

La promotion du tourisme patrimonial en Egypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable

Riham Mohamed El Wakil

Maitre-assistant à l'Institut Supérieur de Tourisme, Hôtellerie et Informatique

El-Seyouf, Alexandrie, Egypte

Résumé

Sous l'impulsion de la mondialisation et de la compétition à laquelle se livrent les économies mondiales, de nombreux défis s'imposent devant le continent africain afin de se positionner et se développer. Le tourisme culturel est une composante clé du tourisme africain qui est un facteur de développement qui stimule l'économie, génère les retombées et renforce l'identité locale. Pour que l'Afrique atteigne son potentiel touristique, il devra surmonter un certain nombre d'obstacles. Et pour accroître sa valeur touristique à titre de destination par la culture il faut avoir une stratégie de développement qui maintient sa position unique au monde, ses mystères, ses cultures et ses arts de vivre. Une stratégie qui favorise la conversation entre toutes les sociétés africaines d'un part et le monde entier d'un autre part. De mettre un plan d'actions précis qui nécessite la forte volonté africaine et la mobilisation des moyens techniques, financiers, politiques, juridiques et administratifs.

Mots clés

Egypte, Afrique, Tourisme, Culture, Développement

Introduction

Aujourd'hui, les pays africains doivent coordonner tous leurs efforts face aux problèmes sociaux et économiques actuelles. Le tourisme culturel est devenu un phénomène complexe qui évolue rapidement et qui est affectée d'une importante dimension économique, sociale, éducative et scientifique.

L'Afrique possède tous les éléments nécessaires pour promouvoir le tourisme culturel comme un facteur de développement. Le tourisme culturel lorsqu'il est impulsé par les collectivités régionales, il peut contribuer à rapprocher les individus et à respecter les différentes cultures.

Je suggère de créer un tourisme patrimoniale durable de haute qualité, de poursuivre une stratégie de développement, d'étudier les effets du tourisme et ses aspects. De mettre en place des structures spécifiques et le développement d'une stratégie en matière de tourisme basée sur la participation et la consultation de toutes les parties concernées en Afrique. De signer des accords avec les professionnels de tourisme afin de promouvoir le tourisme culturel dans leurs régions. A proposer une gamme d'expériences touristiques aussi diversifiées qui exploitent les traditions régionales de chaque pays. De soutenir la création d'itinéraires culturels africains en vue d'élaborer des projets touristiques communes entre les pays.¹

Les problèmes et les défis de l'Egypte

Après deux révolutions le tourisme, les revenus du canal et l'argent rapatriés par les Égyptiens émigrés dans les pays du Golfe constituent les premières ressources du pays. Alors qu'un Egyptien sur quatre, selon l'ONU, vit sous le seuil de pauvreté (moins de 2 dollars par jour, soit moins de 1,5 euro).

L'Egypte compte plus que jamais sur ses voisins pour compenser les restrictions de l'aide européenne et américaine et la baisse de l'investissement direct étranger. Ces problèmes sont nombreux et se sont aggravés depuis 2010: un solde budgétaire déficitaire (12% du PIB contre 8% en 2010), une dette intérieure à 89,5% du PIB (73% en 2010), un chômage (près de 13%), ravageur chez les jeunes (90% des chômeurs ont moins de 30 ans), et une dégradation continue des services publics, surtout ceux de l'éducation et de la santé.²

Tous les indices démontrent que la détérioration de la situation économique prévalant ainsi une crise économique sans précédente. La hausse de la pauvreté à 70%. Le taux de l'afflux des investissements étrangers directs atteint zéro. La baisse du taux du développement économique entre 1% et 2. Le taux des dettes publics internes a atteint 88 milliards de L.E. Le taux de la réserve étrangère dans la Banque Centrale a atteint 28 milliards de dollars. Le taux du revenu touristique est réduit à 80% reflétant un dégât quotidien de

La promotion du tourisme patrimonial en Égypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable

40 millions de dollars. Le taux de dégâts de la bourse s'est élevé à 20 milliards de L.E. Le taux de chômage a dégradé à 10%.³

La crise politique fait sombrer le tourisme en Égypte depuis le départ de Moubarak, les revenus du tourisme avaient déjà baissé de près de 30% entre 2010 et 2011; 8,8 milliards de dollars en 2011 contre 12,5 milliards en 2010. Un problème, bien sûr, pour les millions d'Égyptiens qui dépendent de cette activité, mais aussi pour le pays dont c'est la principale source de devises. Donc pour que l'Égypte puisse sortir de cette situation difficile il faut promouvoir le rôle du patrimoine et du tourisme comme un atout de coopération avec tous ses voisins surtout du même continent.⁴

Les relations entre l'Égypte et l'Afrique

Les relations géographiques. L'Égypte géographiquement est au cœur du continent africain il se trouve au nord-est situé sur la côte sud de la Méditerranée orientale. L'actuelle Égypte occupe l'espace géographique qui fut naguère celui de l'Égypte antique. Avec plus de 86 millions d'habitants, l'Égypte est le troisième pays le plus peuplé d'Afrique derrière le Nigeria et l'Éthiopie. Les relations entre l'Égypte et le reste du continent remontaient aux périodes des pharaons et jusqu'à l'instant et demeureront pour toujours.⁵

Les relations historiques et culturelles. Les découvertes archéologiques démontrent les influences réciproques entre l'ancienne civilisation égyptienne et les civilisations africaines. On a également considéré que le culte du serpent, existant dans beaucoup de civilisations africaines, pouvait avoir une origine égyptienne.

À travers l'Afrique, on distingue ce même intérêt pour le divin, en effet de Dieu découle tout être vivant et de ce fait on le vénère. Ainsi en Afrique, comme en Égypte, certains rites, l'architecture sacrée, les arts figuratifs sont des techniques communes de même que l'agriculture, la poterie ou la médecine. Le culte rendu aux arbres, aux animaux sacrés et les reliques de certains temples, adressaient aux Dieux incarnés dans les plantes, les minéraux et les animaux.⁶

Pour Les Égyptiens et les Africains la mort correspond à un passage certes risqué, vers une vie post mortem, c'est à travers la mort qu'ils ont inventé la momification, protégée par un sarcophage afin de permettre aux éléments vitaux animant le corps de se réunir à nouveau dans l'enveloppe corporelle, l'idée de la conservation éternelle chez les Égyptiens se retrouve chez certain peuple africain: les Pulaar, les Seereer.

Le défunt chez des peuples Africains n'était pas couché directement sur le sol, mais, comme les Égyptiens il était allongé sur un lit, des mobiliers funéraires l'accompagnaient pour sa commodité et son bien-être. L'embaumement était très présent chez les Baoulés de Côte d'Ivoire. Aujourd'hui, on retrouve à travers différents objets africains et Égyptiens (anciens) des similitudes entre ces peuples découlant du même foyer géographique. Les lances, les harpons, les instruments de pêche sont les mêmes existent dans toute l'Afrique noire de la même époque.⁷

Les scènes gravées sur le temple de la reine Hatchepsout montrent les relations commerciales et économiques anciennes à travers le voyage des navires égyptiens vers Pount à la recherche de l'encens précieux et bien d'autres produits.

Puis les textes parlent de l'arrivée des habitants de Pount en Égypte et leurs offertes des cadeaux aux pharaons. De même Le royaume de Koush qui s'établit au sud de l'Égypte dès l'Ancien Empire égyptien. Ce royaume trouve ses origines du Soudan actuel et de la Nubie égyptienne.

Alors dès l'antiquité la culture et le patrimoine étaient un outil de liaison et de communication entre l'Égypte et l'Afrique. Actuellement c'est le moment de la réactivation de ces relations, la prise de conscience de la possession d'un patrimoine africain commun considéré comme universel. Un patrimoine exporteur de valeurs culturelles. Un patrimoine qui aide le continent à bouleverser sa situation difficile à une autre plus consciente à ses circonstances actuelles envers un développement durable.⁸

L'élaboration d'une gouvernance culturelle en Afrique

Le terme de gouvernance semble prendre, surtout depuis les années 1990, une importance grandissante tant dans le débat public que dans les stratégies et politiques adoptées aux niveaux local, national et international. La gouvernance est un mouvement de décentrement de la prise de décision, avec une multiplication des lieux et des acteurs impliqués dans cette décision. Il renvoie à la mise en place de nouveaux modes de régulation plus souples, fondés sur le partenariat entre différents acteurs.

Les politiques de développement en Afrique doivent assurer la gouvernance du secteur culturel en renforçant les institutions publiques et en encourageant la mise en œuvre de politiques culturelles prenant en compte la diversité culturelle et en favorisant le développement culturel. La gouvernance concerne aussi la gestion de la diversité culturelle et la construction de la citoyenneté africaine.

Que l'on parle de management, de coopération au développement, de relations internationales ou encore de politique culturelle, la gouvernance doit encourager la participation des acteurs, publics, privés et civils afin de garantir la pluralité et la diversité et l'accès des citoyens à la culture. La gouvernance culturelle signifie donc une cohérence entre les acteurs et les fonctions en vue d'objectifs communs, les modes d'interaction, les processus de choix des objectifs, des acteurs et des fonctions, ainsi que les processus de contrôle.⁹

La culture devra assumer son rôle central dans les politiques et stratégies de développement de la société africaine; elle doit se fonder sur les valeurs fondamentales des droits de l'homme et des droits culturels; les besoins culturels de la population, l'accès à la culture et la participation culturelle doivent constituer la base de toute politique culturelle; la politique culturelle doit faire face comme autant de possibilités de se transformer et de se renouveler.

Les interactions entre les concepts: tourisme, tourisme culturel et patrimoine

En effet, il faut tout d'abord différencier entre les concepts (tourisme, patrimoine et tourisme culturel) pour identifier les rapports entre eux.

Le tourisme, est issu du mot tour. Les aristocraties font le grand tour de l'Europe et visitent les hauts lieux de civilisations pour parfaire leur éducation et enrichir leur expérience. Le tourisme est un affaire de curiosité et un moment privilégié où les citoyens peuvent changer leur rythme de vie quotidienne, s'ouvrir à de nouvelles formes de connaissances.

Jusqu'au vers 1800, le voyage n'était qu'un phénomène marginal, l'expansion du tourisme a suivi évidemment le développement économique et industriel des nations mais il ne s'est vraiment développé qu'après une mesure sociale, les congés payés, fut élargie à toutes les couches de populations des pays industrialisés à partir des années 1930. Depuis la seconde guerre mondiale, le tourisme a mieux élargie. Cette progression de la demande au plan mondial s'explique à la fois par la démocratisation du transport aérien, par une élasticité de revenu supérieure et une extension de temps de loisir.¹⁰

Le tourisme culturel, apparaît comme une forme nouvelle de tourisme spécialisé qui considère le patrimoine comme une fin en soi et suppose une harmonie fondée sur le respect des différentes cultures, sur la participation des communautés concernées et sur une juste répartition des bénéfices.

Ce genre de tourisme peut se définir comme un moyen de découverte et d'appréhension de toute activité culturelle due à l'homme et il obéit le plus souvent aux motivations suivantes : faire des voyages culturelle, assister à des festivals et des événements culturels, visiter des sites et des musées,... etc.

Le patrimoine culturel, se définit comme l'ensemble des biens, matériels ou immatériels, ayant une importance artistique ou historique, et qui appartiennent soit à une entité privée, soit à une entité publique. Cet ensemble de biens culturels est généralement préservé, restauré, sauvegardé.

Le patrimoine matériel est surtout constitué des paysages construits, de l'architecture et de l'urbanisme, des sites archéologiques et géologiques, de certains aménagements de l'espace agricole ou forestier et d'objets d'art et mobilier. Le patrimoine immatériel peut revêtir différentes formes: chants, costumes, danses, traditions gastronomiques, jeux, mythes, contes et légendes, petits métiers, témoignages, captation de techniques et de savoir-faire, documents écrits et d'archives,... etc.

Le patrimoine fait appel à l'idée d'un héritage légué par les générations qui nous ont précédés, et que nous devons transmettre intact ou augmenté aux générations futures, ainsi qu'à la nécessité de constituer un patrimoine pour demain. On dépasse donc largement la simple propriété personnelle il relève du bien public et du bien commun.¹¹

Les rapports entre le tourisme et le patrimoine

D'un côté le patrimoine constitue une ressource importante pour le développement du tourisme, il permet de créer de nouveaux circuits et de l'autre côté de régénérer l'offre culturelle préexistante.

La promotion du tourisme patrimonial en Egypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable

La survie du patrimoine et sa transmission dépendent de sa capacité à s'intégrer dans la vie quotidienne de la communauté locale. Le meilleur moyen pour le protéger c'est de l'occuper et de lui accorder un rôle dans la société. Le tourisme représente un outil pour valoriser et redonner la vie aux sites et aux quartiers.

Réfléchir sur le rapport entre le tourisme et le patrimoine c'est de parler sur deux notions qui ont pris une importance croissante au cours des dernières années. Nous nous interrogeons sur la valorisation économique du patrimoine et en quoi il peut se définir en un produit culturel du tourisme et comment développer le tourisme patrimonial. Ilya un enjeu d'intégrer le patrimoine culturel et les habitants dans le développement des villes africaines.

Le patrimoine constitue une ressource économique par ces offres patrimoniales. La valeur d'usage du patrimoine est retirée de la force des qualités des services qu'il offre qui doivent répondre aux motivations des touristes qui se résument en quatre mots : découvertes, distractions, repos et rencontres.¹²

Le lien de plus en plus étroit entre culture et tourisme est renforcé par un certain nombre de facteurs.

Du côté de la demande, l'intérêt croissant pour la culture, notamment en temps que source d'identité et de différenciation face à la mondialisation. L'augmentation du capital culturel, renforcée par la hausse du niveau d'éducation. Le vieillissement des populations dans les régions développées. Les modes de consommation postmodernes, mettant l'accent sur l'épanouissement personnel plutôt que sur le matérialisme. Une envie de vivre des formes d'expériences directes. L'importance croissante de la culture immatérielle et le rôle de l'image et de l'atmosphère. La mobilité accrue permettant d'avoir plus facilement accès à d'autres cultures.

Du côté de l'offre, le développement du tourisme culturel pour renforcer emploi et revenus. Le tourisme culturel a été considéré comme un marché de croissance ainsi que comme une forme de tourisme de qualité. Une offre culturelle de plus en plus fournie liée au développement régional. La disponibilité de plus en plus grande des informations sur la culture et le tourisme par le biais des nouvelles technologies. L'émergence de nouveaux pays et régions ayant à cœur de se constituer une identité distincte. L'envie de projeter l'image des régions et pays à l'extérieur.¹³

L'importance mondiale du tourisme et du patrimoine

Le tourisme est un moyen de faire dialoguer les hommes et les cultures. Il est un secteur en forte croissance depuis 10 ans. Il touche de nombreux domaines et métiers qui ne nécessitent pas de longues formations. Il permet de valoriser les patrimoines et les savoirs faire.

Il apporte rapidement les devises extérieures et des revenus importants pour la population locale. L'activité internationale du tourisme a connue une connaissance lors des dernières décennies, elle produit des avantages économiques significatifs pour les pays receveurs de touristes ainsi qu'aux pays d'origine des touristes.

Selon l'OMT (l'organisation mondiale de tourisme) le nombre de touristes internationaux a augmenté de 845,7 millions en 2006 à plus qu'un milliard en 2012, correspondant à un taux de croissance annuel moyen de 3,4%. Les revenus ont augmenté de 742 milliards dollars en 1076 correspondant à un taux de croissance de 6,4%. En 2012 ces revenus se sont élevés à 2,9 milliards dollars.

L'activité internationale du tourisme est caractérisée par une augmentation continue dans la diversification des produits touristiques et les genres de touristes. Bien que partie d'activité internationale du tourisme soit encore concentrée dans les régions avancées de l'Europe et des Amériques. Ils attirent l'ensemble de 71% de toutes activités internationales du tourisme du monde en 2006.¹⁴

Depuis 2011 les arrivées du tourisme international dans les régions du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord ont diminué de 9,1% en 2010 à 5,6% en 2011. De même ces recettes du tourisme ont également chuté de 14% à 6% selon le SESRIC (le centre de recherches statistiques, économiques, sociales et de formation pour les pays islamiques).¹⁵

Le tourisme est devenu un phénomène complexe aux dimensions économique, sociale et culturelle. Pendant que certains voient en lui un risque pour le patrimoine culturel, d'autres par contre estiment qu'il représente un moyen pour valoriser le dit patrimoine. Malgré ces divergences de points de vue sur les impacts du tourisme, tous s'accordent néanmoins sur l'influence qu'exerce le patrimoine sur les flux touristiques.

Selon une étude menée par Europa Nostra (2005), plus de 50 % de l'activité touristique en Europe est générée par le patrimoine. Aux États-Unis, les enquêtes consacrées aux voyageurs amateurs d'histoire de culture montrent que 30 % des touristes américains sont influencés par le patrimoine lorsqu'ils choisissent une destination. D'autres estimations, notamment celles de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), indiquent que le tourisme culturel représente à lui seul 40 % du tourisme international. A partir des années 1980, le diptyque tourisme-patrimoine s'affirmera par ailleurs comme un moteur économique extrêmement puissant (OCDE 2009).

C'est ainsi que le tourisme culturel va être considéré comme une panacée pour le développement économique des pays du tiers-monde. Cette approche sera particulièrement relayée par le Programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD), la Conférence des Nations-Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) et la Banque mondiale. Pour ces organismes, le tourisme s'il est bien maîtrisé, peut être une activité viable et durable, pouvant favoriser le développement durable des communautés d'accueil tout en valorisant les ressources naturelles et culturelles disponibles. Dans cette perspective, le tourisme va être intégré dans les stratégies de développement culturel afin de soutenir la production culturelle et de valoriser le patrimoine.¹⁶

Le tourisme patrimonial comme un agent de développement

Selon l'UNESCO, le voyage culturel et patrimonial est l'un des segments du tourisme international qui connaît la croissance la plus rapide.

Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le voyage culturel et patrimonial représentait 40% de l'ensemble du tourisme international en 2007 comparativement à 37% en 1995.¹⁷

Ce type de tourisme ne cesse de se diversifier. Parmi les motivations de voyages culturels, on trouve: Le désir de vivre la culture locale et d'expérimenter l'authenticité des lieux (Il ne s'agit plus seulement de voir les icônes principaux du patrimoine, mais de s'immerger dans la culture.) La volonté d'acquérir des connaissances et de mieux comprendre les populations et l'histoire des lieux.

Plus encore, l'enquête d'Atlas Cultural Tourisme, effectuée en 2007 auprès de 4600 voyageurs internationaux, indique que la présence d'une offre étoffée et variée constitue le facteur le plus important dans le choix d'une destination culturelle. Les voyageurs âgés de moins de 24 ans sont généralement plus intéressés par le divertissement, alors que ceux ayant autour de 35 ans représentent un groupe cible plus pertinent. En effet, le segment de la mi-trentaine a tendance à avoir un revenu élevé, un fort désir de voyager et un grand appétit pour la culture. Par ailleurs, les touristes culturels ont une propension à dépenser plus que la moyenne, comparativement aux ceux s'offrant des vacances de détente. La dépense supplémentaire résulte souvent du transport et des frais d'entrée aux sites.¹⁸

Des chiffres précédents on conclut que l'Afrique ne profite que d'un simple pourcentage des flux touristiques mondiaux malgré sa richesse et sa diversité culturelle et malgré sa nécessité économique aux retombées du tourisme. Alors nous sommes devant un continent qui a besoin de réaliser des projets touristiques basés sur le partenariat et le réseautage entre les différents pays africains en valorisant le patrimoine culturel de chacun.

Mettre en place une stratégie de développement d'une industrie touristique africaine durable

En général, le développement durable est fondé sur une nouvelle approche basée sur le développement des modalités et le renouvellement des ressources en vue de répondre aux besoins de générations futures. La Convention du patrimoine mondial de l'UNESCO conserve, protège et présente la valeur universelle exceptionnelle du patrimoine commun depuis plus de 40 ans. Ces merveilles naturelles et culturelles uniques représentent notre passé et le présent et appartiennent à tous. Les biens du patrimoine mondial sont d'importantes destinations de voyage et, bien gérés ont un énorme potentiel et peuvent avoir un impact sur le développement économique local et une viabilité à long terme.¹⁹

Le Programme sur le patrimoine mondial et le tourisme durable représente une nouvelle approche fondée sur le dialogue et la coopération entre parties prenantes où la planification du tourisme et la gestion du patrimoine sont intégrés au niveau de la destination, les éléments naturels et culturels sont valorisés et protégés, et le tourisme approprié développé.²⁰

La promotion du tourisme patrimonial en Egypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable

Il faut encourager un tourisme respectueux des principes du développement durable. Le tourisme est un des principaux moyens d'échange culturel et de dialogues entre les cultures, il offre l'occasion de découvrir le passé et la vie actuelle des sociétés humaines. La diversité des cultures demeurent les attractions touristiques majeures.²¹

Le tourisme doit être reconnu comme une force positive qui favorise la conversation entre les sociétés africaines, il représente un enjeu à la fois culturel et économique essentiel pour de nombreux pays lorsqu'il est géré avec équilibre. Il peut être un facteur de développement.

La question de gestion du tourisme culturel fait valoir l'importance de la mise en place d'une politique touristique appropriée pour mettre une industrie touristique durable et de favoriser la protection des ressources patrimoniales, d'opter un fonctionnement en réseau fondé sur le partenariat et le réseautage en impliquant tous les acteurs potentiels: les conservateurs, les opérateurs touristiques, les intervenants privés, les responsables politiques et les gestionnaires plus la population locale. Ce qui nécessite la mobilisation de tous les moyens des pays.²²

Une vision future

Placer la culture au cœur des projets touristiques. Définir la culture s'avère une entreprise colossale. On ne peut, en quelques mots, cerner tout ce qu'est la culture, tout ce qu'elle signifie. Univers multiforme et reflet de l'identité d'un peuple, la culture est le véhicule privilégié des manières de penser, de sentir et d'agir d'une société, de ses valeurs et de ses différences.

Elle est riche, diverse et intense. Elle se crée, se contemple et s'approprie. Miroir du passé, elle se vit au présent et façonne l'avenir. En somme, la culture est un univers très diversifié référant aux productions intellectuelles et artistiques tout comme aux expressions et aux façons de vivre d'une collectivité. La culture représente l'ensemble des manifestations qui rassemblent et identifient une collectivité; elle constitue sa personnalité.²³

Accorder une place prépondérante à la culture africaine dans la promotion de l'Afrique. Le tourisme et la culture ont beaucoup en commun. Sensibiliser les acteurs de l'industrie touristique à l'importance de la culture comme un levier économique. Proposer une programmation de sensibilisation des acteurs du tourisme et de culture en favorisant le contact entre eux.

Acquérir une meilleure connaissance des besoins des établissements culturels et des clientèles touristiques. Favoriser le développement des circuits culturels plus spécialisés en relation avec des événements culturels. Encourager la création d'un environnement propice, stable, effectif et flexible pour l'investissement, les affaires et la circulation des personnes à travers l'amélioration et la flexibilité des contrôles frontaliers, la mise en œuvre de politiques de libéralisation du transport, la protection au consommateur, la définition de politiques fiscales transparentes, l'application de systèmes de soutien aux micros, petites et moyennes entreprises qui sont la grande base entrepreneuriale du tourisme.

Améliorer la coordination et la coopération de tous les domaines de la politique touristique, tels que les infrastructures, l'aménagement du territoire, les transports, la mobilité, ou l'environnement et le climat, influent sur les possibilités de développement de l'industrie touristique.

C'est pourquoi la coopération et la collaboration doivent être améliorées pour permettre aux entreprises touristiques d'accroître leurs chances sur les marchés. Répondre aux demandes des organisations culturelles pour offrir des produits attrayants aux touristes. Acquérir une meilleure connaissance des besoins des établissements culturels et des clientèles touristiques.

Renforcer l'image de la destination touristique africaine sur le marché. L'Afrique a besoin de présenter son image au monde entier. Réaliser un inventaire et analyser l'indice culturel dans les principaux guides et sites touristiques. Faire reconnaître l'histoire de l'Afrique comme patrimoine mondial de l'UNESCO. Le but est de renforcer les mesures de marketing prises par les entreprises et les organisations de tourisme aux niveaux local, régional et international.

Le marketing en matière de tourisme doit être mieux coordonné avec les autres instruments touristiques visant à promouvoir la place culturelle et touristique du continent. En particulier par l'utilisation des moyens modernes de communication. La planification, les études de marché, la création d'une image de marque, la segmentation, l'évaluation des activités de promotion et notamment une plus forte intégration des technologies de l'information dans les activités de promotion et commercialisation sont des facteurs clés pour

favoriser la compétitivité touristique. La promotion et la commercialisation conjointe peuvent également constituer une valeur ajoutée. Ainsi donc, il faudrait chercher l'élargissement des marchés émetteurs.

Créer un modèle de partenariat, entre les secteurs publics et privés, de même entre les pays. Il faut encourager les investissements extérieurs. Favoriser le réseautage entre les organisations touristiques et culturelles. Les gouvernements auront recours aux partenariats comme moyen d'assurer une meilleure passation aux marchés touristiques internationaux et des services publics offerts. Ce qui exige des gouvernements ayant des comportements nouveaux et des compétences nouvelles. Le partenariat est un moyen pour mobiliser les ressources sur place.²⁴

C'est une stratégie qui se repose sur des bases politiques solides et sur un engagement des responsables à long terme. Avoir une coopération entre les administrations nationales de tourisme et les autres institutions tels l'économie, la culture, le transport, l'immigration, la sécurité, la formation, la recherche ou les infrastructures ; entre les secteurs publics et privés; entre les acteurs du secteur privé, en promouvant la concurrence coopérative et le caractère associatif. , entre les parties intéressées à l'échelle nationale, régionale et locale; dans le domaine sous-régional et à l'échelle internationale avec des organisations telles que l'OMT, l'Union européenne, l'Union pour la Méditerranée et d'autres institutions qui peuvent jouer un rôle crucial dans le domaine du développement du tourisme.²⁵

Améliorer l'offre touristique, sans cesse pour que la place touristique africaine reste compétitive. Faciliter la tâche des entreprises et des destinations en encourageant l'innovation, la coopération et l'investissement.

Les régions touristiques pourront développer des offres innovantes. Planifier un calendrier d'événements en favorisant la tenue des grands événements à potentiel international. Accroître le développement de nouveaux produits culturels à la portée touristique. La mise en valeur de l'art public et favoriser la création et l'exception culturelle de chaque pays. Analyser l'offre afin d'établir son potentiel en regard des marchés concurrents.²⁶

Les destinations africaines possèdent des caractéristiques uniques pour le développement d'une vaste gamme de produits. Il faut explorer de nouvelles niches de marché pouvant répondre aux préférences et aux exigences du consommateur actuel. C'est ainsi que l'on peut attirer de nouveaux segments qui contribuent, d'une part, à changer le caractère saisonnier de la demande et, d'autre part, à augmenter la qualité de l'offre touristique.

Garantir une qualité de service constante, par la protection et la valorisation de nos sites. La préservation et la valorisation des ressources. Confirmer le tourisme comme une priorité de notre continent (autorité, institutions et populations).

Savoir l'évolution des clientèles et de leurs comportements. Offrir de la formation en tourisme. Identifier les quartiers et les sites à potentiel culturel et développer les outils de planification de ces quartiers. La mise en valeur de l'art public. Soutenir l'innovation et la formation pour renforcer la professionnalisation et améliorer la compétitivité des acteurs publics et privés du tourisme.²⁷

Encourager les processus de décentralisation et améliorer la gestion locale du tourisme sur toutes ses composantes.. Encourager la création d'infrastructures et améliorer celles qui existent déjà dans les domaines du transport, des systèmes d'informations publics-privés, de l'hébergement et des installations clés pour le développement de produits comme le tourisme culturel, de nature, de Sahara,...

Former les ressources humaines, la compétitivité chaque fois plus forte des marchés exige que l'on consacre une attention très spéciale aux ressources humaines en tant que point prioritaire. Il est de plus en plus nécessaire d'une collaboration étroite entre les entreprises, et les destinations pour répondre aux attentes du visiteur, en augmentant au maximum sa satisfaction et essayer de le fidéliser. Aussi bien les postes qui existent de même que les nombreux postes qui seront créés dans les prochaines années réclament des niveaux de connaissances et de compétences accrues.

Par ailleurs, la formation en tourisme requiert adapter en permanence les programmes éducatifs en vigueur, à tous les différents niveaux, aux exigences du marché de travail. Celles-ci doivent être issues de projets de recherche réalisés conjointement entre les administrations avec des compétences en tourisme, les entreprises et les destinations. Il faut réaliser les plus grands efforts dans l'incitation de la formation universitaire en tourisme, notamment des programmes spécialisés de troisième cycle pour faciliter la consolidation de cadres dirigeants d'un niveau élevé pour les entreprises et les destinations.

La promotion du tourisme patrimonial en Egypte et les pays Africains Vision pour un échange culturel et un développement touristique durable

Le tourisme devrait être conçu comme un secteur qui peut jouer une fonction essentielle dans le progrès et la diversification de la structure économique et sociale continent. Pour que la tâche soit positive à long terme, la planification et la gestion touristiques devront être réalisées avec la participation de tous les acteurs impliqués et conformément aux principes de durabilité économique, socioculturelle et environnementale.²⁸

Conclusion

Un tourisme culturel africain durable

Le tourisme culturel africain a besoin de son patrimoine comme ressource capable de motiver le voyage des touristes et d'un patrimoine toujours dans son meilleur état. Alors il faut maintenir un juste équilibre entre la conservation, la durabilité et le développement de façon à protéger les biens du patrimoine africain mondial.

La question du tourisme culturel africain qui répond à la demande touristique internationale fondée sur son patrimoine en tant qu'offre attractive visant un développement économique et social, pourrait être énoncée à partir des bases suivantes: La possibilité réelle d'accès et de jouissance du patrimoine africain à la population locale et aux touristes. L'existence d'une communauté locale favorable à la réception des touristes et à partager les modes de vie et traditions avec les visiteurs. La mise des stratégies de protection des biens patrimoniaux par des normes réglant les relations entre l'utilisation touristique et la sauvegarde du patrimoine.

Le transfert de ces conditions à un processus de gestion durable du développement touristique culturel implique la participation des acteurs locaux et internationaux et l'organisation des réseaux capables d'assurer leur participation dans des activités économiques. La génération de revenus de ce secteur par les gouvernements pour améliorer les conditions de vie de ces pays aussi que pour mieux conserver leur patrimoine.

Une interprétation et une application de la Convention du patrimoine mondial qui prend en compte le tourisme durable. Des autorités nationales, régionales et locales dotées de politiques et de cadres reconnaissant dans le tourisme durable un important moyen de gérer le patrimoine culturel et naturel dont elles ont la charge. Des parties prenantes qui soient toutes attentives et attachées au développement durable, et capables de gérer le tourisme dans une optique soucieuse de durabilité.

Des collectivités locales qui soient fières de leurs sites et responsabilisées, et qui aient les capacités d'agir pour la conservation des biens et la gestion durable du tourisme sur les destinations du patrimoine mondial. Un secteur du tourisme qui attache de la valeur au patrimoine mondial et s'emploie à le préserver tout en veillant à ce que ses activités sur les sites du patrimoine mondial soient responsables, et favorisent le développement économique et social. Des visiteurs conscients de la valeur universelle exceptionnelle du patrimoine mondial et de ce qu'elle signifie et qui adoptent des comportements responsables.²⁹

Les références

- Al Mazurie, Ali. (1979), *Les relations historiques et socioculturelles entre l'Afrique et le monde arabe de 1935 à nos jours*. Paris, Unesco, p.37.
- Benhamou. F. (2001), *L'économie de la culture*. Paris, Repères Découvertes, p. 123.
- Centre de formation supérieur pour le développement rural (2009), *Développement d'une stratégie de tourisme durable dans les aires protégées du Maroc : tome2*. Berlin, SIE publication series, p.2.
- Daigle. P (2008), *Culture et tourisme au cœur de l'identité urbaine*. Quebec, Uqam , p.25.
- Gazes, G.(1989), *le tourisme international : mirage ou stratégie d'avenir?*. Paris, Hatier, pp. 22-25.
- La Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie des Services (2013), *L'offre réceptive un levier de dynamisation de l'offre touristique français sur les marchés étrangers*. France, Howarth HTL, pp.79-81.
- Lam, M.(2000), *les chemins du Nil : les relations entre l'Egypte ancienne et l'Afrique noire*. Paris, Ankh, p.20.
- Lam, M.(1992), *instrument d'analyse et méthodologie: l'étude de l'appartenance de l'Egypte ancienne au monde négro-africain*. Paris, Ankh, p. 15.
- L'Organisation de coopération et de développement économique (2013), *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2012*. Paris, OCDE, pp. 399.

- L'Organisation mondiale du tourisme (2014), *Faits saillants OMT du tourisme*. Madrid, Unwto, pp. 5, 13.
- Ministère de la culture des communications et de la condition féminine (2010), *Développement du tourisme culturel à Montréal : stratégies et actions*. Montréal, cccf Québec, p.9.
- Ministère de tourisme et des transports aériens internationaux (2010), *Stratégie de développement touristique : Polynésie Française*. Tahiti, Mta, pp17-19.
- Ministère de tourisme Loire Touraine (2010), *Elaboration du schéma de développement touristique du pays : phase 2, stratégie touristique*. Loire Touraine, Pro-Tourisme, pp.38-39.
- Mollard, R. (1983), *l'économie du tourisme*. Paris, Que sais-je, pp. 30-33.
- The International Bank for Reconstruction and Development (2009), *Guide de préparation de projets: Promotion des partenariats publics-privés africains auprès des investisseurs*. Washington, The World Bank, pp.3-5.
- Venturini. J (2011), *tourisme culturel et développement durable au déla du spectacle*. Paris, Icomos, p.569-570.
- Weber, R. (2010), *Quelle gouvernance pour la culture et le secteur culturel*. Gran Canaria, campus Euro-Americain, pp.1,9.

تشجيع السياحة التراثية في مصر والدول الإفريقية

رؤية لتحقيق التبادل الثقافي والتنمية السياحية المستدامة

ريهام محمد الوكيل

أستاذ مساعد بالمعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي

السيوف – الإسكندرية، جمهورية مصر العربية

ملخص

في ظل زمن العولمة و التنافس الإقتصادي بين دول العالم هناك العديد من التحديات التي تواجه القارة الإفريقية لكي تلحق بالركب العالمي. السياحة الثقافية هي أحد المكونات الأساسية للسياحة الإفريقية و أحد العوامل التي تدعم إقتصاد القارة و تبرز هويتها المتميزة، وحتى تنجح إفريقيا في الوصول إلى المكانة السياحية التي تستحقها لابد وأن تتخطى العديد من العقبات التي تقف في الطريق كضعف حجم الاستثمار السياحي، القدرة التنافسية السياحية الضعيفة، سوء الأوضاع الصحية والاجتماعية وعدم الإستقرار السياسي. ولكي تظهر القيمة الحقيقية للسياحة الثقافية في إفريقيا لابد من وجود استراتيجية تنموية مستدامة تدعم مكانة القارة العالمية الفريدة، و ثقافتها المتعددة و فنونها المختلفة؛ استراتيجية تشجع الحوار بين المجتمعات الإفريقية من ناحية وبينها وبين العالم من ناحية أخرى، استراتيجية تسهم في وضع خطة عمل محددة تتطلب التزاماً إفريقياً قوياً وتسخيراً لجميع الموارد المتاحة من الناحية التقنية والإقتصادية والسياسية والقانونية والإدارية.

كلمات رئيسية مصر، إفريقيا، السياحة، الثقافة، التنمية

The promotion of heritage tourism in Egypt and African countries

Vision for cultural exchange and development of sustainable tourism

Riham Mohamed El Wakil

Assistant Lecturer at the Higher Institute of Tourism, Hotels and Computer –

El-Seyouf, Alexandria, Egypt

Abstract

With the globalization and economic competition, there are many challenges facing the African continent in order to catch up with the world. Cultural tourism is one of the basic components of the African tourism and one of the factors that support the economy of the continent and highlights its distinct identity, and for Africa to succeed in reaching the tourist place it deserves to be, it must overcome the many obstacles that stand on the way. To show the value of cultural tourism in Africa there must be a sustainable development strategy that supports the unique global position of the continent, and the various arts and cultures. a strategy that encourages dialogue between African societies on one hand and between them and the world on the other hand, a strategy that concludes a specific action plan that requires a strong commitment to Africa and to harness all available resources.

Key words Egypt, Africa, Tourism, Heritage, Development

Les sites Internet

- <http://www.sis.gov.eg/Fr/Templates/Articles/tmpArticles.aspx>. Septembre 2014.
- <http://www.statistiques-mondiales.com/egypte.htm>. Septembre 2014.
- <http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/pays/afrique-du-nord/egypte>. Septembre 2014.
- http://www.shenoc.com/egypte_antique.html. Septembre 2014
- <http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2011/07/20/limpact-de-la-culture-sur-le-tourisme>. Décembre 2014.
- <http://www.sesrtcic.org/files/article/256.pdf>. Octobre 2014.
- <http://veilletourisme.ca/2011/01/05/tourisme-culturel-et-patrimonial-un-produit-en-croissance-a-travers-le-monde>. Octobre 2014.
- http://www.academia.edu/5885349/Patrimoine_naturel_et_culturel_des_monts_Mandara_Cameroun_Potentialit%C3%A9s_touristiques_et_contraintes. Novembre 2014.
- <http://whc.unesco.org/fr/tourisme/>. Décembre 2014.
- <http://www.turismoeuromed.com/fileadmin/archivospdf>. Novembre 2014.
- <http://whc.unesco.org/fr/tourisme/>. Décembre 2014.

¹ Virag, G. (2005), *Promotion du tourisme culturel en tant que facteur de développement des régions*. Strasbourg, Editions du conseil de l'Europe Cedex, pp. 30-32.

² <http://www.sis.gov.eg/Fr/Templates/Articles/tmpArticles.aspx>. Septembre 2014.

³ <http://www.statistiques-mondiales.com/egypte.htm>. Septembre 2014.

⁴ <http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/pays/afrique-du-nord/egypte>. Septembre 2014.

⁵ Al Mazurie, Ali. (1979), *Les relations historiques et socioculturelles entre l'Afrique et le monde arabe de 1935 à nos jours*. Paris, Unesco, p.37.

⁶ http://www.shenoc.com/egypte_antique.html. Septembre 2014

⁷ Lam, M. (2000), *les chemins du Nil : les relations entre l'Egypte ancienne et l'Afrique noire*. Paris, Ankh, p.20.

⁸ Lam, M. (1992), *instrument d'analyse et méthodologie: l'étude de l'appartenance de l'Egypte ancienne au monde négro-africain*. Paris, Ankh, p. 15.

⁹ Weber, R. (2010), *Quelle gouvernance pour la culture et le secteur culturel*. Gran Canaria, campus Euro-Americain, pp.1,9.

¹⁰ Mollard, R. (1983), *l'économie du tourisme*. Paris, Que sais-je, pp. 30-33.

¹¹ Gazes, G. (1989), *le tourisme international : mirage ou stratégie d'avenir?*. Paris, Hatier, pp. 22-25.

¹² Benhamou. F. (2001), *L'économie de la culture*. Paris, Repères Découvertes, p. 123.

¹³ <http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2011/07/20/limpact-de-la-culture-sur-le-tourisme>. Décembre 2014.

¹⁴ L'organisation mondiale du tourisme (2014), *Faits saillants OMT du tourisme*. Madrid, Unwto, pp. 5, 13.

¹⁵ <http://www.sesrtcic.org/files/article/256.pdf>. Octobre 2014.

¹⁶ http://www.academia.edu/5885349/Patrimoine_naturel_et_culturel_des_monts_Mandara_Cameroun_Potentialit%C3%A9s_touristiques_et_contraintes. Novembre 2014.

¹⁷ L'Organisation de coopération et de développement économique (2013), *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2012*. Paris, OCDE, pp. 399.

¹⁸ <http://veilletourisme.ca/2011/01/05/tourisme-culturel-et-patrimonial-un-produit-en-croissance-a-travers-le-monde>. Octobre 2014.

¹⁹ Venturini, J. (2011), *tourisme culturel et développement durable au delà du spectacle*. Paris, Icomos, p.569-570.

²⁰ <http://whc.unesco.org/fr/tourisme/>. Décembre 2014.

²¹ Centre de formation supérieur pour le développement rural (2009), *Développement d'une stratégie de tourisme durable dans les aires protégées du Maroc : tome2*. Berlin, SIE publication series, p.2.

²² Ministère de tourisme et des transports aériens internationaux (2010), *Stratégie de développement touristique : Polynésie Française*. Tahiti, Mta, pp17-19.

²³ Daigle, P. (2008), *Culture et tourisme au cœur de l'identité urbaine*. Québec, Uqam, p.25.

²⁴ The International Bank for Reconstruction and Development (2009), *Guide de préparation de projets: Promotion des partenariats publics-privés africains auprès des investisseurs*. Washington, The World Bank, pp.3-5.

²⁵ <http://www.turismoeuromed.com/fileadmin/archivospdf>. Novembre 2014.

²⁶ La Direction Générale de la Compétitivité de l'Industrie des Services (2013), *L'offre réceptive un levier de dynamisation de l'offre touristique français sur les marchés étrangers*. France, Howarth HTL, pp.79-81.

²⁷ Ministère de la culture des communications et de la condition féminine (2010), *Développement du tourisme culturel à Montréal : stratégies et actions*. Montréal, cccf Québec, p.9.

²⁸ Ministère de tourisme Loire Touraine (2010), *Elaboration du schéma de développement touristique du pays : phase 2, stratégie touristique*. Loire Touraine, Pro-Tourisme, pp.38-39.

²⁹ <http://whc.unesco.org/fr/tourisme/>. Décembre 2014.