTRE POUR LA PARTICIPATION ACTIVE À LA VIE CULTURELLE

Il est nécessaire de préserver et de créer l'espace public, dans la mesure où il offre la possibilité d'évaluer les similarités et les différences entre les différents usagers de la ville. Dans ce but, plusieurs options sont proposées :

- Déplacer les institutions et événements dans de nouvelles aires urbaines de la ville, comme Barcelone l'a par exemple fait durant de nombreuses années. Lisbonne et Amsterdam ont également opté pour ce type de mesures de décentralisation au travers de programmes et d'événements culturels.
- Conserver les espaces de culture existants, à l'heure de la mondialisation et de la spéculation immobilière, dans le cadre de programmes structurés à l'échelle de la ville permettant de soutenir la vie culturelle locale, l'identité et la cohésion sociale.
- Renforcer le « tourisme créatif » et le tourisme pensé pour offrir des expériences en lien avec la culture locale et la créativité au travers de l'implication active de locaux, et de touristes. Cela a été développé à Barcelone, et est également observable, dans une certaine mesure, à Lisbonne et à Montréal. Cependant, constituant un marché de niche, cela ne permettra pas de faire face au problème du tourisme de masse.

### 4. INFLUENCER LE TOURISME AU TRAVERS DE LA MÉDIATION ET DE LA PROMOTION

Dans le passé, les stratégies permettant d'inciter les touristes à agir de manière durable s'orientaient vers la communication. Aujourd'hui, l'usage intensif des réseaux sociaux dirigés à des groupes cibles est observé, et des messages promotionnels sur les valeurs de la ville sont également de mise dans des villes comme Copenhague par exemple. L'approche la plus fréquente au sein des villes, tout comme à Barcelone, semble être une combinaison de régulations et de mécanismes plus subtiles tels que la conceptualisation et la gestion d'espaces. La médiation permet également aux intermédiaires culturels locaux qui interagissent avec les touristes, ainsi qu'aux résidents eux-mêmes, d'agir en ambassadeurs, de sensibiliser et d'éduquer.

### 5. RÉINVESTIR LES BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES DU TOURISME DANS UN ÉCOSYSTÈME CULTUREL DURABLE

Étant donné l'importance des ressources culturelles pour l'attraction de touristes, réinvestir les bénéfices issus des visites touristiques de l'écosystème culturel de la ville, et aider à plus de durabilité sur les initiatives créatives de la base et sur les programmes d'éducation artistique, semble assez raisonnable. Plusieurs exemples intéressants de réinvestissement dans la culture peuvent être observés à Lisbonne, où une entreprise publique gérée par la Municipalité gère des nombreux espaces culturels de manière plus flexible et commerciale.

La Fontaine de Trevi à Rome et le Parc Güell de Barcelone constituent également d'autres exemples qui montrent clairement que des discussions sont en cours dans les villes, en vue d'affecter ce type de revenus à la culture. Étant donné que les données de l'OMT (2018) montrent que le tourisme culturel

représente 40% du tourisme mondial, il pourrait s'agir d'une mesure de base de la proportion des recettes touristiques qui devrait être restituée au système culturel. Mais dans certaines villes, comme Barcelone, on pourrait soutenir que la culture joue un rôle encore plus important. Les taxes de séjour génèrent également des recettes, en revanche continue de se poser comme l'un des principaux enjeux la question de leur perception. De plus, elles sont généralement réinvesties dans la gestion des externalités du tourisme ou dans l'attraction de toujours plus de tourisme, bien plus que dans la culture.

## 6. ÉTABLIR DE NOUVEAUX ESPACES DE GOUVERNANCE POUR LA CULTURE ET DU TOURISME

La relation complexe entre les acteurs publics et privés rend souhaitable la création d'espaces spécifiques pour le dialogue, et le renforcement des espaces existants. Les opportunités qui se créent au sein des cadres de développement actuels de chacun des villes examinées impliquent un virage vers la gouvernance métropolitaine, en introduisant de nouveaux espaces dans le périmètre de la ville, et en amenant de nouveaux groupes d'usagers vers des espaces sous-utilisés dans les quartiers et les aires plus périphériques.

Les villes devraient considérer de prendre encore davantage de mesures permettant de faciliter l'accessibilité (cartes touristiques, par exemple) à différents groupes mobiles, et d'ouvrir le dialogue entre les résidents et les groupes mobiles, non seulement dans le but de déterminer leurs besoins en termes de nouveaux espaces culturels, mais aussi et surtout afin de leur permettre d'apporter leurs idées dans la co-création de politiques à la fois culturelles et touristiques. Ce dialogue devrait être basé sur de nouveaux modèles de gouvernance urbaine de la ville, qui tiendrait particulièrement compte de la relation qui existe entre le cœur de la ville, les quartiers plus périphériques et la région métropolitaine. Les avancées dans cette direction sont, dans une certaine mesure, évidentes dans chacune des villes examinées.

## 7. VOIES À SUIVRE ?

La relation entre la culture et le tourisme est complexe, et convoque de nombreuses champs de la vie urbaine et de la politique municipale. L'enjeu fondamental auquel sont confrontés les villes et leurs citoyens est de résoudre le conflit entre les opportunités offertes par la mondialisation et la mobilité croissantes, et le soutien essentiel que suppose son intégration dans le contexte local. La priorité devrait être donnée au maintien de la diversité, en supportant les liens entre le patrimoine et la culture contemporaine, où le tourisme peut représenter un atout intéressant dans ces analyses en constituant une ressource permettant de soutenir la culture locale.

Le développement d'une approche intégrée de la culture et du tourisme requiert à la fois que la collaboration surmonte la division qui s'établit usuellement entre la culture, le tourisme et les autres domaines d'activités culturelles, sociales et économiques, et une intégration aux différentes échelles géographiques. À cet égard, presque toutes les villes examinées ont souligné l'importance de la connaissance, en tant que guide pour les politiques, en tant que moyen d'identification et de valorisation des expressions culturelles dans la ville, et en tant que stimulus pour l'implication et la participation culturelles de tous les usagers de la ville. Cela sous-tend également pour la ville le développement d'un nouveau scénario à même de répondre aux besoins des résidents et aux attentes des visiteurs.

---

# CONTACT

Pour davantage d'informations sur le rapport :

## **Institut de la Culture de la Ville de Barcelone (ICUB)**

Contact : Jaume Muñoz y Esteve Caramés

Email : [jmunozj@bcn.cat](mailto:jmunozj@bcn.cat)

[ecarames@bcn.cat](mailto:ecarames@bcn.cat)

Web : <http://lameva.barcelona.cat/barcelonacultura/en/icub>

Tw : [@bcncultura](https://twitter.com/abcncultura)

## **Commission culture de Cités et Gouvernements Locaux Unis (CGLU)**

Email : [info@agenda21culture.net](mailto:info@agenda21culture.net)

Web : [www.agenda21culture.net](http://www.agenda21culture.net)

Tw : [@agenda21culture](https://twitter.com/agenda21culture)

