

Le tourisme culturel et artistique :

Quand le *street art* se met au service du tourisme

Par :

Dr. Amel Maafa

Université 8 mai 1945 Guelma

maafa_amel@yahoo.fr

Résumé :

Dans notre communication, nous tentons de mettre en lumière un secteur longtemps resté sous silence et que d'autres pays, voisins y compris, ont développé de manière à mettre en valeur leur patrimoine culturel et artistique. Comment peut-on exploiter les talents de nos artistes et la richesse de notre héritage pour booster notre industrie touristique ? La réponse est dans la rue. Les arts de la rue essaient de se trouver une place dans l'espace public où tout est possible. Des initiatives de jeunes passionnés et bénévoles se multiplient ce qui crée une machine qui ne risquerait pas de s'arrêter mais qu'il faudrait investir et cultiver.

Mots clés : Tourisme, arts de la rue, héritage/patrimoine, investissement/exploitation

Abstract:

In our communication, we try to highlight a sector long remained silent and that other countries, including neighbors have developed to showcase their cultural and artistic heritage. How can we harness the talents of our artists and our rich heritage to boost our tourism industry? The street arts are trying to find a place in the public space where anything is possible. Passionate and voluntary youth initiatives multiply which creates a machine that does not risk to stop but he would have to invest and grow.

Keywords: Tourism, street arts, heritage / assets, investment / operating

Le tourisme pour beaucoup de pays devient un pilier très important de leur économie. La Grèce, le Portugal, la Tunisie, le Maroc, pour n'en citer que ces pays, n'ont d'autres ressources que celles dérivant de ce secteur devenu vital. Des stratégies sont inventées pour attirer de plus en plus de touristes en puisant d'autres secteurs susceptibles d'intéresser toutes tranches d'âge confondues. Par exemple, l'on parle aujourd'hui du tourisme religieux, appelé aussi tourisme de la foi. Ce genre de tourisme est basé surtout sur le fait que l'on appréhende les lieux saints et la visite que les touristes de diverses convictions religieuses effectuent. Cette forme de tourisme est essentiellement dans un but de pèlerinage, de rassemblements religieux ou à des fins de loisirs. Dans ce contexte précis, la plus grande destination touristique reste la Mecque qui attire chaque année environ 15 millions de pèlerins ce qui équivaut à une industrie très importante qui évolue d'une année à une autre.

Un autre genre de tourisme, celui sportif, moins important que le premier mais aussi régulier et aussi rapporteur de bénéfices. Le tourisme sportif se définit comme étant « activité au cours de laquelle des gens sont attirés à un endroit particulier à titre de participants à un événement sportif, de spectateurs à un événement, ou pour assister à des attractions sportives ou participer à des rencontres d'affaires reliées au sport »¹.

Nous connaissons tous l'industrie sportive du football qui attire de plus en plus de fans à travers le monde. N'existe-il pas des passionnés de ce sport pour prendre la peine de rester dans le pays d'accueil le temps d'un match, fut-il du *Classico* ou pas !

Il existe aussi une autre forme de tourisme qui prend de l'ampleur, celui culturel et artistique. Des milliers de touristes prennent leur vol pour assister à des festivals de musique classique ou de métal, d'autres préfèrent admirer les somptueux châteaux ou les bâtiments futuristes en bois, à l'occasion d'une représentation dans le Musikverein de Vienne, mondialement célèbre. Vous n'admirez pas seulement la culture mais vous la vivez. Ainsi, l'art et la culture ne sont plus un simple divertissement puisqu'il ne s'agit pas de visiter des lieux sans âmes, mais d'y vivre une expérience singulière. Aujourd'hui, ils font partie de l'identité du pays, de son avenir.

Notre communication tentera alors de voir comment le tourisme culturel et artistique pourrait renforcer les stratégies de tourisme déjà déployé par les gouvernements et les entreprises spécialisées. Existe-t-il une industrie de tourisme culturel et artistique dans le monde? Qu'en est-il de l'Algérie ?

Tout d'abord, posons-nous la question suivante : qu'est-ce qu'un tourisme culturel ?

¹ http://www.sportsquebec.com/admin/Browse/files/PDF/publications/conference_rdvsq2012_outilsevenements.pdf

Le tourisme culturel est avant tout du tourisme ayant pour objectif de découvrir le patrimoine culturel d'une région et, par extension, le mode de vie de ses habitants. Phénomène social et économique de fond dans le monde contemporain, le tourisme culturel représenterait selon Rachid Amirou², de 8 % à 20 % des parts du marché touristique. Pour lui, cette part a nettement augmenté ces dernières années avec la création d'offres commerciales spécifiquement ciblées sur des destinations culturelles (parfois par des opérateurs spécialisés) et de sites permettant d'appréhender celui-ci.). Beaucoup de pays européens jouent à présent la carte du tourisme culturel en s'appuyant sur leurs patrimoines matériels et immatériels pour attirer les touristes.

Toutefois, la notion du tourisme culturel peine encore à trouver une définition précise. L'organisation mondiale du tourisme le définit en tant que « mouvements de personnes obéissant à des motivations essentiellement culturelles telles que les voyages d'études, les tournées artistiques et les voyages culturels, les déplacements effectués pour assister à des festivals ou autres manifestations culturelles, la visite de sites et de monuments, les voyages ayant pour objet la découverte de la nature, l'étude du folklore ou de l'art, et les pèlerinages »³.

Le tourisme culturel se formalise dans les années 1970, en particulier à travers la « Charte du tourisme culturel » de novembre 1976, alors rédigée par l'Icomos (Conseil international des monuments et des sites), fondé dans la foulée de la *Charte de Venise* de 1965. La *Charte internationale du tourisme culturel* est la seconde source. Rédigée par le même Icomos en octobre 1999, elle reprend sous le jour actualisé du « développement durable » et du « patrimoine » ses pétitions de principes.

Ainsi, nous nous apercevons du lien existant entre le tourisme et le culturel qui n'est d'autre que l'acte de loisir, loin du pays, de la ville ou du lieu de résidence, poussé par le désir de se changer les idées, de se cultiver ou de bien d'autres motivations aussi diverses. « Celles-ci se concrétisent dans un choix de destination et de forme de voyage et séjour qui renvoient tous deux à des paramètres de l'ordre de l'identitaire, de l'imaginaire et de la représentation »⁴.

Pour cette catégorie de tourisme, nous constatons aujourd'hui la création de sous-catégorie chacune prenant en compte un secteur en particulier : le patrimoine matériels et immatériels, le folklore et l'art.

² Rachid Amirou, *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, PUF, Paris, 1995

³ Définition rédigée par la Commission européenne et l'ATLAS

⁴ Mario d'Angelo, "L'attractivité culturelle et touristique de la Méditerranée", *Euroorient* n° 27, 2008, L'Harmattan, p. 139-148

Nous nous intéresserons dans notre communication à l'une de ces formes, celle artistique en prenant comme cas l'art de la rue.

L'art de la rue dynamise les destinations touristiques :

Devenu une pièce assurée du paysage urbain, l'art de la rue permet aux destinations de se confirmer, de se montrer sous une nouvelle image, sous un nouveau jour. L'industrie touristique entame, alors une marche pour contenir la popularité grandissante de cet art et tente de l'intégrer à ses offres pour en créer des circuits et des destinations incontournables pour ce genre de public. Le prestigieux festival d'Avignon permet à des troupes entières d'investir la rue de la ville pour présenter leurs spectacles au grand plaisir des touristes et des visiteurs.

L'art de la rue ou *the street art* est une nouvelle manière de s'appropriier l'environnement urbain par l'artiste en présentant une forme artistique et en donnant à cet espace une nouvelle signification, une nouvelle symbolique. A son origine, le *street art* était plus à caractère engagé et chargé de revendications politico-sociales. Ainsi, il s'empare d'un espace public, souvent illégalement, pour contester un état de fait, une politique ou juste pour dénoncer un défaut social. La nuance est perceptible entre l'art de la rue et l'art public. Si on doit les distinguer, nous dirons que l'art public résulte d'un commun accord entre l'artiste et une partie prenante qui varie entre la municipalité, l'entreprise ou un autre organisme rendant la démarche légale, rémunérée et sous autorisation d'exercice. Toutefois, actuellement, rares sont ceux qui tiennent à cette distinction ou du moins, il faut qu'ils soient du domaine ou qui s'y intéressent.

Ce qu'il y a à retenir c'est que l'art urbain se veut l'expression d'une certaine posture, d'une certaine culture qui change au changement du pays, du message à transmettre. Elle se caractérise surtout par un ensemble de critères que l'on pourrait énumérer comme suit :

- L'appropriation des espaces et des constructions urbains.
- L'instantanéité.
- l'aspect éphémère de la création finie.
- Le public est indéfini puisque l'œuvre est exposée à tout le monde. Le musée étant la rue-même.



- **Droits d'auteur ? À qui appartient donc l'œuvre?**

La loi est claire là-dessus, toute œuvre appartient à son créateur, il en détient tous les droits. Mais comment peut-on être propriétaire d'une œuvre exprimée dans un espace qui n'est pas à l'artiste. Son possesseur peut décider d'un coup de peinture d'effacer ce qui est considéré encore comme du vandalisme. Donc, la question des droits d'auteur est beaucoup plus compliquée que ce que ça laisse apparaître une loi prise en dehors de contexte. En fait, la question devient plus à étudier dans le cas où la création est réutilisée à des fins commerciales. Certes, le graffiteur par exemple, s'exprime gratuitement mais il ne faut pas l'ignorer pour autant tant qu'il y a des bénéfices derrière.

- **Le *Street art* ou le nouveau regard sur les destinations touristiques**

Les arts de la scène ont comme première motivation, comme source d'inspiration essentielle à la création, l'Autre, celui qui va regarder l'œuvre, l'apprécier, l'appréhender, l'admirer ou la (dés) approuver, c'est-à-dire le public. Éveiller les consciences, réveiller la joie ou l'insouciance ou encore animer les débats et les discussions sur des faits socio-politiques, n'est-ce pas là ses caractéristiques. Les artistes urbains permettent aux touristes d'aborder la culture visitée de façon immersive et vraie.

Ce qui est encore plus avantageux pour ces artistes c'est qu'ils peuvent déployer leurs œuvres sans se soucier des limites à respecter. Des centres historiques aux périphéries, tout l'espace urbain leur appartient. L'art de la rue peut même mettre en lumière des destinations oubliées, ignorées du tourisme dit traditionnel. Par exemple, Vitry-sur-Seine, au sud de Paris, est devenue l'une des villes vedettes de la culture urbaine, où une ambiance assez particulière plane, celle de modernité et de poésie et où des artistes du monde entier trouvent leur compte ce qui dynamise la ville et attire des visiteurs jusque-là ignorants de ce qui s'y passe.

Au Portugal, les graffitis sont tolérés par les municipalités ce qui donnent à la ville de Lisbonne, par exemple, un aspect artistique particulier. Depuis 30 ans, Philadelphie, la ville aux 3 000 fresques, valorise l'art de la rue par des programmes structurants pour les artistes et par des tours guidés.



Par contre, le maire de New York refuse catégoriquement la présence des travaux de l'artiste Banksy et auquel il a lancé une guerre contre ses œuvres. Cette décision n'a pas empêché cet artiste de déployer chaque jour une nouvelle œuvre. Ce qui enchanta plus qu'un !



L'expérience algérienne en *street art*?

Que veut dire *street art* pour les Algériens ? Absolument rien, à l'exception des initiés. Mais si l'on prend du temps pour expliquer le concept, un Algérien lambda vous répondra : « mais c'est du vandalisme », ou encore « une peinture illégale sur un espace public ou sur une propriété privée ». Souvent, ce genre d'art est mal vu, mal exprimé ou mal reçu. Selon ces artistes, « le graffiti

art ou les arts de rue sont l'expression libre et créative de jeunes qui a commencé tôt en Algérie durant la guerre de libération par des expressions de rebelles sur les murs de ce pays revendiquant le colonisateur et réveillant les esprits pour libérer notre pays »⁵.



Ils essaient de revenir sur les débuts du graffiti algérien. Pour ces grffiteurs, tout a commencé avec le crew « Akm » depuis les années 1998-1999, ce groupe est constitué de Harba (le leader du graffiti algérien), ainsi que Hool, Snipe, et Wes qui activaient entre Tizi Ouzou et Alger à cette époque-là, depuis c'était le « d-click » ou la naissance du graffiti dans notre pays et ce qui a ouvert l'opportunité à d'autres personnes à prendre ce chemin.

Les réseaux sociaux aidant, les expériences se sont multipliées, les initiatives diversifiées, et nous arrivons aujourd'hui à connaître des œuvres touchant plus de wilayas du pays. Une initiative de jeunes bénévoles de l'association **SIDRA** n'est pas passée inaperçue, cette année. Le projet était de repeindre l'escalier qui se situe à Belouizdad aux couleurs de l'arc-en-ciel et depuis tous les escaliers de l'Algérie ont connu leurs heures de gloire et se sont vêtus de couleurs.

⁵ <http://zniqa.com/a-la-decouverte-du-street-art-algerien/>



Une autre expérience reste à encourager : DJART.

DJART s'empare des rues d'Alger en 2014

Une initiative lancée par des jeunes artistes algériens et étrangers pour créer un espace sous le signe du *Street art*. Ils l'ont baptisé DJART. Le sens du mot est simple : Djazaïr et art. Art et "Jar" (voisin) ou l'art au voisinage en Algérie. Cet évènement culturel a débuté le 06 novembre 2014. On y voit présentées des œuvres d'art de plusieurs disciplines dans les rues de la capitale jusqu'au 15 novembre 2014 : la peinture, la photographie, la "calligraphiti", la typographie, le théâtre mais aussi la musique. « A travers des concerts, des fresques murales, des galeries éphémères ou des projections lumineuses, les artistes prenant part à DJART'14 s'approprieront l'espace public de la capitale »⁶.

Khaled Bouzidi, un des coordinateurs de l'évènement, annonce lors d'une conférence de presse à Alger: « A travers DJART, nous voulons récupérer cet espace public et permettre aux gens de découvrir l'art mais aussi faire connaître les jeunes artistes algériens »⁷. Pour lui, afin d'apprécier à sa juste valeur une réalisation d'art urbain, il faut comprendre la démarche des artistes. Un partenariat s'engage alors entre celui qui regarde et celui qui crée. Mais pour arriver à ce stade d'immersion dans l'univers de l'artiste, il est nécessaire de protéger son œuvre sa propriété intellectuelle. Les guides de Street Art London Tours, par exemple, sont issus de la culture urbaine; les revenus tirés sont réinvestis dans de nouveaux projets artistiques et aident au référencement ainsi qu'à la conservation numérique des œuvres londoniennes. Arriverons-nous un jour à ce stade ?

⁶ http://www.huffpostmaghreb.com/2014/11/06/djart-alger-art_n_6116104.html

⁷ *Ibid.*

Seule l'utilisation des nouvelles technologies permettrait de valoriser et de conserver les traces d'une démarche qui se veut éphémère et pourquoi pas sa réutilisation pour des créations futures.

Enfin, il est important de signaler que « la mise en tourisme de l'art de la rue doit rester une démarche sincère, proche du milieu et conserver la saveur marginale typique de la culture urbaine »⁸. Faut-il rappeler que les métiers d'art sont des métiers de passion et ne se limitent pas à une simple activité professionnelle? Les artistes de la rue proposent une expérience artistique unique qu'il serait dommage de transformer en produit touristique de masse. Ils représentent souvent l'engagement de toute une vie pour ceux qui ne comptent ni leur temps ni leurs efforts pour acquérir un savoir-faire souvent ancestral et profondément ancré dans notre patrimoine.

⁸ <http://veilletourisme.ca/2014/02/03/lart-de-la-rue-dynamise-les-destinations-touristiques/>

Bibliographie :

- **Ouvrages :**

Amirou, Rachid, *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, PUF, Paris, 1995.

D'Angelo Mari , "*L'attractivité culturelle et touristique de la Méditerranée*", Eurorient n° 27, 2008, L'Harmattan.

- **Articles en ligne :**

http://www.sportsquebec.com/admin/Browse/files/PDF/publications/conference_rdvsg2012_outilsevenements.pdf

<http://zniqa.com/a-la-decouverte-du-street-art-algerien/>

http://www.huffpostmaghreb.com/2014/11/06/djart-alger-art_n_6116104.html

<http://veilletourisme.ca/2014/02/03/lart-de-la-rue-dynamise-les-destinations-touristiques/>