

Le patrimoine mondial est-il un mirage économique ? Les enjeux contrastés du développement touristique

Lionel Prigent

Volume 30, numéro 2, 2011

Tourisme et patrimoine mondial

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1012237ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1012237ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Prigent, L. (2011). Le patrimoine mondial est-il un mirage économique ? Les enjeux contrastés du développement touristique. *Téoros*, 30(2), 6–16.
<https://doi.org/10.7202/1012237ar>

Résumé de l'article

La Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO est réputée reposer sur des principes d'universalité. Cependant, ses contempteurs observent que la multiplication des sites inscrits, puis l'élargissement des catégories de patrimoine, s'accompagnent d'une spécialisation de plus en plus forte vers le tourisme et d'une prétention, davantage exprimée, à contribuer au développement local. Les études sur l'impact économique des sites patrimoniaux traduisent pourtant une réalité plus équivoque. Ces réserves ne suffisent pas à modérer l'inflation de sites inscrits et les espérances placées dans la valorisation patrimoniale. Quelle est la motivation d'une telle obstination collective ? La complexité de la nature patrimoniale ne saurait se réduire à une dimension marchande. Même l'analyse économique du patrimoine traduit les limites d'une approche purement utilitaire et mercantile. Bien que les questions de mise en valeur et d'utilisation du patrimoine restent plus que jamais posées, l'élargissement de la définition économique permet peut-être de mieux percevoir les enjeux et les limites de l'extension patrimoniale et de ses conséquences.

Le patrimoine mondial est-il un mirage économique ?

Les enjeux contrastés du développement touristique

Lionel PRIGENT

Maître de conférences en Aménagement de l'espace et urbanisme, économiste
Institut de Géoarchitecture (EA 2219), Université de Bretagne occidentale
lionel.prigent@univ-brest.fr

RÉSUMÉ : La Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO est réputée reposer sur des principes d'universalité. Cependant, ses contempteurs observent que la multiplication des sites inscrits, puis l'élargissement des catégories de patrimoine, s'accompagnent d'une spécialisation de plus en plus forte vers le tourisme et d'une prétention, davantage exprimée, à contribuer au développement local. Les études sur l'impact économique des sites patrimoniaux traduisent pourtant une réalité plus équivoque. Ces réserves ne suffisent pas à modérer l'inflation de sites inscrits et les espérances placées dans la valorisation patrimoniale. Quelle est la motivation d'une telle obstination collective ? La complexité de la nature patrimoniale ne saurait se réduire à une dimension marchande. Même l'analyse économique du patrimoine traduit les limites d'une approche purement utilitaire et mercantile. Bien que les questions de mise en valeur et d'utilisation du patrimoine restent plus que jamais posées, l'élargissement de la définition économique permet peut-être de mieux percevoir les enjeux et les limites de l'extension patrimoniale et de ses conséquences.

Mots-clés : Patrimoine mondial, tourisme, signal, concurrence, développement local.

*Ceci tuera cela. Le livre tuera l'édifice [...] C'était pres-
sentiment que la pensée humaine[,] en changeant de
forme, allait changer de mode d'expression, que l'idée
capitale de chaque génération ne s'écrirait plus avec la
même matière, de la même façon, que le livre de pierre,
si solide et si durable, allait faire place au livre de papier,
plus solide et plus durable encore.*

- Victor Hugo (1831 : 198)

Sans doute Victor Hugo exprimait-il une préoccupation répandue mais encore controversée lorsqu'il prenait la défense des monuments anciens. D'autres, moins romantiques, voyaient dans l'attachement aux témoignages du passé les signes d'une vaine défiance envers le progrès. Aujourd'hui, comme en écho aux tourments du poète, la fascination pour les clochers, les châteaux et les villages typiques a gagné un large public.

L'engouement est accompagné par l'augmentation du nombre de sites reconnus dans cet ensemble. Alors que les temps anciens n'ont guère entretenu les traces laissées par leurs ancêtres, la préoccupation contemporaine prend un tour inédit qualifié parfois d'inflation patrimoniale (Choay,

1992 ; Andrieux, 1997). Une part de ces sites possède un statut particulier qui leur accorde un caractère « universel » : l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Ceux-là font généralement l'objet d'une très forte fréquentation liée à un tourisme national et international (en France, par exemple, Paris et les rives de la Seine, Versailles, le Mont-Saint-Michel, le château de Chambord – voir illustration 1).

Établie en 1972 par la 17^e session de la conférence générale de l'UNESCO, la Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel ne faisait qu'une unique allusion au tourisme, comme une « menace de disparition due à une dégradation accélérée [...] » (UNESCO, 1972). Le secteur touristique est aujourd'hui la première fonction de tous les sites inscrits sur la Liste. Les porteurs des récents dossiers de candidature auprès de l'organisation internationale en ont même fait un de leurs objectifs, à l'exemple de la ville du Havre dont le centre reconstruit par Auguste Perret a été inscrit en 2005 (Cousin, 2006a). Antoine Rufenacht, le maire, expliquait ainsi au quotidien économique *Les Échos*, le 3 mai 2010 (Hazera *et al.*, 2010 : 13) : « Nous jouons aussi la carte de la ville moderne, d'un urbanisme longtemps décrié



ILLUSTRATION 1 : Le château de Chambord fut l'un des premiers sites français inscrits sur la Liste du patrimoine mondial (1981) (photo : Lionel Prigent).

qui a été petit à petit reconnu, aujourd'hui classé au patrimoine mondial. Ce n'est pas anecdotique, cela représente un potentiel touristique et d'emplois considérable.»

Alors qu'elle fut forgée sur l'impératif de la protection, peut-on désormais réduire l'ambition de cette Liste à une simple opération de promotion touristique? Serait-elle, malgré ses promoteurs, dans une posture comparable à d'autres classements, comme celui qui a désigné en 2007 les sept nouvelles merveilles du monde? Dans cette hypothèse, seul le contexte institutionnel donnerait un meilleur crédit aux avis d'une institution officielle plutôt qu'à l'initiative brouillonne d'un homme d'affaires suisse, Bernard Weber, et d'une fondation ad hoc, *New Seven Wonders Foundation*.

Alors que le tourisme ne cesse de se développer, malgré des reflux conjoncturels, les sites reconnus comme patrimoine mondial disposeraient d'un argument décisif pour attirer un public toujours plus nombreux. La Liste produirait un message apte à séduire des foules éclairées : «Ce qui rend exceptionnel le concept de patrimoine mondial est son application universelle. Les sites du patrimoine mondial appartiennent à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés» (UNESCO, 2010a).

Dès lors, la préparation d'un dossier en vue d'une inscription sur la Liste de l'UNESCO n'est plus seulement une affaire de protection. Elle tend à devenir un instrument de développement local et elle est présentée comme tel dans les opérations de communication publique. L'aspiration est telle qu'elle motive des vocations de plus en plus nombreuses.

Cette évolution suscite des interrogations : l'ambition de l'universalité sait-elle trouver d'autres réalités que le tourisme? L'inscription sur la Liste du patrimoine mondial assure-t-elle un véritable essor touristique? A-t-elle une influence sur le développement local? L'aspiration au développement local, si

souvent invoquée, est-elle vérifiée en pratique ou reste-t-elle un mirage? À partir d'une réflexion sur la nature économique des sites inscrits comme patrimoines mondiaux, cet article tente d'explicitier les paradoxes de l'aspiration au classement.

« Le complexe de Noé »

Quand, en 1964, André Malraux lança l'Inventaire général des monuments et richesses artistiques de la France, il affirma vouloir aller «de la cathédrale à la petite cuillère». Le mot d'ordre disait assez l'ampleur de la tâche. D'autres pays ont aussi connu cette volonté d'inventaire dont la préoccupation restait toujours à l'objet. Puis, la sphère patrimoniale s'est encore étendue. La généralisation dans l'usage du concept est telle qu'elle fait craindre à certains experts, comme Françoise Choay (1992), un «complexe de Noé» et le risque de transformer notre monde en sanctuaire. L'élargissement s'accompagne d'une mutation. Le champ du patrimoine ne cesse d'être revu au fil du temps (Nora, 1986). Tandis que de nouveaux éléments font leur entrée, les attentes vis-à-vis des actifs patrimoniaux n'ont cessé de se préciser, car ces derniers sont devenus une sorte de capital économique. Les deux mouvements simultanés d'élargissement (de la Liste comme des attentes) s'alimentent mutuellement et sont sources d'une tension nouvelle entre territoires.

Pouvait-on attendre que les choix de la Liste de l'UNESCO témoignent d'une autre posture? La Convention adoptée en 1972 a défini le patrimoine mondial à travers ses deux composantes «culturelle» et «naturelle», ce qui a permis, en 1978, d'inscrire 12 premiers sites. Le nombre n'a cessé d'augmenter depuis, suivant le mouvement général, pour atteindre, en 2011, 936 biens ayant une «valeur exceptionnelle». Les monuments n'ont plus la préférence. Entre 1993 et 2001, 23 paysages culturels ont été inscrits (Collectif, 2001). Il y en

a aujourd'hui près de 70. La diversité des sites et des motivations d'inscription était cependant inscrite dans le projet dès son origine. L'UNESCO a retenu le patrimoine naturel dès la naissance de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), le 5 octobre 1948. La Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel, adoptée par la Conférence générale, en 1972, a rassemblé les deux préoccupations (conservation du patrimoine culturel et du patrimoine naturel) dans un texte unique. Enfin, au cours des années 1990, de nouveaux changements sont intervenus lorsque le patrimoine immatériel est entré dans les préoccupations.

En 2003, l'élargissement s'est traduit par la nouvelle Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, qui rassemble « les expressions vivantes, les traditions que d'innombrables groupes et communautés du monde entier ont reçues de leurs ancêtres et transmettent à leurs descendants, souvent oralement ». Le patrimoine immatériel doit être compris dans ses deux acceptions complémentaires : en tant que prolongement et donneur de sens du patrimoine matériel, et en tant que patrimoine intangible par nature (normes, savoir-faire, coutumes, etc.) (Benhamou, 2010). Sur ces bases de reconnaissance, le « repas gastronomique des Français » a été inscrit à la fin de 2010. D'autres candidatures abondent comme celle du fest-noz breton, en cours de constitution, dont les promoteurs, associations et collectivités territoriales espèrent qu'elle saura renforcer l'image de la région et son attractivité touristique. Cet inventaire ne crée pas seulement une nouvelle catégorie patrimoniale, elle constitue un élargissement du concept de patrimoine (Grenet et Hottin, 2007).

Le processus patrimonial

Le mouvement en cours ne paraît cependant pas dénué de sens. Il relève assez logiquement du processus territorial. Depuis Riegl (1903), la compréhension du phénomène de patrimonialisation n'a cessé de progresser (Nora, 1986; Choay, 1992; Morisset, 2009). Source historique, le patrimoine est réputé nous renseigner sur le passé, arrêtant le fil normal de l'évolution des choses et figeant le monument dans une authenticité aussi proche que possible de son origine. Il fait exemplarité et s'appuie sur une histoire de l'art qui développe les enchaînements et les progrès, dans les formes, dans les usages des couleurs, etc. Comme objet de remémoration, il met en évidence un cheminement commun, un passé partagé. Si le patrimoine célèbre le passé, il ne hante pas le présent : il lui transmet une incertitude. Les progrès des techniques de recherche bouleversent régulièrement les convictions des meilleurs spécialistes. Aucun savoir n'est un acquis définitif. Aussi, l'ensemble patrimonial a-t-il cessé d'être le lieu de la connaissance maîtrisée (Benhamou, 2010), et son périmètre évolue aujourd'hui au gré de cette indétermination. Dans le même esprit, l'appropriation par les populations est devenue une clé de la réussite et un enjeu pour la candidature à l'inscription. Les caractéristiques sont illustrées dans l'exemple de la ville du Havre – une patrimonialisation sans appropriation selon Gravari-Barbas et Renard (2010) – ou l'exemple du Bassin minier Nord-Pas de Calais (O'Miel, 2010).

Par nature, un bien n'est pas destiné à devenir un patrimoine. La cathédrale de Chartres a vocation de lieu de culte; le site historique de Lyon, un quartier de ville. Tout bien peut être converti en témoin historique (Choay, 1992), porteur d'une identité et d'une culture, et sa valeur (historique, symbolique autant qu'économique) en devient alors l'expression (Barrère, 2007). La mise en patrimoine est une convention qui fait perdre ou transforme la valeur d'usage pour affecter une valeur patrimoniale. Ce processus s'appuie sur des médiateurs, experts historiens, qui reconnaissent au bien des qualités originales : justifier de la valeur universelle exceptionnelle et constituer le meilleur exemplaire au sein d'une catégorie patrimoniale donnée. Cette caractéristique, qui confine autant que possible à l'unicité, devient alors primordiale dans une sorte de raisonnement circulaire : exceptionnel parce que patrimoine; patrimoine parce qu'exceptionnel. Dans ce contexte, il importe que le bien patrimonial soit reconnu et accepté comme original. Le raisonnement vaut pour les biens patrimoniaux comme pour les chefs d'œuvre artistiques, à l'exemple de la *Pietà*, de Michel-Ange : « la statue a été investie d'une valeur conventionnelle, mieux, "légale", en vertu de laquelle une de ses répliques, même absolument parfaite est "sans valeur" et refusée en tant que faux » (Éco, 1992). Une suspicion sur l'authenticité d'une œuvre a pour résultat une réduction drastique de la valeur patrimoniale. Si certains sites ont pourtant été réinventés sans que ces transformations n'entraînent un rejet des visiteurs, l'explication est que les restaurations font aujourd'hui partie intégrante de l'identité, à l'image de la silhouette du Mont-Saint-Michel désormais indissociable de la flèche de Victor Petitgrand, qui coiffe le rocher.

La non-reproductibilité explique en large partie l'irréversibilité des décisions qui portent sur le patrimoine. L'exemplarité des biens rend indispensable d'évaluer l'intérêt de la préservation (Benhamou, 2010). Cela dramatise certains choix : détruire un bâtiment classé ou le dénaturer sont des décisions qui provoquent une perte irréversible pour la collectivité. Si le patrimoine est pour une large part constitué de biens durables, c'est une durabilité sous menace, par l'usure du temps, l'action destructrice du développement économique ou la violence politique (Benhamou, 2010).

Ce contexte renforce la légitimité de la décision publique dans les processus de sélection, de transformation, voire de destructions des vestiges du passé. Même les textes qui ont établi le fonctionnement du marché européen (l'Acte unique européen, le traité de Maastricht) ont maintenu l'autorisation aux États de déroger au principe de la libre circulation afin de protéger les « trésors nationaux ayant une valeur artistique, historique ou archéologique » (Mercillon, 1995 : 174). Dans le même temps, le pouvoir d'attraction du patrimoine est renforcé, car le caractère exceptionnel et l'authenticité compenseraient les effets de globalisation, d'homogénéisation et de standardisation du monde (Marcotte et Bourdeau, 2010). C'est pourquoi les sites patrimoniaux sont parfois perçus comme un capital qui a la qualité rare de ne pas pouvoir être délocalisé alors qu'ils ont dans l'analyse économique une réalité multidimensionnelle.

La nature économique du patrimoine mondial

La théorisation économique des pratiques patrimoniales s'emploie à les rabattre sur les catégories formelles traditionnelles de la discipline : la catégorie physique de stock, la catégorie monétaire de capital, la catégorie juridique des droits de propriété (Barrère *et al.*, 2005). Le principe théorique fait varier les prix en fonction de l'offre et de la demande, et anime la concurrence par les prix. Or, un objet du patrimoine relève d'une nature économique complexe qui transgresse le principe général : il s'agit à la fois d'un bien public et d'un bien singulier (Karpik, 2007). Ces deux caractéristiques induisent une déformation de la valeur économique.

Les biens publics sont reconnaissables à deux propriétés : la non-rivalité et la non-exclusion. Par la première, il est donc impossible d'empêcher la consommation de ce bien (voir un site, le visiter). Par la seconde, et jusqu'au seuil de congestion, la consommation par un agent économique n'empêche pas la consommation par un autre agent. De ce fait, il est impossible de lier la quantité consommée à un prix. Cette notion peut être envisagée à l'échelle la plus large pour constituer un « bien public mondial » (Kaul et Mendoza, 2003 ; Kaul *et al.*, 1999) qui se réfère implicitement à une citoyenneté mondiale et constitue une source de bénéfices pour l'humanité (Benhamou, 2010).

Quant à la singularité, elle exprime la défaillance du mécanisme d'allocation par les prix. Toutes choses égales par ailleurs (coûts du transport...), ce critère est en effet aussi inadapté pour choisir de visiter la Place royale, à Québec, ou Petra, en Syrie, que de décider d'écouter Mozart ou les Beatles. La concurrence par les qualités l'emporte sur la concurrence par les prix. En effet, les singularités sont incommensurables : entre la nécropole de Memphis, en Égypte, et le Val-de-Loire, en France, aucune hiérarchie de qualité n'est justifiable en toute généralité. Elles sont multidimensionnelles (Lancaster, 1966). Enfin, la consommation des biens singuliers, une visite, par exemple, est dominée par l'incertitude sur la qualité du produit qui ne peut être évaluée qu'après l'achat, traduisant, pour les consommateurs, une asymétrie d'information (Grossman et Stiglitz, 1976 ; Akerlof, 1970).

Ces deux propriétés de bien public et de bien singulier, même lorsqu'elles sont partielles, induisent toujours des défaillances de marché et l'intervention de mécanismes contractuels, de subventions et de dispositifs réglementaires. La distribution des valeurs économiques en est évidemment affectée. Si la mise en tourisme reconstitue une valeur d'usage quand elle rétablit un processus d'exclusion monétaire (comme le prix du voyage ou un droit d'entrée), la valeur totale du patrimoine est supérieure à cette seule valeur d'usage : il convient donc d'ajouter une valeur d'option et une valeur d'existence et de legs, comme pour les actifs environnementaux (Krutilla, 1967). La valeur d'option se définit comme ce qu'un agent économique est disposé à payer (par exemple sous la forme d'un impôt) pour maintenir une possibilité de consommation dans l'avenir. Les valeurs d'existence (et de legs) ne nécessitent même pas de conserver une possibilité de fréquentation. L'agent économique reconnaît l'importance du monument et se dit prêt à ce que ses impôts ou son droit d'entrée bénéficient à

l'entretien. Cela conduit à faire l'hypothèse d'un « concernement collectif ». Cette dimension justifie l'effort de tous pour la protection du patrimoine (Peacock et Rizzo, 1994). C'est pourquoi ni les caractéristiques économiques du patrimoine ni le processus de concernement ne semblent des raisons suffisantes à éclairer la marchandisation touristique et l'impression d'une relation de plus en plus forte entre patrimoine et tourisme (Lazzarotti, 2000).

Le tourisme et le patrimoine : la complicité de faux amis ?

Une première explication à l'apparence d'une évidence qui se révèle vite insuffisante. Comme l'extension du parc patrimonial se poursuit, sa gestion devient un problème croissant qui n'a pu être résolu qu'à la condition de capter de nouvelles ressources. Entretenir les monuments implique donc que « les édifices doivent faire l'objet d'une réutilisation quasi systématique » (Baudry, 1993). C'est pourquoi les stratégies courantes de gestion contiennent désormais cette contradiction : ce qui est tenu pour sacré n'empêche pas la circulation des valeurs matérielles (Jeudy, 2008). Le tourisme est l'activité qui semble la plus apte à introduire le patrimoine dans la sphère marchande.

Cependant, le raisonnement tourne court, car le patrimoine entretient un rapport paradoxal à l'économie. D'un côté, il est courant et nécessaire de mettre en valeur le patrimoine, car l'utilisation, à des fins économiques, est une clé essentielle à sa préservation. De l'autre, les utilisateurs et les propriétaires du patrimoine coproduisent le « déni des caractéristiques marchandes et une relation enchantée au monde social » (Réau et Poupeau, 2007). En faisant du patrimoine le support d'un flux de services (marchands ou non marchands), beaucoup ont forgé un espoir de croissance économique, mais ils n'ont pas épuisé la discussion sur l'arbitrage entre conservation et utilisation, ni sur la relation entre patrimoine et tourisme.

Le tourisme : principale mise en valeur du patrimoine

Le tourisme, parce qu'il prétend tirer son existence de la qualité des ressources locales, développerait une activité respectueuse de son environnement (François *et al.*, 2006 ; OMT, 1999). C'est donc une sorte de conjonction d'intérêt qui conduirait le tourisme à utiliser le patrimoine comme support tandis que le patrimoine trouverait dans le tourisme, et dans son développement industriel, des motifs et des moyens de sa conservation. Parmi les 10 premiers pays par le nombre de sites inscrits sur la Liste de l'UNESCO, 7 font partie des 10 premiers pays d'accueil des touristes internationaux (Lazzarotti, 2000).

Le touriste est aujourd'hui le consommateur d'une activité protéiforme : court séjour, long séjour, tourisme itinérant, hébergement marchand et non marchand, tourisme balnéaire, vert, culturel... D'une manière générale, il regroupe tout ce qui touche à l'économie de loisir. Le phénomène se vit désormais à l'échelle mondiale et connaît une forte croissance (OMT, 2009). Les quelques dizaines de milliers de visiteurs des années 1950 sont devenus



ILLUSTRATION 2 :
Carcassonne est un des sites
les plus visités en dehors
de la région parisienne
(photo : Lionel Prigent).

900 millions aujourd'hui. Les prévisions estiment leur nombre à 1,6 milliards en 2020. Ce dynamisme, qui en a fait le premier secteur économique mondial, a généré en 2007 700 milliards de dollars et représenté 12 % du PIB mondial. Si la crise économique a infléchi les résultats de 2008 et de 2009, l'effet de stagnation ne dure guère et déjà, en 2011, l'Organisation mondiale du tourisme publie des tendances optimistes. L'expansion s'accompagne d'une adaptation rapide aux préoccupations de l'époque (OECD, 2009) : les références au tourisme durable et au tourisme culturel se multiplient (Leroux, 2010 ; Cousin, 2006b), qui intègrent les visites de sites du patrimoine mondial.

Un choix politique en faveur du tourisme

Le secteur touristique porte les espoirs d'un grand nombre de gouvernements ou d'élus locaux. Lorsque les industries s'arrêtent, le tourisme participerait d'un renouveau économique, forme de restructuration douce qui resserre la population et les acteurs économiques et politiques dans leur histoire et leur cadre de vie. Le patrimoine devient une ressource d'autant plus précieuse qu'il plonge ses racines dans le territoire. « [Il] apparaît ainsi comme une motivation du tourisme parmi d'autres. Le fait qu'[il] ne soit pas la première ne veut pas dire qu'[il] n'est pas important ou même décisif » (Prud'homme, 2008).

Beaucoup voient dans cette activité l'hypothèse d'un nouveau cercle vertueux qui pourrait concilier développement et respect de l'environnement et des cultures (OECD, 2009). Comme les pratiques touristiques reposent pour une large part sur les actifs patrimoniaux (OECD, 2009), la préservation est la meilleure garantie de poursuite de cette industrie et de renforcement de l'attractivité du territoire, devenue essentielle pour le développement (Vivant, 2006).

L'implication dans l'industrie touristique est aussi encouragée par les grands organismes internationaux (au premier rang desquels l'Organisation des Nations unies, l'UNESCO et l'Organisation mondiale du tourisme).

Historiquement, l'UNESCO traitait peu, dans sa convention, de l'impact sur l'attractivité et le développement de l'industrie touristique (Marcotte et Bourdeau, 2010). L'initiative avait pour objectif de faire connaître et de protéger les sites patrimoniaux, et non d'en faire des attractions touristiques. Lorsqu'il était question de tourisme (UNESCO, 2008), c'était davantage de la protection contre les risques d'une surfréquentation touristique dont il était question que de promotion. Benhamou (2010) examine ainsi les dégâts majeurs provoqués par le tourisme dans la baie d'Ha-Long (Laos) ou à Venise (Italie). En Égypte, il a fallu fermer presque tous les tombeaux de la Vallée des Rois. La régulation des flux touristiques met en jeu la question de la soutenabilité d'une telle mise en usage du patrimoine.

Le message traduit cependant une évolution dans la prise de conscience de son rôle pour favoriser l'attractivité des destinations touristiques. Depuis 2001, le Centre du patrimoine mondial a multiplié les initiatives : un programme touristique adressé aux sites du patrimoine mondial, la participation au salon Berlin International Bourse Travel (Pedersen, 2007), la publication d'une série de livres *Places of Wonder* et *Discovery*, etc. Signe de la plus grande implication du Centre du patrimoine dans l'industrie touristique, ce dernier a reçu en 2008 le World Tourism Award.

Plus récemment, le manuel destiné aux candidats à l'inscription a insisté sur les enjeux du tourisme (UNESCO, 2010b) : « [L]e nombre potentiellement considérable de visiteurs, la nécessité d'informer le public au sujet du bien,

ainsi que des aménagements destinés à les accueillir [imposent] [...] un plan de gestion du tourisme distinct, qui s'articule au plan du système de gestion générale du bien. Et ce plan doit être effectivement appliqué.» Plus localement, les sites prennent davantage part à la promotion touristique de leur région et sont plus engagés dans des partenariats avec l'industrie touristique.

Le développement contrarié de la concurrence

L'engouement accompagne un contexte favorable. L'offre de tourisme a connu une croissance exceptionnelle en quelques dizaines d'années. En 1968, les 15 premières destinations nationales captaient les trois quarts des arrivées. Même si certaines destinations restent privilégiées, le tourisme s'est mondialisé. Les 15 premières destinations ne représentent qu'un peu plus de la moitié (56 %) des arrivées en 2008, selon l'organisation mondiale du commerce. À l'échelle de la France, première destination mondiale, le tourisme est devenu la première source d'exportation. Il a représenté, en 2009, 76,8 millions d'entrées touristiques, 517,6 millions de nuitées et 35,4 milliards d'euros de recettes (Direction du tourisme, 2010).

L'offre, qui tendait à une forme oligopolistique, s'est donc élargie, accompagnant et justifiant en partie le processus « d'inflation patrimoniale », dans l'objectif affiché de répondre toujours mieux à une demande elle aussi en expansion.

Or, une visite est un bouquet d'expériences. Selon les individus, elle mêle la curiosité, l'expérience hédonique et la recherche de connaissances. L'augmentation du nombre des patrimoines a permis de multiplier les possibilités de ces rencontres. Cette augmentation a été accompagnée par le développement de différents niveaux de qualité des services touristiques qui sont proposés. Face à l'incertitude créée par la profusion de sites et par la grande variabilité de leur qualité, le consommateur a besoin d'informations pour construire son jugement. Celles-ci devraient lui être apportées par tout un ensemble de dispositifs qui produisent et diffusent la connaissance du marché : les relations interpersonnelles, les critiques et les guides touristiques, les marques et les labels, sans oublier tous les outils de promotion. À la suite de cette profusion de messages, l'incertitude liée à l'absence d'information risque de se muer en excès, tout aussi défaillant à orienter les choix. Il y a même construction de cette défaillance : toutes les affiches de promotion, tous les sites Internet dédiés rivalisent de superlatifs pour décrire leur espace touristique.

Le contexte d'inflation patrimoniale rend d'autant plus nécessaire de construire des signaux pour distinguer les éléments les plus exceptionnels. Alors que chaque pays dispose de la capacité à choisir les biens qu'il considère comme ses trésors, la Liste du patrimoine mondial donne un signal argumenté et authentifié qui constitue une sorte de garantie *a priori* (Reinius et Fredman, 2007). Quand un site est désigné sur la Liste, les guides de voyage le recommandent plus fortement. Elle peut donc se présenter comme un argument touristique fort persuasif (Butler et Boyd, 2002; Hall et Piggin, 2002).

À la recherche d'un site exceptionnel, les touristes trouveront dans la [L]iste du patrimoine mondial une justification supplémentaire à leur voyage. Outre l'intérêt général des individus envers les sites d'histoire et de culture, la reconnaissance du caractère exceptionnel et unique d'un site laisse aussi penser à une attractivité plus grande de la destination [...] (Marcotte et Bourdeau, 2010).

Pour l'offre, la reconnaissance de l'authenticité et de la qualité d'un bien se traduit par une rente potentielle. L'Organisation mondiale du tourisme observe ainsi une polarisation des intérêts (des médias, des guides, des visiteurs) sur les sites du patrimoine mondial (OMT, 2009). La tendance est nette pour les voyages à longue distance lorsque les groupes de touristes visitent plusieurs pays (notamment en Europe) en un seul voyage. L'attention porte sur quelques œuvres majeures brièvement observées et longuement photographiées, et dont la seule vue réelle justifie le déplacement. Cette économie du Merveilleux s'accompagne d'un avantage économique différentiel que nous pourrions qualifier de rente touristique. C'est pourquoi il importe que cette Liste soit réalisée par des experts réputés fiables. La procédure d'inscription longue et difficile ajoute au crédit du dispositif. Pour qu'un site soit inscrit, un État soumet un dossier documentant avec précision le caractère représentatif, exceptionnel et authentique. La procédure de candidature, longue, et l'issue, incertaine, transforment le succès en une consécration.

Le dispositif fonctionne bien comme un instrument économique destiné à transmettre l'information du caractère spectaculaire et exceptionnel du patrimoine proposé. Plane également l'idée d'une menace permanente de disparition : puisque le site est unique et incomparable, il reste fragile et sa visite n'en devient que plus urgente, même si tout doit être fait pour le protéger. Surtout lorsque la vocation touristique était déjà présente, le maintien des positions dominantes sur le marché est entretenu par l'affirmation et la protection de la singularité qui est inscrite dans la labellisation patrimoniale. Cela crée un effet cumulatif sur la fréquentation. Si la force du signal convainc des touristes, le succès de fréquentation encourage d'autres touristes à adopter l'avis général, tant pour réduire le coût de leur information que pour avoir ensuite une communauté d'expérience avec leur réseau social. Est en œuvre, ici, la logique des *blockbusters* au cinéma, par laquelle l'offreur le plus fort renforce sa position dominante. Cousin (2006a) observe ainsi que la France ne parvient à vendre sous forme touristique, c'est-à-dire avec au moins 100 000 entrées annuelles, qu'un peu plus de 200 lieux culturels représentant 0,5 % du patrimoine culturel qu'elle offre à la visite.

Quelques sites reçoivent en effet des affluences mesurées en millions de visiteurs. La tour Eiffel, le Mont-Saint-Michel, Versailles ou la ville fortifiée de Carcassonne sont quelques exemples en France. D'autres destinations sont reconnues par la majeure partie de la population mondiale, qu'elle ait, ou non, vu par elle-même les lieux : les pyramides de Gizeh, Pétra, Venise... Leur fréquentation est également importante : près de 12 millions en 2009 pour la cité interdite, 21 millions pour Venise (OMT, 2009).

Les risques induits de la patrimonialisation

Malgré les succès observés et les statistiques favorables publiées par l'Organisation mondiale du tourisme, de nombreuses réserves sont pourtant présentées aujourd'hui tant sur la mise en patrimoine que sur la valorisation par le tourisme.

L'extension patrimoniale et l'entretien de l'ensemble des édifices répertoriés ont un coût pour les finances publiques, comme le rappelle de Montgolfier (2010), qui indique que la contribution totale des acteurs économiques français à l'entretien, la préservation et la présentation du patrimoine monumental dépasse le milliard d'euros (de Montgolfier, 2010). Ce coût se répercute sur les visiteurs, les habitants et toutes les collectivités. Surtout, la présence d'un patrimoine mondial peut déformer toute la structure économique locale. Dans certains cas, le succès touristique peut entraîner un phénomène inflationniste. Les visiteurs sont prêts à payer des sommes importantes pour visiter Petra, Angkor ou les îles Galapagos (Prud'homme, 2008). Une expérience menée à Changdeok Palace a ainsi montré que les visiteurs étaient disposés à payer un prix moyen 2,5 fois supérieur au droit d'entrée actuel (Kim *et al.*, 2007). Si les recettes supplémentaires peuvent améliorer les actions de restauration et d'entretien, elles peuvent aussi déséquilibrer les structures de prix, notamment sur les marchés du travail, des services et du foncier.

L'activité locale se trouve ancrée à la présence du site patrimonial et à ses effets économiques. Cela participe parfois à déstabiliser une population confrontée à d'autres codes de valeurs ou à de nouvelles inégalités sociales ou spatiales (Brahim et Laouane, 2010). Comme dans la ville de Harar (Bosredon, 2008), les mesures de protection préconisées par l'UNESCO peuvent aussi conduire à une muséification et à un retrait du développement urbain. Le constat est finalement une fragilisation des formes d'emplois d'une part, de l'intégrité des sites d'autre part (Marcotte et Bourdeau, 2010).

Enfin, les services touristiques proposés perdent peu à peu de leur originalité et de leur intérêt pour des consommateurs toujours en recherche de nouveauté. L'organisation des visites des patrimoines anciens peut ainsi paraître parfois convenue. Ce phénomène est souvent accompagné par une baisse de la rentabilité des visites. Même si les touristes accueillis sont plus nombreux, ils se montrent moins dépensiers. Les affluences trop importantes créent des situations de congestion et des dommages difficiles à maîtriser (Gallet, 2010; Frey et Steiner, 2011).

L'industrie du tourisme peut ainsi exploiter certains patrimoines et en faire une utilisation abusive, parfois ruineuse pour le milieu local. Mal organisé et suivi, le tourisme peut n'apporter en retour aucune contribution financière notable à la protection et à la conservation du patrimoine culturel, dont il est donc à la fois sauveur et prédateur.

Enfin, parce que l'activité touristique possède un fort dynamisme saisonnier, d'autres secteurs économiques, qui permettent une diversification du tissu économique, ne peuvent rivaliser avec la rentabilité et l'animation apparentes. En cas de choc économique, cette tendance est porteuse de dommages potentiels dans un tissu local trop spécialisé.

L'impact du label « patrimoine mondial »

L'augmentation mécanique de la fréquentation touristique reste une promesse, de plus en plus difficile à vérifier dans les faits. « Curieusement, observe Prud'homme (2008), alors que l'on connaît bien l'impact indubitablement très positif de l'inscription sur la protection et la signalisation des sites, on connaît assez mal l'impact de l'inscription sur le développement économique et social ». Les approches économiques s'accordent généralement à considérer que les impacts locaux directs doivent être combinés avec des mesures plus larges, intégrant les impacts indirects et les valeurs de non-usage. Toutefois, le périmètre et la mesure de ces effets induits sont très difficiles à préciser (Hambrey Consulting, 2007). C'est pourquoi les effets apparaissent peu démontrés et servent en premier lieu le bilan politique des maires qui les avancent (Prud'homme, 2008 : 1) : « Tel maire affirme que la notoriété de sa ville a augmenté après son inscription. Tel autre que le tourisme a fait un bond dans les années qui ont suivi cette inscription. Un troisième que les investisseurs étrangers ont redoublé d'intérêt pour la ville ». En contrepoint de cette affirmation, Buckley (2004) rappelle que les statistiques passées sur les visiteurs sont en général trop incomplètes pour en tirer des enseignements significatifs.

Reinius et Fredman (2007) observent que nombre de sites du patrimoine mondial sont beaucoup moins connus et reconnus que les parcs nationaux. Les sites nouvellement inscrits ont enregistré une faible augmentation de leur fréquentation (Hall, 2006) : la reconnaissance n'a donc pas automatiquement de retombées économiques marquantes. L'inscription sur la Liste n'est ni une panacée pour la protection du patrimoine ni une marque qui aurait une efficacité marketing infaillible (Marcotte et Bourdeau, 2010). Beck (2006) observe d'ailleurs que ce sont les sites les plus petits et les moins connus qui tentent de tirer le plus de publicité de leur inscription. Brand Finance, une entreprise multinationale spécialisée dans l'évaluation de la richesse des marques mondiales, estime, pour le Comité du patrimoine mondial, la valeur du label à une moyenne maximale de seulement 500 millions de dollars américains par an (UNESCO, 2009). Même les effets sur les premiers sites inscrits sont mal connus et peu étudiés. Ainsi, la fréquentation du Mont-Saint-Michel est-elle estimée à environ 3 millions de visiteurs par an. Cette évaluation traduit à la fois une absence d'études régulières (une étude est en cours en 2011) et une stagnation vraisemblable de la fréquentation selon les observateurs locaux (Prigent, 2012).

Il faut donc prendre avec prudence les chiffres qui associent inscription et fréquentation accrue. Les sites archéologiques mexicains ou les châteaux médiévaux du Pays de Galle classés au patrimoine mondial reçoivent environ quatre fois plus de visiteurs que ceux qui ne le sont pas ; mais comment être sûr que les sites classés ne sont pas les plus intéressants et que leur fréquentation plus importante reflète autre chose que ce plus grand intérêt ? D'autres études traduisent la même tendance, en Australie (Buckley, 2004) ou bien encore en Turquie (Prud'homme, 2008). Il est impossible de vérifier si la plus forte affluence trouve son explication dans la réputation labellisée accordée par l'UNESCO ou dans les

caractéristiques propres des sites. Les analyses se situent dans un contexte de forte augmentation du tourisme (domestique et international), en particulier dans des pays émergents comme l'Inde, la Chine ou le Vietnam : la fréquentation de sites non classés n'y a-t-elle pas connu une évolution aussi favorable en quelques années ?

Une enquête menée sur sept sites européens a finalement conclu à la complexité des effets qui mêlent l'impact de la Liste du patrimoine mondial à d'autres éléments liés aux ressources propres du site, à la nature de l'économie locale, aux structures de gouvernance et aux individus impliqués (Hambrey Consulting, 2007). L'enquête insiste également sur la faiblesse des preuves. « Rares sont les études et les statistiques qui donnent les garanties méthodologiques suffisantes pour apprécier sérieusement l'impact de l'inscription sur la fréquentation » (Prud'homme, 2008 : 7). Lorsque de forts avantages sont avancés, ils renvoient très vite à l'intérêt suscité auprès des élus politiques, des services administratifs et de l'industrie touristique, ainsi qu'à l'image produite pour le territoire (Frey et Steiner, 2011).

Enfin, la dynamique en cours qui fait augmenter le nombre des sites inscrits suscite d'autres inquiétudes. N'y a-t-il pas risque d'une concentration des efforts de protection vers les sites inscrits aux dépens des autres patrimoines ? Sous l'effet conjugué d'une plus grande concurrence et d'une augmentation du nombre de sites labellisés, le message ne perd-il pas de sa force (Marcotte et Bourdeau, 2010) : « si le patrimoine n'a [plus] de statut à part, s'il devient une valeur marchande comme les autres, il perd de sa puissance symbolique » (Jeudy, 2008 : 16). Ce premier dilemme se double d'un second : pour maintenir qualité et réputation, les patrimoines mondiaux sont conduits à des évolutions constantes de leur offre de services, bien entendu, mais aussi de leur environnement, qui doit répondre à des critères qualitatifs de plus en plus élevés pour s'approcher de plus en plus de l'image attendue par leurs visiteurs. La situation du Mont-Saint-Michel en apporte une belle illustration.

Le rétablissement du caractère maritime du Mont-Saint-Michel

À la frontière de la Normandie et de la Bretagne, cette extraordinaire abbaye, érigée entre le XII^e et le XV^e siècle, trône sur un îlot rocheux au fond de sa baie. L'environnement maritime et littoral et le prodige architectural ont justifié en 1979 l'inscription du site sur la Liste de l'UNESCO à la fois pour son caractère naturel et pour son caractère culturel.

Cependant, les environs immédiats du rocher ont subi, depuis le XIX^e siècle, de profonds bouleversements qui font diverger le paysage présenté aux visiteurs des images inspirées encore aujourd'hui par quelques grands auteurs français. La construction d'une digue reliant l'îlot au continent en 1879 a été accompagnée de tentatives de comblement de la baie jusqu'aux années 1930. Depuis, les prés salés ne cessent de gagner de l'espace. Les prévisions de fin de l'insularité portent sur un horizon temporel de moins de 40 ans. Pourtant, nombre de visiteurs du mont attendent de voir la mer entourer l'îlot. Les sites Internet, les outils de promotion et même, sur place, les cartes postales habilement maquillées



ILLUSTRATION 3 : Cartes postales et posters mettent en scène le Mont-Saint-Michel entouré d'eau (photo : Lionel Prigent).

confortent cette représentation. Elles sont le produit de leur époque, soumises aux interprétations d'une histoire mouvementée, comme d'autres représentations. Le consensus apparaît même dans le choix des images qui sont véhiculées par les diverses instances nationales et internationales. Les images produites reflètent celles qui sont demandées. Le processus est devenu circulaire : les images demandées sont aussi celles qui sont produites (voir illustration 3).

Pour enrayer la dégradation du paysage insulaire, est engagée une vaste opération intitulée « rétablissement du caractère maritime du Mont-Saint-Michel », vaste programme d'aménagement, dont le budget est d'environ 200 millions d'euros. Les travaux sont spectaculaires et font l'objet d'une promotion permanente, tant des élus locaux que des membres du gouvernement français. Les transformations portent sur la construction d'un nouveau barrage (en service depuis 2009), sur la destruction de la digue et son remplacement par une passerelle, enfin sur l'éloignement des stationnements désormais ressentis comme des « pollutions visuelles ».

Le projet a fait l'objet d'une grande publicité destinée à raviver l'intérêt des touristes. Plusieurs caractéristiques aux accents contradictoires apparaissent : un besoin de

divertissement, un respect de l'authenticité, puis le maintien d'un paysage aux aspirations contradictoires (solennel et enchanteur, mais aussi adapté aux normes de consommation). Le besoin de divertissement se traduit par la nécessité de compléter le décor, si majestueux soit-il, par un ensemble d'animations dont certaines visent à faciliter l'interprétation et la compréhension du monument. La conservation du décor n'en reste pas moins un argument principal des opérateurs touristiques.

Dans ce contexte, l'innovation a une double place : les services proposés doivent correspondre aux attentes d'un public de plus en plus exigeant car de plus en plus sollicité par la multitude des offres possibles. Le principe de fonctionnement du marché touristique est un processus dynamique qui relève des dispositifs observés pour d'autres produits à la suite des théories historiques de Joseph Schumpeter. L'innovation entraîne l'imitation qui réclame d'autres innovations. Dans le cas du Mont-Saint-Michel, l'innovation passe par un paysage jugé plus en accord avec les attentes des touristes. Le projet réunit l'État et les collectivités territoriales. Le maire du Mont-Saint-Michel ne cache pas ses objectifs : il ne s'agit pas seulement d'offrir un plus beau souvenir aux visiteurs mais aussi de les garder plus longtemps sur le site et de les conduire à plus de dépenses (Prigent, 2012).

Le patrimoine est alors un objet dynamique qui n'évolue plus seulement au gré de la connaissance et des découvertes, mais aussi des évolutions sociales et des aspirations de consommation. Il ne faudrait plus envisager ce patrimoine seulement comme un stock mais aussi comme un flux soumis à un cycle de vie.

Lorsque les services autour d'un site patrimonial viennent à maturité et lorsque la fréquentation paraît fléchir, une nouvelle intervention permettrait de relancer l'attention du public et de maintenir la différenciation. De telles dispositions, par leur ampleur financière et par la mobilisation des États dans la plupart des cas, ne peuvent concerner que quelques biens singuliers dont le prestige établi consacre la hiérarchie par rapport à tous les autres sites. Le coût de l'opération est souvent considéré comme un investissement, à la fois gage de sérieux et promesse de recettes pour toute la région. Dès lors, le bilan financier peut même être négatif tant que la fréquentation touristique est maintenue et que l'image est restaurée.

De nombreuses opérations marquantes ont suivi un tel schéma opérationnel : la première, avant même l'invention de la Liste du patrimoine mondial, fut sans doute le sauvetage du temple d'Abou Simbel, en Égypte ; de nombreuses autres ont suivi parmi lesquelles, ces dernières années, la rénovation de la cathédrale de Strasbourg, la réhabilitation des temples d'Angkor, la rénovation de la Chapelle Sixtine, la rénovation de la Galerie des glaces, à Versailles, etc. Le label « patrimoine mondial » ne se réduit-il pas alors à un instrument de promotion et de gestion parmi d'autres ?

La tentation de Faust

Devant le succès du tourisme culturel, non seulement auprès des visiteurs mais auprès des offreurs, Cousin (2008) émet l'hypothèse que ce nouvel avatar, parce qu'il incarne l'illusion

d'une mobilité idéale, pourrait devenir une instance de légitimation pour les institutions internationales qui le promeuvent. C'est pourquoi le sceau du patrimoine mondial semble être si souvent attendu à la fois comme une mesure de protection du patrimoine et comme un moyen de transformer une vieille relique en un outil de développement local. Toutefois, cette espérance n'est pas exempte de contradictions. La récente controverse autour d'un projet d'installation de trois éoliennes à 15 kilomètres du Mont-Saint-Michel rappelle, à propos, que le label « patrimoine mondial » est peut-être en premier lieu un instrument de négociation dans la gestion patrimoniale.

Alors que les porteurs du projet éolien assurent que leur installation ne portera pas atteinte à l'environnement du mont, le Comité du patrimoine mondial s'est saisi du sujet lors de sa session annuelle à Brasilia (2010). Il a exprimé sa préoccupation de l'impact potentiel sur le cadre paysager et a demandé à la France un rapport détaillé. Le compte rendu de la réunion fait état des inquiétudes du Comité (UNESCO, 2010b) :

Le Centre du patrimoine mondial et les Organisations consultatives s'inquiètent de l'impact potentiel des turbines éoliennes sur le vaste cadre paysager du Mont-Saint-Michel et sa baie. L'information communiquée ne permet pas une compréhension exhaustive de l'impact potentiel du projet qui a été approuvé, ni des futurs projets qui pourraient être construits dans les ZDE [...] [1] faut faire des évaluations d'impact de tous les projets potentiels de turbines éoliennes en raison de leur impact sur les attributs culturels du bien qui contribuent à la valeur universelle exceptionnelle.

Il n'en a pas fallu davantage pour que les opposants aux éoliennes évoquent un risque de « déclassement » du site et, forts de cet argument, souhaitent attaquer le projet en justice. Effectivement, la sanction symbolique est une menace crédible.

Tel est le paradoxe du patrimoine mondial porté à accomplir son destin touristique. La faiblesse des indicateurs attestant la relation entre l'inscription par l'UNESCO et l'attractivité touristique ne suffit ni à réduire les appétits en termes de fréquentation, ni même à tenter une corrélation hâtive entre tourisme et développement local. Or, le label « patrimoine mondial » n'est pas une recette magique de développement : il n'est à ce jour ni une condition nécessaire ni une condition suffisante. Le dynamisme d'un maire ou les souvenirs d'une guerre récente pèsent aussi lourd ou plus lourd.

Le label « patrimoine mondial » porte mieux l'exigence de la conservation. Par contre, cette exigence, parce qu'elle s'exerce dans une logique exclusive au service du patrimoine, ne porte-t-elle pas une responsabilité dans la confusion de la stratégie de développement local avec la mise en valeur touristique ? Le prix du label est parfois pour un territoire le renoncement à l'émergence d'autres secteurs prometteurs (l'énergie, dans le cas du Mont-Saint-Michel) si l'image conformée par l'UNESCO devait en être modifiée. « Jusqu'où fait-on un compromis dans le regard de l'autre pour se représenter soi-même ? » interrogeait Luc Noppen dans un entretien radiophonique (2008).

Finalement, la critique ne porte pas sur la réalité des résultats par rapport aux intentions, elle renvoie à une réflexion plus large sur la nature mercantile des liens exacerbés entre tourisme et patrimoine mondial (Cousin, 2006a). La référence récurrente à une « grandeur marchande », incarnée par l'activité touristique, n'est-elle pas une forme de justification de l'activité de conservation? Pour tous les acteurs institutionnels, et ceux du tourisme, n'est-ce pas un moyen de légitimer leur activité en invoquant un ordre de valeur distinct de celui de la culture (Boltanski et Thévenot, 1991)? La constance des annonces, alors que la réalité des pratiques reste discutée, semble plus identifier le discours sur le tourisme dans le registre des valeurs que dans celui de l'activité économique. Pour Lazzarotti (2000 : 12), « cela valide l'hypothèse que patrimoine et tourisme procèdent d'un même système de valeurs, dont la diffusion mondiale est conforme à un seul et même mouvement de mise en ordre du monde ».

Dans un pacte avec le diable, Faust reçoit une deuxième vie, tournée cette fois vers les plaisirs sensibles, mais au prix de son âme. L'inflation patrimoniale porte la même espérance de renaissance. Elle ne serait donc pas un simple « surgissement de la mémoire » (Nora, 1986), concession à la nostalgie. L'usage et la mise en valeur accompagnent en effet la plupart des situations de conservation, en empruntant les registres de la culture, du durable, du beau et du loisir : ils sont une expression de nos préoccupations contemporaines mais aussi du message que nous destinons aux générations futures. Alors qu'il est à la fois par les uns défendu, par les autres contesté pour s'être abandonné aux marchands, le label du « patrimoine mondial » porterait ainsi dans une philosophie hédoniste, une idée collective de la tentation de Faust. ■

Références

- AKERLOF, Georges A. (1970) « The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n° 3, p. 488-500.
- ANDRIEUX, Jean-Claude (1997) *Patrimoine et Histoire*, Paris : Éditions Belin. 290 p.
- BARRÈRE, Christian ; Denis BARTHÉLÉMY ; Martino NIEDDU et Franck-Dominique VIVIEN (2005) « Au-delà du capital, le patrimoine ? », *DANS Réinventer le patrimoine*, p. 7-21. Paris : L'Harmattan.
- BARRÈRE, Christian (2007) « Vers une théorie économique substantiviste du patrimoine », *Économie appliquée*, n° 3, p. 7-30.
- BAUDRY, Marie-Pierre (1993) *Comprendre et restaurer un monument : de l'étude à la réutilisation*, Paris : Rempart, Cahier technique n° 3. 47 p.
- BECK, Wendy (2006) « Narratives of World Heritage in travel guidebooks », *International Journal of Heritage Studies*, vol. 12, n° 6, p. 521-535.
- BENHAMOU, Françoise (2010) « L'inscription au patrimoine de l'humanité : la force d'un langage à l'appui d'une promesse de développement », *Revue Tiers Monde*, n° 202, p. 113-130.
- BOLTANSKI, Luc et Olivier THÉVENOT (1991) *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris : Gallimard. 483 p.
- BOSREDON, Pauline (2008) « Comment concilier patrimonialisation et projet urbain ? », *Le classement au patrimoine mondial de l'UNESCO de la vieille ville de Harar (Éthiopie)*, *Autrepart*, n° 47, p. 125-147.
- BRAHIM, Akdim et Mohamed LAAOUANE (2010) « Patrimoine et développement local à Fès : priorités, acteurs et échelles d'action », *Norois*, n° 214, <<http://norois.revues.org/index3083.html>>, consulté le 27 octobre 2011.
- BUCKLEY, Ralf (2004) « The Effects of World Heritage Listing on Tourism to Australian National Parks », *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 12, n° 1, p. 70-84.
- BUTLER, Richard et Stephen BOYD (2002) *Tourism and National Parks*, Toronto : John Wiley & Sons Ltd. 342 p.
- CHOAY, Françoise (1992) *L'allégorie du patrimoine*, Paris : Le Seuil. 273 p.
- COLLECTIF (2001) *Patrimoine et paysages culturels : Actes du colloque international de Saint-Émilien* (30 mai et 1^{er} juin 2001), Éditions Confluences, Renaissance des cités d'Europe. 354 p.
- COUSIN, Saskia (2006a) « Le tourisme culturel, un lieu commun ambivalent », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 30, n° 2, p. 153-173.
- COUSIN, Saskia (2006b) « De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel », *Autrepart*, vol. 4, n° 40, p. 15-30.
- COUSIN, Saskia (2008) « L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un "bon" tourisme », *Civilisations*, n° 57, p. 41-56.
- DE MONTGOLFIER, Albéric (2010) *Rapport sur la valorisation du patrimoine culturel*, remis au Président de la République, jeudi 8 octobre 2010, 49 p. <<http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/104000524/0000.pdf>>, consulté le 12 juin 2011
- DIRECTION DU TOURISME (2010) *Chiffres clés du tourisme*, édition 2008, 8 p.
- FRANÇOIS, Hugues ; Maud HIRCZAK et Nicolas SENIL (2006) « Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 5, p. 683-700.
- FREY, Bruno S. et Lasse STEINER (2011) *World Heritage List : Does it Make Sense?*, Working Paper, <http://www.econ.uzh.ch/faculty/steiner/Frey_Steiner_WHL_Does_it_make_sense_2011.pdf>, consulté le 27 octobre 2011.
- GALLET, Sébastien (2010) « Combiner tourisme et conservation patrimoniale. Exemple d'une gestion écologique de la fréquentation sur le site mégalithique de Carnac », *Téoros*, vol. 29, n° 2, p. 139-146.
- GRAVARI-BARBAS, Maria et Cécile RENARD (2010) « Une patrimonialisation sans appropriation? Le cas de l'architecture de la reconstruction au Havre », *Norois*, n° 217, <<http://norois.revues.org/index3476.html>>, consulté le 31 décembre 2010.
- GRENET, Sylvie et Christian HOTTIN (2007) *Remarques générales sur la Convention de l'UNESCO pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (PCI) : 4^e séminaire d'ethnomusicologie de la Caraïbe, organisé par la médiathèque Caraïbe à Sainte-Anne* (Guadeloupe, France), p. 1-7.
- GROSSMAN, Stanford J. et Joseph E. STIGLITZ (1976) « Information and Competitive Price Systems », *American Economic Review*, vol. 66, n° 2, p. 246-253.
- HALL, Colin M. et Rachel PIGGIN (2002) « World Heritage Sites : managing the brand », *DANS Managing World Heritage Sites*, sous la direction de Alan FYALL et Anna LEASK, p. 203-219. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- HALL, Colin (2006) « World Heritage, tourism and implementation: What happens after listing ? », *DANS Managing World Heritage Sites*, sous la direction de Alan FYALL et Anna LEASK, p. 18-32. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- HAMBREY CONSULTING (2007) *Social, economic and environmental benefits of World Heritage Sites, Biosphere Reserves, and Geoparks*, Scottish Natural Heritage Commissioned Report n° 248 (ROAME n° F06NC05). 120 p.

- HAZERA, Jean-Claude, Dominique MALÉCOT et Philippe MOREAU (2010) « L'entretien du lundi – Interview. Antoine Rufenacht. Faire du Havre la porte maritime du Grand Paris », *Les Échos*, n° 20669, 3 mai 2010, p. 13.
- HUGO, Victor (1831, édition de 1997) *Notre-Dame de Paris*, Paris : EDDL. 568 p.
- JEUDY, Henri-Pierre (2008) *La machine patrimoniale*, Belval : les éditions CIRCE. 130 p.
- KARPIK, Lucien (2007) *L'économie des singularités*, Paris : Éditions Gallimard. 384 p.
- KAUL, Inge; Isabelle GRUNBERG et Marc A. STERN (1999) *Global Public Goods: International cooperation in the 21st Century*, New York : Oxford University Press. 592 p.
- KAUL, Inge et Ronald U. MENDOZA (2003) « Advancing the Concept of Public Goods », DANS *Providing Global Public Goods: Managing Globalization*, sous la direction de Inge KAUL, Pedro CONCEIÇÃO, Katell LE GOULVEN et Ronald U. MENDOZA, p. 78-111. New York : Oxford University Press.
- KIM, Samuel Seongseop; Kevin K. F. WONG et Min CHO (2007) « Assessing the economic value of a world heritage site and willingness-to-pay determinants: a case of Changdeok Palace », *Tourism Management*, vol. 28, n° 1, p. 317-322.
- KRUTILLA, John V. (1967) « Conservation Reconsidered », *American Economic Review*, vol. 4, n° 4, p. 777-786.
- LANCASTER, Kelvin John (1966) « A New Approach to Consumer Theory », *Journal of Political Economy*, n° 74, p. 132-157.
- LAZZAROTTI, Olivier (2000) « Patrimoine et Tourisme : un couple de la mondialisation », *Mappemonde*, vol. 57, n° 1, p. 12-16.
- LEROUX, Erick (2010) « Vers un tourisme durable ou un écotourisme », *Management et Avenir*, n° 34, p. 234-238.
- MARCOTTE, Pascale et Laurent BOURDEAU (2010) « La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'Unesco : compatible avec le développement durable ? », *Management et Avenir*, n° 34, p. 270-288.
- MERCILLON, Henri (1995) « Alerte au patrimoine », *Le Débat*, no 84, p. 181-192.
- MORISSET, Lucie (2009) *Des régimes d'authenticité. Essai sur la mémoire patrimoniale*, Rennes : Presses universitaires de Rennes. 136 p.
- NOPPEN, Luc (2008) Entretien radiophonique, interrogé par François CHASLIN, pour l'émission *Métropolitain*, le 21 mai 2008.
- NORA, Pierre (éd.) (1986) *Les lieux de mémoire*, tome 2, Paris : Gallimard. 610 p.
- O'MIEL, Catherine (2010) « La candidature du Bassin minier Nord-Pas de Calais à une inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO », *Territoire(s) wallon(s)*, Actes du colloque de la Conférence Permanente du Développement Territorial, Région wallonne, n° 4, p. 79-87.
- OECD – Organisation for Economic Co-Operation and Development (2009) *The Impact of Culture on Tourism*, Paris : OECD publications. 76 p.
- OMT – Organisation mondiale du tourisme (1999) *Code mondial d'éthique du tourisme*, Assemblée Générale – 13^e session (Santiago, Chili : 27 septembre au 1^{er} octobre 1999), résolution A/RES/406 (XIII).
- OMT – Organisation mondiale du tourisme (2009) *Historical perspective of world tourism*, <<http://unwto.org/facts/eng/historical.htm>>, consulté le 15 décembre 2010.
- PEACOCK, Alan T. et Ilde RIZZO (1994) *Cultural Economic and Cultural Policies*, Dordrecht : Academic Publishers. 193 p.
- PEDERSEN, Arthur (2007) « The World Heritage Tourism Program: Lessons Learned », DANS *Tourism and protected areas: benefits beyond boundaries*, sous la direction de Robyn BUSHHELL et Paul F. J. EAGLES, p. 115-128. Wallingford : CABI Publishing.
- PRIGENT, Lionel (2012) *Le savant, l'ingénieur et le marchand. Une fable contemporaine sur la gestion patrimoniale : Actes du colloque « Villes et territoires réversibles »* (Cerisy-la-Salle : du 20 au 27 septembre 2010). Sous la direction de Franck SCHERRER et Martin VANIER. À paraître.
- PRUD'HOMME, Rémy (2008) *Les impacts socio-économiques de l'inscription sur la liste du Patrimoine mondial : trois études*, note préparée à la demande du Patrimoine mondial de l'Unesco, 10 Juillet 2008, p. 1-20.
- RÉAU, Bertrand et Franck POUPEAU (2007) « L'enchantement du monde touristique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 170, p. 4-13.
- REINIUS, Sandra W. et Peter FREDMAN (2007) « Protected Areas as Attractions », *Annals of Tourism Research*, vol. 34, n° 4, p. 839-854.
- RIEGL, Alois (1903, rééd. 1984) *Le culte moderne des monuments. Son essence et sa genèse*, Paris : Seuil. 122 p.
- UNESCO (1972) *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel établie par la 17^e session de la conférence générale de l'UNESCO* (Paris : 17 octobre-21 novembre 1972). <<http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte>>, consulté le 1^{er} novembre 2011.
- UNESCO (2008) Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial, 176 p. <<http://whc.unesco.org/archive/opguide08-fr.pdf>>, consulté le 22 décembre 2010.
- UNESCO (2009) *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*, compte-rendu de la réunion du Comité du patrimoine mondial (Séville : 29-30 juin 2009), <<http://whc.unesco.org/fr/sessions/33COM/documents/>>, consulté le 22 décembre 2010.
- UNESCO (2010a) *Établir une proposition d'inscription au Patrimoine mondial*, manuel de référence, première édition, Paris : UNESCO. 140 p.
- UNESCO (2010b) *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*, compte-rendu de la réunion du Comité du patrimoine mondial (Brasilia : 25 juillet-3 août 2010), <<http://whc.unesco.org/fr/sessions/34COM/documents/>>, consulté le 12 janvier 2011.
- VIVANT, Elsa (2006) « La Classe créative existe-t-elle ? », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 101 « Économies, connaissances, territoires », p. 155-161.