

Stratégie
**de Développement du Tourisme culturel
dans le Monde islamique**

Introduction

Au cours des dernières décennies, le tourisme culturel a acquis une importance grandissante, au point de se transformer en une véritable industrie intégrée, devenant par là-même un important vecteur du développement humain et économique et l'un des plus importants canaux de communication civilisationnelle entre les peuples et les nations. Convaincue de cette réalité, l'Organisation islamique pour l'Éducation, les Sciences et la Culture- ISESCO- a mis au point une stratégie d'action globale destinée à promouvoir ce secteur en l'inscrivant dans les plans de développement des États membres, de façon à refaçonner l'image culturelle et civilisationnelle de ces pays.

Pour atteindre cet objectif, le présent projet de stratégie entend capitaliser sur les progrès accomplis par les pays islamiques dans le domaine du tourisme culturel, en veillant à exploiter tout ce que ces pays comptent comme atouts historiques et culturels qui, faut-il le rappeler, se distinguent par leur richesse et leur diversité. La méthodologie suivie repose, d'une part, sur une approche de terrain - visant à identifier les composantes du tourisme culturel tels qu'elles sont mondialement reconnues - et, d'autre part, sur une approche conceptuelle, fondée sur les décisions et recommandations des différentes conférences islamiques spécialisées, les objectifs du Programme d'action décennal de l'Organisation de la Conférence islamique ainsi que les recommandations des comités issus des ateliers régionaux, organisés et encadrés par l'ISESCO, sur les mécanismes de promotion du secteur du tourisme culturel.

Consciente des obstacles organisationnels susceptibles d'entraver toute stratégie visant à dynamiser le secteur du tourisme culturel d'un point de vue partenarial, en raison de l'intérêt récent porté par les intervenants et les spécialistes à ce secteur et de l'interdépendance de ses composantes, l'ISESCO a adopté, pour l'élaboration de cette stratégie, une méthodologie consistant à identifier les principaux domaines du secteur, tracer les objectifs à atteindre et déterminer les mécanismes d'action, l'objectif étant de promouvoir le tourisme culturel tant sur le plan national que sur le plan régional et islamique, de façon à aller de pair avec les acquis et les standards internationaux en la matière. Rappelons, à cet égard, que le tourisme culturel occupe sur le plan mondial, en termes de recettes générées, la deuxième place après l'industrie pétrolière. En effet, les arrivées de touristes internationaux ont atteint, en 2008, 924 millions, chiffre qui devrait passer à 1,6 milliard en 2020. Des études ont, par ailleurs, souligné la capacité de ce secteur à contribuer efficacement à la croissance économique de bon nombre de pays ainsi qu'à la dynamisation de l'économie mondiale, étant donné qu'il représente 10% du revenu mondial et fournit

quelque 200 millions d'emploi (voir le site web de l'Organisation mondiale du Tourisme).

Se fondant sur tout ce qui précède, l'orientation générale de la stratégie sera de trouver une plate-forme commune pour l'élaboration et la mise en œuvre, par les Etats membres, d'un programme d'action ayant pour but de marquer leur présence constructive et effective au niveau international. Il s'agit d'une orientation à multiple facettes, en adéquation avec la nature même de ce domaine qui représente, en fait, l'espace idéal d'interaction entre toutes les cultures et les identités internationales et humaines. D'autant que nous vivons une époque qui se caractérise, entre autres, par une tendance aux grands groupements régionaux, associée à une évolution rapide et croissante de l'ensemble des composantes de l'infrastructure touristique, notamment celles ayant trait aux prestations de voyage et de tourisme individuel ou familial, que ce soit pour des besoins de distraction ou pour affaires. A la lumière de l'essor que connaît le tourisme culturel à l'ère de la mondialisation, les Etats membres sont, plus que jamais, appelés à méditer sur les réalisations accomplies au niveau international en la matière afin d'enrichir leur expérience, leur savoir-faire et leurs acquis en la matière et, partant, renforcer leur compétitivité au niveau international, sachant que celle-ci est, désormais, le critère majeur pour mesurer la qualité de tout produit touristique national ou régional.

- Approche méthodologique

S'agissant de la méthodologie qui sera adoptée dans l'exposition du projet de Stratégie de développement du tourisme culturel, le premier point important à souligner est la nécessité d'éviter tout discours purement théorique, susceptible de déboucher sur des démarches, voire des résultats contraires aux objectifs escomptés. Car l'efficacité de la méthodologie reste conditionnée, d'une part, par sa prise en compte objective et in situ de ses composantes centrales et, d'autre part, par sa capacité d'activation et d'actualisation, mais aussi par l'absence de toute ambiguïté pouvant influencer négativement sur sa mise en œuvre. Il convient, à cet égard, de rappeler les fondements majeurs de cette méthodologie :

- a) **Souligner la composante culturelle du le tourisme**, ce qui implique l'élimination des autres composantes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre des préoccupations de la Stratégie et dont la caractéristique majeure est la recherche pure et simple du profit matériel à travers la promotion d'un tourisme anarchique, improvisé et dépourvu de toute vision civilisationnelle ou sociale ;
- b) **Mettre en valeur les éléments essentiels** qui constituent le fondement du tourisme culturel, celui-ci étant considéré comme un produit pouvant être exposé et commercialisé aux niveaux sous-régional, régional et international. C'est donc la prise en compte de ce point qui permettra à la Stratégie de se prêter à la mise en œuvre et l'actualisation, plutôt que de s'encombrer des détails propres à chaque pays islamique.
- c) **Œuvrer à l'élaboration d'un programme d'action commun** dont l'activation et l'actualisation seront assurées par l'ensemble des Etats

membres, le but étant de faire du secteur du tourisme culturel un vecteur du développement socioéconomique des pays islamiques et ce, à travers une exploitation optimale de leur patrimoine historique et culturel. En effet, ce patrimoine se distingue par une richesse et une diversité qui, pour peu qu'elles soient bien exploitées, devront permettre à ces pays d'être compétitifs au niveau mondial en la matière en proposant un produit touristique conforme aux critères de qualité mondialement admis

d) Privilégier l'approche de terrain pour faire l'état des lieux du tourisme culturel, l'objectif étant d'identifier toutes les composantes, structurelles ou ponctuelles, du secteur, dans le cadre d'une vision islamique ouverte, fondée sur le principe de brassage culturel et civilisationnel entre les peuples du monde islamique et les autres peuples. Ceci passe par la mise en place de relations de partenariat avec les organisations internationales spécialisées dans le domaine culturel et touristique, telles que l'UNESCO et l'Organisation mondiale du Tourisme. En effet, une telle démarche contribuera non seulement à consolider la paix et renforcer les liens de fraternité et de coexistence, mais aussi à lutter contre la pauvreté et réaliser le développement durable dans les pays en développement, ce qui permettra à ceux-ci de sortir de la marginalisation et de l'exclusion dont ils font l'objet.

e) Tirer profit des références disponibles sur le tourisme culturel. Il était normal que la Stratégie de développement du tourisme culturel dans le monde islamique s'inspire du contenu d'un certain nombre de références et de documents issus d'instances, d'organisations et de conférences spécialisées en la matière, en particulier :

- ◆ Le Programme d'action décennal de l'OCI ;
- ◆ Les recommandations et résolutions des différentes sessions de la Conférence islamique des ministres du tourisme : 1^{ère} session (Ispahan, octobre 2000) ; 2^{ème} session (Kuala Lumpur, octobre 2001) ; 3^{ème} session (Riyadh, octobre 2003) ; 4^{ème} session (Dakar, mars 2005) ; 5^{ème} session (Bakou, septembre 2006) ; 6^{ème} session (Damas, juillet 2008) ;
- ◆ Le Cadre de développement et de coopération en matière de tourisme entre les Etats membres de l'OCI ;
- ◆ Les recommandations et résolutions de la 4^{ème} session (Alger, décembre 2004) et la 5^{ème} session (Tripoli, Grande Jamahiriya, novembre 2007) de la Conférence islamique des ministres de la culture ;
- ◆ Le Programme de l'ISESCO des capitales de la culture islamique et le Programme des capitales de la culture arabe ;
- ◆ La Stratégie culturelle pour le Monde islamique ;
- ◆ La Stratégie de la solidarité culturelle au service des questions civilisationnelles et de développement des Musulmans ;
- ◆ La Déclaration islamique sur la diversité culturelle ;

- ◆ Le Forum OCI des Tour opérateurs de la Route de la Soie (Bakou, avril 2008) ;
- ◆ Les plans d'actions à moyen terme et triennaux de l'ISESCO ;
- ◆ Le Programme des journées du patrimoine islamique de l'ISESCO ;
- ◆ La Conférence de l'OCI sur «le Tourisme Religieux et Médical : Organisation des Loisirs Spirituels et Temporels» (Nakhitchevan, République d'Azerbaïdjan, mai 2008) ;
- ◆ Les initiatives participatives régionales et sous-régionales pour le développement du tourisme culturel :
 - Le projet de développement durable du tourisme à travers un réseau transfrontalier de parcs et réserves naturelles de neuf Etats d'Afrique de l'ouest ;
 - L'expérience des pays d'Afrique centrale dans la préservation du système écologique du bassin du Congo ; et
 - L'initiative de SAR le prince Salmane Bin Sultan pour la consignation et l'étude du patrimoine architectural islamique.

f) Adopter une vision pratique et prospective du secteur du tourisme. Celle-ci sera fondée sur la valorisation des acquis des pays islamiques dans ce domaine, à la lumière des progrès réalisés au niveau mondial dans ce domaine, et la mise à profit de l'ensemble de leurs valeurs civilisationnelles créatives, à même de leur permettre de s'imposer comme modèle au reste des peuples du monde. L'heure n'est plus, en effet, à la sublimation des gloires, culturelles et urbanistiques, d'antan, ni à l'affliction et au chagrin que peut susciter la situation actuelle, car cela risque d'éliminer tout espoir d'un avenir meilleur pour les pays islamiques, qui soit à la hauteur de leurs attentes et ambitions.

Tous ces principes majeurs constituent le fondement de la présente Stratégie qui se décline en quatre chapitres et une conclusion.

Ainsi, **le Premier chapitre** présente une définition du concept de tourisme culturel à travers ses quatre composants que sont le touriste, l'exposant, le produit touristique culturel et la population. Ce chapitre s'attelle, en outre, à traiter ce concept dans son contexte islamique à travers le pèlerinage à Makkah al-Mukarramah ainsi que les célèbres voyages des savants et érudits musulmans, ces deux types de voyage étant des modèles authentiques du tourisme culturel ayant pour but l'exploration de nouveaux horizons temporels et spirituels.

Le second chapitre traite, quant à lui, des objectifs que la présente Stratégie se propose d'atteindre à travers la promotion du tourisme culturel dans le monde islamique et la mise en valeur de ses composantes culturelles et patrimoniales. Il s'agit, tout particulièrement, de redresser l'image altérée du monde islamique, renforcer l'identité islamique, réaffirmer le droit des pays en développement à faire connaître leur patrimoine et à faire valoir le génie des peuples islamiques, faire du patrimoine islamique un vecteur de la communication civilisationnelle en plaçant le concept de la coexistence dans son contexte islamique. Il s'agit, en outre, de sensibiliser les autorités de tutelle à l'importance d'investir dans ce secteur,

contribuer à la réalisation du développement durable, faire face à la déferlante mondialisation, faire valoir le tourisme culturel comme une alternative au tourisme vulgaire et, enfin, faire du tourisme culturel un outil de modernisation de la vie sociale.

Dans le **troisième chapitre**, l'on s'attellera à la définition des différents types de tourisme culturel, à savoir :

1. **Le tourisme religieux**, en tant que domaine de communication spirituelle et l'un des vecteurs essentiels du progrès économique, avec présentation de quelques expériences pilotes en la matière ;
2. **Le tourisme des monuments historiques** à travers la découverte de leur richesse, leurs dimensions civilisationnelles et la spécificité de leurs bâtisseurs, avec présentation des principales villes du patrimoine islamique ;
3. **Le tourisme écologique**, considéré comme la façade du tourisme culturel et une des valeurs de notre religion islamique authentique, ainsi qu'un domaine de développement qui tranche nettement avec les orientations de la mondialisation inhumaine ;
4. **Le tourisme médical**, avec ses domaines et ses dimensions mondiale et islamique ;
5. **Le tourisme des conférences**, tous domaines confondus, avec tout ce qu'il apporte comme valeur ajoutée ;
6. **Le tourisme des festivals**, en tant que pôle d'attraction touristique dans le cadre des orientations de la Stratégie, à savoir la nécessité de mettre en place un cadre islamique commun pour l'organisation de festivals artistiques et culturels qui soient en harmonie avec nos spécificités islamiques ;
7. **Le tourisme des foires**, dont la promotion nécessite la mise en place d'une nouvelle plate-forme de foires islamiques à vocation universelle, conformément à des programmes d'action bien définis et des mécanismes d'exécution modernes, avec description détaillée des composantes essentielles ;
8. **Le tourisme des circuits religieux et commerciaux anciens**, avec exploration de ses dimensions civilisationnelles et sociale et présentation des principaux modèles en la matière, notamment la Route africaine du pèlerinage, considérée comme un cadre-type pour l'activation du tourisme culturel dans le monde islamique, la Route de la Soie, ainsi que les routes commerciales antiques de la Péninsule arabique ;
9. **Le tourisme des sites archéologiques**, ceux-ci étant une sorte de mémoire historique dont l'exploration permettra une nouvelle lecture de l'évolution de la civilisation humaine.

Quant au **Quatrième chapitre**, il traite des moyens nécessaires à la mise en œuvre des orientations et du contenu de cette Stratégie, sur la base d'un programme d'action

participatif ayant pour finalité de dynamiser le secteur du tourisme culturel sur le plan tant national que sous-régional et régional. La conception et la mise en œuvre de ce programme devront être assurées par tous les États membres à travers des mesures pratiques portant sur les domaines suivants :

- a) La mise à niveau civilisationnelle
- b) La mise à niveau du patrimoine historique
- c) La mise à niveau du secteur de l'information
- d) La mise à niveau des ressources humaines, et
- e) La mise à niveau de l'investissement.

CHAPITRE PREMIER : CONCEPTS

1. Définition du tourisme culturel

Le tourisme culturel est un type de tourisme qui vise à faire découvrir aux visiteurs, tant locaux qu'étrangers, le patrimoine matériel et immatériel ainsi que les réalisations culturelles et civilisationnelles d'un peuple sous forme d'un produit commercialisable, comme tout autre produit industriel ou commercial, susceptible de contribuer au développement socioéconomique et de favoriser la communication civilisationnelle aux niveaux régional et international. Du côté du touriste, la découverte de ce produit répond à un désir de prendre connaissance du niveau culturel du pays d'accueil représenté par ses éléments culturels matériels, tels les édifices historiques, les écoles anciennes, les musées, les bibliothèques, les portes historiques, les murailles, les casbahs, les citadelles et forteresses militaires, outre le patrimoine immatériel représenté par l'héritage oral, les arts populaires, l'art vestimentaire, les traditions culinaires et les festivals religieux et artistiques. Le concept de tourisme culturel ne se limite pas, cependant, au seul patrimoine historique, mais englobe également les composantes culturelles modernes, telles que les conférences multidisciplinaires, les colloques, les forums culturels, les expositions artisanales et industrielles et autres activités similaires.

L'on peut donc dire que le secteur du tourisme culturel, au niveau conceptuel, se distingue, d'une part, par la multitude et la diversité de ses composantes intrinsèques et, d'autre part, par la dynamique résultant de la complémentarité et de l'interaction entre celles-ci. Sur un autre niveau, la diversité des objectifs du tourisme fait que celui-ci s'apprête à plus d'une définition, en fonction de chaque objectif, sachant que l'ont tient toujours compte, dans chacune des définitions, des quatre facteurs fondamentaux suivants :

a) Le touriste culturel :

C'est la composante humaine que le pays concerné compte attirer. Il peut s'agir d'un citoyen de ce même pays ou d'un ressortissant d'un autre pays, mais dont la nature et le volume de consommation peut varier en fonction de son appartenance sociale et ses choix touristiques et culturels qui déterminent en grande partie l'objet de sa visite. Le touriste peut ainsi être intéressé soit par les monuments historiques ou les festivals artistiques, soit par un séjour thérapeutique, soit par la participation aux foires commerciales ou aux conférences culturelles, économiques ou scientifiques, ou autres objectifs du tourisme culturel.

La relation qu'entretient le touriste avec le pays d'accueil se détermine, quant à elle, en fonction de son référentiel politique, civilisationnel ou social. Cela varie ainsi entre sympathie, estime et respect, ou méfiance prudence et désaveu. Dans tous les cas, l'acte touristique finit soit par conforter le touriste dans ses idées antérieures, soit par lui faire changer complètement celles-ci, le tout selon la ou les données qu'il aura recueillies de son contact direct avec le lieu et la population.

b) L'exposant :

L'exposant est l'Etat ou le pays d'accueil qui propose son produit touristique et culturel au touriste étranger ou local, en sa qualité de pays répondant à l'ensemble des conditions qui lui confèrent une capacité d'attrait touristique basée sur le rayonnement historique et civilisationnel du pays ou sur une réputation exceptionnelle qu'il s'est forgée dans l'un des domaines du tourisme culturel. Bien évidemment, les produits touristiques et culturels doivent susciter l'intérêt et répondre aux attentes du touriste. Le pays doit, en outre, disposer des infrastructures adéquates et fournir les services de base indispensables au tourisme culturel et à même de répondre aux besoins de chaque étape du circuit touristique.

c) Le produit culturel touristique :

Celui-ci se compose de l'ensemble des éléments et facteurs incitatifs du tourisme culturel et à même de susciter l'intérêt du touriste tant local qu'étranger. Le produit représente une incarnation matérielle et immatérielle de l'héritage civilisationnel qui distingue l'Etat exposant, ainsi qu'un facteur central d'attraction touristique. Ces facteurs incitatifs, qui seront traités en détail dans l'axe relatif aux domaines du tourisme culturel, peuvent être résumés comme suit :

- Les sites et monuments archéologiques et historiques, les réserves naturelles et les stations thérapeutiques ;
- Les collections muséales, les festivals artistiques ainsi que les expositions des métiers traditionnels et modernes ;
- Les us et coutumes des peuples, considérés également comme un produit touristique bénéficiant d'un grand intérêt et que le touriste peut connaître de près et ce, par exemple en se logeant dans les maisons anciennes que l'on trouve dans les vieilles villes (médiinas), en assistant aux concerts de musique indigène et de danse folklorique, en admirant les vêtements traditionnels, ou encore en savourant les délices culinaires devenus, au cours des dernières décades, l'un des principaux facteurs d'attraction des touristes.

Néanmoins, si la plupart des produits du tourisme culturel sont désormais déterminés par les spécialistes du secteur, beaucoup sont encore officiellement absents de la liste des produits offerts au niveau international, bien qu'ils soient dignes d'intérêt et parfaitement commercialisables. De fait, le savoir-faire artisanal des peuples islamiques est tel qu'un grand nombre de produits artisanaux qui paraîtraient, par accoutumance, banals ou dépourvus d'intérêt aux yeux de leurs fabricants ou du touriste local, pourraient fort bien susciter l'intérêt, voire l'admiration du touriste étranger, en raison de qualités esthétiques dignes d'intérêt. D'où la nécessité pour la Stratégie de souligner la nécessité de réhabiliter tous les produits artisanaux qui reflètent le génie créateur des peuples islamiques, en veillant à en faire des produits touristiques de qualité à travers le développement des techniques d'exposition et de commercialisation.

d) La population :

La population implantée dans les lieux d'attraction touristique constitue un élément clé du tourisme culturel, et son importance a grandi ces dernières décennies, amenant les experts du secteur à lui accorder de plus en plus une attention exceptionnelle. Les études et rapports confirment, en effet, que le succès ou l'échec de l'expérience du tourisme culturel dépend, en grande partie, du comportement - négatif ou positif - de la population locale vis-à-vis de son patrimoine culturel, mais aussi vis-à-vis du touriste étranger venu découvrir ce patrimoine. De fait, les pays qui se soucient peu ou prou de l'impact direct du comportement de la population verront leurs projets touristiques irrémédiablement voués à l'échec, étant donné que le facteur humain constitue le pivot central de tout projet, qu'il soit touristique ou non. Ainsi, une population qui ne dispose ou ne peut pas réunir les conditions culturelles et sociales à même de favoriser un accueil approprié du tourisme ne sera jamais préparée ou qualifiée à enclencher un dialogue, que ce soit avec sa propre identité culturelle ou avec toute autre catégorie de touristes, locaux ou étrangers. Par contre, une population bien intégrée dans la vie sociale et culturelle de son pays et qui se prévaut de toutes les conditions la qualifiant pour une communication ouverte et fructueuse avec elle-même et avec l'Autre constitue un facteur de réussite des projets touristiques.

Lorsqu'un touriste se rendant sur un site archéologique se heurte à l'antipathie de la population locale, il ne peut communiquer avec les éléments patrimoniaux du site, car la vie de celui-ci découle de son environnement social et de l'ensemble des relations humaines qui y sont tissées. De même, la rupture du touriste avec cet environnement implique une rupture réciproque du monument patrimonial avec le touriste. Cette déduction doit inciter les responsables du secteur à se soucier autant de la population que du site, en particulier sur le plan des valeurs spirituelles, des coutumes sociales et des rites religieux, autrement il sera difficile, voire impossible de la convaincre à s'ouvrir et communiquer avec les touristes qui ignorent généralement tout du tissu social et des spécificités du milieu.

2. Le tourisme culturel dans l'optique de la culture islamique

a) Le tourisme : une application du principe de la communication civilisationnelle prônée par l'Islam

L'engouement des musulmans pour le tourisme culturel s'appuie, comme nous le savons, sur leur adhésion profonde au principe d'entre-connaissance qui constitue l'une des conditions de solidarité et de communication, conformément à la parole divine : **«Nous vous avons créés d'un mâle et d'une femelle, et Nous avons fait de vous des nations et des tribus, pour que vous vous entre-connaissiez. Le plus noble d'entre vous, auprès d'Allah, est le plus pieux»** (Al-Hujurat, 13) ; **«Les gens ne formaient (à l'origine) qu'une seule communauté. Puis ils divergèrent»** (Younus, 19). Le concept d'entre-connaissance renvoie de manière tacite à la relation commune qui pourrait lier les individus, les groupes et les peuples entre eux, abstraction faite de leur appartenance géographique, ethnique ou religieuse. La tendance à se rapprocher de l'autre pour le connaître est un sentiment inné et

intrinsèque de l'être humain, et reflète son désir naturel de s'ouvrir sur l'Autre, qui lui est différent, et de ne pas rester prisonnier de son petit monde propre, d'autant que notre noble religion islamique, plus que toute autre religion, prône l'ouverture. Rappelons également, dans ce même ordre d'idées, que c'est justement grâce à cette ouverture que la religion islamique s'est propagée partout dans le monde. Or l'ouverture favorise l'enrichissement intellectuel, la concertation, l'action collective et l'exploration d'horizons nouveaux dans le but d'assurer le bien-être et la prospérité pour tous, individuellement et collectivement. Il va sans dire que ces horizons se définissent à la lumière de la relation résultant de l'entre-connaissance, laquelle peut avoir une dimension religieuse, sociale, culturelle, commerciale ou autre. L'examen des deux versets ci-dessus nous permet de constater que l'Islam a placé la connaissance mutuelle entre les peuples au top des relations humaines qu'il faut consacrer, étant donné qu'elle implique de facto la solidarité et la coopération mutuelles, devant lesquelles se dissipent les causes du rejet et de la division ainsi que toutes les formes de discorde susceptibles d'attiser les conflits et les dissensions. La parole divine suivante : **«Que ne voyagent-ils sur la terre afin d'avoir des cœurs pour comprendre, et des oreilles pour entendre? Car ce ne sont pas les yeux qui s'aveuglent, mais, ce sont les cœurs dans les poitrines qui s'aveuglent»** (Al-Hajj, 46) démontre on ne peut mieux l'intérêt que porte notre religion au concept de voyage qui exprime une volonté d'action constructive. Dans ce verset, l'acte d'écouter équivaut donc à l'acte d'ouïr l'Autre, avec tout ce que cela exige en termes de disposition au dialogue et d'aptitude à la communication constructive.

L'étude des théories modernes relatives à la communication confirme l'importance majeure que revêt l'ouverture sur l'Autre dans le façonnement des comportements des individus et des destins des peuples ainsi que dans la détermination des relations entre ceux-ci tant sur le plan régional qu'international, abstraction faite de leurs appartenance géographique, ethnique ou religieuse.

Si la pérennité naturelle de l'univers est tributaire de la pérennité de la communication judicieuse et équilibrée entre ses différentes composantes, la pérennité d'une vie digne entre les individus et les groupes s'inscrit, elle aussi, dans ce même contexte. Une vie digne implique ici un mode de vie remplissant les conditions sociales, économiques et culturelles qui lui permettent de s'inscrire dans l'histoire au lieu de rester en marge de celle-ci. De même, la communication variée et multidimensionnelle est la voie la plus appropriée vers un dialogue constructif, à même de favoriser le perfectionnement des capacités et des aptitudes et, partant, de rehausser l'action culturelle et civilisationnelle au niveau requis. En l'absence de cette communication, il devient impossible tant pour l'individu que pour le groupe d'identifier et de perfectionner leurs capacités et aptitudes. Or avec l'évolution des moyens de communication, surtout audiovisuelle, tels l'internet et les chaînes de télévision, les frontières entre les peuples et les communautés se sont dissipées. Le monde est, ainsi, devenu un petit village où les populations interagissent avec tous les événements, petits et grands, qui se produisent de par le monde, qu'ils s'agisse de manifestations culturelles ou civilisationnelles, de guerres ou de désastres naturels, ou encore d'actes d'extermination ethnique qui, naguère, étaient perpétrés dans le silence total. Mais, devant le pouvoir absolu que l'on reconnaît aujourd'hui aux

moyens de communication modernes, la question reste de savoir jusqu'où peut-on faire confiance à ce que rapportent ces mêmes moyens sur la réalité et l'histoire des nations et des peuples.

Il est évident que c'est l'absence éventuelle de l'impartialité dans le discours médiatique qui motive cette question, celui-ci obéissant souvent à des considérations subjectives ayant pour but de porter atteinte à l'image authentique d'un peuple ou d'une civilisation donnés. D'où l'importance de la communication que seul le contact direct entre les peuples peut favoriser dans le cadre du tourisme culturel. C'est ce qui explique pourquoi ce secteur a commencé, au cours des dernières décennies, à susciter l'intérêt des agences de voyage, des associations de la société civile et des organisations internationales et gouvernementales.

b) Le voyage spirituel

Comme indiqué plus haut, le tourisme culturel est une tradition ancestrale qui remonte loin dans la mémoire historique de l'Islam. Il forme le pendant objectif du voyage conté dans les anciens récits arabo-islamiques en tant qu'élément culturel et civilisationnel intrinsèque à la personnalité islamique, constamment désireuse de s'ouvrir sur l'Autre et d'établir avec lui une communication à la fois culturelle, spirituelle et économique. L'on peut dire, à cet égard, que le pèlerinage à la Mecque constitue l'exemple idéal du voyage spirituel qui fût, et restera, l'aspiration suprême de tout musulman désireux d'appliquer les enseignements de sa religion. Les œuvres anciennes citent bon nombre de leçons et de valeurs humaines et religieuses liées aux caravanes des pèlerins qui, des siècles durant, ont établi et consacré des traditions et habitudes léguées de père en fils. Rien n'entamait, en effet, la détermination de ces pèlerins venus de tous pays à se rendre au Saint Lieu de l'Islam, à supporter, pour cela, la fatigue et à affronter toutes sortes de difficultés et de dangers, obtempérant ainsi à la prescription divine : **«Et fais aux gens une annonce pour le Hajj. Ils viendront vers toi, à pied, et aussi sur toute monture, venant de tout chemin éloigné, pour participer aux avantages qui leur ont été accordés et pour invoquer le nom d'Allah aux jours fixés, sur la bête de cheptel qu'Il leur a attribuée, "Mangez-en vous-mêmes et faites-en manger le besogneux misérable. Pour participer aux avantages qui leur ont été accordés et pour invoquer le nom d'Allah aux jours fixés, sur la bête de cheptel qu'Il leur a attribuée, "Mangez-en vous-mêmes et faites-en manger le besogneux misérable. Puisqu'ils mettent fin à leurs interdits (qu'ils nettoient leurs corps), qu'ils remplissent leurs vœux, et qu'ils fassent les circuits autour de l'Antique Maison»** (Al-Hajj, 27/29). En plus d'être le moyen pour accomplir le rite suprême, qui est celui du pèlerinage aux Lieux Saints, le voyage contribue efficacement au raffermissement des liens de fraternité et de solidarité sociale, culturelle et économique entre les peuples musulmans dans les quatre coins du globe et à la promotion de l'esprit d'unité et de cohésion. En dépit du développement qu'ont connu les moyens de visite des Lieux Saints, la symbolique de l'acte demeure inchangeable et son acception authentique reste profondément ancrée dans la foi islamique. Mieux encore, grâce à ce développement, la visite des Lieux Saints s'impose désormais comme une étape incontournable dans les circuits touristiques au niveau des pays islamiques, ce qui a permis de doubler le volume des mouvements touristiques inter-arabes, inter-islamiques et internationaux.

c) Le voyage scientifique

Il ne fait aucun doute que les réalisations scientifiques et cognitives de la civilisation islamique, notamment dans les domaines de la sociologie, de la géographie et de la cartographie, ont été possibles grâce à la passion qu'une élite savante et clairvoyante avait pour les voyages et le tourisme à caractère intellectuel et culturel. On peut rappeler, dans ce cadre, toute une pléiade de savants musulmans qui ont enrichi la bibliothèque islamique et humaine par des chefs d'œuvre qui, des décennies durant, ont constitué des références incontournables sur les pays et les us et coutumes de leurs peuples. Il suffit de citer, à titre d'exemple, certaines figures qui se sont distinguées dans le domaine du tourisme culturel, telles al-Khawarizmi, Ibn Fadlane, Al-Mas'udi, auteur de *Muruj al-Dhahab* (Les près dorés), Ibn Hawqal, auteur de *Surat al-Ard* (Image de la terre), fruit de 32 voyages ininterrompus dans les pays islamiques, Charif al-Idrissi, auteur du *Nuzhat al-Mushtaq fi Ikhtiraq al-Afâq*, ainsi que Yaqut al-Hamawi et Al-Biruni. Il ne faut pas oublier, évidemment, Ibn Battuta, qui a passé 25 ans de sa vie à voyager entre le Maroc et la Chine, ainsi que le grand sociologue Ibn Khaldoun, auteur du *Diwan al-Mubtadaâ wal Khabar fi Tarikh al-'Arab wal 'Ajam wal Barbar* (Livre des enseignements et traité d'histoire ancienne et moderne sur la geste des Arabes, des Persans, des Berbères et des souverains de leur temps).

Le rayonnement des œuvres de ces grands savants a, comme chacun le sait, dépassé les frontières du monde islamique pour atteindre l'Occident. Grâce à leur pertinence cognitive et scientifique, elles ont servi de fondement à l'émergence des plus importantes écoles d'anthropologie, de géographie et de sociologie dans le monde.

L'on peut donc conclure que la valeur ajoutée dont le monde islamique peut s'enorgueillir est incarnée par ces valeurs nobles que sont l'ouverture et la coexistence culturelle et civilisationnelle que l'islam a toujours prônées et grâce auxquelles il est devenu, tout au long de son histoire, un point d'attrait pour les peuples et les tribus auxquels il a apporté ce dont ils avaient expressément besoin, à savoir des réponses convaincantes à leurs attentes dans tous les domaines scientifiques, culturels et intellectuels, leur permettant ainsi de triompher de l'ignorance et d'explorer des horizons civilisationnels prometteurs.

Le rôle pionnier que le voyage scientifique d'antan assumait, en particulier en milieu islamique, dans l'enrichissement des expériences intellectuelles et culturelles est probablement semblable à celui que les missions culturelles officielles ont joué à travers les siècles entre les différents peuples. Ce rôle s'est transformé, avec le temps, en un cadre bien structuré et organisé et mondialement adopté par l'ensemble des institutions et instances qui oeuvrent ainsi à marquer leur présence à travers leur interaction avec les progrès intellectuels et culturels accomplis par l'Autre. Les conférences entrant dans le cadre du tourisme culturel et portant sur tous les domaines du savoir ne sont, en vérité, qu'un prolongement et une manifestation moderne du voyage scientifique caractéristique des peuples avancés, en particulier les peuples islamiques.

CHAPITRE II : LES OBJECTIFS

Le principe selon lequel le développement socioéconomique est l'un des principaux objectifs à atteindre à travers la promotion d'un secteur commercial ou industriel donné doit faire l'objet d'une continuelle révision. Ceci est d'autant vrai lorsqu'il s'agit d'un secteur multidisciplinaire, comme c'est le cas du tourisme culturel. Car l'élaboration d'un plan de mise en œuvre d'un quelconque projet touristique ne doit pas se limiter au côté technique de celui-ci ou se soucier uniquement de la mise en place des conditions matérielles nécessaires à l'investissement, loin s'en faut. En effet, il faut tenir compte aussi de l'esprit du projet, sans lequel celui-ci ne peut aboutir. Or l'esprit du projet est l'assise culturelle et intellectuelle sur laquelle toute la structure du projet sera érigée. Cette assise doit donc constituer un souci majeur pour les intervenants du secteur, ce qui n'est malheureusement pas le cas dans bon nombre de projets de tourisme culturel. Ces projets sont, la plupart du temps, voués à l'échec, soit parce que leurs promoteurs n'ont pas identifié les insuffisances qu'ils comportent, soit parce que ceux-ci n'ont pas le niveau intellectuel nécessaire, soit encore en raison du peu d'intérêt qu'ils accordent à cet aspect de la question qu'ils considèrent souvent comme une composante secondaire susceptible de se transformer en un obstacle à la réalisation de leurs projets.

Aussi est-il nécessaire que le présent projet de Stratégie accorde à cette assise culturelle l'attention qu'elle mérite en raison du rôle important qu'elle joue dans la concrétisation des objectifs suivants :

1. Présenter l'image authentique du pays d'accueil

La relation directe que le touriste entretient avec la destination touristique est l'une des questions qui doivent être prises en compte dans la gestion du secteur du tourisme, en particulier le tourisme culturel, étant donné que la présence du touriste lui fournit l'occasion de constater de près, voire de vivre les conditions sociales et culturelles de la population locale. Le touriste aura ainsi l'opportunité, dans le cadre d'une interaction quotidienne avec les habitudes et traditions des gens, de découvrir les monuments historiques du pays, de prendre connaissance du contenu de ses musées et de goûter à sa gastronomie. Il aura, de même, l'occasion d'assister aux festivals artistiques, découvrir les rites religieux des habitants, admirer leur savoir-faire artisanal et se rendre compte de leur niveau de vie. Tous ces éléments lui permettront de se faire une image intégrale du pays d'accueil, loin de l'image stéréotypée, parfois erronée, qui lui aurait été présentée dans son pays d'origine, surtout si les médias de ce pays adoptent une attitude hostile au pays d'accueil, avec tout ce que cela comporte comme interprétations où se mêlent le politique, l'ethnique et l'idéologique. Il ne fait aucun doute que le principal défi que le tourisme culturel doit relever est bien celui de changer l'image préfabriquée du pays d'accueil dans l'esprit et l'imaginaire du touriste par une autre image provenant de sa fréquentation directe du pays d'accueil. Certes, c'est un objectif à atteindre à long terme, notamment avec la croissance du nombre de touristes se rendant dans le pays concerné, d'autant que le pays aura acquis, au fil des années, une certaine expérience en matière de prestations de services touristiques, d'information, d'entretien et de réhabilitation de ses monuments historiques.

2. Rétablir la confiance dans le génie et l'identité islamiques

Les pays islamiques doivent retrouver leur confiance en leur génie créateur, incarné par toutes les réalisations architecturales qu'ils ont cumulées tout au long de leur glorieuse histoire. Ceci les incitera à prendre conscience de l'importance d'investir dans le tourisme culturel, **avec tout ce que cela implique en termes de préservation et optimisation des réalisations, mais aussi en termes de mise en place des infrastructures logistiques nécessaires à la commercialisation de leur produit touristique à l'échelle mondiale.**

Le manque de confiance d'un pays en son identité, voire sa méconnaissance de la valeur culturelle et historique de son patrimoine, ne peut que l'empêcher de penser à capitaliser sur ce patrimoine en tant qu'outil de développement et de communiquer avec les autres peuples du monde. Cela peut aussi l'amener à adopter des modèles de tourisme que la mondialisation impose à tous les peuples faibles et prédisposés, en raison de leur négligence de leur patrimoine culturel et civilisationnel. Mais ces modèles exogènes, qui n'ont aucun lien avec la mémoire et l'identité islamiques, sont irrémédiablement condamnés à disparaître car il s'agit de modèles standardisés que la mondialisation ne cesse de promouvoir, contrairement aux projets qui s'inspirent des valeurs symboliques de l'identité islamique. Ceux-là sont, en effet, appelés à perdurer et résister à toutes les tentatives d'oblitération et d'altération de notre authenticité.

3. Reconnaître aux pays islamiques en développement le droit de faire connaître leur patrimoine et leur génie créateur

Cette reconnaissance constitue un important acquis auquel les pays islamiques en développement peuvent prétendre pour peu qu'ils disposent d'une opinion publique en matière de tourisme qui soit influente et prête à faire le plaidoyer de leur patrimoine culturel et à œuvrer efficacement en vue d'obtenir le droit légitime de faire connaître mondialement leurs projets. Elle doit également être en mesure de participer effectivement à jeter les bases du dialogue civilisationnel, conformément aux chartes, déclarations et conventions internationales qui reconnaissent le droit de tous les peuples du monde de contribuer, à travers leur patrimoine culturel, à l'enrichissement de la civilisation humaine, comme le stipule la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle (2001) et la Déclaration islamique sur la diversité culturelle (ISESCO, 2004).

L'ambition des pays islamiques d'établir un dialogue civilisationnel équilibré, fondé sur la diversité et la pluralité, est la voie qu'ils doivent suivre pour commercialiser leur produit touristique culturel, lequel constitue l'incarnation vivante du génie islamique et s'exprime à travers le patrimoine culturel architectural et urbanistique des peuples islamiques, dont le rayonnement et l'esthétique s'étendent de l'Atlantique à l'Extrême Orient. Ce génie, n'est-il pas celui de notre religion islamique tolérante, ouverte sur les nobles valeurs embrassées par l'ensemble des peuples du monde épris de paix et de justice ? N'est-il pas aussi celui de la magnificence créatrice qui a puisé son rayonnement et sa crédibilité, tout au long de sa longue histoire, dans sa reconnaissance de l'Autre, dès lors que cet Autre était apte à ajouter une nouvelle pierre solidaire à l'édifice du savoir et de la civilisation humaine ? N'est-il pas ce

génie qui a permis, des siècles durant, à bon nombre de peuples réunis sous la bannière de l'Islam de développer les sciences, les arts, les lettres et les métiers divers avec la bénédiction et le soutien des sages musulmans, loin de tout sectarisme ou chauvinisme ? Les monuments islamiques dans le monde islamique ainsi que dans d'autres pays sont la preuve vivante de ce génie, fruit d'un brassage cognitif, social et civilisationnel qui procède des valeurs islamiques authentiques à travers lesquelles le touriste culturel acquiert la ferme conviction que les monuments culturels et historiques qui font la fierté du monde islamique ne sont pas la propriété exclusive de la Oumma islamique mais celle de l'humanité tout entière. Cet esprit d'ouverture et cette tendance à l'universalité sont l'un des secrets du génie de la Oumma islamique et font de celle-ci un exemple pour les autres peuples.

4. Exploiter le patrimoine islamique aux fins de communication civilisationnelle

Le présent projet de Stratégie vise, entre autres, à mieux sensibiliser les intervenants du secteur du tourisme au concept de tourisme culturel qui porte sur l'ensemble des composantes et relations permettant de convertir un pays islamique en un grand et riche produit culturel à même de susciter la curiosité matérielle et intellectuelle des peuples tant islamiques que non islamiques. Le tourisme culturel devient ainsi une forme avancée de communication culturelle, sociale et civilisationnelle qui rehausse la curiosité du touriste de la simple envie de découvrir, voie de consommer, à un niveau sublime, celui de l'assouvissement intellectuel et spirituel, dès lors que l'on réunit les conditions et les motivations de la commercialisation sage et rationnelle, conformément aux enseignements de notre religion, ainsi que les conditions de préservation et de réhabilitation des atouts culturels, historiques et géographiques des pays islamiques. On peut citer, à cet égard, les mosquées et les medersas, les musées et bibliothèques avec leurs collections les plus rares et les plus précieuses, les portes historiques, les murailles, les casbahs, les souks, ainsi que tout ce qui s'inscrit dans le cadre du patrimoine oral et symbolique incarnant le vécu quotidien, tels les arts vestimentaire et culinaire, les manifestations et célébrations à caractère civil ou religieux et tous les métiers dénotant d'une compétence et d'un savoir-faire créateurs.

5. Traduire sur le terrain le principe de coexistence

Nul doute que l'organisation, par exemple, d'une exposition islamique qui draine un grand nombre de touristes de différentes nationalités et races est une image réduite des capacités potentielles de coexistence entre les différents peuples de la Terre dans un lieu qui rayonne par sa gloire historique, ou dans un festival artistique qui reflète le caractère sublime du discours islamique. Pour les esprits faibles, cette coexistence est une situation transitoire ou temporelle. Mais en réalité, c'est un modèle de coexistence commune qui se concrétise de façon automatique et spontanée, sans contrainte aucune. En effet, dès lors que sont réunies les conditions d'interaction des valeurs communes, les individus et les groupes tissent spontanément des relations étroites et symbiotiques. Et c'est justement cette coexistence que vise à concrétiser le tourisme culturel, alors que la mondialisation œuvre à la détruire par tous les moyens technologiques sophistiqués dont elle dispose. L'interaction avec une manifestation artistique ou à l'intérieur d'un espace patrimonial peut cependant se

généraliser et se transposer sur les relations entre les peuples, tous domaines confondus, ainsi que sur l'ensemble des situations politiques ou religieuses dont la mauvaise gestion, en cette occurrence, peut transformer en une véritable bombe à même de saboter détonateur de contradictions et d'acharnements susceptibles d'éliminer toute possibilité de dialogue civilisationnel, surtout pour les pays en développement qui seront les premières victimes de ces déséquilibres factices.

6. Susciter une plus grande prise de conscience quant au rendement de l'investissement dans le secteur du tourisme culturel

Le but de l'élaboration d'une stratégie de développement du tourisme culturel dans le monde islamique est aussi de sensibiliser davantage les responsables de ce secteur à la nécessité d'inciter l'ensemble des composantes sociales, tant publiques que privées, à accorder une attention spéciale à la préservation de notre identité civilisationnelle islamique et de notre patrimoine et à la mise en valeur de notre esprit d'ouverture. Il s'agit aussi de les inciter à déployer des efforts matériels et logistiques accrus en vue de promouvoir le tourisme culturel à travers des plans de développement intégrés, fondés sur une vision bien claire, pragmatique et innovatrice. Ces plans doivent contribuer à la création de nouveaux domaines de développement et à l'établissement d'une communication équilibrée avec les autres peuples du monde. Ils doivent également permettre l'accès aux espaces culturels et touristiques de la mondialisation, dans le cadre de l'attachement à nos principes islamiques immuables. La mise à profit du développement enregistré dans ce domaine permettra à la civilisation arabo-islamique de disposer, en outre, de facteurs supplémentaires d'impulsion lui permettant d'occuper une place de choix à l'échelle mondiale en matière de tourisme, compte tenu de l'importance de son patrimoine qui devra, par voie de conséquence, favoriser son essor et la rehausser à un niveau avancé, en harmonie avec ses spécificités historiques et civilisationnelles.

7. Contribuer à la réalisation du développement durable

La Stratégie met l'accent sur le rôle que le secteur du tourisme culturel doit jouer en matière de développement, en contribuant à l'amélioration des conditions socioéconomiques des peuples islamiques. L'objectif de ce secteur s'accorde, en effet, avec l'ensemble des objectifs cités dans les précédents axes, lesquels visent, réunis, à développer les mécanismes permettant d'améliorer la vie économique, sociale et culturelle des peuples islamiques. Dans ce contexte, les experts internationaux sont unanimes à affirmer que le secteur du tourisme culturel est appelé à devenir un vecteur essentiel du développement durable. Ils insistent sur le rôle essentiel qu'il joue en matière d'importation de devises étrangères, de création d'opportunités d'emploi, de préservation du patrimoine culturel, de promotion de ce patrimoine auprès des touristes nationaux et internationaux, de mise en place d'instances culturelles concernées par la commercialisation du produit touristique culturel et, enfin, de renforcement des mécanismes d'intervention et de préparation. Or tous ces facteurs participent, de façon directe ou indirecte, à la réalisation d'un développement durable intégrant les différents domaines liés au secteur du tourisme culturel.

De fait, le tourisme culturel assume un rôle primordial dans la dynamisation du secteur économique. Il contribue à la réalisation du développement humain, d'autant que ce dernier doit continuellement diversifier ses sources. En d'autres termes, il est nécessaire de dépasser la conception traditionnelle du développement économique et de prospecter de nouveaux mécanismes devant permettre la réalisation de celui-ci, à l'instar d'autres pays qui ont pu ériger le tourisme culturel en une véritable industrie structurée et autonome et, partant, occuper une place avancée dans le commerce international. Les rapports de l'Organisation mondiale du Tourisme soulignent, à ce propos, que les recettes du tourisme représentent 11% de l'ensemble du PIB mondial, fournissant ainsi de l'emploi à quelque 200 millions de personnes, soit 8% de l'ensemble des opportunités d'emploi dans le monde.

Les acteurs économiques ont commencé à prendre de plus en plus conscience, au cours des dernières décennies, de l'importance de ce secteur. De par sa rentabilité, ce secteur fait l'objet d'une concurrence féroce et acharnée visant à attirer le plus grand nombre de touristes moniaux. Si l'Amérique et l'Europe, tant orientale qu'occidentale, et l'Asie de l'Est occupent le haut de la scène en matière d'attraction touristique, notamment au cours de ces deux dernières décennies, le Moyen-Orient est devenu, à son tour, l'un des pôles touristiques majeurs, avec environ 46 millions d'arrivées touristiques enregistrées durant l'année dernière, selon une enquête effectuée par *l'American Express Travel*. Ce chiffre est appelé à augmenter, à la lumière des investissements dédiés au secteur et qui devront transformer le Moyen-Orient, dans les prochaines années, en une principale destination du tourisme mondial. Paradoxalement, les situations de tension que connaît cette région en font un pôle d'attraction, en raison de la curiosité culturelle, civilisationnelle, sociale et religieuse qu'elle suscite partout dans le monde.

8. Le tourisme culturel : un outil pour affronter la déferlante de la mondialisation

Le tourisme culturel constitue une forteresse que les peuples islamiques, tout comme le reste du monde, doivent construire pour se protéger contre la mondialisation et le danger qu'elle représente pour les spécificités culturelles et civilisationnelles des peuples.

Il était donc normal que le projet de Stratégie de développement du tourisme culturel dans le monde islamique prenne en considération les risques inhérents à la mondialisation. Il ne s'agit pas, cependant, d'effectuer une rupture avec tout ce qui se rapporte à celle-ci, mais d'aboutir à la mise au point de plans et de stratégies mixtes permettant d'identifier et de disposer de tous les moyens économiques, techniques et de développement susceptibles de transformer les pays du monde islamique en un pôle solidaire et cohérent et disposant de tous les facteurs d'immunité lui permettant de tirer profit des avantages de la mondialisation tout en surmontant ses aspects néfastes, en particulier la faiblesse des moyens d'information islamiques qui ne favorisent pas le renforcement des liens d'entente et de coexistence entre les peuples islamiques, notamment les minorités musulmanes d'Asie, d'Europe et d'Afrique. Or aussi longtemps que cet obstacle perdurera, il sera difficile de parler des potentialités d'édification commune, que ce soit sur le plan de

l'économie ou de la culture, chose qui va à l'encontre des enseignements de notre noble religion qui préconise la coopération et la solidarité islamiques. C'est pourquoi il est permis de dire que la réussite des pays islamiques, grâce à leur cohésion, leur unité et leur apport dans les principaux domaines vitaux, en particulier la culture et le tourisme, à s'imposer au niveau international et à exploiter ce statut pour établir un dialogue civilisationnel équilibré, où il n'y aura ni vainqueur ni vaincu, permettra de mettre fin à la monopolisation du marché du tourisme culturel par les puissances hégémoniques. Cela permettra, par ailleurs, de lutter contre la commercialisation d'un produit culturel et touristique standardisé, visant à effacer la différence et la diversité, conditions sine qua non pour le développement de toute civilisation humaine sur une base participative où les dimensions religieuse, ethnique ou géographique sont effacées. La prise de conscience quant à l'importance du principe de la diversité culturelle en matière de tourisme implique que chaque partie doit être disposée à écouter l'autre sans préjugés ou idées préconçues qui favorisent l'esprit d'exclusion.

9. Le tourisme culturel : un substitut civilisationnel au tourisme classique

L'un des traits positifs du tourisme culturel est qu'il donne au concept de voyage une signification constructive et innovatrice. Considéré comme tel, ce tourisme devient un moyen pour échapper à la monotonie de la vie quotidienne et retrouver les plaisirs et l'intérêt que procurent les espaces géographiques et humains différents, ayant des spécificités culturelles distinctes où s'entrecroisent tous les éléments constitutifs de l'identité civilisationnelle du pays d'accueil. Qu'il s'agisse de sites archéologiques, d'art culinaire, d'us et coutumes, de rites religieux ou de manifestations artistiques, tous ces facteurs permettent au visiteur de savourer une sensation exceptionnelle de bien-être où s'entremêlent le spirituel et le matériel, la réflexion intellectuelle et l'intimité du vécu. Plus encore, cet état contribue à façonner le touriste type, que l'on peut considérer comme l'un des acquis majeurs du tourisme culturel. Ces concepts innovateurs, refaçonnés grâce au tourisme culturel, visent - surtout pour les peuples du monde islamique - à préserver les valeurs et constantes spirituelles suprêmes contre les méfaits du tourisme commercial qui représente une grave menace aux comportements des populations, à leurs biens culturels et, partant, aux fondements et principes même de l'identité islamique.

10. Gagner la sympathie de l'opinion publique internationale

L'un des principaux avantages que les pays islamiques d'accueil peuvent tirer de la multiplication du nombre de touristes provenant des quatre coins du monde est l'impression positive qu'ils peuvent laisser chez ces touristes qui, à leur tour, en feront l'écho à leur retour dans leurs pays. Cela permettra aux pays islamiques de construire une nouvelle image contraire à celle, standardisée ou dénaturée, véhiculée par certains médias occidentaux qui se sont toujours appliqués à présenter les pays islamiques comme des pays sous-développés, extrémistes et défenseurs du terrorisme. Il est incontestable que la bonne impression laissée chez les touristes contribuera, avec le temps, à façonner une autre opinion publique qui luttera contre les positions adoptées par l'Etat ou certains médias officiels contre tel ou tel autre pays islamique. Et si l'on admet qu'une bonne partie des touristes étrangers est

constituée d'hommes de culture, de science et d'affaires, nous pourrions alors mesurer l'influence que cette catégorie exercerait sur lesdits Etats afin de les amener, sinon à changer, du moins à corriger leurs positions partiales envers les peuples islamiques, surtout lorsque ces touristes sont issus d'organisations non gouvernementales, d'instances internationales ou de centres de décision ou sont reconnus d'un certain poids intellectuel, culturel ou artistique ou ayant une influence sur les moyens d'information. Gagner la sympathie de cette catégorie distincte de touristes devra donc être un des principaux enjeux du tourisme culturel.

11. Exploiter le tourisme culturel pour améliorer les conditions de vie

Outre le rôle que joue le tourisme dans le développement des peuples, il est un autre rôle auquel les responsables du secteur accordent peu ou prou d'attention. Il s'agit de la modernisation des sociétés en développement dont le tourisme constitue l'un des facteurs directs. En effet, la construction du secteur du tourisme exige, entre autres, la mise en place de mécanismes adéquats de nature à attirer le touriste étranger. Ces mécanismes doivent veiller à présenter le produit touristique dans une perspective islamique contemporaine, ouverte sur l'Autre, mais sans compromettre son essence civilisationnelle et culturelle ou porter atteinte à ses valeurs morales. Attirer les touristes ne doit pas, en effet, se faire au détriment des idéaux suprêmes et des attitudes morales conformes au message de notre noble religion et à nos traditions authentiques. Les mécanismes dont il est question dans ce contexte concernent la mise en place de toutes les infrastructures nécessaires, y compris toutes les compétences artistiques, techniques et administratives devant permettre au touriste de s'adapter facilement et spontanément à son nouvel environnement temporaire et avec les modes de vie du pays d'accueil. Ces mécanismes doivent toutefois être conformes aux normes et standards auxquels le touriste étranger est habitué dans ses voyages et qui sont devenus pour lui des principes indispensables à l'exercice naturel de sa vie quotidienne.

La prise de conscience par le pays d'accueil de la nécessité de moderniser et développer ces infrastructures traduit sa conception de la modernisation et sa conviction de la nécessité de mettre celle-ci en pratique. En d'autres termes, la modernisation souhaitée ne doit pas être un simple discours destiné à la consommation médiatique et occasionnelle et que l'on se contente souvent d'insérer de manière routinière et mécanique dans les programmes de travail des institutions de tutelle ou dans les circulaires des administrations concernées. Au contraire, le concept de modernisation doit être enraciné dans les mentalités et l'esprit des responsables en charge du tourisme, qui devront le considérer comme une nécessité culturelle et civilisationnelle dont la mise en pratique doit se faire parallèlement à la mise en place des mécanismes d'exécution et de suivi.

Par ailleurs, la stratégie de modernisation devrait probablement cibler l'ensemble des maillons de la chaîne à travers laquelle s'organisent les différentes étapes de l'attraction touristique, à commencer par l'étape de présentation des points d'attrait en tant que produit touristique mondial, jusqu'à celle de l'arrivée et du départ du tourisme du site touristique, en passant par toutes les autres étapes que nous pouvons résumer comme suit :

- La voirie du site

L'intérêt porté à ce maillon de la chaîne s'explique par le fait que bon nombre de sites touristiques, notamment les sites archéologiques se trouvant dans les quartiers marginalisés de villes inscrites sur la liste du patrimoine mondial, ou dans leur voisinage immédiat, souffrent de moult problèmes tels que la vétusté de la voirie, l'insalubrité, la faiblesse ou le manque d'éclairage, l'insécurité, le manque d'installations sanitaires ou encore l'absence d'alimentation en eau potable. Ces sites deviennent ainsi des antres où se rassemblent les dépravés et les sans-abri, suscitant ainsi chez le touriste un sentiment de désillusion, voire un choc, lorsque celui-ci se rend compte, surpris, de l'énorme écart entre les données théoriques obtenues dans son pays d'origine sur ledit site et la réalité dure et crue qu'il découvre sur place, ceci sans parler de l'impossibilité pour le touriste de profiter des services auxquels il est habitué dans ses visites à des sites semblables dans d'autres pays avancés. Cette question de modernisation de l'infrastructure se pose encore avec plus d'acuité lorsque les sites touristiques en question sont situés dans des zones reculées, telles les oasis ou les montagnes, qui attirent les touristes séduits par l'idée de découvrir des paysages et des sites de toute beauté, qui dégagent une vraie chaleur humaine, et qui, au lieu de cela, se retrouvent en fin de compte dans des lieux dépourvus des conditions minimales de confort et d'hospitalité.

Il est d'autant nécessaire d'admettre que le rôle pionnier que le tourisme culturel doit jouer est indissociable de la nécessité de moderniser les infrastructures, qui sont au cœur même du secteur. On ne peut parvenir cependant à ce degré de conviction qu'en modernisant les mentalités, chose qui ne peut se faire du jour au lendemain, mais à travers un plan d'action clair et une stratégie collective à laquelle participeront toutes les parties concernées directement ou indirectement par les questions de développement.

- La modernisation des comportements de la population

En parlant de la modernisation des infrastructures, il faut signaler que les bienfaits de la modernisation touristique ne se limitent pas à leur seule dimension matérielle et ne profitent pas uniquement aux bénéficiaires directs. Au contraire, ils touchent aussi la dimension morale représentée par le milieu social et les relations humaines interagissant avec les sites touristiques. En effet, la fidélisation et le retour régulier du touriste à certains sites reculés dans les oasis ou les zones montagneuses conduit, d'une façon ou d'une autre, à l'établissement de nouveaux types de communication avec la population qui pourra ainsi, à travers ce contact avec l'Autre, en l'occurrence le touriste, cumuler de nouvelles expériences et acquérir un savoir-faire nouveau dans différents domaines qui lui permettront de sortir de l'isolement dans lequel elle est confinée.

- Formation et qualification des guides touristiques

La Stratégie considère que le guide touristique est la pierre angulaire de tout processus de redressement des relations que le pays d'accueil entretient avec les groupes de touristes. Le guide touristique est la voix inhérente à tous les paysages que le touriste découvrira durant son séjour. En d'autres termes, il est l'œil par lequel le touriste voit et observe, et c'est au travers du guide que se décline la forme

d'intégration du touriste dans la vie quotidienne du pays d'accueil. En effet, le guide explique, analyse, nomme et identifie, faisant passer le touriste de l'histoire et la fonction d'une œuvre architecturale à ses composantes matérielles et esthétiques, puis fait le lien avec les traditions, coutumes, valeurs et rites de la population et la nature de son tissu social, avant de transiter aux produits et leurs matériaux, aux arts et leurs différents types. Son discours sera naturellement diversifié en fonction de la diversité des sujets, allant du général au particulier et inversement, selon le contexte. De même, les explications du guide différeront selon la culture et l'intérêt du groupe, ou son appartenance religieuse ou ethnique, ou la tranche d'âges des touristes. Le discours doit être donc taillé à la mesure de l'audience. A travers son apparence, sa conduite ou sa formation linguistique et culturelle, le guide devient lui-même l'archétype de la population et du milieu dont il est issu et au nom duquel il parle. Aussi doit-il être qualifié à entamer un dialogue intégré, fondé sur l'acceptation de l'Autre et le respect de sa différence et de sa diversité culturelles. Car pendant toute la durée où il assurera le contact avec les touristes dont il a la charge, il sera le représentant du pays d'accueil et de la spécificité du site. Plus encore, c'est à lui qu'incombe la mission de débarrasser l'image du pays de toutes les imperfections et les carences ancrées dans l'esprit de l'Autre. En d'autres termes, il doit maintenir, pendant toute la durée de sa mission, un discours vigilant et veiller scrupuleusement, à travers celui-ci, à réfuter toutes les idées négatives ou préconçues que l'Autre aurait sur le pays d'accueil. Et plus la durée et la longueur du circuit sont longs, plus le guide doit être en mesure de redynamiser ses connaissances cognitives et linguistiques car, en définitive, le but ultime de sa mission n'est-il pas de transmettre un message convaincant, tant dans le fond que dans la forme.

Les parties concernées ont conscience de l'importance du rôle assigné au guide touristique dans ce dialogue éventuel. Aussi est-il naturel qu'elles veillent à la structuration et la réglementation du métier de guide touristique. Il s'agit de le faire passer d'un stade qui fût pendant longtemps emprunt d'anarchie et d'improvisation à un stade réglementé par un régime administratif et institutionnel clair. Cela ne veut pas dire pour autant que le premier stade est définitivement franchi, car le fait est que beaucoup de questions et de problèmes ont besoin d'être résolus, en particulier la nécessité d'améliorer les conditions sociales des citoyens. Car en l'absence d'opportunités d'emploi, associée à l'aggravation de l'analphabétisme et les dérives comportementales dues à la pérennité des disparités sociales, le métier de guide touristique sera toujours un refuge pour les contingents d'intrus n'ayant aucun lien avec ce domaine ni avec cette fonction, sachant que ces derniers contribuent de façon directe à la déformation de l'image de leur pays. Par leur comportement, ils confirment aussi l'image négative ou les préjugés déjà présents dans l'esprit de certains touristes sur le pays et la communauté d'accueil. Ce comportement sera exploité alors par l'Autre comme matière médiatique dans le but de ternir encore davantage l'image de ce pays et de cette communauté. Il incombe donc aux autorités chargées du secteur de mettre fin, en toute urgence, à ce phénomène chronique et complexe que certaines parties n'hésitent pas à encourager en raison du profit rapide qu'elles en tirent. De même, il faudra veiller à motiver les guides officiels et leur assurer la formation continue dans tous les domaines du savoir en rapport avec leur métier, notamment l'histoire et la civilisation islamiques et celles des peuples du

monde. Il faudra aussi les doter de la documentation qui leur facilitera la tâche, tant celle relative aux projets touristiques programmés par les autorités compétentes que celle relative aux nouvelles lois et réglementations régionales ou internationales relatives au secteur.

CHAPITRE III : DOMAINES DU TOURISME CULTUREL

Le tourisme culturel se distingue par la pluralité et la diversité de ses domaines et constitue, de ce fait, un centre de croisement et d'interaction de l'ensemble des actions entreprises dans la vie créative, artistique et sociale d'un peuple. La culture, dans son acception moderne, est l'expression de toutes les actions qui reflètent les constituants de l'identité intellectuelle, spirituelle et civilisationnelle des individus et des groupes à un moment particulier de leur histoire et dans un lieu déterminé. Elle peut donc être observée à travers les différents types d'architecture, dans l'art, les lettres et les sciences ainsi que dans les formes d'expression esthétique et créative, en plus des arts culinaires et des habitudes vestimentaires. De même, la culture se reflète dans les us et coutumes sociales, les manifestations et les rites religieux, ainsi que dans les festivals culturels, les métiers et industries traditionnels et les techniques traditionnelles d'agriculture et d'élevage. Les principaux domaines du tourisme culturel peuvent être ainsi résumés comme suit :

1. Le tourisme religieux

La dimension religieuse occupe une place de choix dans le tourisme culturel. Elle est généralement associée au côté spirituel de l'individu et reflète l'attachement de l'âme humaine à sa foi, dans sa quête transcendante du sublime, loin des préoccupations matérielles dictées par les exigences de la vie quotidienne qui risquent d'empêcher le croyant d'emprunter la voie de la quiétude spirituelle et l'amènent, en conséquence, à négliger l'exploration et la réconciliation avec soi-même.

Il ne fait aucun doute que le tourisme religieux assume un rôle capital dans la consolidation des liens d'affection, de fraternité et de solidarité sociale non seulement entre les peuples du monde islamique, mais aussi entre tous les peuples du monde. Compte tenu du grand nombre des lieux d'activité spirituelle de par le monde, tels les mosquées, les églises et les sanctuaires appartenant aux différentes religions célestes, la visite de ces lieux est devenue une nouvelle destination du tourisme culturel. L'affluence sur ce type de tourisme s'est accrue au cours des dernières décennies, motivée par une plus grande prise de conscience religieuse, simultanément avec le repli des courants matérialistes dont les idées utopistes n'ont pas pu apporter à l'homme la sérénité spirituelle et sociale qu'elle recherche. Avec l'éveil de la foi partout dans le monde, de nombreux sites religieux ont commencé à retrouver leur vitalité et leur dynamique, devenant ainsi des espaces de dialogue intellectuel et spirituel commun. Le pèlerinage aux lieux saints de l'islam et l'accomplissement de la O'mra (petit pèlerinage) constituent, dans ce contexte, les exemples les plus nobles du tourisme religieux islamique et le plus prisé des musulmans.

D'autre part, en raison de l'éveil religieux que connaît le monde en général, et le monde islamique en particulier, et compte tenu de l'importance que revêt désormais le tourisme religieux dans la consolidation des liens spirituels et sociaux, les experts estiment que le tourisme religieux est, plus que tout autre type de tourisme, appelé à devenir le principal vecteur du tourisme culturel et un pilier majeur de l'économie sous-régionale

et régionale. Il est donc impératif que tous les pays islamiques concernés accordent une attention particulière aux sites religieux connus pour leur rayonnement religieux et spirituel, et des efforts assidus doivent être déployés en vue d'assurer leur réhabilitation car ils peuvent renforcer leur pouvoir d'attraction. Il convient de saluer, à cet égard, les expériences pilotes entreprises par certains pays qui ont réussi la gestion de leurs projets entrant dans le cadre du tourisme religieux, notamment en fournissant des prestations de qualité aux visiteurs. Ces expériences doivent être partagées dans le cadre de la solidarité islamique et culturelle et ce, afin que les Etats membres dépourvus de ressources et de savoir-faire technique puissent en tirer profit.

2. Le tourisme des sites historiques

a) Dimension civilisationnelle :

Les sites et monuments historiques comptent parmi les principaux éléments du tourisme culturel. Ces trésors qui font la fierté de tous les peuples sont aussi le meilleur témoignage qu'une nation peut apporter sur son histoire et sa civilisation. Une civilisation dépourvue de références en matière de monuments historiques ne peut se prévaloir d'une quelconque crédibilité. Il en est de même pour toute nation reconnue comme ayant un pauvre patrimoine architectural et culturel et ce, quelle que soit sa puissance industrielle ou technologique ou son influence économique et financière. De même, la richesse matérielle et technique dénuée de tout fondement spirituel et culturel authentique n'a aucune valeur. Or la civilisation islamique, qui se distingue par la richesse de sa culture et de son patrimoine ainsi que ses nobles valeurs à dimension universelle, est à même de fournir un précieux apport à la civilisation humaine, comme elle l'a toujours fait depuis l'avènement de l'Islam.

Les sites et monuments historiques islamiques, que ce soit en Andalousie - que nous pouvons, tout au moins sur le plan historique et culturel, considérer comme une partie intégrante du monde islamique -, en Afrique du Nord, au Moyen et au Proche-Orient, ou encore en Extrême Orient, sont la meilleure preuve de la grandeur et de l'étendue du rayonnement de la civilisation islamique. Ils resteront, pour le tourisme culturel futur, les lieux d'attraction par excellence des touristes du monde entier, toutes religions, croyances et races confondues, soucieux de découvrir le génie et la grandeur de notre civilisation islamique dont l'apport à la civilisation humaine est de nature à réfuter toutes les allégations tendancieuses dont elle fait l'objet. A travers la visite de ces sites et monuments, ces touristes reconnaissent la magnificence de cette civilisation qui a servi de tremplin entre les cultures antiques et la Renaissance européenne et qui a, ainsi, su protéger ces cultures et civilisations antiques contre la disparition et l'oubli. En ayant joué ce rôle protecteur au profit des civilisations assyrienne, babylonienne, égyptienne et grecque, la religion islamique, de par sa tolérance, a contribué à maintenir ces civilisations vivantes jusqu'à ce que l'Occident, qui croupissait dans l'obscurité médiévale, les redécouvre. De fait, l'Occident n'aurait pu être le prolongement des civilisations antiques n'était-ce cette grande renaissance culturelle menée par le génie islamique à travers son interaction féconde avec ces civilisations. Sans oublier les valeurs intellectuelles, scientifiques et morales de notre noble religion grâce auxquelles ces peuples ont pu s'affranchir de l'ignorance et du sous-développement dans lesquels ils pataugeaient alors. La

fierté que la Oumma tire de ses monuments historiques n'a d'égal que son attachement aux préceptes suprêmes qui furent, de tout temps, le creuset où ces connaissances se mêlent et s'entrecroisent et aux valeurs devant lesquelles le touriste type ne peut qu'en reconnaître la portée humaine et civilisationnelle.

b) Profil des touristes :

Les sites touristiques culturels attirent une catégorie spéciale de touristes qui se distinguent par une curiosité cognitive et culturelle qui les pousse à aller à la découverte des origines des civilisations humaines et des spécificités culturelles qui ont permis l'édification de ces monuments et contribué à leur pérennité à travers les différentes civilisations successives. Le touriste épris des sites historiques possède généralement un capital de connaissances qui lui permet de percer leurs mystères culturels et esthétiques. Il a également la capacité de comparer, scientifiquement et techniquement, ce qu'il aperçoit et ce qu'il retient dans sa mémoire, celle-ci se distinguant souvent par la richesse des observations visuelles qu'elle emmagasine et des textes documentaires et explicatifs correspondants.

Par conséquent, ce type de touriste recourt, dans sa prise de contact avec les sites et monuments historiques, à ses connaissances sur l'histoire autant qu'à ses observations directes pour distinguer l'authentique de l'artificiel. En d'autres termes, il est à l'abri des effets médiatiques qui ont la malencontreuse tendance de mélanger, distordre et falsifier. Ce type de touriste, qui est un touriste modèle par rapport à d'autres qui appréhendent négativement la culture patrimoniale, n'est assujéti à aucune autorité idéologique obsédée par le désir de consacrer des stéréotypes négatifs sur tout ce qui se rapporte à l'héritage civilisationnel islamique. Aussi juge-t-il les monuments historiques loin de toute considération ethnique ou religieuse, et son appréciation des monuments de la civilisation égyptienne antique, par exemple, viendra donc confirmer le respect qu'il voue aux monuments de la civilisation islamique, chrétienne ou bouddhiste, tout en s'inscrivant dans le cadre de son appréciation de son propre patrimoine culturel et civilisationnel.

c) Composants des sites historiques :

- Les cités islamiques antiques : dépositaires principales des sites touristiques

ASans rentrer dans les détails des sites historiques dont regorge le monde islamique, nous nous contenterons de quelques modèles vivants de cités antiques et médinas, qui possèdent d'énormes richesses culturelles et patrimoniales. Il suffit d'évoquer le nom d'une cité islamique séculaire pour que surgisse dans nos esprits toute une liste de sites et monuments sur lesquels les touristes affluent de toutes parts pour admirer avec vénération leur grandeur et percer leurs mystères culturels et artistiques qui traduisent le génie de leurs concepteurs ou bâtisseurs et confèrent à ces monuments un rayonnement universel et en font un patrimoine civilisationnel de l'humanité entière. Ces cités, que l'on peut considérer, ainsi que leur environnement, comme de grands musées vivants, ouverts et dont la matière est constamment renouvelée, offrent aux visiteurs tant locaux qu'étrangers le plaisir inégalable de découvrir la beauté de leurs vieilles mosquées, écoles et forteresses, des bains traditionnels

(hammams), des murailles et portes historiques et des bazars qui conservent, encore aujourd'hui, tout leur charme. Mais on ne peut évoquer ces sites sans parler de l'adresse et du savoir-faire technique de leurs concepteurs et bâtisseurs qui ont su mettre en valeur toute la beauté et toute la magnificence de ces monuments. Ce qui suscite cependant l'admiration du touriste visitant les différents sites touristiques du monde islamique, c'est cette prodigieuse habileté de l'artisan, incarnation du génie islamique qui a la capacité de transformer le bois, le plâtre, le marbre et le verre en des œuvres d'art où le savoir-faire des architectes se combine à celui des artisans pour donner naissance à des ouvrages d'art et des figures architecturales d'une beauté mirifique. Dans ces œuvres, le bois, le plâtre, le marbre, le zellige et autres matériaux de construction interpellent le regard et l'esprit de l'observateur et de l'admirateur pour leur rappeler que ces pièces sont le produit de gens qui songeaient davantage à perpétuer leur œuvres que leurs noms, en œuvrant à transformer celles-ci en éléments patrimoniaux historiques et esthétiques à même de transcender les âges et les civilisations. Plus encore, ces œuvres, qui s'inspirent de sources artistiques et civilisationnelles diverses, nous transportent du stade de l'admiration esthétique à celui de la contemplation intellectuelle des différents messages spirituels symboliques qu'elles véhiculent. Car la précision des dessins et des formes et la symétrie des lignes donnent la conviction au touriste connaisseur en lectures comparatives que ces œuvres s'inspirent d'un référentiel aussi spirituel qu'esthétique, entouré de mystères et de symboles. L'on peut également souligner, dans ce même ordre d'idées, l'emploi remarquable des techniques de construction des aqueducs pour la distribution de l'eau, grâce auxquels ces sites étaient un point d'attrait pour les populations qui pouvaient y exercer en toute quiétude leur vie quotidienne normale.

- Les cités islamiques antiques, symboles de tolérance et de dialogue civilisationnel

Les cités islamiques antiques ne se distinguent pas seulement par la beauté de leur architecture et l'aménagement intelligent de leurs espaces, ou par l'habileté et le savoir-faire de ceux qui ont façonné les éléments en plâtre, en bois, en marbre ou d'ornementation qu'elles contiennent. Leur importance majeure réside, en effet, dans leur mémoire historique, caractérisée par l'ouverture et la tolérance humaine, intellectuelle et religieuse. Tout au long des siècles qu'elles ont vécus, ces villes ont démontré leur capacité à favoriser un brassage constructif entre différentes populations appartenant généralement à des races et ethnies différentes et qui ont trouvé dans la religion islamique le refuge idéal. Cette réalité a stimulé leur créativité dans tous les domaines, faisant de ces villes un exemple de coexistence civilisationnelle et humaine. En fusionnant ainsi, en un seul creuset, leur culture locale avec les autres cultures, ces cités - témoins de la richesse de l'expérience histoire islamique - ont joué un rôle primordial dans le brassage et l'interaction des différentes cultures, favorisant ainsi la mise en place d'un cadre commun qui a permis à ces villes de contribuer au processus civilisationnel humain. Le tourisme culturel doit donc tirer profit de cette richesse, de sa pluralité et de sa diversité, tant culturelle qu'artistique, pour mettre en évidence la dimension civilisationnelle humaine de ces villes et y promouvoir le tourisme. C'est justement la philosophie du programme des capitales de la culture islamique que l'UNESCO s'attelle à réaliser.

- Les capitales de la culture islamique

Le Programme des capitales de la culture islamique, mis en œuvre par l'UNESCO, comporte d'autres dimensions qui vont au-delà du secteur de la culture pour englober d'autres secteurs qui profitent des retombées positives des célébrations prévues dans le cadre dudit Programme. Le secteur du tourisme est, bien entendu, l'un de ces secteurs, si ce n'est celui qui profite le plus de l'activité culturelle et artistique intense que ces villes connaissent dans le cadre de ces festivités.

L'expérience a montré, au cours de ces dernières années, que les capitales de la culture islamique et arabe sont devenues la destination favorite de toutes les personnes concernées par la culture, les arts et autres champs du savoir et de la créativité. Grâce aux programmes et activités de célébration, ces capitales ont attiré un public nombreux tant de l'intérieur que de l'extérieur du pays dont la capitale est célébrée, contribuant ainsi à accroître le rayonnement de celui-ci et à créer une dynamique touristique susceptible d'être exploitée en vue de promouvoir son image ainsi que ses spécificités civilisationnelles, sans compter le développement de l'infrastructure touristique qui en découle et la mise en valeur de la beauté de ses monuments.

La célébration de ces capitales ne limite pas à leur histoire, leurs grandes figures ou leurs monuments historiques et civilisationnels. Vu que le tourisme culturel est l'un des piliers de la dimension culturelle du développement durable, cette célébration devient aussi l'occasion de promouvoir les atouts culturels et touristiques du pays. L'objectif de la présente Stratégie étant de promouvoir le tourisme culturel dans le monde islamique, la contribution fructueuse du programme des capitales de la culture islamique à la dynamisation du tourisme dans ces capitales est une preuve quant à la nécessité de poursuivre la mise en œuvre de ce programme et de renforcer son rôle dans le développement du tourisme culturel dans les Etats membres.

3. L'écotourisme

Ce type de tourisme réconcilie l'individu avec la nature dont il s'est éloigné à cause des contraintes de la vie quotidienne dans des villes qui - par la force des choses - exercent sur lui une violence systématique et sont devenues pour lui une sorte de prison impitoyable et inhumaine, quel que soit l'endroit où il se trouve. De fait, il n'y a pas de différence entre une ville et une autre, qu'elle soit en Asie, en Europe, au Moyen Orient, en Afrique ou en Amérique, sauf peut-être au niveau de l'intensité des klaxons, de la pression démographique, de l'envahissement du béton, de la domination de la machine, ou encore du manque d'espaces verts. Tous ces facteurs font de l'inhalation de l'air pur un instant exceptionnel dans la vie du citoyen et font que la simple vue d'un gazon naturel nous fait penser aux vacances tant attendues et suscite en nous l'envie de contempler les paysages naturels, tels les montagnes, les vallons et les déserts, au lieu de les voir uniquement sur les écrans de télévision ou les peintures murales.

Le tourisme environnemental se distingue des autres types de tourisme culturel par la diversité des plaisirs qu'il procure, tels que la chasse, soumise évidemment à une

réglementation rigoureuse, la pêche, ou encore l'alpinisme, la plongée sous-marine qui permet d'admirer la beauté du corail et la vie animale marine. Citons aussi le plaisir que procurent les randonnées en forêt, qui permettent de découvrir et d'admirer la faune et la flore du milieu. L'on sait que le réchauffement climatique, induit par la surexploitation par les pays avancés des ressources naturelles de lieux connus naguère pour leur préservation de l'équilibre écologique, a contribué de façon sensible à la multiplication et l'aggravation des catastrophes naturelles, lesquelles ont laissé des millions de morts et de sans-abri et détruit maisons, champs et forêts. Les organisations et institutions mondiales spécialisées ne cessent de sonner l'alarme, mettant en garde contre les dangers qu'entraîne la négligence continue du rôle vital que joue la préservation de l'environnement ainsi que son impact sur l'avenir de l'humanité et de tous les êtres vivants. Elles insistent également sur la nécessité de déployer davantage d'efforts pour juguler les excès commis dans ce domaine et mobiliser de plus en plus de défenseurs de l'environnement. De même, elles prônent la redécouverte de la beauté de la nature en encourageant les touristes à visiter les endroits non encore pollués, où la nature vierge conserve encore son équilibre humain, culturel, végétal et animal.

Les pays islamiques sont, plus que toutes les autres nations, doivent assumer la responsabilité de protéger l'environnement et donner un sens moral à la relation existant entre la nature et l'homme, tout en encourageant ce dernier à jouir de ses fruits et à exploiter rationnellement ses ressources en vue de réaliser un développement équilibré, conformément aux enseignements de notre religion en la matière.

Le développement poursuivi par le touriste environnemental, dans sa dimension islamique, est un développement rationnel et noble, fondé sur la solidarité créative, c'est-à-dire l'identification des moyens appropriés et responsables à même d'assurer la réalisation de l'équilibre écologique ainsi que la protection de tous les aspects de la vie terrestre, aquatique et marine. Il est donc nécessaire, à cet égard, de former et qualifier les cadres dans ce domaine et de soutenir les associations œuvrant à encre dans l'esprit de la population, en particulier, les jeunes générations, les valeurs de préservation de l'environnement. Le développement durable peut également tirer profit des projets des promoteurs des stations touristiques en milieu rural et dans les régions montagneuses, maritimes et désertiques qui représentent souvent des espaces idéaux pour la création de réserves naturelles multifonctionnelles à même d'attirer les touristes étrangers.

La présente Stratégie souligne donc la nécessité pour les Etats membres d'intégrer le tourisme environnemental dans leurs plans de développement, en ce sens que c'est à travers celui-ci que se reflète et se mesure leur contribution à la lutte contre la dégradation catastrophique de l'environnement. Il reflète également leur vigilance face aux ambitions destructrices des multinationales qui ne cessent d'exploiter à outrance les ressources naturelles, où qu'elles se trouvent, ainsi que le degré d'intérêt qu'ils accordent au tourisme culturel ainsi que leur progrès en matière de promotion de ce type de tourisme tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des villes. Le Dieu Tout-Puissant a gratifié les pays islamiques d'une diversité géologique et environnementale comportant tout ce qui est de nature à faire le bonheur du touriste,

tant local qu'étranger, qui a ainsi le loisir de choisir entre montagnes, déserts, plages, plaines, rivières ou fleuves, bref autant de sites qui procurent au touriste la quiétude et la sérénité, loin du vacarme assourdissant des villes.

Il convient de noter ici que c'est un bien heureux hasard que ce soit l'ISESCO qui assure la coordination des efforts, des politiques et des plans des Etats membres en matière d'environnement à travers les conférences islamiques des ministres de l'environnement. Celles-ci offrent, en effet, l'opportunité de sensibiliser les décideurs à la nécessité d'inclure les éléments culturels et touristiques dans leurs politiques et plans.

4. Le tourisme thérapeutique

Le tourisme thérapeutique est considéré comme un prolongement du tourisme environnemental, vu qu'il est souvent associé à des lieux naturels situés près des sources des rivières, des côtes maritimes, des montagnes et des oasis.

Ce type de tourisme culturel est devenu tout aussi attrayant pour les investisseurs dans ce secteur que les autres domaines, suscitant ainsi un accroissement de l'offre de par le monde, en particulier dans les pays islamiques qui se prévalent, grâce à des conditions écologiques, géologiques et climatiques appropriées, d'un nombre considérable de stations connues pour leurs propriétés thérapeutiques avérées.

En effet, pour les personnes souffrant de maladies qui n'ont pu être guéries par la médecine conventionnelle, les sources d'eau thermale, de par leur teneur en minéraux et en soufre, représentent une alternative efficace. Ces malades, dont la majorité est imprégnée de la culture de l'interaction du corps et de l'esprit avec la nature, cherchent à mettre à profit les éléments naturels pour se régénérer corporellement et spirituellement. Ces sources d'eau thermale, riches en gaz rares et en minéraux lourds, associés à l'air pur des zones montagneuses, à la quiétude des déserts ou à la chaleur des sables, constituent le remède efficace contre les maladies du corps et de l'esprit.

L'Occident a découvert le tourisme thérapeutique depuis de nombreux siècles, probablement à cause de sa relation directe avec la santé de l'homme. Devenu une nécessité incontournable, ce tourisme, outre le fait qu'il soit peu onéreux, n'a aucun contre-effet sur la santé de l'homme ; bien au contraire, il l'aide à se débarrasser de certaines maladies. Compte tenu de grand nombre de sources thermales en Europe, en particulier l'Europe centrale, les pays concernés en tirent grandement profit afin de renforcer leur place sur le marché mondial du tourisme et ce, en développant une véritable industrie thérapeutique naturelle et en œuvrant à la transformer en un produit touristique culturel à même de susciter l'intérêt des promoteurs touristiques qui sont prêts à investir dans le domaine. De fait, grâce à la qualité des prestations qu'elles offrent, aux compétences de leur personnel et à la modernité de leurs installations, ces sites ont gagné en importance au point de concurrencer les cliniques proprement dites, voire les supplanter.

Les pays arabes et islamiques ne sont pas moins pourvus que le reste du monde, Dieu les ayant gratifiés, pour la plupart, de nombreux sites thérapeutiques naturels

d'une grande diversité, que l'on peut considérer comme un capital matériel et symbolique. Certains se classent parmi les sites thérapeutiques mondiaux sur le plan des services et de la commercialisation touristique, sans compter l'importance de leur rentabilité économique. Ceci nous amène, dans le cadre de la présente Stratégie, à inciter les parties compétentes dans les Etats membres à accorder une attention accrue au tourisme thérapeutique et ce, en procédant à l'aménagement et l'équipement sites thermales supplémentaires répondant aux standards internationaux, afin d'attirer davantage de touristes et gagner le pari de la compétitivité régionale et internationale dans ce domaine. Il s'agit aussi de mettre au point des cartes touristiques relatives à ces sites et d'œuvrer à la promotion des qualités thérapeutiques de ces derniers.

5. Le tourisme des conférences

Grâce à sa rentabilité spéciale, et compte tenu aussi des activités scientifiques et intellectuelles qui lui sont associées, le tourisme des conférences, dans son acception la plus large, occupe une place de choix parmi les différents types de tourisme culturel auxquels la Stratégie accorde une importance majeure. Les pays islamiques accueillant et organisant avec succès les conférences en tirent un grand bénéfice en matière de promotion du tourisme culturel. Or tout pays islamique peut, dans ce cadre, se construire une réputation mondiale tant au niveau islamique qu'international, car la faveur d'accueillir les grandes conférences comporte plus d'un avantage. En effet, cela favorise :

- a) **Son classement** comme pays jouissant de la sécurité et de la stabilité, loin des conflits sociaux ou politiques qui conduisent, souvent, à la violence et la contre-violence. Il est, en effet, hors de question de risquer la vie des conférenciers en organisant ces événements dans pays où prévaut une situation politique ou sociale qui menace à tout instant d'exploser ou, tout au moins, de perturber le déroulement normal desdits événements ;
- b) **Son classement** parmi les pays spécialisés dans la question objet de la conférence. Car la dimension symbolique de l'accueil de la conférence par le pays hôte ne réside pas seulement dans la capacité de celui-ci à mettre en place les conditions techniques, organisationnelles, logistiques et matérielles nécessaires au succès de la conférence, mais aussi dans sa capacité à contribuer à l'enrichissement des documents et des travaux de celle-ci ainsi qu'à l'orientation des débats dans les séances tant plénières qu'à huis clos, grâce au savoir-faire théorique et technique de ses représentants ;
- c) **Son classement** parmi les pays habilités à organiser et abriter les grandes conférences, du fait qu'il répond à toutes les conditions logistiques et humaines nécessaires à la bonne marche naturelle des travaux, allant des premières étapes de préparation - qui pourront s'étaler sur des mois - jusqu'à la clôture de la conférence et le retour des conférenciers dans leurs pays respectifs. Il convient de rappeler que l'organisation des conférences est désormais soumise à des critères internationaux où les conditions technologiques, techniques et scientifiques, logistiques et de services sont interdépendantes et ne doivent souffrir d'aucune carence ou erreur ou faire

l'objet d'improvisation. Les pays islamiques, qui ont conscience de la portée symbolique de l'organisation des conférences internationales et régionales, se sont appliqués à renforcer leurs capacités dans ce domaine afin de rehausser ce type de tourisme au niveau requis. Dans ce contexte, il suffit de considérer la longue liste des conférences organisées avec succès dans bon nombre de pays islamiques et arabes tout au long de l'année et portant sur différentes questions économiques, commerciales, culturelles et techniques, pour juger de l'intérêt spécial dont ce type de tourisme bénéficie chez les responsables du secteur.

Pour la promotion du tourisme des conférences, et compte tenu de l'expérience et de l'expertise que les pays islamiques et arabes ont cumulées dans ce domaine, la présente Stratégie propose d'inviter les Etats membres à accroître les efforts qu'ils déploient pour passer du stade local au stade sous-régional et régional. Ce passage est une nécessité absolue d'autant que les groupements régionaux sont devenus la caractéristique majeure de l'époque, supplantant ainsi les initiatives locales qui, quel que soit leur niveau de performance, sont appelées à s'effacer devant l'avancée fulgurante des initiatives groupées imposées par les centres de décision mondiaux. La présente Stratégie propose donc une nouvelle orientation sous forme d'initiatives participatives fondées sur la proposition groupée des projets bien pensés et susceptibles d'attirer les hommes d'affaires internationaux et de les convaincre de tenir leurs conférences et réunions dans les pays islamiques. Ces propositions, qui doivent cependant s'inspirer des questions fondamentales et urgentes préoccupant l'opinion publique tant islamique qu'internationale, peuvent être résumées comme suit :

- ◆ Les conférences visant à promouvoir le dialogue des civilisations et à redresser l'image de l'Islam et des musulmans ;
- ◆ Les conférences portant sur les **technologies modernes**, notamment les technologies de l'information et de la communication ;
- ◆ Les conférences sur le **réchauffement planétaire**, la désertification et les ressources en eau ;
- ◆ Les conférences internationales concernées par l'examen des **opportunités d'investissement dans le monde islamique** dans les domaines commercial, industriel et agricole ;
- ◆ Les conférences traitant des **problèmes liés à l'immigration**, qu'elle soit intellectuelle, technique, médiatique ou populaire ;
- ◆ Les conférences sur les **droits de l'homme** ;
- ◆ Les conférences traitant des **mécanismes de préservation et de promotion du patrimoine** aux fins de développement durable, ainsi que les conférences axées sur les **mécanismes et techniques d'organisation des grandes manifestations** culturelles, touristiques ou autres.

L'intérêt que la présente stratégie accorde à ce type de tourisme culturel procède de la nécessité de sa mise à niveau afin qu'il soit en mesure d'affronter la compétitivité

internationale en la matière et d'attirer une catégorie qualitative de touristes et d'investisseurs internationaux susceptibles d'injecter des quantités considérables de devises étrangères dans les caisses des pays d'accueil, tout en contribuant à l'amélioration de l'image médiatique de celui-ci sur la scène internationale, ce qui représente le meilleur profit que peut tirer le pays concerné de ce secteur.

Mais, pour atteindre cet objectif, une attention spéciale doit être accordée à la qualification des cadres spécialisés dans le domaine de la gestion et de l'organisation des conférences, devenues pendant ces dernières décennies une partie intégrante de l'industrie du tourisme culturel.

Citons, à titre d'exemple, l'Association internationale des organisateurs de conférences (MBA) dont le nombre d'adhérents dépasse les 24.000 membres, appartenant à 160 secteurs dans le monde et dont la fonction est d'offrir leurs services aux instances concernées par l'organisation des conférences touristiques. Une bonne partie de ces membres sont titulaires de diplômes qui les habilitent à porter le nom d'organisateur accrédité (CMB). Les plus chanceux parmi eux obtiennent le diplôme supérieur (CMM), en vertu duquel ils sont classés au rang d'organiseurs professionnels et ont la charge d'organiser les grandes conférences internationales. Il convient de saluer, à cet égard, l'expérience pilote d'un certain nombre de pays arabes et islamiques en la matière, que la Stratégie recommande de généraliser et de mettre à profit pour la mise en place d'une plate-forme médiatique pour les Etats membres et ce, à travers la conception d'un guide électronique dans le domaine du tourisme des conférences, qui présentera aux touristes et aux personnes intéressées tous les détails afférents au tourisme culturel et ses différents constituants.

6. Le tourisme des festivals

Si le tourisme patrimonial, des expositions et des conférences, le tourisme religieux, thérapeutique, environnemental ou autre filière du tourisme culturel se distingue par l'attraction de catégories spécifiques de touristes locaux et étrangers, le tourisme des festivals se distingue, lui, par le fait qu'il draine toutes les catégories de touristes, indépendamment de leur centre d'intérêt.

En effet, les festivals, qui se distinguent par leur cachet artistique et culturel ainsi que par leur côté récréatif, assorti souvent de programmes variés d'animation réalisés par des stars, constituent une occasion exceptionnelle pour se délasser et échapper aux contraintes de la vie quotidienne. Aussi est-il normal que l'organisation de festivals soit la tendance générale dans tous les pays qui voient dans le tourisme culturel un moyen essentiel pour enrichir leur patrimoine artistique, intellectuelle et culturelle ainsi qu'un vecteur essentiel du développement économique et une manière de mettre en exergue leur stabilité. Il suffit, à cet égard, de consulter la liste des festivals cinématographiques et artistiques annoncés annuellement par les pays arabo-islamiques pour se rendre compte de la place qu'occupe ce type de tourisme dans leurs plans et programmes. En effet, il n'y a pas de ville arabe ou islamique qui n'organise des dizaines de festivals artistiques ou de manifestations culturelles visant à faire connaître la performance et la créativité artistiques de la ville ou du pays.

Toutefois, sans entrer dans les détails de la teneur et du contenu de centaines de festivals musicaux et artistiques devenus une préoccupation touristique majeure pour les institutions et instances touristiques et culturelles chargées de mettre au point les programmes d'animation et de distraction dans le monde islamique, nous ne pouvons négliger certains aspects relatifs au contenu et qui sont incompatibles avec les spécificités de l'identité islamique, en dépit du rôle qu'ils jouent dans la dynamisation du secteur sur le plan tant culturel et médiatique que du développement. A cet égard, la présente Stratégie propose un point de vue fondé sur les éléments suivants :

Premièrement : son évaluation de la conjoncture actuelle que vit le monde islamique, laquelle appelle, en général, une plus grande vigilance afin d'éviter toute assimilation de valeurs susceptibles d'exercer un pouvoir destructeur sur les civilisations humaines séculaires sous prétexte d'intégration dans le courant de la mondialisation. Les vecteurs de l'art, notamment les festivals, constituent probablement les canaux les plus dangereux et ce, en raison du pouvoir séducteur qu'ils exercent sur les individus, surtout si ceux-ci manquent d'immunité intellectuelle et culturelle.

Deuxièmement : sa conviction quant à la nécessité de mettre à profit tous les atouts artistiques et patrimoniaux de la civilisation islamique dans l'organisation de festivals touristiques concordant avec ses spécificités et n'étant pas en contradiction avec les nobles valeurs esthétiques et artistiques prônées par toutes les civilisations antiques. L'objectif principal est de mettre en place un cadre commun pour l'organisation des festivals artistiques à travers la création de deux instances consultative et exécutive, entre autres mécanismes de mise en œuvre de la présente stratégie. La mission de ces instances est d'élaborer une liste exhaustive des principaux festivals organisés par les Etats membres et répondant aux critères précités, aux fins de sélectionner parmi eux ceux qui méritent le soutien matériel et moral et œuvrer à les commercialiser sur le plan international à travers tous les mécanismes médiatiques et promotionnels disponibles, le but étant de les présenter monde en tant que modèles de festivals touristiques compatibles avec les valeurs islamiques authentiques.

Toutefois, cela ne traduit nullement une quelconque volonté de discréditer les autres festivals, mais plutôt le souci de protéger et préserver nos acquis culturels et patrimoniaux contre les dangers de la mondialisation. Il convient de souligner, à cet égard, que le produit touristique et culturel réussi, en cette phase historique critique, est celui qui parvient à faire valoir sa particularité, sa différence et sa diversité par rapport aux autres produits standardisés et unidimensionnels, conçus de façon systématique ou mécanique à des fins de consommation rapide et temporaire, loin de toute considération culturelle, créative ou esthétique fondée sur un référentiel civilisationnel.

7. Le tourisme des foires et expositions

a) Mise en place d'une nouvelle plate-forme pour les foires et expositions islamiques internationales

Les foires et expositions comptent parmi les domaines clés que la présente Stratégie propose d'adopter pour la mise en œuvre de ses orientations tant sur le plan régional que

sous-régional, à l'instar des pays avancés qui accordent une attention particulière aux foires et expositions. Celles-ci sont, dans ce contexte, considérées comme un outil essentiel pour faire connaître les réalisations des pays participants, en particulier le pays d'accueil, dans les différents domaines scientifique, culturel, technique et du marketing. C'est également à travers les foires que le pays organisateur affirme son implication effective dans la dynamique des grandes réalisations civilisationnelles, passant ainsi du stade de la consommation pure et simple à celui de la production.

Or si les foires occupent désormais une place importante sur la scène internationale, formant désormais une partie intégrante des techniques de promotion du tourisme culturel, les pays islamiques sont appelés, aujourd'hui et plus que jamais, à tirer profit de l'expérience qu'ils ont cumulée, des années durant, à travers leur participation positive aux foires et expositions nationales, régionales et internationales. Aussi doivent-ils procéder à l'élaboration de plans participatifs pour la conception de nouvelles techniques d'organisation de foires et expositions islamiques de grande envergure et à dimension universelle, qui soient en mesure de gagner le pari de la compétitivité internationale. D'autant que les pays islamiques sont, plus que tout autres, ceux les mieux habilités à assumer un rôle pionnier dans ce domaine, **compte tenu de la richesse et de la diversité de leur patrimoine** devenu, au cours des dernières décennies, le centre d'intérêt des médias internationaux et des instituts d'études sociologiques et industrielles.

b) Programmes d'action des foires islamiques :

Ces programmes doivent œuvrer à atteindre les objectifs suivants :

- ◆ Mettre en évidence la diversité et la pluralité qui caractérisent la civilisation islamique ;
- ◆ Faire connaître la performance créative des Etats membres à travers la qualité des produits qui font leur renommée ;
- ◆ Echanger le savoir-faire entre les spécialistes du marketing ;
- ◆ Mettre au point de nouvelles techniques de commercialisation des produits des Etats membres :
- ◆ Mettre en place de nouvelles structures d'investissement et de développement multidisciplinaires et multidirectionnelles, destinées à renforcer la coopération et la solidarité entre les pays islamiques ainsi qu'avec d'autres pays amis ;
- ◆ Présenter l'image authentique de la Oumma islamique en tant que nation à même de contribuer à l'édification civilisationnelle commune à travers sa promotion continue et responsable des nobles valeurs enseignées par notre sainte religion, laquelle glorifie le savoir et le travail et promeut le dialogue équilibré et la tolérance constructive.

8. Le tourisme des anciennes routes religieuses et commerciales :

a) Signification historique et civilisationnelle

La réflexion relative à l'élaboration de plans de réhabilitation des anciennes routes commerciales islamiques constitue, en soi, l'un des acquis majeurs du tourisme

culturel arabo-islamique. En effet, la commémoration renouvelée de ces voies est synonyme à la fois de célébration des composantes de la personnalité et de l'identité arabo-islamique et des traits de cette personnalité connue pour son esprit d'ouverture et sa capacité d'enrichir les initiatives de développement local et régional à travers l'échange de l'expertise et des expériences avec les autres peuples. L'humanité tout entière a constamment besoin de se remémorer les significations historique, culturelle et civilisationnelle que les routes commerciales ont gravé dans sa mémoire, en particulier celles relatives aux principes d'entente, de coexistence et de solidarité. Ces routes ne furent pas, en effet, de simples chemins de traverse, mais des routes d'interaction participative multidimensionnelle et multifonctionnelle qui leurs ont permis de préserver leur rayonnement des siècles durant. L'on peut donc dire qu'elles constituent des exemples à suivre, ayant déjà donné la preuve de leur efficacité dans l'établissement et le renforcement des liens de communication non seulement au sein d'un même peuple, mais aussi avec les peuples voisins et les contrées lointaines. Il est évident que les chemins suivis par des tribus et des races différentes conduisent inéluctablement celles-ci à la recherche d'une langue commune et unifiée à même d'assurer la compréhension, la coexistence et l'échange de l'expérience culturelle et du savoir entre elles. Une langue commune ne signifie pas, dans ce contexte, la langue de communication verbale, mais plutôt sa portée symbolique incarnée par les comportements, les valeurs, les objectifs et les desseins communs. Autant de concepts dont l'importance et la priorité vont au-delà du simple entendement linguistique pour signifier la recherche d'intérêts communs dont l'élément central est le commerce, avec tout ce que cet élément comporte à son tour comme composantes essentielles, dont on peut citer à titre d'exemple :

- Les anciennes routes commerciales, symboles de paix et de communication

Le succès de tout projet commercial passe nécessairement par la mise en place des conditions de paix et de sécurité requises, qui sont à la base de la construction et de la solidarité sociale et humaine. Autrement, les ambitions commerciales, qui sont par essence tournées vers le développement, se trouveront en prise avec les conflits et le déchirement destructeurs et de soi-même et de l'Autre.

Mais cela ne signifie pas les anciennes routes commerciales étaient constamment parsemées de fleurs, tant s'en faut. En effet, les conflits de caractère et les divergences des intérêts individuels et collectifs ont été, et continueront d'être, un caractère intrinsèque de la nature humaine égocentriste qui, en particulier dans ces cas chroniques, refuse d'entendre l'Autre ou d'admettre le bien-fondé de son opinion sur la mise en œuvre d'un quelconque projet social ou civilisationnel conjoint. Mais ces cas restent isolés et passagers et leurs effets ne tarderont pas à se dissiper, laissant la place aux systèmes et valeurs ancrés dans l'histoire. C'est le cas notamment des anciennes routes commerciales qui ont su résister aux mutations politiques et géographiques et se forger ainsi une image séculaire et vivace dans la mémoire de l'humanité. Il convient d'exalter, dans ce contexte, l'esprit de paix et de sécurité qui a régné tout au long de la route du Pèlerinage vers *Al Bayt al-Haram*, tant avant qu'après l'Islam, et ce, grâce à la foi sincère et profonde des pèlerins, cette foi

qui leur prohibait de commettre les pêchés et d'entreprendre toute action incompatible avec l'esprit du voyage spirituel pour lequel les pèlerins sacrifiaient ce qu'ils avaient de plus cher pour mériter la bénédiction divine, conformément à la parole du Tout-puissant : «**Nous fîmes de la Maison un lieu de visite et un asile**» (Al-Baqara ; 125).

- Les anciennes routes spirituelles et commerciales, symboles de l'esprit d'échange culturel

Si l'esprit de paix et de coexistence constitue le trait distinctif des anciennes routes, ce n'est pas parce que celles-ci étaient d'accès facile, mais plutôt parce qu'elles incarnaient une grande réalisation civilisationnelle qui n'aurait pas pu voir le jour sans une assise culturelle harmonieuse et très avancée, à laquelle toutes les parties concernées ont contribué en investissant commercialement dans ces routes. N'oublions pas que le voyage des caravanes, qui s'étalait sur des semaines, voire des mois, et rassemblait une multitude de personnes d'horizons culturels et religieux divers, était une véritable structure sociale mouvante, régie par des valeurs, des principes et des compétences artisanales et intellectuelles fondées sur des référentiels culturels et spirituels qui permettaient aux individus et groupes de tisser des relations sociales entre eux. En d'autres termes, les conditions, tant subjectives qu'objectives, qui permettaient l'accomplissement de ce voyage étaient une sorte d'école ouverte qui permettaient aux voyageurs d'échanger leurs modes de vie réciproques et d'acquérir les connaissances et les expériences nécessaires à leur communication. L'on sait que les caravanes commerciales et religieuses à destination de la Mecque se rassemblaient, déjà bien avant l'avènement de l'Islam, dans trois grands souks célèbres dans la mémoire historique par leurs dimensions culturelle et commerciale, à savoir les souks d'Okaz, de Mujnah et de Zhul Majaz, à travers lesquels les pèlerins effectuaient leurs échanges culturels, commerciaux et sociaux en attendant la saison du pèlerinage. La principale constatation à faire dans ce contexte concerne le doute qui s'était emparé des croyants concernant la compatibilité de l'exercice du commerce dans ces souks avec le message du Prophète, n'était-ce la révélation du verset suivant : «**Ce n'est pas un péché que d'aller en quête de quelque grâce de votre Seigneur**» (Al-Baqara ; 198).

b) Modèles de routes religieuses et commerciales

Il convient de rappeler que les routes du pèlerinage menant à la Mecque se classent parmi les plus anciennes routes en raison de la diversité des points de départ, surtout après que le Message du Prophète eut atteint l'Asie, le Sud-ouest européen, l'Afrique du Nord et l'Afrique centrale, contribuant ainsi à l'apparition d'une multitude de chemins enchevêtrés qui, tout en traversant terres, mers, déserts et montagnes, débouchaient tous sur une seule et même destination : la Mecque ou la Sainte Mosquée.

Dès lors, nous sommes convaincus de la nécessité d'accorder l'attention à toutes ces routes en raison du rôle pionnier qu'elles ont joué par le passé dans le développement du tourisme culturel. Cette nécessité se reflète dans le document de référence élaboré par l'ISESCO sur la redynamisation des routes africaines, asiatiques et maghrébines du pèlerinage, lequel s'inscrit dans le cadre des

mécanismes de mise en œuvre de la stratégie de développement du tourisme culturel. Nous nous limiterons néanmoins à la Route africaine du Pèlerinage qui nous semble être un exemple pertinent, en ce sens que la Route de la Soie, qui s'inscrit également dans le cadre de la présente stratégie, comprend une bonne partie des chemins subsidiaires intrinsèques à la Route africaine du Pèlerinage.

- L'exemple de la Route africaine du Pèlerinage

L'intérêt que porte la Stratégie de Développement du tourisme culturel dans le monde islamique à la Route africaine du Pèlerinage, qui date du Moyen âge, s'inscrit dans le cadre de l'identification objective des principaux domaines et mécanismes susceptibles de permettre l'activation de ses orientations. Or ceci ne peut se faire qu'à travers un référentiel réunissant les conditions d'authenticité spirituelle et patrimoniale admises unanimement par les Etats membres et la communauté internationale. Ce référentiel doit également être à même de contribuer aux réalisations et mutations civilisationnelles islamiques et présentes et à venir.

La Route africaine du Pèlerinage, qui s'étend de l'Atlantique à la Mer Rouge, était le pont religieux, culturel et civilisationnel qui reliait l'Afrique aux Moyen et Proche Orient à travers l'ensemble de pays qui forment la ceinture soudanaise. Les voyages réguliers partant de ces différents pays pour la Mecque, ainsi que pour visiter le tombeau du Prophète (PSL), étaient l'espace idéal pour le rapprochement et l'union des peuples dans un état exceptionnel de communication intellectuelle, culturelle et commerciale où cours de laquelle s'échangeaient les expériences et les savoir-faire et s'élargissaient davantage les perspectives de coexistence, le tout dans le cadre d'un brassage transcendant les frontières géographiques et les appartenances ethniques.

L'espoir ou le rêve de visiter la Kaaba étant l'ambition suprême de tout musulman, il concernait toutes les catégories sociales, les pauvres comme les riches, ainsi que toutes les compétences intellectuelles, scientifiques, artistiques et professionnelles composant le tissu social islamique. Aussi la Route du Pèlerinage fût-elle également le lieu d'interaction de toutes les formes de communication intellectuelle, spirituelle et civilisationnelle, notamment pour ce qui est de la transmission des connaissances. En effet, nombreuses étaient les idées, valeurs et coutumes, sans compter les manuscrits scientifiques et intellectuels, qui passaient de l'Orient vers l'Occident à travers ce mouvement incessant des masses de pèlerins. Comme l'affirment les chercheurs spécialisés dans la délimitation des routes du pèlerinage, la route africaine se distinguait par la diversité des points de départ des pèlerins, selon la compatibilité de la voie choisie avec leurs attentes culturelles, sociales et commerciales.

- La Route africaine du Pèlerinage comme cadre d'activation du tourisme culturel

L'évocation du climat général dans lequel s'accomplissent les rituels du voyage à travers cette route nous permet d'en déduire un certain nombre de conclusions d'une très grande importance, à savoir :

Premièrement : cette route constitue un domaine de recherche sur le terrain, d'études académiques et de documentation historique, religieuse, sociale et patrimoniale. En tant que telle, elle permet aux chercheurs d'identifier les éléments agissant en faveur du rapprochement entre les différents peuples et de l'établissement des liens d'entente et d'entre-connaissance entre ceux-ci, de même qu'elle permet de tirer les enseignements qui s'imposent des valeurs de solidarité, d'entraide et d'unité, du dialogue fondé sur la nécessité d'accepter et de respecter l'Autre, ainsi que d'autres valeurs qui doivent susciter notre fierté.

Deuxièmement : cette route contient des éléments à même de lui permettre de se perpétuer sous forme de pratiques culturelles et civilisationnelles de la vie quotidienne que la Oumma islamique a grand besoin de retrouver, conformément aux conditions historiques actuelles et loin des divergences politiques factices qui élargissent le fossé entre les peuples voisins, voire au sein d'un même peuple et, partant, réduisent les opportunités de planification participative de toute action de développement régionale ou sous-régionale.

Troisièmement : Tirant profit des deux conclusions précédentes, la Stratégie considère la Route africaine du Pèlerinage comme un cadre pilote pour la mise en œuvre d'un nombre important de projets participatifs dans le domaine du tourisme culturel au niveau du monde islamique, auxquels les pays de la ceinture soudanaise, au même titre que les autres pays islamiques, peuvent contribuer. Ces projets peuvent être réalisés à travers les mécanismes définis dans le document de référence relatif aux routes africaine, asiatique et maghrébine du pèlerinage précitées. L'idée est d'œuvrer à ressusciter l'ensemble des composantes et des spécificités géographiques, historiques et civilisationnelles des routes du pèlerinage et de les actualiser, le but étant de les rehausser par la suite au rang de produit touristique culturel mondial, à l'instar de l'expérience de la Route de la Soie.

- La Route de la Soie

La Route de la Soie est un projet civilisationnel qui s'inscrit dans le cadre du tourisme culturel. Son caractère transfrontalier en fait un projet englobant une multitude de peuples et de nations appartenant à diverses ethnies et croyances et s'étendant de l'Orient à l'Occident. Ce projet est destiné à redynamiser la communication civilisationnelle créative entre une multitude de valeurs, d'us et de coutumes régies par des référentiels culturels et civilisationnels divers.

C'est le géographe allemand Von Richthofen qui a donné à cette voie au XIX^e siècle l'appellation qu'on lui connaît aujourd'hui. Mais il n'empêche que cette fonction remonte au deuxième siècle av. J-C., et c'est elle qui a provoqué le brassage et l'interaction de civilisations antiques grandioses, telles les civilisations chinoise, perse, grecque, indienne et romaine, lesquelles avaient interagi ensuite avec la civilisation islamique, notamment après le XVIII^e siècle.

La Route de la Soie est considérée comme la plus importante des routes commerciales antiques. Elle était le cordon ombilical qui liait la Chine avec

l'Asie du Sud et de l'Ouest, l'Europe et l'Afrique du Nord. Compte tenu des grandes quantités de soie transportées à travers cette voie, il était naturel que ce chemin porte, entre toutes les autres marchandises, le nom de ce produit particulier qu'il véhiculait. Les VII^e et VIII^e siècles étaient l'âge d'or de cette voie qui avait atteint l'apogée de son développement, avec l'augmentation du volume des importations de la Chine, notamment à partir de l'Occident et de l'Asie Centrale d'où elle importait les monnaies en or et en argent, les oiseaux rares, les vêtements et les bijoux, ainsi que les arts musicaux et culinaires et les danses. Ses exportations couvraient, outre la soie, le papier, les imprimeries, les ustensiles en céramique ainsi que la dynamite et les boussoles. Parallèlement aux échanges commerciaux et économiques, l'échange des connaissances et des compétences intellectuelles et professionnelles ont également connu une grande évolution, en ce sens que la Route de la Soie représentait également une voie de dialogue. N'est-ce pas, en effet, grâce à cette Route que le bouddhisme a atteint les provinces voisines, suivi du zoroastrisme, du confucianisme, puis du judaïsme, du christianisme, de l'Islam, mais aussi des doctrines gnostique et soufie ? L'on peut donc affirmer que la Route de la Soie est la voie historique qui liait non seulement l'Orient et l'Occident, mais aussi les religions entre elles. Elle fût un facteur décisif dans le développement des relations entre ces deux pôles, ainsi que la base sur laquelle se sont construits les valeurs et les traditions et ont été conclu les accords commerciaux et politiques ayant servi de matrice à la vision moderniste que le monde adopta ultérieurement dans la gestion des affaires commerciales, économiques et administratives entre les nations et les peuples.

Il convient de rappeler que la longueur de cette route équivaut au quart de la circonférence du globe terrestre. Depuis 2100 ans, son point de départ se situe dans la région chinoise de Xi'an, considérée comme le carrefour des routes secondaires de la Chine septentrionale. Le tronçon le plus difficile est celui qui traverse le désert du Takla-Makan. De là, la route se divise en **deux voies**, l'une passant par les grandes régions de Balkar Kubitschek et l'Europe de l'Est, puis l'Ile de Qurm, en passant par la Mer Noire, la Mer de Marmara puis les Balkans pour se terminer à Venise. Quant à la seconde voie, elle travers le Turkménistan, le Khorasan, la Mésopotamie, le Kurdistan, l'Anatolie puis Antioche et la Grande Syrie, avant de rejoindre la Méditerranée puis l'Egypte.

La route méridionale de la soie a, quant à elle, été inaugurée au début du premier siècle avant l'ère chrétienne. Celle-ci passe par l'Afghanistan, l'Ouzbékistan et l'Iran, avant d'atteindre Alexandrie.

On peut également citer le chemin conduisant à Chatt al-Arab (Raâs al-Khalij) à travers le Pakistan et Kabul, en Afghanistan, ainsi que la voie maritime menant en Iran et à Rome.

Outre cette route commerciale civilisationnelle, il existe d'autres routes commerciales qui ont contribué, à leur tour, à la communication civilisationnelle entre les peuples, notamment la route de l'or, la route du sel, etc.

- Les voies commerciales de la Péninsule arabique

Cet exposé sur les routes commerciales antiques nous amène à évoquer la Péninsule arabique qui comprend les voies antiques les plus célèbres au niveau international et qui remontent au troisième millénaire av. J-C., comme l'affirment les écrits assyriens qui lient le lancement des routes caravanières dans cette région à la domestication du dromadaire, outil essentiel des mouvements caravaniers. Les principales marchandises que ces caravanes transportaient étaient les suivantes :

Le parfum et l'encens qui provenaient par voie maritime des villes côtières de l'Inde et de l'Afrique du Nord, **la résine** en provenance de Dhofar, au Sud d'Oman, transportée ensuite aux fins d'échange dans des zones et villes telles que le Nord de la Péninsule arabique, la Mésopotamie et la Grande Syrie, dans le cadre de ce qu'on appelait jadis le voyage de l'hiver et de l'été, périple cité dans le Livre Saint : «**A cause du pacte des Quraïch, de leur pacte (concernant) les voyages d'hiver et d'été**» (Quraïch ; 1-2). Ce voyage s'est poursuivi après les conquêtes islamiques pour ne prendre fin qu'avec l'apparition des nouveaux moyens de transport qui, de par leur nature même, ont conduit à la création de nouvelles voies.

Ces caravanes, qui se sont poursuivies de façon ininterrompue pendant de nombreux siècles, ont contribué de façon directe et efficace à l'essor de la région à tous les niveaux. Elles ont également contribué à l'expansion des groupements humains et l'établissement de nombreuses villes, de même qu'elles furent un facteur essentiel dans la consécration des coutumes sociales et des valeurs spirituelles islamiques réglementant les relations des musulmans entre eux et avec les autres peuples.

Il convient de noter que l'intégration de la femme dans la vie commune comptait parmi les conséquences majeures des voyages de l'hiver et de l'été, car la femme se distinguait par sa forte présence dans la vie sociale accompagnant le mouvement caravanier. Elle assumait, en effet, une grande partie des fonctions organiques liées au déroulement normal de la vie familiale. Elle s'était également distinguée dans les ateliers de tissage, de filature et de manufacture des tissus utilisés dans la fabrication des tentes, des vêtements, des couvertures et des voiles utilisés tant par la famille qu'à des fins de troc. Tous ces facteurs l'ont donc habilité à jouer, à travers le temps, un rôle important en matière de développement.

9. Le tourisme des sites archéologiques

Ce type de tourisme intéresse en particulier les chercheurs et experts en archéologie ainsi que les historiens qui, de par leur spécialité, s'intéressent à tout ce qui peut jeter la lumière sur les vérités historiques ou géologiques que recèlent les sites archéologiques, d'une part pour enrichir les connaissances acquises jusqu'alors et, d'autre part, pour corriger les erreurs scientifiques éventuelles. Ceci est d'autant vrai que les pays du monde islamique regorgent de sites pleins de mystères, dont il faut poursuivre l'exploration et l'étude circonspecte sur le terrain. Aussi les sites

archéologiques possèdent-ils une valeur exceptionnelle sur le plan patrimonial du fait qu'ils incarnent une mémoire humaine collective qui doit être entretenue et préservée. Ces sites sont généralement soit déjà découverts, soit en cours d'exploration, soit inscrits comme futurs projets de recherche et de fouilles.

Si la Stratégie se félicite de l'attention que beaucoup de pays islamiques accordent à leurs sites archéologiques, notamment sur le plan des infrastructures et des services, elle n'en déplore pas moins la négligence dont ils font l'objet dans certains autres pays islamiques. Ces sites, étant dans des espaces ouverts, qu'ils soient proches des villes ou dans des zones reculées, s'exposent aux fouilles anarchiques et au pillage. Ils peuvent aussi se situer au cœur des plans d'urbanisation ou de développement routier, ce qui les condamne à la disparition et, partant, conduit à la perte d'une partie significative de la mémoire patrimoniale et de l'humanité. Les problèmes qui entravent leur visite dans ces cas de figure se résument comme suit :

- ◆ Le mauvais état des routes les desservant ;
- ◆ L'insuffisance des installations sanitaires et autres services que réclament les touristes ;
- ◆ L'absence de protection sécuritaire permettant de protéger le touriste contre les imprévus auxquels il peut être exposé.

Ces carences s'expliquent par le fait que ces sites n'ont pas probablement été inclus dans les circuits touristiques locaux à cause du faible nombre de visiteurs, ou n'apparaissent pas sur les cartes touristiques parce qu'ils ne remplissent pas les conditions d'accueil, ce qui perturbe l'équilibre du secteur et réduit son rayonnement pour le pays soucieux de renforcer sa compétitivité touristique. De fait, le développement du tourisme ne peut s'accomplir selon une vision parcellaire s'intéressant à un domaine touristique spécifique au détriment des autres domaines. Au contraire, il doit s'inscrire dans le cadre d'un plan global qui aborde le secteur en tant que domaine intégré sans distinction aucune entre ses différentes composantes.

Comme pour bon nombre de domaines du tourisme culturel relatifs aux sites historiques et monuments civilisationnels, le Comité du patrimoine islamique, créé par l'UNESCO pour assurer la documentation, l'entretien et la préservation de ces sites, aura un rôle décisif à jouer dans le renforcement de la contribution du tourisme des sites archéologiques, en parallèle avec les autres composantes du secteur, dans la promotion du tourisme culturel et du processus de développement de façon globale.

CHAPITRE IV : MÉCANISMES ET DISPOSITIFS DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME CULTUREL DANS LE MONDE ISLAMIQUE

Il convient de souligner tout d'abord que le présent chapitre est le prolongement naturel des précédents chapitres, en ce sens qu'il comporte un grand nombre d'instruments proposés pour la réalisation de certains objectifs susmentionnés dans le cadre de la discussion des domaines et objectifs du tourisme culturel. Aussi, le présent chapitre, qui s'articule autour des mécanismes de mise en œuvre, ne constitue-t-il qu'une forme de synthèse de ce que la Stratégie a traité dans les chapitres précédents, en particulier le Chapitre Trois.

Le second point qu'il faut souligner concerne la **nécessité pour les Etats membres de mettre en place des structures institutionnelles organiques et administratives** qui se chargeront de l'élaboration de plans communs délimités dans le temps et l'espace. La mission de ces structures sera d'activer les propositions centrales formulées par la Stratégie, car l'absence de ces structures provoquera la perte d'opportunités d'action participative sur laquelle la Oumma islamique place ses espérances, surtout en cette phase critique que traverse le monde au début du troisième millénaire.

Les mécanismes de mise en œuvre de la Stratégie s'appuient sur deux éléments concomitants. Le **premier élément** concerne la reconnaissance des efforts énergiques déployés par de nombreux pays arabes et islamiques pour la promotion du secteur du tourisme culturel. A cet égard, la Stratégie se félicite des progrès concrets réalisés par ces pays sur le plan national et international, tant en matière d'intégration du secteur dans le tissu général de leur économie qu'au niveau de leur capacité à le rehausser au niveau de produit à même d'affronter la compétitivité sur le marché mondial et, partant, d'attirer les capitaux régionaux et étrangers. Elle se réjouit, en outre, des progrès accomplis sur le plan du développement des infrastructures et de la formation des cadres administratifs chargés de la supervision du secteur, conformément aux normes internationales en vigueur. Il ne fait aucun doute que l'expérience pilote de ces pays en la matière est digne d'appréciation et de considération, car elle contribue efficacement à la réhabilitation de la civilisation islamique afin qu'elle puisse assumer sa mission civilisationnelle universelle fondée sur l'ouverture, la tolérance et le dialogue constructif.

Le **second élément** autour duquel s'articule la Stratégie est la nécessité impérieuse d'adhérer à des programmes participatifs globaux, étant donné que l'action participative est le véritable moteur de toute proposition avancée dans le cadre de l'identification des mécanismes de mise en œuvre. Il est évident que les efforts déployés par les pays islamiques pour la promotion du secteur du tourisme culturel exigent un échange communicationnel entre eux sur le plan technique et informationnel. Cet échange contribuera à l'établissement d'une assise solide et adaptée, caractérisée par la pluralité et la diversité de ses éléments culturels et patrimoniaux, matériels et immatériels, qui permettra à ces pays de relever le défi que représente le développement des projets de tourisme culturel. Il contribuera

également à l'acquisition de l'expertise nécessaire pour faire face aux défis imprévus qui peuvent survenir, tant sur le plan intérieur que sur la scène internationale. En effet, ces défis risquent de balayer les acquis péniblement cumulés, surtout lorsque les pays n'ont pas conscience des dangers de la déferlante mondialisation, laquelle menace d'engloutir les minorités isolées qui manquent de profondeur géographique et stratégique susceptible de les protéger contre ce courant dévastateur.

L'on peut dire qu'en dépit du grand intérêt que la Stratégie accorde au rôle national et à celui que chaque pays peut assumer à titre individuel dans la planification de la politique de promotion du secteur du tourisme culturel, il y a lieu de souligner que l'efficacité de ce rôle sera limitée, voire insuffisante, dans la mesure où celui-ci ne prend pas en considération la spécificité de la conjoncture civilisationnelle actuelle, caractérisée par la tendance aux groupements régionaux et sous-régionaux. En effet, en l'absence de tels groupements, il sera difficile de réaliser une quelconque action cohérente susceptible de faire face aux éventuels défis, quels qu'ils soient. Or la culture de la solidarité et du partenariat entre les pays du monde islamique devient une exigence, à la lumière des risques, apparents ou latents, qui guettent le monde islamique et qui ne cessent de croître au cours des dernières décennies. Cette solidarité et ce partenariat seront, pour le monde islamique, le phare qui lui éclairera spirituellement et matériellement le chemin chaque fois qu'il s'agira d'élaborer un projet culturel ou économique, et notamment le projet de développement du tourisme culturel.

La Stratégie propose donc, conformément à cette conviction, un programme d'action assorti de ses mécanismes d'exécution, fondé sur le principe de la planification participative. Ce programme ne peut cependant être mis en œuvre au niveau des Etats membres islamiques s'il n'est pas réalisé au préalable au niveau national. Il est, en effet, impossible pour un quelconque Etat islamique de s'engager dans une initiative participative en matière de tourisme culturel s'il ne dispose pas des connaissances scientifiques et techniques relatives à l'ensemble des questions permettant d'assurer le succès d'une expérience déterminée dans ce domaine. Aussi la Stratégie considère-t-elle que se sont les résultats positifs obtenus individuellement par chaque pays islamique qui constituent, en vérité, l'assise solide de toute expérience participative à laquelle un groupe de pays islamiques contribueront ensemble sur le plan régional ou sous-régional. L'on peut, dans ce sens, considérer l'expérience locale comme un atelier de travail, voire un laboratoire, pour étayer et enrichir l'expérience islamique participative par les innovations et les réalisations accomplies ce domaine. Il convient de rappeler, à cet égard, que la mise au point de tout programme participatif émane de la conviction objective quant à l'importance de la valeur ajoutée de la contribution des pays participants et de leur rôle dans le succès des programmes et projets proposés.

Ainsi, l'activation de la Stratégie de développement du tourisme culturel dans le monde islamique exige-t-elle une série de mesures qui ne peuvent être mises en œuvre que par la conjugaison des efforts de toutes les compétences administratives et organisationnelles concernées, des gouvernements et des ministères de tutelle aux conseils municipaux régionaux et aux autorités locales, en passant par les secteurs

public et privé, les acteurs locaux, les organisations de la société civile, sans oublier les chercheurs universitaires, les académiciens, les experts, les bureaux d'étude et les entreprises d'aménagement habilitées à fournir les moyens permettant d'actualiser le programme d'action proposé ci-dessous, assorti de ses mécanismes de mise en œuvre, à la lumière de ce qui a été détaillé dans les trois précédents chapitres du présent projet de Stratégie.

1. Projet de Programme d'action :

Celui-ci comprend :

- L'adoption du secteur du tourisme culturel comme vecteur de la communication civilisationnelle

Comme indiqué précédemment, le programme d'action de la présente Stratégie met l'accent sur la nécessité de promouvoir le secteur du tourisme culturel en le plaçant parmi les priorités essentielles qui déterminent les orientations internes et externes des Etats membres. Ce secteur est, en effet, considéré comme l'un des moyens clés de renforcement de la communication et de la solidarité entre les peuples de la Oumma islamique, mais aussi avec les autres peuples du monde et ce, sur les bases d'un dialogue civilisationnel universel constructif, loin des pratiques racistes et hégémoniques susceptibles d'accentuer les tensions et d'attiser les conflits. En effet, de par leur tendance à diviser le monde en clans, groupements et alliances contradictoires et antagonistes, ces pratiques contribuent à ruiner les espoirs des peuples, en particulier les peuples en développement, et leurs aspirations au développement et à la prospérité.

- L'élaboration de grands projets participatifs à même d'être commercialisés internationalement

Il s'agit de proposer des grands projets participatifs fondés sur les principaux produits touristiques et culturels de chacun des pays islamiques concernés. Le choix de ces produits doit répondre aux critères de diversité, d'authenticité et de qualité, représentatifs de la richesse et de la singularité du patrimoine islamique. Leur choix doit également tenir compte des domaines du tourisme culturel les plus attractifs au niveau international. Une fois finalisés, ces projets communs devront être commercialisés internationalement au nom des Etats membres et ce, sous forme de grands événements culturels représentatifs des principaux produits touristiques islamiques à caractère culturel, promotionnellement mûrs et à même de faire face à la compétitivité féroce que connaît le marché international du tourisme. Parmi les projets importants proposés, citons le projet de célébration des Routes africaine, maghrébine et asiatique du Pèlerinage, ainsi que le projet de célébration de la Route de la Soie, abordée plus haut dans la présente Stratégie.

Bien que les routes proposées figurent d'ores et déjà dans les programmes touristiques de certains pays islamiques et non islamiques, nous n'en insistons pas moins sur le fait que le projet proposé par la présente Stratégie se distingue par ceci qu'il implique l'ensemble des pays concernés dans son organisation et son exploitation en tant que produit touristique et culturel couvrant une importante

étendue géographique allant de l'Océan Atlantique à l'Extrême Orient, ce qui lui assure un rayonnement spatiotemporel d'envergure.

- *L'activation de la participation locale* : Celle-ci doit œuvrer à enrichir le programme général à travers des projets touristiques parallèles que les institutions spécialisées du pays présenteront afin de mettre en avant leurs atouts patrimoniaux, culturels et artistiques.

- *L'établissement d'un inventaire général des composantes du tourisme culturel dans le monde islamique*, en particulier sur le plan du patrimoine matériel et immatériel, afin d'évaluer les atouts et les moyens de promotion et de commercialisation dont disposent les pays islamiques. Cet inventaire permettra, en effet, de faire l'état des lieux, de connaître les points forts et les défaillances et d'évaluer l'efficacité des institutions concernées, le but étant de déterminer les conditions nécessaires à l'élaboration de grands projets participatifs susceptibles d'être commercialisés au niveau international.

- *La mise à niveau des compétences scientifiques, techniques et administratives*, nécessaires à l'élaboration des études et recherches sur le terrain, à la conception de nouvelles idées et projets susceptibles d'être mis en œuvre dans le cadre de l'entretien et de la réhabilitation du patrimoine et l'héritage culturel islamique. Ces compétences seront également appelées à établir les bases juridique et technique nécessaires à la simplification de la procédure de promotion et de commercialisation. .

- *La recherche de sources de financement*, sur le plan local, régional et international pour la réalisation des différentes opérations de formation scientifique, administrative et technique, ainsi que pour le financement des opérations d'aménagement et de mise en place des infrastructures nécessaires adéquates.

- *L'élaboration d'un plan médiatique multidimensionnel*, fondé sur la mise à profit des moyens audiovisuels modernes, tels l'internet et les chaînes de télévision, aux fins de faire connaître les réalisations des Etats membres en matière de tourisme culturel, selon une approche moderniste et rationnelle permettant d'améliorer l'image du monde islamique et De renforcer le rayonnement de ses grands projets touristiques. Ce plan doit également permettre de convaincre la communauté internationale, y compris les parties hostiles au monde islamique, à redécouvrir la richesse culturelle de la civilisation islamique.

- *L'élaboration de la stratégie de commercialisation et d'exploitation* des composantes du tourisme culturel, en veillant à encourager le secteur privé à investir dans le domaine de la promotion des produits de ce tourisme.

- *L'évaluation de l'impact direct*, tant matériel et économique que social et moral, du développement des activités du tourisme culturel sur la vie quotidienne et économique de la population locale, et l'élaboration d'une vision prospective du tourisme culturel.

2. Mécanismes de mise en œuvre du programme général de la Stratégie

Avant de procéder à l'énumération des conditions que la présente stratégie estime nécessaires à la mise en œuvre des projets de promotion du secteur du tourisme

culturel au niveau du monde islamique ainsi qu'à la mise en avant des atouts naturels, géographiques et culturels des pays islamiques, il convient de souligner trois mesures importantes et incontournables, vu leur impact direct sur le succès de toute stratégie participative élargie. Il s'agit, en l'occurrence, de :

- La généralisation de la culture du respect et de la considération dus au patrimoine local

La généralisation de la culture du respect et de l'entretien du patrimoine local est la première mesure clé nécessaire à la promotion du tourisme culturel. En effet, tout patrimoine historique souffrant de la négligence de ses dépositaires est condamné à l'effritement et la disparition. Ce risque accroît davantage lorsque ledit patrimoine souffre en sus de l'insouciance et de certains responsables du secteur ou, pis encore, lorsque certains agents municipaux ou communaux se désintéressent complètement de l'état des sites dont ils ont la charge, sous prétexte de manque de moyens humains et matériels nécessaires, quand bien même il ne s'agirait que de fournir les conditions minimales de propreté et d'entretien. Il est incontestable que les personnes préoccupées, voire jalouses de la valeur de leur patrimoine civilisationnel éprouvent de l'amertume face à ce manque flagrant du sens de responsabilité, surtout lorsqu'elles découvrent la transformation de ces sites en dépotoirs ou lorsqu'elles apprennent dans les journaux le pillage par des bandes spécialisées d'un patrimoine matériel inconsciemment abandonné. Ces nouvelles sont généralement très courantes dans les pays en développement où le patrimoine fait constamment l'objet d'un pillage auquel participent souvent les citoyens même du pays, soit par méconnaissance de la valeur culturelle et civilisationnelle de ce patrimoine, soit en raison de la recherche d'un gain facile. Le plus grave constat que l'on peut faire dans ce contexte porte sur les sites archéologiques qui ont fait l'objet de dons considérables de la part de bailleurs de fonds étrangers ou régionaux aux fins de les restaurer et de les réhabiliter, compte tenu de leur importance historique et culturelle, mais qui ne tardent pas - et dans un temps record - à retrouver leur état d'antan ! Une telle situation nous amène à considérer la généralisation de la culture du respect et de la considération du patrimoine local et humain comme une exigence incontournable que les ministères de tutelle doivent inscrire parmi leurs priorités. Pour ce faire, ceux-ci doivent élaborer une stratégie d'action commune dans le secteur du tourisme culturel, à laquelle de nombreuses parties peuvent contribuer et adhérer, notamment les ministères de l'éducation et de l'enseignement, les ministères de la culture, les ministères du Waqf et des affaires islamiques, au même titre que les organisations de la société civile, les associations de quartiers, notamment les quartiers renfermant certains sites historiques et patrimoniaux, ainsi que les municipalités. Cette action doit, en outre, s'inscrire dans le cadre d'un plan national intégré comprenant l'ensemble des régions abritant de tels sites, y compris les zones rurales, montagneuses et désertiques. Une attention particulière doit, en outre, être accordée à l'aspect médiatique et aux activités parallèles de promotion, telles les colloques spécialisés, les manifestations artistiques et les ateliers de formation.

- L'actualisation des cartes touristiques nationales

L'actualisation des cartes touristiques nationales nécessite la mobilisation des compétences techniques à même d'établir de nouvelles cartes du tourisme culturel

couvrant l'ensemble des sites archéologiques, thérapeutiques, naturels, etc. Cette mission est assumée par les autorités compétentes des pays arabo-islamiques qui, bien qu'elles aient acquis un savoir-faire appréciable dans ce domaine, devront encore déployer des efforts accrus pour le développement de leurs mécanismes d'action en raison des défaillances suivantes :

- ◆ De nombreux sites sont absents d'un grand nombre de cartes touristiques alors que ces sites font partie intégrante de la mémoire nationale et islamique. Il est probable que cette carence, ou omission, soit due à la volonté d'éviter un éventuel embarras que pourrait susciter la présence de ces sites dans une région difficile d'accès, ou en raison de l'état détérioré, ce qui fait qu'ils sont continuellement condamnés à l'oubli.
- ◆ Parfois, ces cartes permettent uniquement le repérage du site mais ne se soucient guère d'en indiquer le ou les chemins d'accès, indispensables pourtant pour les touristes spécialisés, dont une grande partie vient dans le pays d'accueil munis d'un programme précis de visites touristiques. En effet, certains parmi ceux-ci sont intéressés par les itinéraires religieux comportant les mosquées, les zaouïas et les Mazars, alors que d'autres sont attirés par les circuits scientifiques comprenant les vieilles écoles, nombreuses dans les pays islamiques, ou encore les vieilles maisons où vécurent savants et penseurs, les vieilles murailles, les auberges ou caravansérails, les souks et les bazars. Pour la méthodologie d'élaboration des cartes, la Stratégie souligne la nécessité d'en confier la responsabilité aux professionnels du domaine et recommande aux parties compétentes de mettre à profit, à cet égard, la compétence des experts et des académiciens spécialisés dans le domaine du patrimoine civilisationnel islamique et imprégnés des valeurs islamiques authentiques, plutôt que de faire appel aux techniciens des agences de voyage locales ou internationales qui se contentent, délibérément, de reproduire la vision colonialiste et orientaliste consacrée par le colonialisme avant son départ de ces pays. **Car c'est à la lumière des cartes nationales que l'on peut établir des cartes thématiques et exhaustives du tourisme culturel, qui permettront aux personnes intéressées de connaître les principaux sites du monde islamique, qu'ils soient inscrits dans le cadre du tourisme patrimonial, environnemental, thérapeutique, ou autres domaines du tourisme culturel.**

- L'établissement d'un inventaire national général du patrimoine culturel historique

La mise au point de cartes professionnelles du tourisme culturel ouvrira automatiquement la voie aux techniciens et experts pour l'établissement d'un inventaire général des trésors historiques de leur pays, qui seront alors présentés de façon scientifique et moderne au touriste local et étranger. Les responsables du secteur dans tous les pays islamiques doivent donc accorder à cette question l'importance qu'elle mérite. Le but de cette démarche ne se limite pas, en effet, à la seule préservation de la mémoire patrimoniale, mais vise aussi à empêcher que de très nombreux éléments sombrent dans l'oubli. Il s'agit, par conséquent, d'encourager les responsables à accorder à ces éléments l'attention et l'intérêt qu'ils méritent car, généralement, les responsables s'intéressent davantage aux principaux sites que comptent leur ville, considérés comme le premier lieu où se rend le

touriste, et tendent, de ce fait, à négliger les autres sites non primordiaux à leurs yeux. Or cette façon de voir les choses est très dangereuse car les sites et lieux centraux puisent justement leur valeur et leur rayonnement dans tous les autres éléments dits marginaux. En effet, les "sites marginaux" donnent une autre dimension à la profondeur historique des «sites centraux» et leur confèrent diverses symboliques culturelles et civilisationnelles. Par ailleurs, c'est bien grâce aux «marginaux» que le touriste se fait une vision générale et globale de la spécificité des lieux qu'il visite.

Cet inventaire a ceci d'important qu'il permet de protéger les sites oubliés contre les spéculateurs non consciencieux qui n'hésiteront pas à les exploiter à des fins commerciales, les dépouillant ainsi, systématiquement, de leur valeur historique authentique. D'autre part, l'établissement de fiches descriptives de tous les sites est de nature à inciter les bailleurs de fonds éclairés, qu'ils soient arabes, islamiques ou internationaux, à contribuer pleinement ou partiellement à leur restauration et leur réhabilitation.

3. Mesures favorisant la mise en œuvre du programme participatif général

Après avoir souligné l'importance des trois conditions essentielles précitées, indispensables à la réussite des accords et projets touristiques conjoints et futurs qui pourront être mis en œuvre sur les plans régional et sous régional, la Stratégie formule des propositions pratiques concernant les dispositions pratiques qu'il convient de prendre faciliter la mise en œuvre du programme participatif général de développement du tourisme culturel. Compte tenu du caractère intégré de ces dispositions, de la diversité de leurs domaines et de la pluralité des parties concernées par leur mise en œuvre - notamment les organisations et institutions gouvernementales et non gouvernementales, la société civile, le secteur privé et les organes d'information et de communication -, la coordination de ces dispositions sera confiée au Conseil consultatif chargé de la mise en œuvre de Stratégie culturelle du monde islamique et ce, dans le cadre de ses compétences et sous la supervision de l'ISESCO. A cet effet, le Conseil définira les priorités et examinera les rapports des comités subsidiaires spécialisés, préalablement à leur soumission à l'approbation des sessions de la Conférence islamique des ministres de la culture. Ces dispositions se résument comme suit :

- Dans le domaine de la mise à niveau civilisationnelle

On entend par mise à niveau civilisationnelle la mise à disposition des conditions à même de contribuer à l'édification de sociétés islamiques où règnent des relations humaines saines et équilibrées, régies par les nobles valeurs civilisationnelles et où se dissipent les antagonismes qui conduisent souvent à l'éclatement de conflits et autres comportements négatifs susceptibles de freiner le développement de ces sociétés. En effet, cette mise à niveau représente, à tous les égards, le moyen idoine pour le développement d'un véritable tourisme culturel à même d'ouvrir de nouvelles perspectives de développement devant les sociétés islamiques. De fait, il n'y a pas lieu de parler de développement du tourisme culturel dans des sociétés disloquées, où les conditions de communication civilisationnelle et humaines font

défaut. Pour réaliser cette mise à niveau, il est nécessaire d'entreprendre les actions suivantes :

- ◆ Mettre à profit l'ensemble des outils et moyens susceptibles de mettre fin au fléau de l'extrémisme, provoqué en grande partie par la pauvreté et l'ignorance.
- ◆ Participer à l'instauration de la paix mondiale en entreprenant des initiatives culturelles et de sensibilisation comme formes d'expression de la volonté islamique d'établir la communication et de réaliser l'entente.
- ◆ Consolider le partenariat avec les institutions médiatiques internationales ouvertes sur la civilisation islamique, afin de leur permettre de se rendre compte des réalisations touristiques et culturelles de cette civilisation.
- ◆ Entreprendre des initiatives solidaires en vue d'alléger les dettes des pays islamiques pauvres et leur permettre ainsi de réaliser l'intégration économique nécessaire à la prospérité de leurs peuples.
- ◆ Sensibiliser les jeunes générations à leur histoire et leurs valeurs islamiques par l'éducation et la formation, et les inciter à maîtriser les nouvelles techniques susceptibles de renforcer leurs capacités en matière d'élaboration et de réalisation des projets de tourisme culturel.
- ◆ Appeler au respect des minorités et à la préservation de leur droit à sauvegarder leurs spécificités culturelles et exercer leurs rites religieux, dans la mesure où elles ne font montre d'aucune volonté de porter atteinte aux valeurs de notre noble religion.
- ◆ Œuvrer, en coordination avec les instances internationales spécialisées, à l'élaboration et l'adoption d'une charte éthique pour mettre fin aux atteintes aux spécificités et aux symboles sacrés de nos peuples.
- ◆ Mobiliser les institutions éducatives et culturelles, publiques et privées en vue de renforcer la diversité culturelle et l'intégrer dans les plans culturels et les programmes d'enseignement.

- Dans le domaine de la réhabilitation du patrimoine culturel

La présente Stratégie met l'accent sur la nécessité de réhabiliter le patrimoine culturel islamique, dans ses dimensions matérielle et immatérielle, car il est l'expression de la l'identité et de la mémoire des peuples islamiques et c'est à travers lui également que se reflètent leurs réalisations civilisationnelles. Ce faisant, cette Stratégie part du principe que le rôle de ce patrimoine va au-delà de renseigner sur une étape historique particulière, mais traduit aussi le niveau de la conscience culturelle, innovatrice et civilisationnelle qui caractérise ladite étape. Un édifice patrimonial, par exemple, ne représente pas seulement une forme architecturale physique mais constitue aussi l'expression de la conscience culturelle et sociale de son époque. De même, l'étude d'un site archéologique exige une approche incluant différents champs de savoir où les sciences exactes interagissent avec d'autres sciences et connaissances abstraites, aux dimensions scientifique, spirituelle, religieuse, intellectuelle et humaine. Dans le même ordre d'idées, l'on peut avancer que le rôle

des monuments archéologiques du monde islamique est de promouvoir la personnalité culturelle en l'incitant à se rehausser non pas pour dupliquer les modèles anciens, mais pour produire des alternatives culturelles et civilisationnelles diverses qui soient en harmonie avec la particularité et la spécificité de l'instant historique où elles sont nées, le but étant de réaffirmer la pérennité des aptitudes édifiatrices, innovatrices et créatives de la Oumma. Outre ce rôle incitatif, ces monuments constituent aussi une sorte de reconnaissance implicite, dans le cadre d'une approche comparative, des moments de faiblesse et de vide que la Oumma a connus. De plus, ils représentent le miroir reflétant la nature de la diversité culturelle qui distingue les peuples dans leur évolution historique et culturelle. La diversité culturelle traduit, dans ce contexte, l'ampleur des préoccupations culturelles et créatives exprimées dans la diversité, par exemple, des fonctions des édifices patrimoniaux ainsi que dans la diversité des visions architecturales qui les sous-tendent. Ainsi, à travers ces monuments, le touriste peut apprécier l'ensemble des aptitudes techniques et artistiques qui ont imprégné l'une ou l'autre des étapes du développement civilisationnel de la Oumma islamique. Il en est de même pour l'ensemble des éléments du patrimoine culturel islamique matériel et immatériel, pour lesquels la Stratégie propose les dispositions pratiques suivantes visant à en assurer à la fois l'entretien, la préservation et la promotion sur le marché touristique international :

- ◆ Activer le rôle du Comité islamique du patrimoine afin qu'il assume ses fonctions et ses attributions dans la protection du patrimoine islamique.
- ◆ Adopter une politique de réhabilitation des sites historiques et patrimoniaux à travers leur intégration dans les plans d'investissement immobilier et urbain, ces sites étant considérés comme l'une des principales sources de développement économique, dans la perspective d'en faire de vrais pôles d'attraction touristique aux niveaux islamique et international.
- ◆ Octroyer le soutien aux institutions académiques et aux établissements spécialisés dans la réhabilitation et la préservation du patrimoine.
- ◆ Coopérer avec les centres de recherche spécialisés dans le patrimoine régional et international ainsi qu'avec l'Organisation Mondiale du Tourisme, afin d'acquérir et de perfectionner les techniques et le savoir-faire nécessaires à la préservation des éléments patrimoniaux et oeuvrer, dans ce cadre, à améliorer la numérisation en 3D du patrimoine immatériel afin d'en souligner le côté esthétique.
- ◆ Renforcer et appuyer la présence arabe et islamique au sein des instances internationales spécialisées, notamment le Comité du patrimoine mondial, en vue de soumettre et de discuter les questions communes relatives au secteur, entre autres la présentation des demandes de classement des sites islamiques séculaires sur la liste du patrimoine mondial.
- ◆ Moderniser et actualiser les lois relatives au patrimoine afin de les adapter aux normes internationales, tout en tenant compte des spécificités locales.
- ◆ S'intéresser aux sites découverts localement et régionalement et veiller à en faciliter l'accès, et sensibiliser la population locale à leur valeur historique et culturelle.

- ◆ Insérer des modèles de sites islamiques dans les cursus scolaires et les mettre en évidence lors de manifestations culturelles, et ce afin de susciter la prise de conscience des générations montantes.
- ◆ Activer le programme ISESCO relatif aux Journées du patrimoine islamique, dont le principe est fondé sur l'organisation de portes ouvertes sur les monuments archéologiques, les musées, les bibliothèques et les centres de manuscrits afin de promouvoir le tourisme culturel et de faire connaître le patrimoine civilisationnel islamique sur le plan tant local que régional et international.

- Dans le domaine de la mise à niveau de l'outil médiatique

Les médias jouent un rôle primordial dans la correction de l'image du pays d'accueil dans l'esprit de l'Autre. Souvent opaque, nuancée ou profondément déformée, celle-ci peut être présentée comme étant :

- ◆ **Une image soumise à l'influence d'une conception centralisée**, fondée sur la répartition du monde en trois catégories de pays : avancés, en développement et sous-développés. Cette vision place le monde islamique entre le monde en développement et le monde sous-développé, de sorte que le touriste arrive dans les pays induit des préjugés inhérents à cette vision.
- ◆ **Une image aux relents orientalistes**, qui inscrit le monde arabe et islamique, en général, dans un cadre fantasmagorique et imaginaire, le but du touriste étant alors de découvrir sur le terrain une réalité compatible avec ses fantasmes.
- ◆ **Une troisième image tirant sa substance des grands déséquilibres** qu'a connus le monde durant ces dernières années, et qui fait que le islamique est taxé d'extrémisme religieux et d'hostilité à tout ce qui touche à la civilisation occidentale.
- ◆ **Une quatrième image sélective** qui incite le tourisme à visiter les villes islamiques en quête d'éléments touristiques bien définis. A noter que les préoccupations des tenants de cette tendance sélective varient entre celles purement culturelles, par exemple les monuments historiques ou les réalisations économiques, et celles à caractère mondain, notamment les plaisirs matériels et sensuels, toutes formes confondues.

Outre ces classements divers et contradictoires, on peut évoquer aussi **une cinquième vision plus proche de l'objectivité, représentée par une catégorie de touristes sensés, porteurs de convictions acquises à partir d'une lecture attentive et objective de la réalité islamique, ce qui réduit sensiblement chez eux la proportion des idées préconçues.**

Si la visite directe du site contribue relativement à corriger cette image, il n'en demeure pas moins qu'une grande partie de touristes restent disposés à conserver leur image préconçue, en dépit de leur contact direct avec le site, surtout s'il leur arrive de vivre certaines situations compatibles avec leurs convictions antérieures.

A cet égard, la présente Stratégie propose les mesures pratiques suivantes pour la mise à niveau du secteur de l'information, de façon à lui permettre de redresser plus efficacement les images préconçues chez le touriste :

- ◆ Considérer le secteur de l'information comme une partie intégrante de l'infrastructure générale du secteur du tourisme ainsi qu'un élément essentiel de celui-ci, en raison notamment du pouvoir matériel et symbolique qu'on lui reconnaît et de sa capacité à assurer le succès ou l'échec de tout projet culturel ou touristique, abstraction faite de l'autorité dont il relève.
- ◆ Mettre au point un portail spécialisé et multilingue, que les Etats membres alimenteront en données indispensables, qu'il s'agisse des données relatives aux conférences et colloques ou de celles servant à l'actualisation des informations se rapportant au produit culturel et touristique de chaque Etat. Ces données devront être étayées par des documents, des illustrations et des cartes qui fournissent à tous les concernés, partout dans le monde, tous les éléments devant leur permettre de découvrir le patrimoine matériel et immatériel de chaque pays et de s'informer des projets d'investissement et du calendrier annuel des événements et manifestations artistiques et culturels.
- ◆ Inciter les responsables du secteur cinématographique à produire des films documentaires et des émissions de télévision présentant une image objective et honorable de la maturité culturelle et civilisationnelle de la personnalité islamique ainsi que des valeurs islamiques qui préconisent le dialogue constructif.
- ◆ Mettre en place les conditions objectives à même de favoriser l'ouverture sur les médias étrangers dans le but de corriger les idées erronées qu'ils pourraient avoir sur l'identité culturelle et civilisationnelle du monde islamique, en particulier dans certaines situations de tension et de divergences politiques ponctuelles.
- ◆ Organiser des stages de formation régionaux et sous-régionaux en faveur des jeunes journalistes, encadrés par des experts dans le domaine de l'audiovisuel ainsi que dans le domaine du marketing culturel et touristique.
- ◆ Publier des bulletins régionaux périodiques et multilingues, destinés à présenter les nouveautés du secteur du tourisme culturel dans les Etats membres.
- ◆ Renforcer la présence arabe et islamique dans les sommets mondiaux de la société de l'information afin de rester en phase avec les innovations et les réalisations du secteur.
- ◆ Elaborer des matières médiatiques et en assurer la diffusion sur les chaînes spécialisées en vue de promouvoir le produit touristique culturel.
- ◆ Relier les sites web spécialisés dans le tourisme culturel dans le monde islamique.

- Dans le domaine du perfectionnement des ressources humaines

La question du perfectionnement des ressources humaines constitue un préalable incontournable pour le développement du secteur du tourisme culturel, ces ressources étant un capital symbolique et matériel sans lequel aucun projet, culturel, industriel ou commercial, ne peut aboutir. Quels que soient le nombre et la diversité

des sites touristiques dans le pays d'accueil ou les types d'infrastructure qui leur sont associées, leur gestion, leur promotion et leur commercialisation resteront toujours tributaires de la disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée. Aussi ces ressources constituent-ils un élément central dont l'importance ne peut être ignorée ou sous-estimée. Compte tenu cependant de la multitude des domaines du tourisme culturel, il ne sera pas possible ici d'énumérer tous ces ressources car elles dépassent le cadre général de la présente Stratégie, d'autant que certaines d'entre elles ont d'ores et déjà été évoquées dans les précédents chapitres. En effet, ces ressources se retrouvent dans plus d'un département ministériel et administratif, notamment les ministères de la culture, du Waqf, de l'agriculture, de la population et de l'enseignement, de la pêche et des mines. Dès lors, les ressources humaines d'un quelconque ministère ou institution liés au secteur englobent forcément le personnel de tous les services administratifs relevant de ce ministère ou institution, qu'ils soient cadres administratifs, techniciens, académiciens, experts, directeurs d'hôtels, responsables des réserves naturelles et des stations thérapeutiques, guides touristiques, fonctionnaires subalternes ou agents de services. Aussi la formation dont devront bénéficier ces ressources humaines sera-t-elle sectorielle, variant en fonction de la mission de chaque secteur, et sera dispensée à travers les canaux universellement reconnus, qu'ils soient académiques, sanctionnés par des diplômes, ou d'ordre pratique à travers les stages et ateliers de formation à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Ces ressources devront, en outre, faire l'objet d'une formation continue afin de les maintenir en phase avec les mutations et innovations que connaît le domaine du tourisme culturel. Quant aux dispositions que la présente Stratégie prévoit dans ce domaine, elles se résument comme suit :

- ◆ Etablir des programmes participatifs, sous forme d'ateliers ou de journées d'études en faveur des cadres exerçant dans le secteur, en particulier dans les domaines de la conception des projets, la commercialisation, la promotion et l'informatique, afin de rehausser leurs capacités et leur savoir-faire et leur permettre d'être au diapason des nouveautés théoriques et pratiques du secteur.
- ◆ Encourager les rencontres régionales visant à souligner l'importance de l'investissement du secteur privé dans le domaine du tourisme culturel, ainsi que sur les moyens d'encourager les investisseurs à promouvoir le secteur.
- ◆ Organiser des rencontres entre les experts des pays islamiques, toutes spécialités confondues, et entre ceux-ci et leur homologues étrangers, afin de leur permettre d'échanger les expériences, d'actualiser les connaissances et d'identifier les nouveaux mécanismes de développement du secteur du tourisme.
- ◆ Assurer la mise à niveau des guides touristiques tant sur le plan juridique que cognitif et ce, à travers l'organisation d'ateliers encadrés par des experts spécialisés dans le but d'améliorer leurs compétences et les familiariser avec les innovations survenues dans le domaine du tourisme culturel.
- ◆ Organiser des forums et ateliers locaux et régionaux afin de mieux sensibiliser les intervenants dans les Etats membres à l'importance et la pertinence des projets régionaux conjoints, en raison du rôle qu'ils peuvent jouer dans la

consolidation de la solidarité et de la cohésion, ainsi que dans la mise à profit mutuelle du savoir-faire théorique et pratique.

- ◆ Diffuser des documentaires sur les chaînes de télévision locales afin de sensibiliser la population au rôle civilisationnel et économique du tourisme culturel, tout en veillant à préserver ses valeurs authentiques contre les influences exogènes négatives.

- Dans le domaine de la promotion de l'investissement

Il est question ici d'intégrer le tourisme culturel dans le processus économique, démarche qui exige la mise en œuvre de l'ensemble des mécanismes précédemment mentionnés. L'investissement étant la pierre angulaire de tout projet touristique, aucun investisseur ne peut s'aventurer dans ce domaine s'il ne dispose pas de garanties qui l'inciteront à investir son argent dans l'un ou l'autre secteur du tourisme culturel. Or plus les garanties incitatives à l'investissement sont disponibles, plus les investisseurs publics et privés, sans compter les organisations et institutions internationales reconnues comme influentes économiquement et financièrement, se bousculent pour financer les grands projets touristiques.

- ◆ Elaborer des projets bien ficelés, convaincants et crédibles selon les normes internationales afin de garantir leur financement par les fonds spéciaux, et œuvrer à en assurer la commercialisation.
- ◆ Accorder la priorité aux projets régionaux et sous-régionaux conjoints, dans le but de déboucher sur des expériences transfrontalières pouvant constituer des expériences pilotes susceptibles d'intéresser les médias internationaux et les agences de commercialisation touristique.
- ◆ Assurer une mise à jour continue des données du secteur touristique, selon l'évolution du produit et en fonction des mutations culturelles et économiques que connaît dans le monde.
- ◆ Organiser des réunions d'experts pour étudier les moyens de valoriser et assurer la qualité du produit touristique culturel ; élaborer des plans conjoints pour la mise en œuvre de programmes de promotion du tourisme culturel, et entreprendre les études relatives à l'offre et à la demande selon les critères internationaux en vigueur.
- ◆ Intensifier la présence dans les expositions internationales aux fins d'échanger l'expérience, faire connaître le produit islamique et identifier les outils de commercialisation adéquats.
- ◆ Encourager les investisseurs à créer des entreprises et des agences de voyage spécialisées dans le tourisme culturel orienté vers la jeunesse, les associations privées et les institutions d'œuvres sociales relevant des différents services administratifs.

Conclusion

Le contenu et les orientations de la présente Stratégie de développement du tourisme culturel dans le monde islamique a mis l'accent sur l'importance du rôle que ce secteur peut assumer à travers les trois démarches essentielles et intégrées suivantes :

- I.** Consolider les relations de coopération et de solidarité entre les peuples islamiques à travers la mise en place de canaux organisationnels et institutionnels qui veilleront à la gestion des différents plans participatifs visant la promotion des activités touristiques, en commençant par l'échange d'expertise jusqu'à l'élaboration de grands projets d'investissement à caractère régional ou international, en passant par d'autres programmes connexe. Nul doute que l'implication de tous les pays islamiques dans la conception et l'activation d'une stratégie touristique officielle et approuvée contribuera à la concrétisation de cette ambition, notamment à travers la simplification des procédures administratives et douanières relatives à l'organisation des voyages et la multiplication du volume des échanges touristiques entre les pays islamiques. Ceci permettra non seulement aux touristes musulmans de découvrir leur patrimoine commun, mais encouragera également les hommes d'affaires à identifier d'autres sources d'investissement en dehors de leurs frontières locales et régionales.
- II.** Mettre à profit la diversité et la pluralité du patrimoine culturel matériel et immatériel cumulé par la civilisation islamique tout au long de son histoire aux fins de jeter les ponts de communication entre les pays islamiques et entre ceux-ci et le reste du monde. Ceci permettra également à la civilisation islamique de retrouver sa confiance dans ses capacités à contribuer, de façon créative et innovatrice, à l'édification d'une civilisation humaine future, fondée sur le dialogue équilibré et constructif, loin de tous les préjugés ethniques et religieux, ainsi que sur les nobles valeurs humaines grâce auxquelles devra s'accomplir, et de façon automatique et spontanée, la symbiose et l'harmonie entre l'ensemble des spécificités culturelles et civilisationnelles, loin des conflits artificiels.
- III.** Mettre à profit le tourisme culturel pour diversifier les méthodes de réalisation du développement durable. En effet, la diversité des domaines du secteur implique l'ouverture de chantiers variés et contribuera ainsi à l'élaboration de projets touristiques judicieux et convaincants, dont la crédibilité leur assurera toutes les chances de promotion et de commercialisation au niveau international. Ceci contribuera également à la création d'un grand nombre d'emplois et permettra d'accroître le PNB des pays islamiques et d'améliorer leur performance économique.

Nul doute que la réalisation des objectifs de la présente Stratégie est tributaire de la volonté des Etats membres de mettre en place un cadre juridique et administratif qui assurera l'activation de la Stratégie proposée, laquelle couvre les principaux domaines du secteur du tourisme culturel en veillant à souligner l'importance de promouvoir ce tourisme en tant que produit civilisationnel digne d'être mondialement commercialisé. La Stratégie propose également les mécanismes nécessaires à la réalisation de ces objectifs, à la lumière des progrès tangibles

enregistrés par les pays islamiques dans ce domaine ainsi que de la prise de conscience accrue, au niveau des décideurs, quant à la nature des grandes mutations qui ont bouleversé le monde au cours des dernières décennies. Toutes ces considérations nous permettent de dire, finalement, que les perspectives de mise en œuvre de la présente Stratégie sont prometteuses et augurent bien de l'avenir.

«Et dis : "Œuvrez, car Allah va voir votre œuvre, de même que Son messager et les croyants"». Véridique est la parole de Dieu.

Table des matières

Introduction	
• Approche méthodologique	
CHAPITRE I : CONCEPTS.....	
1. Définition du tourisme culturel	
2. Le tourisme culturel dans l'optique de la culture islamique..	
CHAPITRE II : LES OBJECTIFS	
CHAPITRE III : DOMAINES DU TOURISME CULTUREL	
1. Le tourisme religieux	
2. Le tourisme des sites historiques	
3. L'écotourisme.....	
4. Le tourisme thérapeutique	
5. Le tourisme des conférences	
6. Le tourisme des festivals	
7. Le tourisme des foires et expositions	
8. Le tourisme des anciennes routes religieuses et commerciales	
9. Le tourisme des sites archéologiques	
CHAPITRE IV : MÉCANISMES ET DISPOSITIFS DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME CULTUREL DANS LE MONDE ISLAMIQUE	
1. Projet de Programme d'action	
2. Mécanismes de mise en œuvre du programme général de la Stratégie	
3. Mesures facilitant la mise en œuvre du programme participatif général	
Conclusion	