



HAL
open science

Tourisme communautaire : mise en tourisme des territoires à travers la valorisation de leur patrimoine immatériel

Joaquin Jésus Angulo Madera

► To cite this version:

Joaquin Jésus Angulo Madera. Tourisme communautaire : mise en tourisme des territoires à travers la valorisation de leur patrimoine immatériel. Gestion et management. 2021. dumas-03592867

HAL Id: dumas-03592867

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03592867>

Submitted on 1 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE PARIS 1 - PANTHEON SORBONNE
INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES SUPERIEURES DU TOURISME

**« TOURISME COMMUNAUTAIRE : MISE EN TOURISME DES
TERRITOIRES A TRAVERS LA VALORISATION DE LEUR
PATRIMOINE IMMATERIEL »**

*Le patrimoine musical des communautés peut-il développer un tourisme
communautaire durable dans des territoires non reconnus comme des lieux
touristiques ? Cas d'étude : Le tourisme communautaire à Ovejas (Colombie) et sa
musique traditionnelle de gaitas.*

Mémoire Universitaire

Par ANGULO MADERA Joaquin Jésus

Présenté pour l'obtention du

Diplôme de Paris 1 - Panthéon Sorbonne

**MASTER 2 Tourisme, parcours Economie du développement
touristique international (EDTI)**

Directrice du mémoire : **Madame Sairi PIÑEROS**

Membres du JURY :

Mme. Sairi PIÑEROS

M. Sidoine CORBIN-OCCELLI

Session de septembre 2021

**« TOURISME COMMUNAUTAIRE : MISE EN TOURISME DES
TERRITOIRES A TRAVERS LA VALORISATION DE LEUR
PATRIMOINE IMMATERIEL »**

Mémoire Universitaire

Par ANGULO MADERA Joaquin Jésus

Directrice du mémoire : Madame Sairi PIÑEROS

Je, soussigné Joaquin Jésus ANGULO MADERA certifie que le contenu de ce mémoire est le résultat de mon travail personnel. Je certifie également que toutes les données, tous les raisonnements et toutes les conclusions empruntés à la littérature sont soit exactement copiés et placés entre guillemets dans le texte, soit spécialement indiqués et référencés dans une liste bibliographique en fin de volume. Je certifie enfin que ce document, en totalité ou pour partie, n'a pas servi antérieurement à d'autres évaluations, et n'a jamais été publié.

RESUME :

Le tourisme communautaire semble à ce jour d'être la réponse à divers problèmes sociaux qui affligent certaines communautés, de la même manière la valorisation du patrimoine immatériel des communautés concernées semble d'être l'un des avantages de ce type de tourisme. Dans ce travail de recherche nous nous intéressons à la relation entre la musique traditionnelle de *gaitas* et le développement du tourisme communautaire dans la sous-région des Montes de Maria au nord de la Colombie et plus précisément dans le village d'Ovejas. Los Montes de Maria n'ont pas eu une vocation touristique historiquement parlant, en raison du conflit armé en Colombie qui a restreint l'accès et la circulation à cette zone pendant de nombreuses années. Cependant, ces dernières années ont été particulièrement bénéfiques pour le développement touristique de la sous-région, avec l'émergence de projets d'initiative communautaire autour de la valorisation de la musique de *gaitas* et de son écosystème de forêt tropicale sèche. Cette sous-région s'ouvre au monde pour partager son riche patrimoine immatériel après avoir subi les terreurs de la guerre, cependant le cas d'Ovejas semble particulier, puisque, malgré sa position géographique stratégique au cœur de Los Montes de Maria et d'abriter l'un des plus importants manifestations de la musique de *gaitas* : *el festival nacional de gaitas Francisco Lirene*, son développement touristique est précaire par rapport au reste de la sous-région. Une chose est certes, ce potentiel de développement touristique autour de la musique traditionnelle *gaitas* dans un scénario post-conflit pose plusieurs défis pour tous les acteurs impliqués dans le développement durable de cette communauté.

Mots clés : Tourisme communautaire, tourisme durable, patrimoine immatériel, patrimoine musical, Los Montes de Maria, Ovejas-Sucre, l'expérience touristique.

ABSTRACT:

Community-based tourism seems to date to be the answer to various social problems that afflict certain communities, in the same way the valuation of the intangible heritage of the communities concerned seems to be one of the advantages of this type of tourism. In this research work we are interested in the relationship between traditional *gaitas* music and the development of community-based tourism in the Montes de Maria sub-region in northern Colombia and more specifically in the village of Ovejas. Los Montes de Maria have not historically had a tourist vocation, due to the armed conflict in Colombia which restricted access to this area for many years. However, recent years have been particularly beneficial for the tourism development of the sub-region, with the emergence of community initiative projects around the promotion of *gaitas* music and its tropical dry forest ecosystem. This sub-region opens up to the world to share its rich intangible heritage after having suffered the terrors of

war, however the case of Ovejas seems special, since, despite its strategic geographical position in the heart of Los Montes de Maria and to be home to one of the most important manifestations of gaitas music: *el festival nacional de gaitas Francisco Llirene*, its tourist development is precarious compared to the rest of the sub-region. One thing is certainly, this tourism development potential around traditional gaitas music in a post-conflict scenario poses several challenges for all the actors involved in the sustainable development of this community..

key words : Community Based Tourism, sustainable tourism, intangible heritage, musical heritage, Los Montes de Maria, Ovejas-Sucre, tourist experience.

RESUMEN :

El turismo comunitario hoy en día parece ser la respuesta a varias problemáticas sociales que aquejan ciertas comunidades, de igual manera la valorización del patrimonio inmaterial de las comunidades implicadas parece ser una de las ventajas de este tipo de turismo. En este trabajo nos interesamos sobre la relación existente entre la música tradicional de gaitas y el desarrollo del turismo comunitario en la subregión de los Montes de Maria en el norte de Colombia y más específicamente en el municipio de Ovejas. Los Montes de Maria no han tenido una vocación turística históricamente hablando, debido al conflicto armado vivido en Colombia el cual restringió el acceso y la circulación a esta zona durante muchos años. Sin embargo, estos últimos años han sido particularmente provechosos para el desarrollo turístico de la sub-región, con el surgimiento de proyectos de iniciativa comunitaria alrededor de la valoración de la música de gaitas y de su ecosistema de bosque seco tropical, esta sub-región parece abrirse al mundo para compartir su rico patrimonio inmaterial después de haber sufrido los terrores de la guerra, sin embargo el caso de Ovejas parece particular, ya que, a pesar de su estratégica posición geográfica en el corazón de Los Montes de Maria y de albergar a una de las manifestaciones más importantes de la música de gaitas : El festival nacional de gaitas *Francisco Llirene*, su desarrollo turístico es precario con respecto al resto de la sub-region. Lo cierto es que este potencial desarrollo turístico alrededor de la música tradicional de gaitas en un escenario de post-conflicto plantea varios retos para todos los actores implicados en el desarrollo sostenible de esta comunidad.

Palabras claves: Turismo comunitario, turismo sostenible, patrimonio inmaterial, patrimonio musical, Los Montes de Maria, Ovejas-Sucre, experiencia turística.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué au succès de mes années de master et qui m'ont aidé lors de ce travail de recherche.

Tout d'abord, j'adresse mes remerciements à ma directrice du mémoire, Mme Sairi Piñeros docteure de l'IREST - université Paris 1, qui m'a donné une ligne directrice pour l'élaboration de ce mémoire, ainsi que pour m'avoir guidé dans ce travail de recherche tout au long de ces deux dernières années. Merci Mme Piñeros pour votre engagement envers mon travail. Merci aussi à tous les enseignants de l'IREST qui pendant ces deux années du master ont également nourri ce mémoire avec leurs expériences partagées et leurs enseignements dans différents domaines.

Je tiens vivement à remercier toutes les personnes qui ont rendu possible l'étude de terrain de ce mémoire malgré la crise sanitaire actuelle. Merci à M. Fredy Ricardo Maire d'Ovejas, à M. Edward Guerrero gérant de San Jacinto Travel, à M. Jairshino Diaz membre du conseil administratif du festival national de gaitas à Ovejas, à M. Eliecer Sierra intégrant du projet Etnia travel, à Mme Candelaria Castillo restauratrice, à Mme Olga Salcedo hôtelière, à M. Henry Ruiz musicien et à la population locale d'Ovejas-Sucre. Tous ces échanges ont été très enrichissants vis-à-vis de ce travail de recherche, mais aussi à titre personnel. De même, merci aux plus de 100 touristes qui ont répondu à l'enquête online menée lors des recherches de ce mémoire.

Je tiens également à remercier à Andrea Zana, camarade du master et collègue avec qui nous avons fondé Escucha Colombia, un projet issu des recherches menées dans le cadre de ce mémoire. Merci aussi à tous mes camarades de classe qui nous ont soutenu Andrea et moi dans le début de notre nouvelle aventure, notamment lors de la participation au concours New explorer challenge dont nous avons été les vainqueurs.

Je tiens à remercier ma famille qui est ma plus grande source de courage et de motivation. Ce mémoire a été également un processus de réconciliation avec mes origines, où j'ai appris la valeur exceptionnelle de ma culture de base. Aujourd'hui je me sens plus fier que jamais de venir d'où je viens. Je remercie aussi toutes les personnes qui m'ont conseillé et relu lors de la rédaction de ce mémoire, spécialement M. Tony De Sousa.

Enfin, je tiens énormément à dédier ce travail à la mémoire de ma mère, qui m'a montré le vrai sens du bonheur et l'importance d'apprécier ses origines.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
PARTIE I :	4
LE TOURISME COMMUNAUTAIRE DURABLE ET LE PATRIMOINE IMMATÉRIEL DE COMMUNAUTÉS	4
CHAPITRE I : LE TOURISME COMMUNAUTAIRE DURABLE	5
1. Le tourisme communautaire	5
2. Le tourisme durable	11
3. Tourisme communautaire durable en Amérique latine, quelques exemples... ..	14
CHAPITRE II : LE PATRIMOINE IMMATERIEL ET MUSICAL DANS LE TOURISME COMMUNAUTAIRE	18
1. Le patrimoine immatériel	18
2. La mise en tourisme du patrimoine musical	21
3. L'expérience touristique	25
4. Mise en tourisme de communautés et de leur patrimoine immatériel	27
PARTIE II :	31
MISE EN TOURISME DES COMMUNAUTÉS A TRAVERS LEUR MUSIQUE TRADITIONNELLE ET TOURISME POST-CONFLIT EN COLOMBIE	31
CHAPITRE IV : QUEL RÔLE DU PATRIMOINE MUSICAL DANS LA MISE EN TOURISME DES COMMUNAUTÉS ?	32
1. La Colombie une destination émergente	32
2. Le rôle de la musique traditionnelle dans le développement touristique des territoires en Colombie	38
CHAPITRE V : L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DES TERRITOIRES TOUCHÉS PAR LE CONFLIT ARMÉE EN COLOMBIE	44
1. Paysage touristique post-conflit en Colombie	44
2. Tourisme et post-conflit dans la sous-région de <i>Los montes de María</i>	47
PARTIE III :	61
LA MUSIQUE DE <i>GAITAS</i> COMME VECTEUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE D' <i>OVEJAS</i> (COLOMBIE)	61
CHAPITRE VII : <i>OVEJAS</i> : <i>GAITAS</i> , TOURISME ET FESTIVAL	62
1. <i>Ovejas</i> : un village niché au cœur de Los Montes de María	62
2. Tourisme et <i>gaitas</i> à <i>Ovejas</i>	69
3. Le Festival national de <i>gaitas</i> « <i>Francisco Lliré</i> » et son rôle dans la mise en tourisme d' <i>Ovejas</i>	80

CHAPITRE IX : REFLEXION SUR LA MISE EN TOURISME D’OVEJAS A TRAVERS LA VALORISATION DE LEUR PATRIMOINE MUSICAL	82
1. Diagnostique du tourisme à Ovejas	82
2. Facteurs à prendre en compte pour un développement touristique durable à Ovejas.....	87
3. Proposition d’une route de tourisme communautaire basés sur la musique de gaitas, susceptible d’être mise en place à Ovejas et dans la sous-régions de Los Montes de Maria.....	89
CONCLUSION	93
BIBLIOGRAPHIE	96
1. Ouvrages, articles, rapports	96
2. Webographie	101
TABLE DE FIGURES	104
ANNEXES	105

INTRODUCTION

Le tourisme communautaire est beaucoup plus complexe qu'il n'y paraît. Il semblerait que la « formule magique » comprenant le tourisme communautaire, la valorisation du patrimoine immatériel, l'offre d'une expérience touristique autochtone et le développement durable des communautés, devrait être la constante de la pratique communautaire du tourisme. Mais ce n'est pas aussi simple. Pour cela, nous nous sommes intéressés à entreprendre ce processus de recherche avec l'idée que les résultats obtenus pourraient aider à la mise en tourisme des communautés d'une façon durable, et surtout avec l'envie d'apporter une étude fiable et honnête qui pourrait être partie intégrante de la mise en tourisme de la communauté où nous réaliserons notre étude de terrain.

L'objectif de ce travail de recherche étant d'étudier : comment le patrimoine immatériel basé sur des pratiques socialement reconnues peut-il faire partie intégrante du développement touristique des territoires et/ou des communautés, et ce à travers la pratique d'un tourisme communautaire. Étant donné que la question de l'expérience touristique est de plus en plus importante, le tourisme communautaire semble assurer une bonne trajectoire expérientielle lors de séjours touristiques, à travers la valorisation du patrimoine immatériel des communautés. Cela attire de plus en plus de touristes qui recherchent surtout une expérience enrichissante lors de leurs voyages.

Dans la pratique du tourisme communautaire, les populations locales sont au centre de l'activité, d'une part en tant qu'hôtes, mais aussi en tant que partie principale de la destination touristique. Cela implique des conséquences (positives et/ou négatives) que nous essayerons de comprendre à travers le processus de recherche.

De la même manière, les communautés cherchent à travers le tourisme de plus en plus à préserver leur patrimoine immatériel, tout en garantissant un développement économique et social durable. À son tour, la subjectivité inhérente au patrimoine immatériel constitue l'un des enjeux de cette pratique touristique. Dans ce travail, nous nous concentrons principalement sur l'étude du patrimoine musical, pour comprendre la relation transversale entre tourisme et musique traditionnelle, puisque la musique autochtone semble devenir de plus en plus une marque inhérente aux lieux touristiques.

Dans ce sens, l'objet de recherche a comme question initiale : peut-il le patrimoine musical des communautés développer un tourisme communautaire durable dans des territoires non reconnus comme des lieux touristiques ? Pour cela, nous essayons de comprendre comment le patrimoine musical des communautés pourrait constituer un atout qui favorise le

développement du tourisme dans des lieux qui n'ont pas le statut de « lieu touristique », c'est-à-dire déterminer la possibilité et la pertinence d'une construction *ex-nilo* de lieux touristiques, par la voie de la valorisation du patrimoine immatériel des communautés hôtes.

Pour résoudre la question de départ de la recherche, le terrain d'étude choisi est la sous-région de Los Montes de María située dans le nord de la Colombie. Dans ce pays le tourisme a connu un essor sans précédent après la signature des accords de paix signés en 2016 entre le gouvernement et le plus ancien groupe de *guérilla* d'Amérique du Sud (Les FARC). Le tourisme devient l'un des secteurs le plus importants de l'économie du pays. Les touristes étrangers sont de plus en plus nombreux (2.814.025 touristes étrangers en 2019, ce qui représente une augmentation de 3,8% par rapport à 2018, cette tendance à la croissance du nombre de visiteurs étrangers s'affiche régulièrement depuis 2012, à l'exception de 2020 en raison de la pandémie (Source : Colombia Migration / OEE MINCIT Calculs 2021-02)). La diversité et la richesse culturelle et naturelle font de ce pays une destination de rêve. De nouveaux territoires, majoritairement ruraux ou éloignés des grandes villes, ont acquis une certaine visibilité à niveau touristique depuis les accords de paix. Cependant, la question du développement du tourisme dans ces territoires se pose, car ce développement peut être synonyme de progrès social pour les communautés concernées et c'est pourquoi le tourisme communautaire durable commence à jouer un rôle important dans le développement touristique de la Colombie et surtout dans les régions affectées par les conflits du passé.

D'autre part, l'une des dernières stratégies de marketing touristique du pays reposait sur ses expressions musicales. La campagne de marketing intitulée « Colombia : siente el ritmo » est un exemple clair de la relation entre le tourisme et le patrimoine musical. Pour cela, il a été décidé de baser cette recherche sur une étude de cas particulier : le tourisme communautaire et sa relation avec la musique traditionnelle de gaitas à Ovejas (Municipalité située dans la sous-région de Los Montes de Maria). Ce village a été historiquement marqué par la violence et, par conséquent, il n'a jamais eu de tradition touristique réelle. Malgré cela, l'une des manifestations célébrées de la musique traditionnelle de gaitas : le Festival national de gaitas - *Francisco Llerene* a lieu à Ovejas depuis plus de 35 ans. Ce festival est reconnu comme patrimoine immatériel de la Colombie et possède une certaine notoriété dans le domaine culturel au niveau national et international. Ce qui pourrait laisser penser qu'il existe un certain potentiel touristique.

D'autre part, la période de post-conflit qui traverse la Colombie et la sous-région de Los Montes de Maria constitue un scénario dans lequel ces communautés pourraient commencer à viser un développement durable, à cet égard, le tourisme pourrait jouer un rôle plus important en devenant un facteur de paix et de réduction de la pauvreté.

La base théorique de ce travail a été construite autour de cinq grands thèmes : Le tourisme communautaire (Husler 2005, Charpentier 2011 ; Del Campo Tejedor 2009 ; Burgos Doria 2005 ; Butler, Curran et O'Gorman, 2013 ; Gascón, 2013 ; Zapata, 2011, Richards et al. 2018), le tourisme durable (Laliberte 2005 ; l'OMT 2020), le patrimoine immatériel et sa relation avec le tourisme (López-Guzmán y al 2017 ; Jiménez de Madariaga 2002 ; Jiménez & Seño 2018), le tourisme à travers le patrimoine musical (Connell et Gibson 2004 ; Kaul 2009) et l'expérience touristique (Quinlan Cutler & Carmichael, 2010 ; Simon, 2015 ; Jaurand, 2015 ; Henning, 2012 ; Saunders, Laing & Weiler, 2013 ; Sharpley & Stone, 2012 ; Panchal, 2013 ; MIT Team, 2002 ; Larsen et Laursen, 2012 ; Major et McLeay, 2012)

Concernant la méthodologie appliquée au cours de cette recherche, une méthode mixte (quantitative et qualitative) a été utilisée : la méthode quantitative, notamment à travers l'étude de bases de données de chiffres du secteur du tourisme en Colombie et dans Los Montes de María, ainsi qu'avec des enquêtes réalisées lors de l'étude de terrain. La méthode qualitative, notamment par le biais d'entretiens semi-directifs et informels avec les habitants et les autorités locales, ainsi que par l'observation participative sur le terrain d'étude. Il est important de souligner que l'actuelle crise sanitaire a façonné cette méthodologie et a été prise en compte pendant le processus de recherche et dans la présentation des résultats obtenus.

Enfin, pour essayer de résoudre la problématique de départ, ce mémoire est divisé en trois parties, la première d'entre elles présente les bases théoriques de notre recherche, présentant les concepts clés tels que tourisme communautaire et la mise en tourisme du patrimoine musical, ainsi qu'en analysant la bibliographie scientifique sur des cas concrets de mise en tourisme du patrimoine immatériel en Colombie. Ensuite, la seconde partie présente la mise en tourisme des communautés à travers la valorisation de leur patrimoine musical en Colombie, ainsi que le paysage du tourisme post-conflit dans le pays sud-américain, notamment dans la sous-région de Los Montes de Maria. Pour terminer avec une troisième partie sur le développement touristique à Ovejas à travers la valorisation de la musique de gaitas où nous essayerons d'apporter quelques réflexions sur le développement d'un tourisme communautaire durable à Ovejas. Ce mémoire est un voyage musical à la rencontre d'une communauté victime de la violence qui pourrait trouver dans le tourisme communautaire une opportunité pour récrire son histoire. Nous vous invitons à lire ce document en écoutant cette [playlist](#) que nous avons préparé, pour que ce voyage musical en Colombie soit une expérience multisensorielle.

PARTIE I :

LE TOURISME COMMUNAUTAIRE DURABLE ET LE PATRIMOINE IMMATÉRIEL DE COMMUNAUTÉS

CHAPITRE I : LE TOURISME COMMUNAUTAIRE DURABLE

1. Le tourisme communautaire

Selon Nicolas Haüsler (2005), membre doctorant de la TIES (The International Ecotourism Society), le tourisme communautaire est : « Une forme de tourisme impliquant qu'un nombre significatif de personnes vivant sur un territoire ait un contrôle substantiel de sa propre gestion et de son propre développement touristique. Ainsi les membres de la communauté, tout comme les personnes n'exerçant pas directement dans l'industrie touristique, devraient également bénéficier des retombées économiques ».

Pour leur part, Reyes et al. (2015) insistent sur le fait que plusieurs auteurs (OMT (2002) ; Guereña (2004) ; Maldonado (2005) ; Ruiz (2007) ; Ruiz, Hernández et al. (2008) ; López et Sánchez (2009) ; Trejos (2009) ; Henríquez, Zechner y Cioce (2010) ; Del Barco (2010) ; Pacheco et al. (2011) ; Casas (2012) ; Olivera et al. (2012) ; Castellanos et Orgaz (2013) ; Cabanilla (2014)) ont tenté de définir le tourisme communautaire et ont à chaque relevé ces points communs :

1. Le tourisme communautaire se développe à partir de la nécessité des communautés d'améliorer leur situation économique (chômage, très bas revenus des foyers, etc). Et cela en essayant d'attirer des touristes pour leur proposer un échange culturel et un contact direct avec leur quotidienneté et leurs ressources (culturelles et naturelles).
2. L'activité du tourisme communautaire produit des bénéfices pour les communautés hôtes à partir de l'amélioration de leur situation socio-économique, ainsi que pour les touristes en le permettant de vivre des expériences authentiques à travers l'échange culturel, le contact avec la nature et la participation à des processus productifs locaux.
3. Le succès de cette activité est basé sur la participation locale, ce qui garantit la bonne gestion du territoire tout en privilégiant la protection du patrimoine local (culturel et naturel).

Concernant les origines du tourisme communautaire selon Cabanilla (2016), ils remontent de façon globale dans le monde à la Déclaration de Manille sur le tourisme mondial du 10 octobre 1980 où le développement durable et le souci de l'environnement sont devenus des facteurs indispensables à prendre en compte dans la pratique du tourisme. Pour sa part, Lopez et al. (2011) suggèrent l'année 1985 avec la publication de l'œuvre de Murphy, comme le moment où le concept de tourisme communautaire a fait sa première apparition. Depuis cet ouvrage s'est établie une relation entre le tourisme et la notion de communauté, ainsi qu'avec la

capacité de produire des processus de réduction de la pauvreté dans des communautés en voie de développement.

A cet égard, cette pratique devient aussi une mise en tourisme des communautés, et implique une relation étroite entre les communautés locales et l'activité touristique des territoires. Le tourisme communautaire a entré dans les nouvelles tendances du tourisme à l'échelle mondiale, ayant d'un côté comme acteurs principaux des voyageurs, qui cherchent de plus en plus à vivre des expériences originales et de l'authenticité dans leurs destinations touristiques, et de l'autre des communautés qui voient dans le tourisme une opportunité de développement économique et même un moyen de valorisation et de préservation de leur patrimoine immatériel.

Mais la mise en place du tourisme communautaire implique divers enjeux pour tous les acteurs de cette pratique. Cela a depuis plusieurs années été l'objet d'étude de nombreux chercheurs (Charpentier (2011) ; Del Campo Tejedor (2009) ; Burgos Doria (2005) ; Butler, Curran y O'Gorman, (2013) ; Gascón (2013) ; Zapata (2011), entre autres). Tout d'abord car il implique la mise en valeur, voir la construction d'une « authenticité culturelle », qui représente une source d'identité des communautés. Selon Del Campo Tejedor (2009), l'authenticité, requiert quatre éléments : le traditionnel, l'exotisme, la pureté et la sincérité. Cette construction d'authenticité chercherait à répondre à un public donné. De ce point de vue, les communautés choisissent ce qu'elles veulent montrer et basent ainsi leur processus de récupération culturelle – voir même de réappropriation culturelle –, sur le champ matériel, mais également sur le champ immatériel.

Il est donc considéré que ces marqueurs identitaires, issus de la construction délibérée d'authenticité culturelle, cherchent à répondre à une demande touristique d'un point de vue commercial, mais ils ont aussi pour but la redéfinition et la mise en valeur du patrimoine culturel local. Cela a également pour objectif de créer une cohésion sociale dans les communautés concernées. Dans ce contexte, la réappropriation des savoirs culturels peut s'exécuter sous diverses formes, articulées surtout sur deux axes principaux : d'une part les formations éducatives et d'autre part la transmission par les aînés. Le succès de cette réappropriation des savoirs culturels va tout d'abord dépendre des connaissances ou des aptitudes reproductibles, acquises et héritées par certains membres de la communauté, et ensuite dépendre de la capacité à intégrer la jeune génération dans ce processus (Charpentier, 2011).

A cet égard la mise en tourisme des communautés fait face aux enjeux générationnels. Ainsi, cette pratique doit assurer une complète intégration de la jeune génération à la communauté pour assurer l'authenticité et ainsi la relève générationnelle. Cela n'est pas toujours évident en raison de l'existence de « la culture globale » aux temps de la globalisation et des nouvelles

technologies qui intéressent particulièrement les nouvelles générations. Le tourisme est un secteur économique où les jeunes générations peuvent trouver une source d'emplois stables, ce qui empêcherait que ces derniers abandonnent leurs communautés et par la même occasion leur permettrait de s'intéresser autant à leur culture qu'aux nouvelles technologies (Charpentier, 2011).

D'un autre côté, bien que les pratiques culturelles soient intégrées dans l'offre touristique, il existe aussi une appropriation des performances touristiques par les communautés dans leur processus de création d'identité locale (Condevaux Aurélie, 2011). Selon Condevaux cela a été constaté dans des cas ponctuels, dont celui de Tonga où « L'un des éléments recherchés par les touristes (y compris par les touristes d'origine tongienne à Tonga) au cours de ces performances est la découverte d'une forme d'« altérité » culturelle. L'altérité est en effet autant donnée à voir dans la mise en scène de danses qui sont exemplaires de techniques corporelles et de traditions artistiques « autres », que donnée à ressentir par les touristes dans leurs corps, à travers les tentatives d'apprentissage des danses par exemple ou encore à travers la découverte de « saveurs » fréquemment jugées différentes, lors du repas (2011 P. 7).

Mais certains auteurs (Butler, Curran y O'Gorman, 2013) considèrent que cette pratique touristique est en quelque sorte cynique, car selon eux, la pauvreté est liée à certaines pratiques autochtones, ce qui implique que les communautés restent dans la pauvreté pour être attractives à l'égard du tourisme communautaire. Ce type de tourisme a également été fortement critiqué en tant que modèle de développement, du fait de la dépendance excessive au financement et aux conseils externes, de la monopolisation des avantages par les élites locales, des inégalités au sein des communautés ou encore de la capacité de gestion limitée liée au fonctionnement des entreprises de manière opérationnelle (Gascón, 2013 ; Zapata, 2011).

Cependant, des exemples concrets de la dynamique économique entre tourisme et communautés autochtones ont été mis en lumière par certaines études, dont le cas de la Tanzanie, l'un des pays les plus démunies d'Afrique d'un point de vue économique. Dans ce pays, il y a eu une évolution des recettes issues du tourisme (Il faut souligner que le tourisme communautaire est l'un des piliers du secteur touristique de la Tanzanie), passant de 65 millions de dollars en 1990 à 2,4 Milliards de dollars en 2018. Dans l'actualité, le tourisme représente environ le 4,3% du PIB de ce pays africain (Direction générale du Trésor Français, 2019).

Également l'exemple du projet de tourisme communautaire dans l'état de Kayah au Myanmar nommé *NTF III* et mis en place par le CBI (*the Department for the Promotion of Exports from Developing Countries of The Netherlands*) et le ITC (*International Trade Center of the United Nations*), montre l'impact positif de la mise en tourisme des communautés. Pendant la mise en place de ce projet se sont créés 20 nouveaux parcours touristiques culturels, se sont établis plus de 30 partenariats commerciaux entre la communauté locale de Kayah et des agences réceptives de la région de Yangon (Région à laquelle appartient l'état de Kayah), ainsi que se sont créés des emplois directs pour plus de 100 membres actifs des communautés qui offrent des services touristiques. Ce projet a permis également le renforcement des capacités de la communauté locale, notamment en opération de tours, guide touristique, réservation de services, communication et manipulation des aliments. Il faut souligner qu'à la fin de l'intervention de ces organismes internationaux (CBI et ITC) l'état de Kayah avait expérimenté une augmentation de 140% du nombre de visiteurs et une augmentation des dépenses des visiteurs de près de 400%. Plus de 50 % des touristes arrivant à l'état de Kayah en 2016 ont visité l'une des communautés partenaires du projet. À la fin de la première haute saison (2016/17), les nouvelles tournées culturelles avaient déjà généré plus de 10.000 dollars de revenus directs pour les membres de la communauté participant activement. Pour la haute saison suivante (2017/18), la croissance dans le nombre de visiteurs a été de plus de 250%. Par ailleurs, pour assurer la durabilité du projet et la mise en tourisme de ces communautés se sont créés des comités de tourisme communautaires avec des personnes référentes qui assurent la continuité du projet et les bonnes pratiques. Un système a également été conçu pour collecter et traiter les données et les informations concernant l'activité touristique, ce qui aide à la prise de décisions stratégiques en vue d'assurer la durabilité de la mise en tourisme de ces communautés (Richards et al.,2018)

D'un autre côté, les résultats de l'intervention du CBI et l'ITC ont été mis en évidence dans le rapport *Fresh from the field* (Richards et al.,2018), où a été mise en lumière l'approche du tourisme communautaire basée sur la chaîne d'approvisionnement. Cette approche indique le fait que pour assurer une excellente expérience de tourisme communautaire pour toutes les parties prenantes (y compris les touristes) il est impératif de remplir huit critères :

1. Travail en équipe et partenariats (Entre les membres de la communauté et les acteurs du tourisme B2B).
2. Développement de compétences et capacités de la population locale ainsi que des savoirs culturels propres.
3. Partage d'apprentissages et échange des expériences entre les membres de la communauté et les acteurs impliqués dans l'activité touristique.

4. Les communautés doivent percevoir le tourisme comme une source de revenus additionnels et non pas comme la seule source de revenus.
5. Il doit exister une gestion transparente des fonds et des finances à travers la création d'un fond communautaire.
6. Le tourisme doit être un levier du développement durable de la communauté impliquée.
7. Le tourisme doit favoriser la conservation et la préservation de la flore et de l'environnement local.
8. Le tourisme doit favoriser la préservation et la valorisation de la culture locale.

Tous ces critères doivent en même temps être appuyés par la propre volonté et la propre initiative de la communauté locale concernée, favorisant toujours une approche « Bottom-up » du développement du tourisme communautaire.

A ce sujet, selon Zapata (2011), le modèle prédominant dans le tourisme communautaire est celui d'une approche « Top-down », caractérisé par le fait que ses initiatives sont créées grâce à un financement extérieur, avec un esprit d'entreprise clair et avec une orientation principale vers les marchés internationaux. Cela implique moins d'arrivées de touristes, un impact économique moindre sur la communauté, un niveau plus élevé d'abandon et de faillite, ainsi qu'une subordination à des marchés éloignés sur lesquels il y a peu de capacité d'influencer directement. Pour sa part, le modèle d'approche « Bottom-up », né d'initiatives d'entreprises locales, avec un degré d'autofinancement important et une orientation très claire vers le marché national, enregistre beaucoup plus d'arrivées de touristes, une plus grande continuité dans les initiatives, un niveau d'appropriation de l'activité plus élevé et une adaptation beaucoup plus appropriée aux besoins et aux caractéristiques du contexte local. A cet égard, « le développement d'un tourisme communautaire orienté en priorité vers la proximité et les classes moyennes et populaires peut avoir des impacts positifs plus importants et un fort potentiel de développement » (Zapata, 2011 P. 16). Cependant il serait également intéressant de s'interroger sur la pertinence de l'aide ou l'accompagnement externe dans la promotion des initiatives « bottom-up », du fait que dans certains cas (comme celui de l'état de Kayah au Myanmar), ces initiatives n'auraient pas eu lieu sans une intervention externe.

A ce propos, Cañada (2015) affirme aussi que le tourisme communautaire dans le monde, et particulièrement en Amérique Latine, est un secteur pluriel avec une grande diversité et à la fois contradictoire dans ses dynamiques et influences externes. Il existerait un segment orienté vers les classes moyennes et inférieures dans le marché local et national qui montrerait un niveau de réussite assez important. Et cela aurait être presque négligé et ignoré par les acteurs publics, les agences de coopération et développement et l'académie. Pour sa part Quiñonez-

Bedón et al. (2019) affirment que le développement des communautés est tout le temps associé à un bénéfice économique, mais que cela ne devrait pas être toujours le cas, du fait que le développement en soit ne commence pas avec les capitaux, sinon avec l'éducation, l'organisation et la discipline des membres des communautés ; et sans ces trois composants, toutes les ressources restent sans profit. Également Rodriguez (2018, P. 198) affirme que selon cette vision du tourisme communautaire, il est important d'aller au-delà d'une perspective purement économique, et d'arriver à une vision holistique du même phénomène, une vision dans laquelle l'opportunité de renforcer les liens sociaux, l'auto-construction et l'appropriation d'une identité culturelle et d'un environnement naturel de la part des communautés impliquées est mise en évidence. Dans ce sens, la croissance économique doit être subordonnée au développement intégral de la communauté, et non l'inverse. De cette manière, le tourisme communautaire peut devenir un excellent instrument pour générer des processus d'appartenance et d'enracinement culturel, et un frein aux processus de migration vers les centres urbains et à l'augmentation des cordons de misère dans ceux-ci. Selon Rodriguez (2018) les supports du tourisme communautaire sont la culture et la nature.

En conclusion, la mise en tourisme des communautés est donc une « arme à tranchants multiples ». Pour assurer la bonne pratique du tourisme communautaire, il faut avoir en compte différents enjeux, contextes et facteurs. Le tourisme pourrait être le levier pour assurer le développement durable des communautés démunies, en sachant que toute communauté a un patrimoine immatériel qui pourrait être valorisé en tant qu'offre touristique, mais en ayant compte que le tourisme implique également des enjeux qui pourraient être nocifs pour ces communautés. Pour cela, il semble important d'aborder aussi la question de la durabilité dans le tourisme communautaire, ainsi que dans le tourisme tout court.

2. Le tourisme durable

Aujourd'hui, il est impossible d'envisager le développement touristique sans se soucier de la question de la durabilité. Du fait que le concept de « durabilité » fait partie de notre société actuelle dans tous ses dimensions. Le développement durable implique donc « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs » citation de Mme Gro Harlem Brundtland, Premier Ministre norvégien (1987). L'évolution du tourisme à une échelle globale implique certains impacts sur l'environnement physique et social des destinations, pourtant une prise en compte du concept de développement durable est primordiale pour piloter le développement touristique des lieux.

L'Organisation Mondial du Tourisme (OMT), définit le tourisme durable comme : « Le tourisme qui prend en compte les conséquences actuelles et futures, économiques, sociales et environnementales, pour satisfaire les besoins et les attentes des touristes, de l'industrie, de l'environnement et des communautés hôtes ». Selon l'OMT les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspect (UNWTO, 2020).

Selon Sancho Pérez (2005), l'industrie touristique a commencé à intérioriser le concept du tourisme durable depuis 1997, à l'issu de la première conférence mondiale du tourisme durable qui a eu lieu à Lanzarote aux Îles Canaries. Cette année-là se sont spécifiés les termes qui décrivent le développement du tourisme durable, ainsi que « ce qui doit être compris comme le développement du tourisme qui permet de maintenir sa viabilité, pour une durée indéterminée, sans dégrader l'environnement physique et humain » (Sancho Pérez, 2005, P. 8).

A cet égard, plusieurs acteurs publics et privés du tourisme ont fait de la durabilité leur feuille de route pour le développement des destinations et des business touristiques. En Amérique latine, nous trouvons plusieurs initiatives publiques et privées afin d'assurer la pratique d'un tourisme durable, dont le label S au Chili (*Distinción de turismo sustentable*). Il est accordé par l'état aux services d'hébergement touristique, aux voyagistes et aux agences de voyage opérant au Chili qui répondent aux critères mondiaux de durabilité touristique, dans les domaines socio-culturel, environnemental et économique (Chile Sustentable,

<http://www.chilesustentable.travel/#popup>). Également, l'Alliance de destinations durables des Amériques (*Alianza de Destinos Sostenibles para las Américas* (SDAA)) a été créée depuis 2014 auprès de l'Organisation des États Américains (OEA) en tant qu'initiative pour aider les destinations de l'Amérique latine et les Caraïbes à sauvegarder leur patrimoine naturel et culturel, à améliorer les conditions de vie des communautés et à assurer le développement économique régional (*Alianza de Destinos Sostenibles para las Américas* (SDAA), <http://www.oas.org/es/sedi/dedes/ct/sdaa.asp>). Selon Sustainable Travel international organisation, la SDAA propose dans sept îles du Caraïbe (Antigua-et-Barbuda, Aruba, Les Bahamas, Barbade, Dominique, Jamaïque, Saint-Kitts-et-Nevis) un accompagnement adapté aux défis et aux opportunités de chaque destination, qui leur permet de tracer leur propre chemin vers le développement durable.

Pour sa part, le cas de Costa Rica démontre comment la durabilité des pratiques touristiques peut devenir une affaire d'état avec son programme de certification de responsabilité social-touristique (CST) initié en 1997 et dont l'objectif principal est : « de rendre le concept de tourisme durable réel, pratique et incontournable dans le contexte de compétitivité touristique du pays et d'améliorer l'utilisation des ressources naturelles et sociales » (*Turismo sostenible Costa Rica*, <https://www.turismo-sostenible.co.cr/>). Cette certification peut être accordée aux hébergements, tour opérateurs, parcs à thèmes, restaurateurs et aux entreprises de location de voitures. Par ailleurs, selon la ministre du tourisme du Costa Rica lors du dernier salon IFTM Top Resa en 2019, depuis le développement du tourisme dans ce pays, il a essayé d'éviter le tourisme de masse et d'encourager le tourisme responsable, par exemple en s'assurant que 99% de ses hôtels ont moins de 40 chambres et en encourageant une durée moyenne de séjour de plus de 15 jours (en 2019 la durée moyenne du séjour pour les visiteurs européens a été de 17 jours). Cela a pour but d'assurer d'importantes retombées économiques pour les territoires et l'amélioration de la qualité de vie des habitants (Jaladis, 2019 « Le Costa Rica joue la carte d'un tourisme durable »).

Ayant en compte que le tourisme communautaire doit assurer des bénéfices (économiques, sociaux, culturels, etc.) à la communauté hôte, la question de la durabilité s'impose dans cette pratique communautaire du tourisme, car nous ne pourrions pas penser à un tourisme qui bénéficie à une communauté dans le présent au détriment du bien-être de ses futures générations. A cet égard nous pourrions dire que le tourisme communautaire doit être toujours durable, même si le tourisme durable tout court n'est pas toujours communautaire. La durabilité devient donc un enjeu majeur et principal dans la mise en tourisme des communautés.

Selon Sancho Perez (2005) le tourisme durable en général met un accent particulier en ce qui concerne la préservation du patrimoine culturel et les traditions des communautés hôtes, ce qui permettrait l'amélioration de la qualité de vie de la population locale. Il est évident ainsi que dans le tourisme durable et le tourisme communautaire il faut partir de la prémisse que les communautés hôtes doivent devenir protagonistes dans la gestion des destinations touristiques (Sancho Pérez, 2005, P. 8). A cet égard selon Cruz Blasco (2012) le tourisme communautaire est présenté comme une « opportunité de passerelle entre la rentabilité économique, la préservation de l'environnement et le respect socioculturel ». Le tourisme communautaire serait donc une forme de tourisme durable qui vise, d'un côté, à améliorer le développement socio-économique de la communauté locale, et d'autre part, cherche à préserver et promouvoir le respect des ressources naturelles et culturelles, par sa mise en valeur et la mise en œuvre de nouvelles formes de gestion durable (Orgaz Agüera, 2013, P. 84).

Le tourisme communautaire durable serait donc défini comme « Ces activités touristiques respectueuses de l'environnement, culturelles et sociales, et des valeurs d'une communauté, qui permettent de profiter d'un échange positif d'expériences entre résidents et visiteurs, où la relation entre le touriste et la communauté est juste et les retombés de l'activité sont réparties équitablement, et où les visiteurs ont une attitude vraiment participative dans leur expérience de voyage » (Acosta Lara, 2013, p. 25)

Pour sa part Dangui et Jamal (2016 p.20) indiquent que les principes éthiques qui doivent guider le développement et la gouvernance touristique sont la transparence et la durabilité tout en étant applicables dans une perspective intégrée, locale et mondiale. A cet égard relier le local (incarné dans le tourisme communautaire) et le global (incarné dans le tourisme durable) sont des principes de bonne gouvernance et de justice qui permettent l'impartialité et l'équité dans la distribution et l'utilisation des ressources liées au tourisme du niveau local au niveau mondial, ainsi que des principes d'autonomisation de la communauté à travers le renforcement des capacités, et la gestion des biens naturels, culturels et sociaux.

3. Tourisme communautaire durable en Amérique latine, quelques exemples.

En Amérique Latine, le tourisme communautaire est un phénomène relativement récent qui n'a pas plus de deux décennies et qui selon Cabanilla (2016) a vu le jour dans un contexte de changements sociaux au niveau continental et global. Dans une région si diverse et multiculturelle que l'Amérique latine, le tourisme communautaire ait apparu comme une opportunité viable vis-à-vis du développement durable et de la réduction de la pauvreté des communautés, tout en assurant la création d'emplois locaux et la préservation du patrimoine matériel et immatériel des communautés impliquées.

Dans ce contexte, en 2001 a été créé REDTURS (Red de Turismo Sostenible Comunitario de América Latina) auprès de l'organisation internationale du travail (OIT). Ce réseau est composé par des communautés originaires de divers pays d'Amérique latine et cherche à faciliter l'échange d'informations, à diffuser des expériences de promotion touristique et de marché, ainsi qu'à offrir un accès à des services de développement commercial et entrepreneurial à travers des formations (Maldonado, 2006, p. 42). En 2003 avec la déclaration de San Jose (Costa Rica), REDTURS préconise une amélioration des politiques et des stratégies touristiques de la part des états, ainsi qu'un renforcement des aspects liés à l'organisation et à la gestion des services de la part des communautés. Des principes spécifiques liés à la prévention des processus de déculturation ont également été établis et l'élaboration de codes d'éthique a été encouragée dans chaque communauté impliquée.

Dans la région, l'Equateur est l'un des pionniers en matière de tourisme communautaire, avec 231 projets, dont 99 projets actifs en 2014. Ce « succès » du tourisme communautaire en Equateur est dû principalement au fait qu'une bonne partie des réserves naturelles du pays sont aux mains des communautés autochtones (Cabanilla 2017). Un exemple du tourisme communautaire en Equateur est celui de la Communauté de Yungilla, dans la province de Pichincha, qui est géré par 45 familles, à travers une Corporation entrepreneuriale qui fait partie de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC) ; l'offre est composée d'expériences d'écotourisme, d'expériences gastronomiques comme l'élaboration de fromages et de yaourts, de la commercialisation des produits artisanaux, ainsi que de la gestion des jardins partagés. Le village accueille environ 3.000 visiteurs par an, ce qui a entraîné des changements économiques et sociaux tels qu'une standardisation des services offerts (Neudel, 2015). Yungilla est un exemple de communauté qui a remplacé l'exploitation du charbon par le tourisme communautaire.

Pour sa part, la Jamaïque joue un rôle majeur dans le tourisme communautaire aux caraïbes, où le réseau de tourisme communautaire « Country Style » et le programme « Unique Jamaica » offrent aux touristes une « expérience différente » lors de leur séjour dans l'île tout

en valorisant l'arrière-pays, les côtes moins visitées et la culture locale, parfois loin de l'imaginaire touristique de la Jamaïque. Un exemple est celui des communautés de Treasure Beach, sur la côte sud de l'île, qui offrent au voyageur de multiples opportunités pour profiter de l'environnement, tout en apprenant l'histoire de l'île et en découvrant sa culture à travers ses habitants. La Fondation Breds Treasure Beach organise diverses activités, notamment : des randonnées à vélo avec visites de fermes locales, des visites nocturnes des plages pour soutenir la conservation des tortues ; des promenades en bateau et l'observation des dauphins, ainsi que des événements annuels comme le Jakes Cross-Country Triathlon ou le tournoi Treasure Beach Fishing Rod and Hook. Les communautés organisent également des foires artisanales, des courses à pied et le nettoyage des plages.

En Amérique central, Zapata et al. (2011) ont identifié plusieurs cas réussis de tourisme communautaire sous l'approche « Bottom-up » au Nicaragua, où nous pouvons souligner : *Campuzano* (initiative à Chinandega (à l'ouest du pays) dédiée à la baignade et aux loisirs de plein air à destination de marchés populaires) ; *l'Ecoposada El Tisey* (une ferme agricole très diversifiée dans le département d'Estelí (au nord du pays) qui intégrait des activités touristiques à travers des services de restauration, des promenades en forêt et des visites de la ferme, ainsi que de l'hébergement) ; et enfin Quetzalcóatl (une coopérative d'artisans principalement de pièces d'argile située à San Juan de Oriente, tout près de Managua). De plus, Cañada (2015) a identifié des initiatives de tourisme communautaire dans la même veine au Salvador dont : *El bosque de Cinquera* (promenades dans la forêt avec des guides qui racontent l'histoire de la guerre au Salvador, baignades et services d'alimentation, destinés aux classes moyennes et inférieures avec des prix très bas), *La Cooperativa Los Pinos* (service de restauration, visites guidées dans la forêt du café, et services d'hébergements dans des écolodges destinés aux classes moyennes) et enfin *PRODETUR* (activités dédiées à la mémoire historique et à la culture du Salvador, pique-niques dans la forêt, services de restauration et hébergement, également orientés vers les classes moyennes). Selon Cañada (2015), ces trois exemples partagent le fait d'avoir atteint un afflux important de visiteurs et une commercialisation réussie, de ne pas dépendre de projets de coopération pour leur fonctionnement régulier (bien qu'ils aient reçu un soutien externe, le leadership a toujours été maintenu dans les organismes communautaires), ainsi que le fait de commercialiser leurs produits principalement de façon directe sans la collaboration d'autres structures d'intermédiation.

Également selon Cañada (2015) une des dynamiques les plus importantes dans la création et la commercialisation du tourisme communautaire en Amérique latine est la consolidation de différentes structures et/ou réseaux d'intermédiation, qui ont été créés à partir de l'articulation de certaines initiatives de tourisme communautaire ou à partir de la création d'alliances avec

d'autres secteurs productifs, ce qui a permis une visibilité majeure vis-à-vis du marché et une augmentation du nombre de visiteurs et de revenus dans une grande partie des initiatives de tourisme communautaire existantes dans le continent. Pour avoir un aperçu général, ces initiatives sont listées par pays ci-dessous :

1. Argentine : Origins et Sianca Viajes Turismo
2. Bolivie : Red Tusoco
3. Brésil : Red Tucum et Central de Turismo Comunitario da Amazonia
4. Chile : Travolution
5. Colombia : More Local, Manbe Travel
6. Costa Rica : ACTUAR, Turismo autentico, Simbiosis Tours, Vacaciones con familias campesinas
7. Equateur : Runa Tupari, Pakarinan, Saraguro Rikuy, Puruha Razurku, Ricancie, Maquita Turismo
8. Le Salvador : TourRuralES, Perkintours
9. Guatemala : Viva Atitlan
10. Mexico : Totonal
11. Nicaragua : Matagalpa Tours
12. Panama : Panama al Natural
13. Pérou : Pachamama et Cooperativa Coclatours
14. Uruguay : Retos al sur

En ce qui concerne la Colombie, selon Burgos Doria (2015) le tourisme communautaire y a vu le jour en 2003 avec le programme de *Posadas Turísticas* mise en place par les unités de parcs nationaux et naturels de la Colombie. Dans le Plan sectoriel du tourisme 2014-2018, le Département National de Planification (2014) a dressé un inventaire de 45 initiatives de tourisme communautaire. Il s'agissait notamment d'initiatives à : Ciudad Bolívar, Usme et Sumapaz (dans le centre du pays, près de Bogota); Suesca (Cundinamarca) (Moreno et Ochoa, 2011) ; Nuquí et Bahía Solano, dans le département du Chocó (Pertuz, 2010) (Rodriguez, 2018 P. 197).

Mais malgré les exemples réussis du tourisme communautaire en Amérique latine, Mitchell et Muckosy (2008) ont considéré que même si le tourisme peut aider à la réduction de la pauvreté

dans la région, le tourisme communautaire n'est pas la meilleure option, ils suggèrent que le tourisme communautaire repose sur l'idée qu'un secteur de services sophistiqué, comme le tourisme, est mieux géré par un grand groupe de membres de la communauté. Et mettent en lumière le fait que le secteur agricole ait abandonné cette idée après des échecs désastreux avec les initiatives de collectivisation dans les années 1960 et 1970. Ils affirment que le grand problème du tourisme communautaire en Amérique latine est l'accès restreint au marché et la mauvaise gouvernance, et préconisent comme solution d'établir un lien avec le tourisme grand public ou traditionnel. D'après eux, de nombreuses initiatives de tourisme communautaire dans la région sont inefficaces pour réduire la pauvreté à grande échelle, et les transferts de bénéfices importants et durables de l'activité touristique vers les communautés pauvres est possible, mais seulement s'il est reconnu que la création de liens avec l'industrie traditionnelle qui profite aussi aux communautés démunies en Amérique latine est nécessaire. Cependant, selon Cañada (2015), dans la plupart de cas en Amérique latine le tourisme communautaire n'est pas une activité qui remplace les activités agricoles traditionnelles, sinon plutôt une façon de diversifier et compléter les économies rurales. Dans ce sens Kyra Cruz (cheffe d'un réseau de tourisme communautaire au Costa Rica) affirme que le tourisme communautaire est né de la nécessité de générer des alternatives économiques pour diversifier les revenus des habitants de zones rurales, du fait qu'ils ont dû subir les impacts d'un modèle de développement rural prédateur des ressources naturelles et qui a accentué l'iniquité et concentré la propriété de la terre, ce qui à la fois a encouragé le chômage, l'émigration et la détérioration du lien social dans la communauté rurale (Cañada , 2015 P.156).

En conclusion le tourisme communautaire en Amérique latine comme partout dans le monde est sujet à de nombreux enjeux. Le contexte social et économique assez instable de la région constitue en soi un enjeu majeur. Par ailleurs, la diversité de cultures autochtones et les influences culturelles issues de la colonisation font de l'Amérique latine un terrain complexe et à la fois prometteur pour le développement d'un tourisme communautaire durable. La pluralité culturelle étant un des atouts majeurs du continent, il semble donc pertinent de s'intéresser à l'incidence du patrimoine immatériel dans le tourisme communautaire, ce que nous explorerons dans le prochain chapitre.

CHAPITRE II : LE PATRIMOINE IMMATERIEL ET MUSICAL DANS LE TOURISME COMMUNAUTAIRE

1. Le patrimoine immatériel

Le « patrimoine immatériel », selon l'UNESCO, représente les « pratiques, représentations et expressions, les connaissances et savoir-faire que les communautés et les groupes et, dans certains cas, les individus, reconnaissent comme partie intégrante de leur patrimoine culturel ». Appelé aussi « patrimoine culturel vivant », il contiendrait les traditions et expressions orales, y compris la langue en tant que véhicule pour le patrimoine culturel immatériel ; les arts du spectacle ; les pratiques sociales, rituels et événements festifs ; les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers [et] les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel (UNESCO, 2003a : 2).

A cet égard, le patrimoine immatériel représente des éléments propres à chaque culture, à chaque communauté et à chaque groupe. On pourrait donc dire que toutes les communautés ayant une culture commune ont un patrimoine immatériel. Mais cette conception intangible du patrimoine est relativement récente. Celle-ci est apparue lors de deux conventions : la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (2003) et la convention de Faro (2005). Ces conventions ont fait appui prononcé sur la conservation du patrimoine culturel. Par ailleurs, de la même façon que le patrimoine matériel est étroitement lié aux destinations touristiques traditionnelles, le patrimoine immatériel est de plus en plus mis en valeur à travers certaines pratiques touristiques, surtout des pratiques alternatives tels que le tourisme hors des sentiers battus ou le tourisme communautaire.

Par ailleurs, même si l'UNESCO (1996) affirme que « Les civilisations se sont enrichies de l'itinéraire des individus et des groupes, [et] que les cultures se seraient épuisées s'il n'y avait pas eu de voyageurs », certains auteurs affirment qu'entre « l'intérêt de l'anthropologue envers les itérations culturelles de diverses sociétés et celui du touriste en quête de dépaysement, il y a tout un pas que les gestionnaires et les promoteurs touristiques devraient hésiter à franchir » (Morisset et Noppen, 2005). Car selon eux, le patrimoine immatériel ne peut pas à lui seul motiver le touriste à se déplacer. Il faudrait donc avoir d'avantage une configuration matérielle, qui motive les touristes à effectuer le déplacement. Il faudrait par la même occasion rendre ce patrimoine matériel plus attirant, et le munir d'une histoire « storytelling ». Le patrimoine immatériel pourrait être considéré comme un « simple ingrédient d'interprétation de ce monde matériel mis en tourisme ». Pour sa part, López-Guzmán et al. (2017, P. 571) ont indiqué que les principales stratégies pour transformer les valeurs d'un bien intangible en produit touristique-culturel sont : « la création d'attractions primaires ou la construction des

installations spécifiquement dédiées à l'exposition du patrimoine immatériel, le fait de combiner différentes attractions pour susciter plus d'intérêt auprès des touristes, la création des espaces culturels pour des démonstrations liées à la culture et aux spectacles vivants, l'utilisation d'itinéraires qui couvrent le patrimoine immatériel, ainsi que la revitalisation des festivals et des événements ».

A cet égard, la relation entre patrimoine immatériel et tourisme implique des conséquences qui pourraient être positives et/ou négatives vis-à-vis des communautés et du patrimoine en lui-même. D'un côté, le tourisme agit en tant que « sensibilisateur » des communautés locales vis-à-vis de la valeur de son propre patrimoine, étant donné l'intérêt qu'il suscite chez les autres, les touristes. Également, l'identité culturelle et la revendication de connaître leur propre culture, leur histoire et leur patrimoine matériel et immatériel sont renforcées. En même temps, il y a une préoccupation croissante pour sa conservation et sa sauvegarde, la défense du patrimoine en danger de disparition, sa revitalisation ou sa récupération, de sorte que de nombreux biens ou expressions patrimoniales qui auraient pu être détruits ou oubliés sont maintenus grâce au tourisme. En conclusion, le tourisme peut encourager la valorisation du patrimoine culturel, c'est-à-dire sa valorisation par les bénéfices sociaux et identitaires qu'il génère tout en tenant compte de la possibilité de produire de la richesse économique (Toselli, 2006 P. 179).

D'un autre côté, selon Jiménez de Madariaga, (2002), l'un des principaux problèmes observés dans la relation entre patrimoine immatériel et tourisme, est la commercialisation du patrimoine culturel, à la fois matériel et immatériel, lorsqu'il est modifié et passe d'une ressource économique (bénéfique aux économies locales) à un produit de marché (qui comprend, par exemple, les grands voyagistes et tours opérateurs). Dans ce processus, est mis en lumière le danger de modifier la nature du patrimoine culturel immatériel par des actions de diffusion et de promotion inappropriées, car les manifestations intangibles ont des valeurs importantes qui se transforment en le commercialisant. Bien que perçus comme des biens « vécus et ressentis » par la communauté locale, ils peuvent devenir des comportements de biens de consommation pour une partie de la société. Cette transformation déforme les significations originales du patrimoine immatériel, par exemple, avec la reproduction en série de l'artisanat avec des techniques et des matériaux différents des originaux, ou les festivals et rituels locaux organisés uniquement pour les touristes (Jiménez et Seño, 2018). Nous pourrions donc considérer que le tourisme communautaire durable avec une approche bottom-up pourrait tirer profit des aspects positifs de la relation entre patrimoine immatériel et tourisme, sans nécessairement tomber dans la marchandisation du patrimoine immatériel des communautés concernées.

Par ailleurs, dans le cas de la Colombie, le patrimoine matériel et immatériel est protégé par la même constitution politique qui oblige à l'État et le peuple à protéger les richesses naturelles et culturelles de la nation (art.8), un devoir ratifié par la loi sur la culture (loi 397 de 1997) en termes de valorisation, de protection et de diffusion du Patrimoine culturel de la Nation (art.1) afin qu'il « serve de témoignage de l'identité culturelle nationale, tant au présent qu'à l'avenir » (art.5). La plus récente liste du patrimoine immatériel de la nation compte 23 manifestations (MinCultura, 2020) dont 8 sont inscrites dans la liste du patrimoine immatériel de l'UNESCO (Le carnaval de Barranquilla, l'Espace Culturel Palenque de San Basilio, le carnaval des Noirs et des Blancs, les processions de la Semaine Sainte à Popayán, le système normatif Wayuu appliqué à la figure du bavard, La musique marimba et les chants traditionnels du sud du pacifique colombien et de la province équatorienne d'Esmeraldas, les connaissances traditionnelles des chamans Jaguar de Yuruparí et la fête de Saint François d'Assise à Quibdo) et 3 manifestations dans la liste du patrimoine culturel immatériel nécessitant des mesures de sauvegarde urgentes (La musique traditionnelle vallenato de la région du Magdalena Grande, Les chants de travail de llano colombo-vénézuéliens et les connaissances et techniques traditionnelles associées au Vernis de Pasto Mopa-Mopa à Putumayo et Nariño) (Colombie – Patrimoine culturel immatériel, <https://ich.unesco.org/fr/etat/colombie-CO>)

Pour conclure il est évident qu'ils existent différents types de patrimoine immatériel ou d'éléments constitutifs de la culture commune des communautés : pratiques, connaissances et savoir-faire, croyances, rites et religions, musique, langues, etc. Dans ce travail de recherche, nous nous intéresserons surtout à étudier le patrimoine musical des communautés, et notamment la relation entre tourisme et musique traditionnelle.

2. La mise en tourisme du patrimoine musical

Parmi les éléments principaux des cultures autochtones, on retrouve les expressions musicales, classées dans le patrimoine immatériel des communautés. La musique traditionnelle constitue dans plusieurs cas un élément inhérent aux communautés. Il est donc évident que dans la mise en tourisme des communautés, la musique traditionnelle joue aussi un rôle majeur dans la création de l'authenticité culturelle. A cet égard « il faut différencier le tourisme comme secteur économique du tourisme culturel comme valeur politique et identitaire » (Cousin, 2006, p. 27).

Cependant, selon Sicsic (2018) le secteur touristique s'est historiquement plutôt intéressé à exploiter le patrimoine visuel, artistique et historique et très peu au patrimoine musical des lieux. « À l'exception d'une valorisation des grands maîtres de l'opéra en Italie ou de l'exceptionnel dynamisme des Britanniques autour des stars de la pop, de la samba et la bossa nova au Brésil, du tango en Argentine, du reggae en Jamaïque... la musique reste la grande oubliée de nombreux territoires touristiques, alors qu'elle pourrait en devenir la locomotive... » (Sicsic, 2018 p.15). Pour sa part, Boukhris et al. (2018) affirment que dans ces « exceptions » citées par Sicsic (2018), le tango à Buenos Aires est pluriel dans ses géographies, ses activités et ses modes de structuration économique. Des nombreux quartiers sont concernés, partout dans la ville. « La pratique touristique du tango consiste autant en un spectacle-cabaret qu'une virée nocturne en milongas, des cours particuliers, la visite du musée Gardel ou un city-tour à la Boca où se vendent cartes postales, tableaux et souvenirs thématiques tango » (Boukhris et al. 2018 p. 29). Malgré cela, il est difficile d'évaluer de façon simple sa place dans le développement touristique de Buenos Aires, car dans les statistiques locales du tourisme, est mesurée surtout l'activité touristique par quartier ou par secteur d'activité (hôtels, restaurants, etc.) et ne sont pas prises en compte les pratiques touristiques dont le tango fait partie. Cependant, le tango est ancré dans l'imaginaire touristique de Buenos Aires et de l'Argentine en général, celui représente un des plus clairs exemples de la mise en tourisme du patrimoine musical dans le monde.

De plus, Le Fado s'est introduit dans les rues de Lisbonne, et plus précisément dans le quartier de l'Alfama qui est par excellence l'une des adresses artistiques et touristiques de la ville. Il a été chanté dans des endroits inhabituels, où il n'était pas normal de l'entendre. La relation avec d'autres actifs était évidente. Le tourisme à Lisbonne a gagné avec cette « vulgarisation » du Fado (Mangorrinha 2013). Le Fado est un genre musical portugais qui a survécu au moins un siècle et demi comme tradition orale et, à l'heure actuelle, se réinvente de son authenticité intérieure et influence l'extérieure. Mais il s'oriente également vers de nouveaux sons. Selon Mangorrinha (2013) les chanteurs d'une nouvelle ère sont nés pour lui, dans une époque où

curieusement la reconnaissance universelle apporte au Fado une plus grande attention de la part des Portugais et encourage de nouvelles études et créations, de nouveaux styles et registres qui sans doute enrichiront ce patrimoine. Dans cette exemple, nous constatons comment le tourisme peut agir en tant qu'« outil de valorisation » du patrimoine musical, pas seulement auprès des étrangers ou des visiteurs, mais au sein même des communautés concernées.

Cette importance de l'inclusion du patrimoine musical dans les stratégies touristiques des lieux a récemment été renforcée par l'OMT, à travers leur rapport : *Music is the New Gastronomy: White Paper on Music and Tourism – Your Guide to Connecting Music and Tourism, and Making the Most Out of It* (2018). Ils y soulignent le fait que la musique en soit nous fait voyager, et que cela est un élément majeur de l'expérience touristique, facteur de plus en plus valorisé par les touristes aujourd'hui. Ils affirment même que la mise en tourisme du patrimoine musical peut contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable (ODD), en particulier l'objectif 8, cible 8.9 : « d'ici 2030, élaborer et mettre en œuvre des politiques visant à promouvoir un tourisme durable qui crée des emplois, promeut la culture et les produits locaux ».

Pour leur part, Connell et Gibson (2004) déclarent que le tourisme lié à la musique (Tourisme musical) vise un marché de niche, composé de touristes plus exigeants et expérimentés, qui cherchent des produits culturels qui répondent à leurs intérêts et besoins particuliers, que le tourisme de masse ne peut pas satisfaire. « Ce touriste de niche recherche la qualité, la nouveauté, l'authenticité et des expériences plus significatives que celles du touriste de masse » (Prat Forga et Cánoves Valiente, 2014 p. 176). Par conséquent, Connell et Gibson (2004) coïncident avec Kaul (2009) lorsqu'ils le cataloguent comme une forme de tourisme culturel, semblable au tourisme littéraire où cinématographique.

Par ailleurs, certains cas ponctuels montrent la symbiose qui peut exister entre la musique et le tourisme, comme celui de : Putumayo World Music à Cuba, une maison de disques spécialisée dans les compilations de musiques du monde. Elle a lancé en 2017 une division « voyages » en collaboration avec les tours opérateurs InSightCuba et Masala Expeditions. Ils ont également lancé de nouvelles offres au Pérou, ainsi qu'à la Nouvelle-Orléans. InSightCuba propose deux tournées de jazz au sein de sa liste de neuf expériences, ainsi que le Putumayo Cuba! Cuba! Tour. Les visites incluent de sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, des spectacles privés et des visites uniques de sites de musique, y compris des salles de musique et des studios d'enregistrement. Ou encore celui du festival de la plage de Matala en Grèce. Matala est un petit village de pêcheurs dans la région de Festos en Crète. En 2011, le maire a organisé une fête sur la plage de Matala pour célébrer le lancement d'un livre intitulé « Le

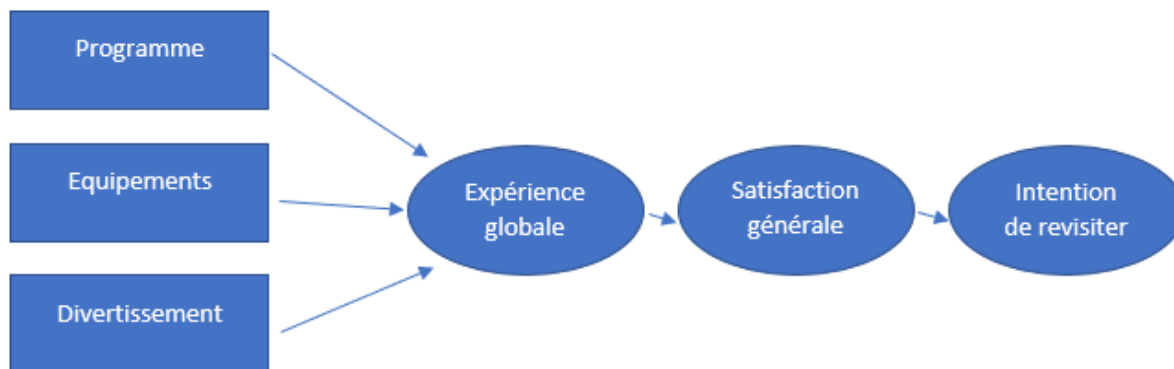
mythe de Matala ». Le livre a documenté la période des années 1960 et 1970, une époque où les médias mondiaux ont braqué les projecteurs sur les flux de jeunes voyageurs hippies qui s'installaient dans les grottes de la plage de Matala. La soirée de lancement du livre, comprenant un week-end de concerts sur le sable sous les célèbres grottes, est devenue une réunion « hippie ». Il a suscité un intérêt considérable sur les réseaux sociaux, avec 35.000 personnes réunies à Matala pour un festival de musique sur la plage. L'année suivante, 58.000 personnes ont visité Matala pour le deuxième festival de musique. Il a continué de croître en tant qu'événement musical annuel. Maintenant à sa huitième édition, il continue de générer des revenus importants pour l'économie locale. Il a également réussi à remettre ce petit village de pêcheurs sur la carte du tourisme, attirant des visiteurs du monde entier pour le week-end du festival et tout au long de la saison (Matala beach festival : <http://www.matalabeachfestival.org/gr>).

Comme dans le cas de Matala (Grèce), les expressions musicales des communautés sont souvent reproduites dans des festivals et des événements culturels à échelle locale, nationale ou internationale. Actuellement nous remarquons une croissance des événements et festivals dans le monde entier. Les villes ont de plus en plus recours à l'utilisation des événements culturels pour améliorer leur image, stimuler leur développement urbain et attirer des visiteurs et des investissements (Richards et Wilson, 2004 p.1391).

A cet égard, plusieurs chercheurs se sont intéressés à la relation étroite qui pourrait avoir entre les festivals de musique traditionnelle et le développement touristique des lieux et des communautés. Nous parlons dans ce cas de tourisme événementiel : Jackson et al., (2005, Chhabra et al., (2003) ; Long et al., (1990) ; Dwyer et al., (2006), ont recours aux méthodes empiriques se basant sur l'évaluation des impacts économiques, pour évaluer le succès des festivals sur les territoires, car selon Spindler et Huron (2009 p. 234) les touristes sont consommateurs d'hébergement, de produits touristiques, de produits culturels, de restaurations, de biens et services liés aux déplacements durant ce temps. Pour cela les recherches menées jusqu'à présent sur le tourisme événementiel se sont intéressées surtout aux impacts économiques sur les territoires, laissant de côté d'autres dimensions également importantes comme le développement durable des lieux et des communauté hôtes.

Dans le tourisme musical et événementiel la question de l'expérience touristique est fondamentale. A ce sujet, Cole et Chancellor (2008 p. 325) ont construit un modèle des impacts des attributs d'un festival musical (qualités de programme, d'équipements et de divertissements) sur l'expérience globale, le niveau de satisfaction et l'intention de la revisiter chez les touristes :

Figure 1: modèle des impacts des attributs d'un festival sur l'expérience globale, le niveau de satisfaction et l'intention de la revisiter chez les touristes



Elaboration propre , source : Cole et Chancellor (2008 p. 325)

Selon eux les festivals et évènements culturels peuvent assurer une bonne expérience globale, ce qui pourrait être traduit par une satisfaction élevée des touristes et donc une intention de revisiter (fidélité à la destination), ce qui peut favoriser le développement et la promotion d'une destination. Et même selon Brennetot, (2004), un festival ne permet pas seulement de promouvoir l'image souhaitée, il permet aussi de transformer une représentation négative d'un territoire, voir aider à la mise en tourisme des lieux non reconnus comme touristiques à travers l'expérience proposée aux touristes. Nous nous intéresserons donc par la suite à définir l'expérience touristique d'une façon générique, compte tenu de l'importance qu'elle peut avoir sur notre sujet de recherche.

3. L'expérience touristique

La question de l'expérience touristique a surtout été posée par les nouvelles générations de voyageurs, selon Bonilla (2013, p. 36) pour le touriste postmoderne, le tourisme est lié à l'amitié : soit il voyage avec des amis, soit il parvient à nouer des liens d'amitié avec la communauté hôte. Etant donné que le tourisme est situé dans le secteur tertiaire (des services), le côté intangible de l'offre touristique est d'une importance vitale vis à vis de la satisfaction client. Nombreux sont les chercheurs qui ont tenté de définir l'expérience touristique soit comme « un processus psychologique complexe » (Quinlan Cutler et Carmichael, 2010), comme « fait vécu » (Simon, 2015), comme un exercice de construction identitaire (Jaurand, 2015) comme celui d'une renégociation dialogique de ses croyances et habitudes (Henning, 2012), comme une pratique de la transformation de soi (Saunders, Laing et Weiler, 2013) et également comme une quête de bonheur ou de bien-être (Sharpley et Stone, 2012 ; Panchal, 2013).

Par ailleurs, selon Carballo (2014) il y a deux axes de recherche sur les expériences touristiques : le point de vue managérial et le point de vue consommateur, les deux s'accordent généralement à considérer le touriste comme objet final, mais aussi comme co-créateur du produit (Pralhad et Ramaswamy, 2004). A cet égard, le but des expériences touristiques est celui de la croissance et l'épanouissement personnel (Arnould et Price, 1993) qui conduisent à la transformation du touriste. Pour cela, c'est en concevant une scène ou un espace afin que cette expérience se produise qu'une entreprise ou une destination peut attirer et retenir les touristes. Certains acteurs soulignent également que c'est à travers le corps et les sens que les touristes éprouvent leur rapport au monde, qu'ils ressentent un bien-être ou un mal-être : température, humidité, goût, odeur, etc., forgent les expériences des touristes et les gravent dans leurs mémoires comme bonnes ou mauvaises (Markwell, 2001; Falaix, 2014).

Le terme « expérience » a en soit une connotation subjective inhérente. C'est pourquoi l'expérience touristique peut parfaitement être définie dans plusieurs angles et perspectives. Cette expérience peut également être à la fois modelée par chaque touriste et aussi pour trois « variables contextuelles » : en premier lieu l'espace, car la pratique touristique est nécessairement située (Equipe MIT, 2002). Dès lors, l'expérience touristique procède à ce qu'on appelle « un processus interactif », entre le touriste et l'espace (Larsen et Laursen, 2012). La seconde est la variable temporelle, l'expérience touristique est ainsi consacrée durant un temps hors du quotidien (Major et McLeay, 2012). A cet-égard, selon Vergopoulos (2016) si le temps du séjour est important en tant que tel pour décrire et qualifier l'expérience touristique, il n'en demeure pas moins que celle-ci commence dans l'avant du voyage et se poursuit dans l'après. Enfin, la troisième est la sociabilité. Elle fait référence à toutes les

interactions possibles lors du voyage. En conclusion, pour Vergopoulos (2016) l'expérience touristique serait de fait une expérience de consommation et, conçue en termes de carrière sur le temps long, elle permettrait de mettre en évidence le fait qu'en tant que touristes nous développons des savoirs et connaissances relatives à chaque nouvelle situation de consommation touristique que nous rencontrons et configurons. Pour sa part Fux (2014, p. 18) affirme que le touriste a la capacité de transformer ses souvenirs en « objets intangibles » qui lui appartiennent et qui contribuent à l'auto construction de soit en tant qu'individu. Selon lui, cela explique pourquoi les souvenirs ont une véritable valeur du point de vue économique.

D'un autre côté, selon Dardel (1952) il faut aussi prendre en compte les émotions et les sensations ressenties par les touristes lors de leur voyage, cela pour construire une géographie humaine des lieux renouvelée, qui ne sera pas une connaissance objective, mais une analyse de l'expérience que font les hommes de l'espace terrestre et des émotions qu'ils en retirent. Cela afin de comprendre le lien affectif qui s'établit entre les individus et les territoires qu'ils fréquentent, avec une préoccupation précoce pour l'émergence de lieux qui seraient vides de signification en raison de leur standardisation. A cet égard la mise en tourisme des communautés, qui a au cœur le patrimoine immatériel, oblige à réfléchir à la trajectoire expérientielle des touristes lors de leurs voyages. Toutefois, dans le tourisme communautaire, avant d'offrir un produit touristique, on offre des expériences autochtones liées à l'authenticité culturelle des communautés hôtes.

Ayant compris de façon générale la vraie incidence de la mise en tourisme du patrimoine immatériel, notamment du musical dans la trajectoire expérientielle des touristes, nous nous intéresserons à des exemples concrets sur la mise en tourisme des communautés à travers leur patrimoine immatériel, notamment en Colombie, pour apporter à la contextualisation de notre travail de recherche

4. Mise en tourisme de communautés et de leur patrimoine immatériel

Selon Rodriguez (2018, p.198) quand le tourisme communautaire utilise les éléments immatériels du patrimoine culturel des communautés en tant que produit touristique, il faut porter une attention particulière au fait que le patrimoine culturel et naturel des communautés n'est pas un produit comme les autres, car faisant partie intégrante de l'identité de la communauté, il ne peut pas être soumis au système du marché sans mettre la communauté elle-même en danger. Ceci est valable même si l'objectif est de réduire les taux de pauvreté et d'améliorer les conditions de bien-être d'une communauté. Pour sa part De la Puente et al. (2012) rappellent l'importance du patrimoine immatériel comme facteur re-potentialisateur de l'offre touristique. A cet égard la mise en tourisme des communautés et de leur patrimoine immatériel ne doit pas suivre seulement la logique du marché touristique, mais aussi de prendre en compte la dimension de développement durable de ces communautés. Cette mise en tourisme ne serait donc pas l'objectif à atteindre pour le développement de la communauté, mais un des pas à franchir vers le développement durable, le tourisme n'étant pas la finalité sinon un des moyens pour assurer le développement des communautés.

A ce sujet, pour rentrer dans une contextualisation plus pertinente, nous analyserons certains exemples de mise en tourisme du patrimoine immatériel et leur incidence dans la mise en tourisme des communautés en Colombie.

Exemples de mise en tourisme du patrimoine immatériel et leurs incidences dans la mise en tourisme des communautés en Colombie :

En Colombie, il existe quelques exemples de mise en tourisme du patrimoine immatériel, nous avons choisi d'analyser deux cas concrets du fait des proximités géographiques avec notre terrain d'étude :

- A. Gethsémani, quartier touristique à Carthagène : Il s'agit d'un quartier historique situé en plein centre-ville d'un de pôles touristiques de la Colombie, Carthagène des indes. Selon Escobar et al. (2017) Gethsémani a joué un rôle important dans l'indépendance et de la démocratie en Amérique latine, puisque c'est là que se produisit le premier cri d'indépendance, le 11 novembre de 1811, porté par des milices noires à la tête de Pedro Romero, cubain de naissance (Díaz de Paniagua et Paniagua, 1992). Selon eux la valeur et l'importance de Gethsémani ne résident pas exclusivement dans son patrimoine bâti (murs, églises et constructions civiles d'origine coloniale et républicaine) sinon dans le fait qu'il possède également une culture immatérielle qui en raison de son évolution historique ne se trouve pas dans d'autres parties de la ville. Il s'agit donc d'un quartier avec un patrimoine immatériel propre.

Cette « magie culturelle » qui entoure le quartier, les histoires inédites de ses habitants, leurs expressions culturelles traditionnelles, les techniques de fabrication de plats et d'artisanat, qui ont transcendé génération après génération sont devenus des atouts touristiques qui ont propulsé le développement touristique du quartier. Aujourd'hui la principale activité économique du quartier est le tourisme avec environ 25.000 touristes par an (Escobar et al. 2017). Selon eux, les touristes sont surtout attirés par la culture propre au quartier (gastronomie, expressions musicales, expressions orales, jeux traditionnels, festivités et événements, entre autres). Cependant cette mise en tourisme du quartier à travers leur patrimoine immatériel est à l'origine de différentes dynamiques et effets, tels que le processus de gentrification et par le changement dans l'utilisation et la propriété du sol (Escobar et al. 2017 p.109). Malgré cela, Escobar et al. (2017) affirment que la communauté originaire du quartier se conserve encore dans un petit pourcentage et s'exprime non seulement avec ses manifestations sociales ou culturelles traditionnelles, mais aussi avec un large sentiment d'appartenance et d'identité.

Pour sa part, la Fondation culturelle Gimani est la responsable du conseil communautaire de Gethsémani, elle dirige en même temps la récupération des traditions festives liées à l'indépendance de Carthagène et promeut la recherche sur les *consejos de negritudes* (qui existaient dans la ville et ses environs depuis l'époque coloniale, pour sauvegarder la mémoire historique du quartier. Ces derniers temps, la communauté du quartier s'est organisée à travers la fondation Gimani et autres organisations de base culturelle pour mettre en place des initiatives communautaires comme le projet "Memorias de la Libertad" qui cherche à rendre visible au monde le processus de gentrification que Gethsémani présente depuis plus ou moins vingt ans et qui fait qu'aujourd'hui il ne reste que 24% de la population locale.

A cet égard, selon Escobar et al. (2017, p. 127) il est important de souligner la valeur stratégique, les défis, les risques et les opportunités associés à la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel et au développement du tourisme, dont la promotion peut générer des bénéfices pour les membres de la communauté du quartier, atténuer le processus de gentrification et produire des initiatives pour conserver et valoriser le patrimoine culturel immatériel. Selon eux les communautés doivent conduire la gestion de ce patrimoine pour résister aux forces qui induisent leur expulsion du territoire ancestral et garantir leur survie dans un monde globalisé, avec la participation des différents acteurs gouvernementaux et privés du tourisme et du patrimoine.

Nous trouvons donc ici un exemple clair de mise en tourisme du patrimoine immatériel avec une approche « top-down » issu des politiques touristiques au niveau local et régional sans avoir eu une concertation avec la population locale, cependant les processus de sauvegarde

du patrimoine immatériel à l'initiative de la communauté du quartier pourraient être une solution à la gentrification du quartier et certaines initiatives de tourisme communautaire pourraient assurer la réelle sauvegarde du patrimoine immatériel, lequel sans communauté locale risque de disparaître et devenir un pur produit touristique.

- B. La « Route Macondo » un hommage au prix Nobel de littérature Gabriel Garcia Marquez : Depuis mars 2013 la création de la route touristique « Macondo, réalisme magique » a été promue lorsque le financement de projets touristiques pour le développement de ce secteur dans le département de Magdalena a été formalisé par le gouvernement national et régional (Perez et al. 2020, p. 61). Cette route a été principalement conçue au village d'Aracata (où Garcia Marquez est née). Mais pour rendre possible l'existence d'un itinéraire touristique en l'honneur de García Marquez en Colombie, des investissements nationaux ont été réalisés pour récupérer l'infrastructure patrimoniale des villes historiques qui ont inspiré l'auteur, les investissements départementaux pour améliorer la compétitivité routière et technologique, ainsi que les investissements municipaux à travers des alliances public-privé, telles que celle de la Mairie d'Aracataca et de Fundepalma (Perez et al. 2020).

Dans un premier temps, la mise en place de cet itinéraire a nécessité la restauration et la promotion de lieux légendaires associés à l'enfance créative et aux expériences transformées en imaginaire caribéen du prix Nobel de littérature Gabriel Garcia Marquez, tels que l'église de San José de Aracataca (où il a été baptisé), la Casa del Telegrafista (où il a accompagné son père dans le travail) et la gare ferroviaire (d'où Aracataca se connecte avec le reste du pays). Nous assistons donc d'abord à la mise en tourisme du patrimoine matériel d'Aracata. Cependant, selon Perez et al. (2020) la « Route Macondo » reconnaît que l'itinéraire doit avoir la caractéristique de relier toute la zone bananière, où des personnes et des personnages fantastiques associés à l'enfance du prix Nobel sont grandis. A cela s'ajoutent des facteurs de développement touristique local, comme c'est le cas de la ville de Ciénaga, qui, en plus d'être déclarée « ville du patrimoine », est promue comme la « Capitale du réalisme magique » car elle est liée à certains passages du roman Cent ans de solitude, avec les lieux d'évasion dans l'Amour aux temps du choléra et, en général, parce que c'est « le lieu qui a vraiment inspiré Gabriel García Márquez dans Cent ans de solitude » (Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, 2018).

Pour sa part, les habitants d'Aracataca, en particulier les artistes et les étudiants, ont fait de la récréation théâtrale des personnages de romans de Garcia Marquez l'une des activités

culturelles qui réaffirment l'identité locale et contribuent à la génération d'activités socio-économiques associées avec un tourisme littéraire, inspiré par la vie et l'œuvre de Gabriel Garcia Marquez. Ces actions sociales ont conduit à la promotion de nouvelles entreprises culturelles, telles que la production d'artisanat associé à « Macondo »; offre de spectacles culturels d'artistes et d'étudiants locaux, qui représentent des personnages et des scènes du « monde macondien » liés à l'environnement local ; émergence de nouvelles activités de travail saisonnier associées à des guides touristiques diplômés, des guides bénévoles dans les maisons-musées et des taxi-cyclistes formés pour transporter et guider les visiteurs sur le parcours touristique adopté par les autorités locales du tourisme (Perez et al. 2020).

Cependant, pendant leur recherche Perez et al. (2020) ont découvert le fait que malgré les efforts des autorités publiques, aujourd'hui la « route macondo » n'a pas réussi à faire évoluer la municipalité d'Aracataca en tant que destination touristique mature et consolidée, du fait d'un manque d'articulation entre les parties prenantes de la chaîne d'approvisionnement touristique (acteurs publics, privés et population locale). Nous trouvons donc encore une fois un exemple de mise en tourisme du patrimoine immatériel, appuyé sur la mise en tourisme du patrimoine immatériel avec une approche « Top-down » et avec une participation organisée moindre de la communauté locale. Il faudra donc s'interroger sur la pertinence des investissements nationaux et régionaux dans la mise en place de cette route touristique sans pour autant chercher à créer des espaces de cocréation et appropriation de la communauté locale dans la mise en tourisme de ses territoires.

Nous pouvons donc conclure que, pour assurer une mise en tourisme correctes des communautés, plusieurs enjeux se posent : dans la théorie le tourisme communautaire doit être durable, dans le respect du patrimoine immatériel des communautés et avec une approche Bottom-up. Dans le cas concret de la Colombie, nous avons constaté que bien qu'il existe certaines initiatives qui valorisent le patrimoine immatériel des communautés, celles-ci restent encore loin d'être vecteurs d'un réel développement touristique des communautés impliquées. Toutefois la Colombie est devenue ces derniers année une destination émergente avec certains atouts et défis dont nous parlerons dans la deuxième partie de ce mémoire, nous nous intéresserons également à la relation de la musique traditionnelle Colombienne avec le développement touristique du pays, ainsi qu'au tourisme dans un scénario post-conflit dans ce pays sud-américain.

PARTIE II :

**MISE EN TOURISME DES COMMUNITES A TRAVERS LEUR
MUSIQUE TRADITIONNELLE ET TOURISME POST-
CONFLIT EN COLOMBIE**

CHAPITRE IV : QUEL ROLE DU PATRIMOINE MUSICAL DANS LA MISE EN TOURISME DES COMMUNAUTES ?

1. La Colombie, une destination émergente

La Colombie est une destination qui émerge dans la scène touristique mondiale. Ces dernières années ont été records en termes de croissance du secteur touristique dans le pays sud-américain. Nous pouvons constater cela avec les chiffres émis par le Centre d'information touristique de Colombie (*CITUR*) qui montrent que : le revenu national lié aux exportations de services du compte "voyage et transport de passagers" a augmenté de plus de 510 % entre 2003 et 2018. Par ailleurs, le nombre de fournisseurs de services touristiques a augmenté de 390 % de 2005 à 2017. Ainsi que le nombre de chambres touristiques qui a augmenté de plus de 369 % de 2005 à 2017. Et dans le même registre, le groupe de visiteurs étrangers non-résidents dans le pays s'est élargi de 239 % entre 2010 et 2018 (Garavito et al. 2020). Également depuis 2001, les recettes de change provenant du tourisme dépassent les recettes produites par l'exportation du café et de tout autre produit agricole. En fait, en Colombie le seul secteur qui dépasse le tourisme dans la production de devises est le secteur de l'extraction et en particulier, celui du charbon et du pétrole (Garavito et Ochoa, 2016).

D'après *CITUR* (« Statistiques du Tourisme », 2019) en 2019 il a eu 4,5 millions arrivées internationales en Colombie, dont 2,8 millions d'arrivées de visiteurs étrangers (sans compter les arrivées du Venezuela)¹. Cela représente une augmentation de 3,9% dans le nombre de visiteurs internationaux par rapport à 2018. Le principal marché émetteur pour la Colombie sont les Etats Unis avec 22% du total des visiteurs étrangers. Pour leur part, le Pérou et la France sont les deux marchés émetteurs qui ont présenté la plus grande évolution du total du marché par rapport à l'année précédent avec respectivement 19% et 12%. En revanche, sont constatés des diminutions de l'ordre de 20% des visiteurs du Brésil et de 12% des visiteurs de l'Argentine. Concernant l'occupation hôtelière en 2019, le pays a eu une année record, avec un taux d'occupation de 57,8% (la plus haute dans toute son histoire), ce qui représente une augmentation de 1,5% par rapport à l'année précédente. Ces chiffres démontrent une forte croissance et un développement (au sens économique) du tourisme en Colombie, cela pourrait s'expliquer par plusieurs aspects comme la signature des accords de paix en 2016, l'augmentation soutenue de la demande touristique internationale au fil des dernières années,

¹ La plupart des arrivées du Venezuela sont dû à la migration massive de vénézuéliens vers l'étranger suite à la crise économique et politique que traverse le pays. Etant la Colombie le pays qui reçoit le plus des immigrants vénézuéliens dans la région du fait de sa proximité géographique et cultural.

ainsi que des conditions socio-économiques plus favorables d'une partie de la population du pays².

Concernant les politiques publiques liées au tourisme en Colombie, elles ont aussi évoluées ces dernières années. L'actuel plan stratégique du tourisme du gouvernement colombien (Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 « Turismo : el propósito que nos une ») cherche à « améliorer la compétitivité de la Colombie en tant que destination touristique, à partir des initiatives de renforcement de la productivité, génération de la valeur et des relations de coresponsabilité entre les acteurs du secteur touristique, ainsi que le positionnement de la destination dans son ensemble sur les marchés nationaux et internationaux ». Ce plan stratégique est dirigé par le Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme de la Colombie (MinCIT), sous la direction du Vice-Ministère du Tourisme. Plus récemment en 2020 la Colombie est devenue un des rares pays au monde à avoir une politique entièrement consacrée au tourisme durable, avec la publication de la *Política de turismo sostenible : unidos por la naturaleza*, également pilotée par le MinCIT. Cette politique « vise à renforcer le secteur touristique, à le consolider comme un business économiquement rentable et viable, mais aussi comme vecteur de développement social, un moyen de protection des modes de vie des communautés et un instrument pour la conservation de l'environnement, la biodiversité, les paysages, les écosystèmes et les ressources propres du pays » (Política de turismo sostenible : unidos por la naturaleza, 2020)

Par ailleurs, en 2016, à la suite du début « des années glorieuses » du tourisme en Colombie, le MinCIT a créé la figure de « couloirs touristiques » dans tout le pays, issu de la loi 300 de 1996 (MinCIT, 2018) qui a contemplé l'association des territoires et de destinations visant une meilleure compétitivité touristique. La stratégie des « couloirs touristiques » cherche une intégration territoriale en compagnie des autorités locales pour privilégier des initiatives de gestion et promotion touristique au niveau régional. Dans l'actualité, le pays est divisée en 12 « couloirs touristiques » dans trois phases de développement (Voir figure N°2).

Dans cet ordre, le gouvernement colombien veut privilégier la mise en tourisme des territoires à partir d'une optique régionale, pour ainsi promouvoir de nouvelles formes d'association et d'intégration touristiques, en fonction des besoins de la demande, notamment autour des circuits, des corridors ou des itinéraires multi-destinations (Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 « Turismo : el propósito que nos une »). Cela pourrait laisser penser que les nouvelles

² Cependant comme partout dans le monde la pandémie actuelle due à la Covid-19 a diminué drastiquement les flux touristiques (nationaux et internationaux) dans le pays. Ce qui a freiné le développement touristique fulgurant des dernières années

tendances de la demande touristique, dont le tourisme communautaire et durable, auront une place privilégiée dans cette planification et gestion touristique à l'échelle régionale.

Cette volonté de développement touristique basée sur des nouvelles tendances de la demande touristique mondiale, est renforcée par le fait que le MinCIT en coordination avec le Ministère de la Culture ont créé un plan stratégique pour développer le tourisme culturel d'une façon durable (Plan Estratégico de Turismo Cultural de Colombia FNT-149-2016 et plan INSPIRA), en utilisant comme stratégie la mise en valeur du patrimoine culturel (matériel et immatériel), la diversité culturelle, les arts, les industries culturelles et créatives, dans tous les territoires avec une vocation pour le tourisme culturel dans le pays (Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 « Turismo : el propósito que nos une », 2018, p 22). A travers ce plan, ils cherchent à utiliser le tourisme culturel comme un outil pour la préservation, la conservation et la diffusion du patrimoine culturel en Colombie, ainsi que pour la génération de nouvelles entreprises et le développement des communautés locales autour de leurs cultures. Nous retrouvons donc dans ces politiques des principes fondamentaux du tourisme communautaire.

Figure 2 : répartition des « couloirs touristiques » en Colombie.



Source : Ministère de Commerce, l'industrie et le tourisme en Colombie, 2017

Concernant le tourisme communautaire, l'un des premiers efforts du gouvernement national pour encadrer et encourager cette pratique a été *los lineamientos de política para el desarrollo*

del turismo comunitario en colombia. 2012. Suivi par le : Plan sectorial de turismo 2014– 2018 “turismo para la construcción de la paz”. Où ce sont établis des sites de développement prioritaires « *destinations post-conflicts* ». Ce plan donne lieu à un dispositif de gouvernance participative qui place le tourisme communautaire en tant que levier du développement du secteur touristique du pays. Ce dispositif nommé « Tourisme, paix et convivialité » (*Turismo, paz y convivencia*) a pour objectif de promouvoir la mise en tourisme des territoires qui ont été victimes de la guerre civile en Colombie. En encourageant la création du tissu social et l'amélioration de la qualité de vie des communautés locales à travers des pratiques touristiques responsables et durables, ce projet cherche à permettre la transformation des anciens “scénarios de guerre” en territoires de paix à travers la pratique du tourisme durable, avec le support et l'action des entités territoriales, les entreprises touristiques et l'académie. Initialement, ce dispositif est implémenté en 132 municipalités avec 5 régions pilotes. Et place les communautés locales au centre du développement touristiques des territoires. Actuellement plusieurs projets de tourisme communautaires sont développés dans tout le pays, et la richesse et la diversité culturelle de la Colombie permet d'imaginer que la mise en tourisme des communautés autochtones est possible et envisageable presque dans tout le territoire national. Malgré cela, plusieurs enjeux sont encore à considérer.

A ce sujet, un des grands enjeux du développement touristique en Colombie est l'informalité du travail qui représente environ 47% de la population active, ainsi qu'un pourcentage élevé de la main-d'œuvre dans l'économie, étant le tourisme le secteur qui participe le plus dans l'économie informelle en Colombie, avec environ 42% (Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 « Turismo : el proposito que nos une », 2018, p 36). Il est important de souligner que cette informalité du travail est due en grande partie à l'excès de procédures nécessaires pour la création des entreprises en Colombie, pour cela le gouvernement à travers son plan stratégique du tourisme cherche également à réduire ces procédures et rendre plus accessible la création d'entreprises, notamment les petites et les moyennes entreprises qui sont la grande majorité dans le secteur touristique. Cependant, à ce jour la création des entreprises en Colombie reste encore une procédure très longue et peu accessible à la plupart de la population colombienne, même si, en ce qui concerne les initiatives entrepreneuriales du tourisme communautaire le programme « Impulso al turismo comunitario » offre des fonds et des accompagnements aux communautés dans la création de leurs entreprises de gestions de la mise en tourisme de leurs territoires. D'un autre coté l'éducation supérieure en tourisme (offre et accessibilité) est un autre des grands défis du développement touristique dans le pays sud-américain, selon le Ministère de l'Éducation de la Colombie, en 2017 seulement 86 programmes d'éducation supérieur en tourisme (tous les niveaux confondus) existaient, dont seulement 6 programmes étaient accrédités avec la certification de haute qualité. Il est

important de souligner que pendant notre étude de terrain nous avons pu constater que ces formations en tourisme sont surtout concentrées dans les grandes villes et pôles touristiques et presque inexistantes dans le terrain étudié.

Enfin, concernant le tourisme musical une stratégie gouvernementale appelée : « Paisajes musicales de Colombia » propose une grande route touristique divisée en 4 routes musicales (dont nous parlerons plus tard dans ce même chapitre). Son objectif est que les touristes colombiens et les étrangers parcourent le territoire aux sons des rythmes musicaux autochtones (Colprensa, 2018). A ce sujet, l'avant dernière stratégie marketing du DMO ProColombia a été basée sur la musique colombienne, appelée : « Colombia siente el ritmo ».

« Colombia siente el ritmo » : une des stratégies de marketing touristique de la Colombie.

« La Colombie ressentez le rythme » (Colombia siente el ritmo) était le slogan de l'avant dernière stratégie marketing touristique de la Colombie, lancé en 2018 par ProColombia (DMO de la Colombie). Cette stratégie a été basée sur la promotion de la destination en valorisant la musique colombienne (traditionnelle et contemporaine), en se concentrant sur la musique comme une expression de la richesse et de la biodiversité du pays, provenant du mélange culturel issu de la colonisation avec des influences africaines, européennes et amérindiennes (ProColombia, 2018). La campagne marketing inclus la production de 13 vidéos musicales avec plus de 21 artistes colombiens, pour mettre en lumière les principales destinations du pays, également ce sont créées des playlists sur les principales plateformes de streaming (Spotify et Deezer). Selon Procolombia (2018) l'idée était de non seulement « raconter » mais « chanter » les raisons de visiter le pays, car la musique crée des liens émotionnels avec les gens et en Colombie, les gens n'écoutent pas seulement la musique, ils « vivent » la musique. Il faut également souligner que la Colombie compte avec plus de 1025 rythmes autochtones regroupés dans 157 genres musicaux.

Un site web a été aussi entièrement dédié à cette stratégie de promotion touristique (<https://web.archive.org/web/20200628224218/https://colombia.travel/feel-the-rhythm/es>) où les touristes ont même la possibilité de choisir leurs destinations en Colombie en fonctions des rythmes ou genres musicaux qui préfèrent « vivre » pendant leur voyage.

« Colombia siente el ritmo » parait avoir été une campagne de promotion réussie pour la Colombie, bien qu'ils n'existent pas de données officielles concernant l'impact de cette stratégie sur la destination à ce jour, les chiffres du tourisme n'ont pas cessé d'accroître entre

2018 et 2019 et les projections sont plutôt favorables pour l'après pandémie, cela permettrait de déduire l'efficacité de la promotion touristique à travers la valorisation de la musique colombienne. Même si la nouvelle campagne de promotion de la Colombie est basée sur l'hospitalité de sa population et non pas seulement sur la musique colombienne.

Cependant, durant notre étude de terrain nous avons constatés certains aspects qui pourraient être améliorés dans cette stratégie de promotion, d'un côté dans les 13 vidéos produites, les grandes villes et pôles touristiques ont été mis en lumière dans leur grande majorité (Bogota, Medellin, Cali, Santa Marta, Cartagena, la vallée de Cocora, l'Amazonie, les plaines orientales, le pacifique, les îles de San Andres, Providencia y Santa Catalina et la Guajira) laissant de côté d'autres régions/sites avec un potentiel et une vocation touristique très important comme la région des Santanderes à l'est du pays réputée pour son offre de tourisme d'aventure, Le Sanctuaire de las Lajas au sud du pays avec une architecture et un emplacement hors norme, la ville de Santa Cruz de Mompox au nord du pays et qui est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, parmi beaucoup d'autres. Si la Colombie veut étaler les flux touristiques dans son territoire il faudra plus de promotion pour les régions/destinations moins touristiques. Également, bien que plusieurs genres de musique traditionnelle aient été mis en valeurs, cette sélection n'a pas été suffisamment représentative pour donner un aperçu de la vraie variété de la musique colombienne, en oubliant des genres musicaux traditionnels majeurs comme la cumbia, la gaita, el porro, la musique de tambours, le galeron llanero, la carranga, parmi beaucoup d'autres. Enfin, la musique traditionnelle étant un levier majeur dans la mise en tourisme des communautés, le développement du tourisme communautaire en Colombie pourrait s'appuyer sur la promotion de la musique traditionnelle des communautés, ce qui n'a pas été toujours le cas jusqu'à présent dans cette campagne de promotion touristique. Il serait également intéressant de promouvoir la Colombie à travers sa musique traditionnelle auprès du marché national et non pas seulement international comme ça a été le cas jusqu'à présent.

Nous avons donc constaté que la musique joue un rôle majeur dans la promotion touristique du pays sud-américain. Reste à savoir si ce rôle est aussi important dans le développement touristique des territoires en tant que tel.

2. Le rôle de la musique traditionnelle dans le développement touristique des territoires en Colombie

En Colombie la musique est omniprésente, les plus de 150 genres musicaux traditionnels s'étalent dans tout le territoire national, le pays est si riche en musique qu'il l'est en biodiversité (La Colombie est le deuxième pays avec le plus de biodiversité dans le monde (Ministerio de Medio Ambiente, 2019)). Ces genres musicaux sont souvent valorisés dans des festivals ou foires locales ou régionales et ils sont devenus au fil des années des vitrines de destinations et des moteurs du développement touristiques de territoires à l'échelle locale, nationale et parfois internationale. Nous avons choisi quelques exemples de cette mise en tourisme du patrimoine musical dans diverses zones pour illustrer l'incidence de la musique traditionnelle colombienne dans le développement touristique du pays.

A. Exemples de mise en tourisme du patrimoine musical en Colombie.

Le Huila et son festival folklorique : Le département de Huila est situé au sud de la Colombie, composé par 37 municipalités et une population totale d'environ 1.168.919 (DANE,2018). Ce département a expérimenté un développement touristique sans précédents depuis ces dernières années. Selon le Système d'information touristique et hôtelière de Huila (2019), le taux d'occupation hôtelière en 2018 et 2017 a respectivement été de 40,31% et 37,8%, bien que ce sont des chiffres légèrement inférieurs à la moyenne nationale, elles constituent des chiffres records pour le tourisme dans le département de Huila. Selon Martinez (2019) la fréquentation des principaux sites touristiques du département dont le parc archéologique San Agustín (l'un des plus anciens du continent American, avec 105.860 visiteurs en 2017 et 134.773 visiteurs en 2018) ou le désert de la Tatacoa (très connu entre les amateurs du tourisme d'aventure, avec 275.836 visiteurs en 2017 et 335.020 visiteurs en 2018) a fortement augmenté. Également selon lui, les genres musicaux traditionnels du département sont : le Rajaleña, le Bambuco, la Guabina, le Bambuco Viejo, le San Juanero, le Pasillo et la Rumba. La plupart de ces rythmes trouvent leur place dans l'événement musical le plus important du Huila et l'un de plus importants de la Colombie, il s'agit du Festival Folklorique (Patrimoine culturel du pays depuis 2006), un événement célébré tous les ans et qui ressemble un nombre important des visiteurs nationaux et internationaux dans la région (environ 400.000 personnes tous les ans, (Martinez, 2019)). Ce festival constitue le lieu propice pour la valorisation du patrimoine immatériel de la région (musique, artisanat, coutumes, gastronomie, etc.) et met la musique traditionnelle du Huila au centre de l'attractivité touristique du territoire, même si ce n'est seulement que pendant un week-end tous les ans.

Le Huila est connu dans plusieurs zones du pays grâce au festival folklorique et les autorités locales comptent parmi ses atouts touristiques la musique traditionnelle du San Juanero et le festival touristique (Inventario turistico del Huila, 2021). Pour Martinez (2019) avec la réalisation annuelle du Festival Folklorique ainsi qu'avec la réalisation d'autres événements où la richesse musicale et culturelle de la région est mise en valeur, il y a un potentiel touristique musical à considérer. Selon lui, la promotion et la consolidation de ces espaces est nécessaire, en vue de renforcer le tourisme dans le département. Nous considérons également qu'il faudrait essayer d'étaler les flux touristiques tout au long de l'année, et ne pas seulement se contenter de la sur-fréquentation touristique pendant le festival, la valorisation de la musique traditionnelle du Huila de façon permanente à travers des espaces et des expériences touristiques dédiées peuvent rendre plus durable le tourisme dans cette région.

Valledupar et son festival de la leyenda vallenata : Le Vallenato est l'un des genres musicaux les plus connus et répandus en Colombie de façon générale, même à l'international le vallenato est synonyme de la Colombie. En 2015, l'UNESCO a placé le Vallenato dans la liste du patrimoine immatériel de l'humanité en péril pour essayer d'assurer la correcte préservation de ce genre musical si important pour la Colombie, qui évolue au fil des années. Même si le Vallenato est répandu partout en Colombie, il est bien connu que le berceau de cette musique traditionnelle est la ville de Valledupar et ses alentours. Il s'agit d'une municipalité située au nord-est du pays et la capitale du département du César. Même si à ce jour ils n'existent pas des chiffres officiels concrets sur la fréquentation touristique de Valledupar, une chose est sûre, l'attractif touristique le plus important de la ville est le festival de la leyenda vallenata, événement qui est célébré tous les ans pendant le mois d'avril et qui marque un pic de fréquentation touristique dans le département. Né en 1968, ce festival a été initialement géré par l'office de tourisme de Valledupar, ce qui montre l'importance du festival pour le tourisme dans cette ville. Avec le temps une fondation entièrement dédiée à l'organisation du festival a été créée. Selon ProColombia le festival favorise le développement d'entreprises et de micro-entreprises dans des secteurs aussi divers que le commerce, l'hôtellerie, les vêtements, l'alimentation, les télécommunications, les transports ou encore les services créatifs comme la publicité et le design. On pourrait dire donc que cet événement n'est pas seulement un propulseur du tourisme mais du développement économique en général. Cependant selon Toncel (2020) Valledupar n'a pas encore su bien profiter de sa richesse musicale d'un point de vue touristique. Selon lui, il existe actuellement une immense opportunité pour le développement de projets touristiques avec des thèmes culturels associés à la musique traditionnelle de Vallenato. Il ajoute que le tourisme musical lié au vallenato pourrait rivaliser avec le tourisme d'histoire de Carthagène et le tourisme insulaire de San Andrés, le tourisme culturel de Barranquilla, ainsi que toutes les autres grandes attractions qui

existent dans le pays. Bien que le vallenato et son festival ont joué un rôle fondamental dans l'activité et l'attractivité touristique de Valledupar jusqu'à présent, nous considérons qu'il faudrait une offre touristique encore plus structurée en dehors du festival pour assurer un développement touristique durable à Valledupar.

Cali, salsa et feria : Cali, située au sud-ouest de la Colombie, est la troisième ville la plus peuplée du pays, après Bogota (la capitale du pays) et Medellin, et c'est la capitale du département de Valle del Cauca. Cali est aussi un des pôles touristiques du pays, d'après l'office de tourisme de Cali (Boletín de estadísticas del turismo, 2019) en 2019 cette ville a subi une augmentation dans le nombre des touristes étrangers de l'ordre de 5,7% par rapport à l'année précédente, ce qui confirme la tendance de croissance de la demande touristique de Cali depuis plusieurs années. Également la participation de la ville dans le total de touristes étrangers qui sont arrivés en Colombie en 2019 est de 4,7%, ce qui la situe comme la 4^{ème} ville la plus visitée du pays par les touristes internationaux. Il est important de souligner que 90% des touristes qui sont arrivés dans le département de Valle del Cauca avaient pour destination finale la ville de Cali. Par ailleurs selon le système d'information touristique de Valle del Cauca près du 98% des touristes qui ont visité Cali sont intéressés pour y retourner un jour (Chiffres entre 2016 et 2019). Ce qui montre la consolidation de la ville en tant que destination touristique.

D'un autre côté, Cali est aussi connue pour être « la capitale mondiale de la salsa », car ce genre musical si représentatif des caraïbes et de toute l'Amérique latine a une place particulièrement importante dans cette ville. La musique de salsa est dans l'ADN des « caleños » (habitants de Cali) et les touristes qui y viennent trouvent toute une gamme d'activités et d'expériences autour de ce genre musical. Dans ce sens, en 2009 la mairie de Cali a créé le circuit de la Salsa, un itinéraire touristique qui met en valeur toute la chaîne de valeur et les savoirs faire autour de la musique de salsa. Ici les touristes ont la possibilité de visiter les écoles de danse, les ateliers où sont élaborés les vêtements des danseurs, les ateliers de lutherie, de déguster la gastronomie locale, ainsi que de rencontrer des musiciens, danseurs, collectionneurs et locaux amateurs de la musique de salsa. Selon la mairie de Cali cette route touristique aide au développement du tourisme dans la ville, exaltant l'importance de la musique de salsa dans le progrès des quartiers de Cali et de la culture de la ville, en tant qu'élément fondamental de la récupération du tissu social et de la culture « caleña ». De plus, plusieurs festivals de musique traditionnel ont lieu à Cali toute au long de l'année (Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, Festival mondial de la Salsa et la Feria de Cali), la Feria de Cali étant l'évènement culturel et musical le plus important de la ville et du département. Selon ProColombia (2018) plus de 35.000 touristes étrangers (environ le 15% des arrivées totales) et de 80.000 touristes nationaux visitent Cali pendant l'évènement qui a lieu tous les

ans à la fin du mois de décembre. La Feria de Cali a la particularité d'être un événement assez décentralisé, ce qui permet que toutes les communes et les quartiers de la ville puissent profiter des 37 fêtes populaires avec plus de 200 artistes locaux, de plus la plupart des événements principaux de la Feria de Cali sont gratuits. Ce qui fait de cet événement un moment idéal pour visiter Cali, connaître la culture de la salsa et rencontrer la population locale. Nous pourrions donc dire que la mise en tourisme de la Salsa à Cali est plutôt réussie et celle-ci est peut-être l'un des exemples les plus représentatifs de la mise en tourisme du patrimoine musical en Colombie.

D'un autre côté en 2018 le Ministère de Commerce, l'Industrie et le Tourisme colombien a lancé la route touristique « Paysages musicaux de la Colombie » (Paisajes musicales de Colombia), en concordance avec la stratégie de promotion touristique du pays « Colombia, siente el ritmo » et dans le cadre du programme 'Es el momento de Colombia, seguro te va a encantar', stratégie qui vise à rendre plus attractifs les différentes régions colombiennes face aux touristes nationaux et internationaux. L'idée de cette route était de lier 28 destinations dans 8 départements situés aux quatre coins du pays, la route était en même temps divisée en 4 grandes sous-routes (Aires musicales del pacifico, paisaje musical del tolima grande, un paseo musical por el caribe y historias cantadas de mi llanura) qui valorisent la musique traditionnelle, les savoirs faire et les festivals musicaux des différentes régions de la Colombie. Cependant malgré le lancement en 2018 nous avons constaté que cette route n'a jamais été mise en place et à ce jour il n'y a aucune information officielle de la part du ministère sur la mise en place de ce projet, nous avons essayé de contacter les représentants du vice-ministère du tourisme pour les interroger à ce sujet, mais nous n'avons pas eu de réponse. Il paraît que cette initiative est restée sur le papier sans passer à l'action, toutefois ce genre de projet pourraient être la clé pour lier la musique traditionnelle colombienne d'une façon encore plus structurée et solide au développement touristique durable du pays.

B. Le rôle de la musique dans l'attractivité touristique de la Colombie

Une fois compris le rôle de la musique traditionnelle colombienne dans le développement touristique de certains territoires, nous nous sommes posés la question de l'attractivité. Car bien que la musique fait partie de ce développement touristique dans certains cas, surtout dans le cas des festivals de musique traditionnelle, il n'est pas toujours évident de déterminer le rôle de cette musique dans l'attractivité touristique du pays et dans les choix des touristes nationaux et étrangers en Colombie. Dans un premier temps, nous avons essayé d'interroger ProColombia sur les impacts concrets de leur stratégie marketing touristique « Colombia,

siente el ritmo » sur l'attractivité touristique de la Colombie, cependant la réponse qui a été reçue est qu'il n'y a pas de communication officielle sur ce sujet. Ensuite, nous avons mené une enquête virtuelle (lancée sur les réseaux sociaux) auprès de 102 touristes (Colombiens et étrangers) pour les interroger sur leurs avis par rapport au rôle de la musique traditionnelle colombienne vis-à-vis de l'attractivité touristique de la Colombie et ses régions.

Dans le profil démographique des enquêtés, il est important de souligner que la plupart (42%) des touristes interrogés étaient dans la tranche d'âge de 18-25 ans, suivi par les 26-35 ans (30%) (Voir Annexe N°1), par ailleurs il s'agissait dans la plupart des touristes français (47%) et Colombiens (40%). Toujours dans la partie démographique la plupart d'entre eux étaient des étudiants (23%) (Voir Annexe N°2). D'un autre côté, la moitié des touristes enquêtés n'ont jamais visité la Colombie, dont 88% ont manifesté vouloir la visiter à l'avenir (Voir annexe N°3). Dans les raisons de vouloir visiter la Colombie, 61,4% des enquêtés ont manifesté vouloir le faire pour les paysages et le patrimoine matériel du pays, 20,5% le feront grâce à des recommandations de proches et seulement 4,5% des enquêtés comptent visiter la Colombie attirés par sa musique (Voir annexe N°4), également la moitié de ses touristes potentiels pour la Colombie se disent très intéressés par la découverte du pays à travers les manifestations de sa musique traditionnelle (Voir Annexe N°5)

D'un autre coté nous avons interrogés les touristes (qui avaient déjà visité la Colombie ou qui y habitent) pour savoir si la musique avait été ou non l'une de raisons de visiter ou de voyager en Colombie. La majorité (60%) a répondu non. Les 40% restant ont manifesté pour la plupart (30%) avoir visité Carthagène grâce à sa musique. Concernant la musique traditionnelle Colombienne, la majorité des enquêtés (58,8%) ont considéré que le vallenato était le genre musical le plus représentatif de la Colombie, suivi par la cumbia (23,5%) et la Salsa (11,8%) (Voir annexe N°6). Dans ce sens, à la question « Quels festivals de musique traditionnelle en Colombie connaissez-vous ? » plus de 60% des touristes qui ont répondu à cette question ont manifesté connaître le festival de la leyenda vallenata à Valledupar. A la question « Si durant votre voyages, vous avez écouté et/ou dansé sur de la musique traditionnelle Colombienne » 68 % ont répondu oui, dont 60% ont écouté et/ou dansé Vallenato. Par ailleurs, 36% de ces touristes ont voyagé en Colombie au moins une fois pour assister à un festival de musique traditionnelle Colombienne, comme le festival de la leyenda vallenata, el carnaval de Barranquilla, la Feria de Cali, entre autres.

A travers les résultats de cette enquête, nous avons pu constater que la Colombie est une destination assez attractive vis-à-vis des touristes qui ne l'ont pas encore visité. D'un autre côté, bien que la musique n'est pas forcément au cœur de ce désir de visiter la Colombie, il existe un fort potentiel pour le développement des expériences et/ou produits touristiques qui

permettent aux touristes de découvrir le pays à travers de musique traditionnelle. Par ailleurs, nous avons constaté que la musique est assez présente lors des expériences touristiques en Colombie, cependant le vallenato paraît avoir le monopole des genres musicaux traditionnels dans le pays du fait que les touristes semblent seulement connaître ce type de musique en détriment des autres genres musicaux colombiens (plus de 150). Également en termes d'attractivité des festivals musicaux, à l'exception de Valledupar avec le festival de la leyenda vallenata, les grands pôles touristiques comme Barranquilla, Cali et Carthagène semblent être les mieux positionnés dans ce segment du tourisme événementiel (faisant référence aux festivals et foires traditionnelles).

Nous pouvons conclure donc que la musique a sa part dans l'attractivité touristique de la Colombie face aux touristes étrangers et nationaux. Cependant il serait pertinent de structurer encore mieux l'offre touristique autour de la musique traditionnelle colombienne, en faisant en sorte que les territoires et les genres musicaux moins connus aient l'opportunité de profiter de ce développement du tourisme musical en Colombie. La musique paraît être partie intégrante de l'expérience touristique des touristes étrangers et nationaux, cependant celle-là n'a pas encore la force suffisante pour étaler ou diriger les flux touristiques. La mise en place de routes ou des itinéraires musicaux-touristiques dans les différentes régions du pays et la communication auprès des touristes étrangers et nationaux sur la diversité et la richesse des différents genres de musique traditionnelle (et pas seulement sur les genres les plus connus) pourraient permettre à la musique traditionnelle de jouer un rôle majeur dans le développement et l'attractivité touristique de la Colombie.

CHAPITRE V : L'ATTRACTIVITE TOURISTIQUE DES TERRITOIRES TOUCHES PAR LE CONFLIT ARMEE EN COLOMBIE

1. Paysage touristique post-conflit en Colombie

À la suite des accords de paix signés entre le gouvernement colombien et un des groupes armés les plus anciens du continent American (Les FARC-EP) en 2016, la Colombie est rentrée dans ce qui serait l'une des périodes les plus importantes et décisives de son histoire récente, la période du post-conflit ou de « post-accords » (Guilland et Naef, 2019). Une période où l'état et le peuple Colombien doivent faire face aux défis des « scénarios post-guerre » où la réconciliation et la reconstruction du tissu social devraient être au cœur de l'action. Cela a été bien résumé par l'ex-président colombien et prix Nobel de la paix Juan Manuel Santos dans sa phrase célèbre : « *Une chose est de mettre fin au conflit et une autre est de construire la paix, et c'est ce que nous devons faire dans les régions de la Colombie. La paix exige que chacun apporte quelque chose de sa part* ». En effet, la signature des accords avec ce groupe armé ne représente pas la fin de la guerre, elle représente le début de la construction de la paix, une paix qui doit être alimentée et forgée par tous les acteurs concernés. Pour sa part les secteurs économiques (primaire, secondaire et tertiaire) doivent pouvoir supporter cette construction de la paix en permettant la réinsertion des ex-combattants à la vie sociale, le retour des victimes dans leurs lieux d'origines, et le développement durable de la société en général. A cet égard, le tourisme devrait être un acteur clé dans la construction de la paix du pays sud-américain.

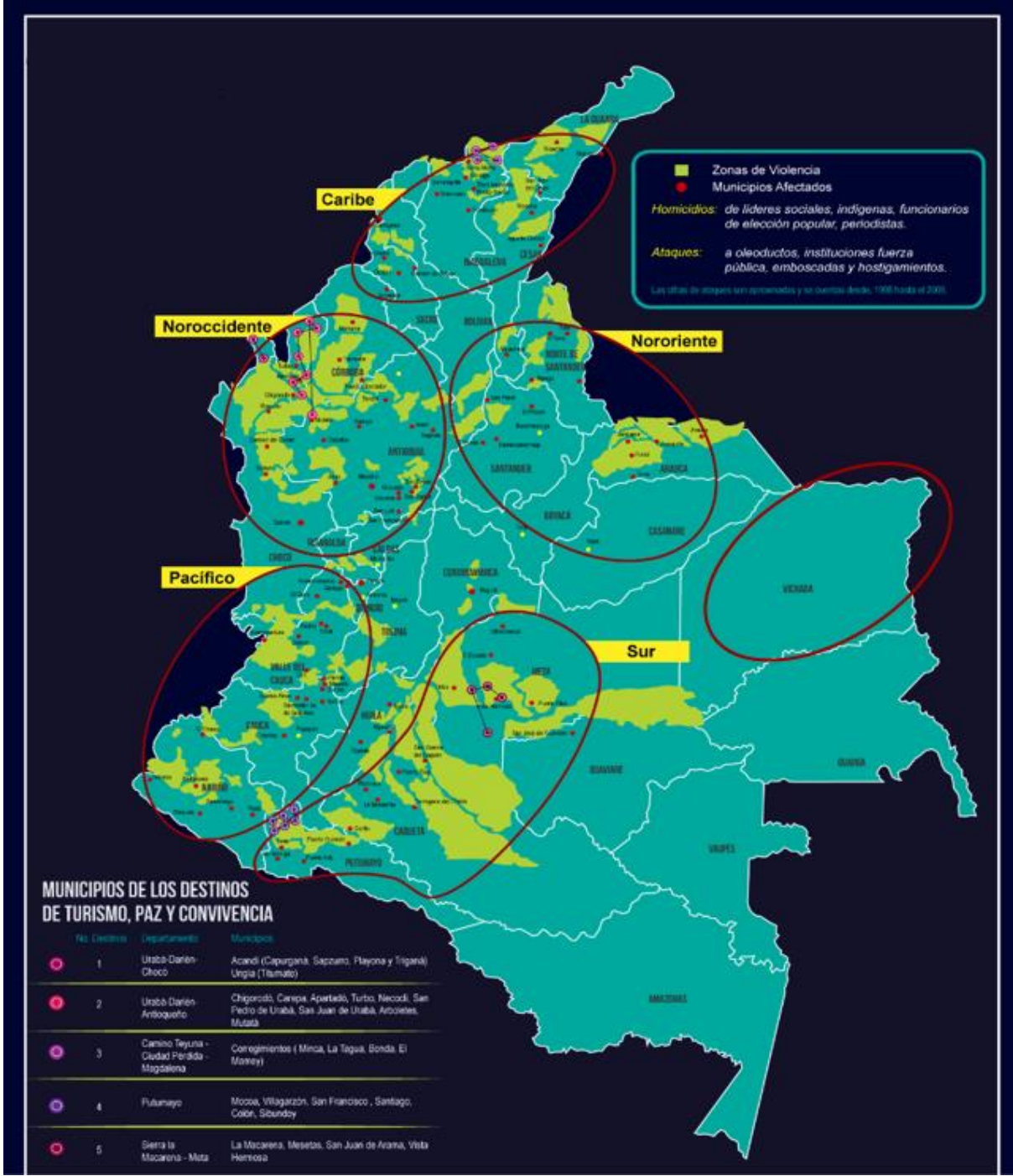
Par ailleurs, nier l'impact des accords de paix sur l'attractivité touristique de la Colombie serait insensé, les chiffres officiels donnés par le gouvernement Colombien dont nous avons parlé dans le chapitre précédent, montrent la progression des arrivées internationales au fil des dernières années. Nous pourrions donc dire que le monde a commencé à s'intéresser de plus en plus à la Colombie, touristiquement parlant. Le tourisme est devenu l'un des secteurs les plus importants de l'économie colombienne, avec un apport d'entre 3,5% et 3,8% au PIB national ces dernières années (MinCIT, 2020). A cet égard, tourisme et paix paraîtront donc être une liaison à envisager. Le gouvernement Colombien a misé sur l'incidence du tourisme dans la construction de la paix depuis plusieurs années avec le déjà mentionné programme de « Turismo, paz y convivencia » et la promotion de la destination à l'étranger de plus en plus présente dans les grandes foires touristiques à l'international et de plus en plus innovatrice comme la stratégie « Colombia, siente el ritmo » que nous avons évoqué dans le chapitre précédent.

Par ailleurs, selon Rueda et Bonilla (2017) il existe trois options pour le développement éventuel du tourisme dans une période de post-conflit. Le premier est le tourisme noir ou *dark-tourism*, qui suscite des intérêts basés sur la curiosité des gens à visiter les lieux où des tragédies se sont produites. Le second est un tourisme de mémoire, conçu davantage pour réfléchir sur les événements douloureux du passé afin qu'ils ne se répètent plus, en rendant hommage aux victimes. Et le troisième, « le tourisme phénix », une forme de tourisme dans laquelle le touriste est directement lié au passé du territoire qu'il visite et, en plus de chercher à connaître les attraits naturels et culturels du territoire, il pense à la résurgence même de la destination et de leurs communautés locales. Tous ces « types de tourisme » sont faisables dans la Colombie des « post-accords ». D'un autre côté, bien que les destinations les plus visitées du pays continuent à être les grandes villes (Bogota, Carthagène, Medellin, Cali, Barranquilla), cette période du post-conflit a permis l'émergence des nouveaux territoires dans la carte touristique de la Colombie, dont la plupart sont des territoires ruraux. Pour sa part ProColombia catalogue comme « des endroits magiques du post-conflit » certaines territoires dont la Sierra de la Macarena et Caño Cristales dans le sud du pays, El Urabá Antioqueño dans la côte caribéenne de la Colombie, Ciudad Perdida située dans la Sierra Nevada ou encore le département du Putumayo entre l'Amazonie et la frontière avec l'équateur. Ces quatre destinations sont précisément les régions pilotes du programme « Turismo, paz y convivencia » du Ministère du Commerce, l'Industrie et le Tourisme de la Colombie. Ce programme est un dispositif de gouvernance participative qui cherche à promouvoir la mise en tourisme des territoires qui ont été victimes de la guerre civile en Colombie. Dispositif de gouvernance participative implémenté en 132 municipalités, divisé en trois catégories : destinations pilotes (42 municipalités), destinations émergentes (34 municipalités) et destinations du post-conflit et le post-accord (56 municipalités), étalés toute au long de la géographie colombienne (Voir figure N°3).

Également en 2018 le gouvernement Colombien, a lancé le programme de développement avec une approche territoriale - PDET(Programme qui fait partie des accords de paix), un instrument spécial de planification et de gestion sur 15 ans, destiné aux territoires les plus touchés par la guerre, ce programme cherche à supporter le développement durable (y compris dans certains cas le développement touristique) de ces territoires ruraux à travers l'inclusion de la population locale dans des projets productifs d'origine citoyen. Ce programme bénéficie de 170 municipalités de 19 départements dont la plupart sont les mêmes territoires priorités pour le programme « Turismo, paz y convivencia » (Voir annexe N°7). Nous pourrions donc dire que la carte du post-conflit est assez claire en Colombie, et que pour le gouvernement tous ces territoires qui ont été victimes de la guerre ont un potentiel touristique à développer. Il resterait maintenant à déterminer si toutes ces politiques qui encouragent le

développement touristique des territoires touchés par le conflit sont efficaces et se reflètent sur le développement durable de ces territoires. A ce sujet nous nous intéresserons donc spécialement au développement du tourisme post-conflit dans la sous-région de Los Montes de Maria.

Figure 3 : Régions pilote programme « Turismo, paz y convivencia » (Source MinCIT)



Source : Ministère de Commerce, l'industrie et le tourisme en Colombie, 2017

2. Tourisme et post-conflit dans la sous-région de *Los montes de María*

A. *La sous-régión de Los Montes de María.*

La sous-région de *Los Montes de María* est située au nord de la Colombie entre les départements de Bolívar et de Sucre et est composée par 14 municipalités dont María La Baja, San Juan Nepomuceno, El Guamo, San Jacinto, El Carmen de Bolívar, Zambrano, Córdoba (appartenant au département de Bolívar) et San Onofre, Los Palmitos, Morroa, Chalán, Colosó, Ovejas, San Antonio de Palmito et Tolu Viejo (appartenant au département de Sucre) ce qui équivaut au total à environ 6.466 km³ (Voir figure N°4).

Figure 4 : Carte de la sous-région de *Los Montes de María*



Source : Sairi Piñeros, 2021

³ Pour cette description le document *Los Montes de María : analyse des conflits* menée par le PNUD en 2010 a été pris comme référence, car il existe différentes « versions officielles » sur les municipalités et l'extension de cette sous-région.

Le dernier recensement officiel (DANE, 2018) comptait environ 342.782 habitants, parmi lesquels il y avait eu une mobilisation massive des campagnes vers les villes en raison du conflit armé et de la pression d'acteurs aux intérêts particuliers (terre et/ou ressources) qui ont frappé la Colombie et en particulier cette sous-région au cours des 60 dernières années. A noter que Bolívar et Sucre, les deux départements dans lesquels se situe la sous-région, ont des indices de besoins essentiels non satisfaits (NBI - Necesidades básicas insatisfechas) nettement supérieurs à la moyenne nationale (NBI Colombie : 14,28%), avec Sucre (NBI : 29,13%) dans une situation plus précaire que Bolivar (NBI : 26,73 %) (DANE, 2018). Bien que la situation précaire dans cette sous-région se soit améliorée au cours de la dernière décennie, la pauvreté et le manque de sources durables d'emploi/revenus continuent d'être un dénominateur commun dans Los Montes de Maria.

En ce qui concerne les aspects historiques, selon Herrera (1993 p. 12) les premiers habitants de la sous-région de Los Montes de María étaient les indigènes Zenú, divisés en trois groupes : Finzenú, Panzenú et Zenufana. Selon lui, ces groupes dominaient les bassins des fleuves Sinú, San Jorge, Bajo Cauca et Nechi. Pour sa part Buelvas (2015, p.40) affirme que cette société précolombienne a connu son apogée entre les siècles V et X après JC. et a été caractérisée par ses connaissances approfondies en agriculture, en gestion de l'eau et en orfèvrerie.

Los Montes de Maria sont situés au sud-ouest de la Sierra Nevada de Santa Marta (la montagne côtière plus haute du monde), ils font partie d'une chaîne de reliefs hérissés constitués des collines d'une hauteur considérable qui s'étendent par l'ouest ; du sud au nord, entre le littoral de la mer des Caraïbes et à l'est, par le cours du fleuve Magdalena (le fleuve le plus important du pays). Cette sous-région possède une longueur approximative de 120 km et une largeur maximale de 40 km et la colline de Maco (Cerro Maco), situé à San Jacinto, correspond à sa zone la plus élevée avec 800 mètres d'altitude (Blanco, 2010 p. 50). (Voir figure N°5). Par ailleurs, cette sous-région se caractérise par un écosystème de forêt sèche tropicale (en danger d'extinction), abritant certains territoires préservés tels que : le Sanctuaire de Faune et de Flore de Los Colorados à San Juan Nepomuceno (Bolívar) ou la Réserve Forestière Protectrice de Serranía de Coraza dans la municipalité de Chalan (Sucre)

Cette sous-région comprend trois zones différentes : une zone plate, une zone montagneuse et une zone littorale (Riveros, 2009 p. 15), qui dans l'ensemble confèrent à Los Montes de Maria une localisation et une importance stratégique, grâce à sa combinaison de voies maritimes, terrestres et fluviales (Blanco, 2010 p. 62). A ce sujet, selon le centre de mémoire historique de la Colombie (2018), Los Montes de Maria sont un territoire de tradition agricole et d'élevage dont la situation géographique l'a consolidé comme un corridor qui relie une

grande partie du pays à la région des Caraïbes et à certains de ses principaux ports. Ces caractéristiques, ajoutées à la lutte historique pour la terre avancée par les mouvements paysans, ont abouti dans un scénario de conflit où divers acteurs se sont battus pour son contrôle et celui des revenus légaux et illégaux que ces terres produisaient.

Le conflit armé colombien a frappé avec toute son intensité cette sous-région : plus d'une cinquantaine de massacres, des milliers de personnes disparues et déplacées, des villes dévastées, entre autres actes atroces, ont fait de Los Montes de María l'un des points de la géographie colombienne les plus touchés par la guerre ces derniers 60 ans (Centro de Memoria Histórica, 2018).

Figure 5 : *Vue de Los Montes de María depuis la colline « Maco »*



Source : Journal El Universal, Photographe : Julio Castaño 2016.

Par ailleurs, pour notre étude de terrain nous avons choisi un échantillon de municipalités (San Jacinto, San Juan Nepomuceno, Chalan, San Onofre (Rincon del Mar) et Ovejas) afin de bien mener nos recherches sur le développement touristique dans la sous-région et avoir un point de comparaison avec notre terrain d'étude principal, la municipalité d'Ovejas. Mais aussi pour comprendre l'identité culturelle de la sous-région, si liée à son développement touristique, il faut d'abord aborder le sujet de la musique traditionnelle de la plupart de Los Montes Maria.

B. La musique de gaitas dénominateur commun dans la région Los montes de Maria

Dans le domaine culturel, Los Montes de Maria se caractérisent par une forte tradition artisanale, la municipalité de San Jacinto étant l'un des centres artisanaux les plus importants des Caraïbes colombiennes et le premier distributeur de produits fabriqués sur la technique à tisser vertical comme les populaires hamacs de San Jacinto.

La musique traditionnelle de la majeure partie de la sous-région est la musique de gaitas, un genre musical résultant du mélange culturel de la colonisation entre les indigènes locaux (qui ont inventé la gaita « *Chuana* » avant l'arrivée des Européens), les esclaves africains (qui ont introduit les tambours et leurs rythmes à leur arrivée sur le continent américain) et les colonisateurs européens (en particulier les Espagnols, qui ont introduit la langue espagnole, langue dans laquelle la musique de gaitas est aujourd'hui chantée et récitée). L'élaboration des instruments de cette musique traditionnelle (lutherie) se fait avec des arbres et des éléments trouvés dans l'écosystème de la forêt tropicale sèche, les pratiques d'élaboration de ces instruments, ainsi que l'enseignement de la musique de gaitas et de sa danse font partie du patrimoine immatériel commun des Montes de Maria.

Selon Carrillo (2017, p. 33) historiquement les gaitas (l'instrument musical) proviennent de groupes indigènes, principalement les Zenú et les aborigènes de la Sierra Nevada de Santa Marta, qui les utilisent encore comme des instruments indigènes. Pour sa part Covers et Ochoa (2007, p. 26) expliquent que le contact entre les indigènes et les esclaves venus d'Afrique a transformé la musique de gaitas, dû au mélange entre les connaissances indigènes sur les instruments aérophones et les connaissances africaine en percussions ; ce qui a permis un « réveil » des chants, des danses, des langues et des sentiments métis. Ils affirment également que le point de départ de ce mix culturel a été donné dans un cadre de relations hispaniques. Ce qui explique la naissance de la musique de gaitas tel qu'on la connaît aujourd'hui, comme une musique issue de la rencontre de trois mondes différents : Indigènes, africains et espagnols.

Les instruments de la musique traditionnelle de gaitas sont : la gaita à tête de cire (Voir figure N°6), inventé par les indigènes Zenúes avec le nom de "Chuana" (cet instrument avait un usage cérémonial et s'est étendu sur une grande partie du territoire Zenú (Carrillo, 2017)). Il s'agit d'un instrument de musique aérophone. C'est une flûte construite à partir du cœur du cardon, avec une formation de cire d'abeille à une extrémité où une rainure est faite et un appendice cylindrique est inséré, généralement la base d'une plume de canard, comme un canal et embout buccal, avec des trous variables (entre 2 et 6) vers la partie inférieure. Il est appelé *gaita* (cornemuse en espagnol) en raison de la similitude du son qu'il émet avec celui

des cornemuses espagnoles. Avec la colonisation, les tambours et les maracas venus d'Afrique avec les esclaves et le chant espagnol des colonisateurs se sont fusionnés pour créer le genre musical de la *gaita*.

D'un autre côté, il existe une relation directe entre la forêt sèche tropicale et la musique des gaitas car les instruments de musique sont fabriqués à partir de la flore locale, en particulier les gaitas qui sont faites avec des pitayas (une plante endémique d'Amérique du Sud typique de la forêt sèche). Il existe actuellement des projets menés par des organisations internationales dans Los Montes de Maria (San Juan Nepomuceno et Ovejas) qui visent la durabilité et l'équilibre entre la préservation de la forêt sèche tropicale et la conservation des traditions liées à l'élaboration des instruments de la musique de gaitas, dont le programme Somos Rurales mené par l'ONU à Ovejas. Ces types de projets malgré un potentiel touristique remarquable (tourisme responsable et régénératif) à ce jour ne sont pas encore été exploités pour le tourisme.

Figure 6 : Instruments propres à la musique traditionnelle de Gaitas dans Los Montes de Maria



source : Las flautas de cabeza de cera de América Latina (2021), photo publiée par le journal El universal

La musique traditionnelle de gaitas a historiquement été interprétée par des hommes du milieu rural de Los Montes Maria (même si ces dernières années il y a de plus en plus de femmes qui intègrent ces groupes musicaux), habillés dans des vêtements typiques (Voir figure N°7) et qui rendent hommage à la terre, les traditions et à la campagne à travers ses lettres. Mais la guerre n'a pas seulement touché les habitants de Los Montes de Maria, elle a aussi façonné la façon de raconter l'histoire à travers l'oralité de la musique de gaitas. Cette musique avec ses lettres qui racontent la quotidienneté de la plupart de cette sous-région est aussi devenue

témoin de la guerre et un outil d'expression de la population locale face aux terreurs et aux stigmates du conflit armé.

Figure 7 : costumes typiques des « gaiteros » dans Los Montes de Maria



Source : Document ¿Conoces la Gaita Colombiana? Aprende todo sobre ella aquí
(Alexander Carreno, 2020)

Également la danse de cette musique traditionnelle constitue en soi un rituel propre au patrimoine immatériel de Los Montes de Maria. Les femmes habillées avec des robes colorées et des fleurs sur leurs cheveux et les hommes habillés en blanc avec un foulard rouge et le populaire « Sombrero vueltiao » (Symbole de la culture Colombienne à l'international). Traditionnellement les danseurs tiennent des bougies allumées pendant la performance (tradition venue des temps où il n'y avait pas l'électricité et où ils étaient obligés d'allumer des bougies pour identifier leur partenaire de danse) (Voir figure N°8)

Figure 8 : Couple de danseurs traditionnelles de gaita



Source : site web du festival national de gaitas (2018)

Plusieurs manifestations se célèbrent autour de la musique de gaitas, étant les plus importants : le festival autochtone de San Jacinto (célébré tous les ans depuis 30 ans) et le festival national de gaitas d'Ovejas (célébré tous les ans depuis 37 ans) que nous allons approfondir dans le prochain chapitre. Il est important de souligner que ces deux festivals ont essayé de contourner la pandémie et malgré la crise sanitaire ont continué à avoir lieu de manière Virtuel (en 2020 et en 2021), pour s'assurer que la tradition ne s'éteindra pas malgré la crise du Covid. En termes de reconnaissance nationale et internationale, même si la musique traditionnelle de gaitas reste plutôt ancrée dans la région de los Montes de Maria et la région des caraïbes colombienne, elle n'a pas complètement échappé à la globalisation. A ce sujet, le groupe de musique de gaitas le plus célèbre est sans doute « Los gaiteros de San Jacinto » (Voir figure N° 9) créé au milieu des années 50 et qui s'est maintenu toutes ces années grâce au relais de ses membres au fil des générations. Ce groupe a gagné le prix de *Latin Grammy* dans la catégorie Cumbia-Vallenato en 2007 c'est qui a contribué au rayonnement de Los gaiteros de San Jacinto dans la scène internationale. Également le populaire chanteur Carlos Vives a apporté à la diffusion de la musique traditionnelle de gaitas en Colombie et à l'international avec sa partenaire « Maité » qui joué la gaita dans la plupart de ces chansons.

Figure 9 : Groupe los gaiteros de San Jacinto avec son prix Grammy



Source : Photo publié par Matty Juliao sur Pinterest (2019)

En conclusion, nous avons constaté que la musique traditionnelle de gaitas est plus qu'un patrimoine musical, cette musique est aussi un patrimoine oral et un conjoint de traditions, rituels, techniques ancestrales et manifestations qui nourrissent le patrimoine immatériel commun de Los Montes de Maria. Cette sous-région danse et chante son histoire au rythme de gaitas et avec ses notes mélancoliques, la gaita résonne entre les montagnes et les villages de ce coin des Caraïbes colombiennes.

C. Le développement touristique de la sous-région de Los Montes de Maria dans le post-conflit

La sous-région de Los Montes de Maria, historiquement parlant, n'a pas eu de vocation touristique, en raison du conflit armé en Colombie qui a restreint l'accès et la circulation à cette zone pendant de nombreuses années. Cependant, au cours des cinq dernières années, le développement du tourisme a été particulièrement bénéfique pour la sous-région. L'exemple le plus remarquable est la municipalité de San Jacinto dans le département de Bolívar, où il existe à ce jour quatre opérateurs touristiques d'initiative communautaire, qui commercialisent des produits / initiatives de tourisme issus de la même communauté dans les zones rurales et urbaines de la municipalité. San Jacinto est également un exemple clair de développement touristique par la valorisation du patrimoine immatériel, puisque la plupart de ses itinéraires touristiques se sont développés autour de ses traditions liées à la musique de gaitas et à l'artisanat (hamacs). Également une mise en tourisme du patrimoine matériel est observée grâce à la création du musée communautaire de San Jacinto (Voir figure N° 10), une initiative communautaire créée il y a plus de 30 ans, mais qui a pris une relevance plus perceptible ces derniers années grâce au développement touristique de la municipalité dans la période du post-conflit. Dans ce musée une salle est entièrement dédiée à la musique de gaitas (La Sala de la Gaita) où les visiteurs peuvent connaître l'histoire des ménestrels de ce genre musical, notamment du groupe *Los Gaiteros de San Jacinto*⁴.

Figure 10 : façade du musée communautaire de San Jacinto



Source : Photographie prise par moi-même (2021)

⁴ Pendant notre étude de terrain nous avons essayé de visiter le musée mais dû à la pandémie le musée était fermé au public.

Cette mise en tourisme nous la constatons aussi avec le statut de *Los gaiteros* (Voir image N°), dans la place du même nom, inaugurée en 2019 et qui est devenue un point d'intérêt touristique du village grâce à sa valeur symbolique qui rend hommage à la musique de gaitas.

Figure 11 : place de « Los Gaiteros »



Source : Photographie prise par moi-même (2021)

Dans ce sens à San Jacinto, il existe plusieurs itinéraires touristiques d'origine communautaire tels que : *Cerro de Maco off Roads* qui propose des visites dans la zone rurale en VTT, la route des plantations de café de la région exploitée par *Cerro de Maco SAS*, la route d'écotourisme « San Jacinto Encanto de los Montes de María » qui propose des visites dans la zone rurale, des visites de pétroglyphes, ainsi que des visites du musée communautaire de San Jacinto exploité par *Malibù Travel*, ainsi que la route « San Jacinto Cultura y Tradición » exploitée par le projet d'origine communautaire « *San Jacinto Travel* ». Nous avons rencontré l'un des fondateurs de « *San Jacinto Travel* » (M. Edward Guerrero) qui nous a expliqué la nature du projet et l'incidence du tourisme communautaire dans le développement touristique du village. Selon l'interviewé, son projet est né avec la création d'une coopérative (COORPOFODESCO) en 2017, à l'initiative d'un groupe des amoureux de la culture et des traditions de Los Montes de Maria (9 associés au total), qui ont vu dans la période du post-

conflit une opportunité pour créer un scénario favorable pour le développement durable de la population locale de San Jacinto. Au début cette coopérative n'était pas forcément intéressée par le secteur touristique, mais grâce à des initiatives des autorités locales et nationales tels que : « La ruta de la paz » ou « Turismo, paz y convivencia », ainsi qu'à des programmes de coopération internationale, notamment avec l'agence de développement international des Etats Unis (USAID), ils se sont rendus compte du potentiel secteur touristique à travers le développement durable du village. Ils ont donc décidé de créer un opérateur touristique local (San Jacinto Travel) du fait qu'à ce moment-là, c'étaient principalement des agences de Carthagène ou de Bogotá qui profitaient de l'activité touristique à San Jacinto, et selon lui ça n'a pas permis d'avoir un réel impact économique positif sur le territoire.

Ils ont donc créé la route touristique « San Jacinto Cultura y tradición » qui est une articulation de plusieurs initiatives communautaires. Cette route permet aux touristes de visiter des ateliers d'artisanats à tisser verticaux, de rencontrer le populaire groupe de musique de gaitas *Los gaiteros de San Jacinto* (lauréats d'un Grammy), d'apprendre à danser la musique de gaitas en compagnie des locaux, ainsi que d'autres types d'activités qui permettent une immersion totale autour du patrimoine immatériel de la communauté de San Jacinto. Cette route a été reconnue dans les 10 meilleures initiatives du programme du gouvernement national « Emprendiendo la paz » qui vise à mettre en lumière les projets entrepreneuriales des communautés victimes de la guerre dans le post-conflit. M. Guerrero affirme que le bénéficiaire majeur de l'activité touristique qu'exerce « San Jacinto Travel » est le territoire, du fait que grâce à la promotion touristique et au rayonnement de la destination au niveau national et international, il y a de plus en plus un changement d'imaginaire sur San Jacinto. Ce qui aide à déstigmatiser le territoire en tant que territoire dangereux et scénario de guerre, dont Los Montes de Maria ont été victimes ces dernières décennies. Selon lui, toutes les municipalités de Los Montes de Maria qui appartiennent au département de Bolivar ont des initiatives de tourisme communautaire de la même nature de « San Jacinto Travel », et grâce au programme « Turismo, paz y convivencia » il existe une intention d'articulation entre tous ses projets, mais en raison de la pandémie cela n'a pas pu se consolider. Par ailleurs, le patrimoine immatériel de San Jacinto est au cœur de l'expérience touristique proposée par « San Jacinto Travel », car selon M. Guerrero la route proposée permet aux touristes de « vivre » le patrimoine immatériel de la communauté, notamment à travers la musique traditionnelle de gaitas.

Concernant les bénéficiaires directes du projet, il affirme que ce sont environ 103 familles qui ont des retombées directes issues de l'activité touristique gérée par « San Jacinto Travel », également ils financent aussi une école de gaitas pour les enfants du village dont le but est d'assurer la préservation de ce patrimoine musical. A cet égard, il affirme que la population

locale est de plus en plus intéressée par l'activité touristique, ainsi plus consciente de l'importance des touristes dans l'économie locale. Pour lui, le tourisme communautaire est la clé pour aider au développement du village tout en préservant son riche patrimoine immatériel. Par ailleurs, même si la pandémie a fortement impacté « San Jacinto Travel » (environ 10.000€ de pertes pendant 2020) il considère que cette crise est aussi une opportunité pour mieux structurer l'offre et travailler dans le renforcement de capacité de la communauté, car ils envisagent une reprise très forte de l'activité après la pandémie.

Nous avons constaté que « San Jacinto Travel » est un exemple de valorisation du patrimoine immatériel à travers des initiatives touristiques d'origine communautaire. Cependant nous ne pouvons pas affirmer que les initiatives existantes à ce jour à San Jacinto sont du tourisme communautaire dans le sens strict de ces mots. Du fait que on ne peut pas constater un réel bénéfice de la part des retombés économiques issus de l'activité touristique dans l'ensemble de la communauté de San Jacinto. Cela ne démerite pas le fait que la route « San Jacinto Cultura y tradición » soit pionnière et un grand exemple d'un tourisme responsable, d'origine communautaire et qui valorise le patrimoine immatériel dans toute la sous-région.

D'autre part, la dimension naturelle de Los Montes de Maria (forêt sèche tropicale en danger d'extinction) joue également un rôle prépondérant dans le développement touristique de la région, les paysages quasi inexplorés dû au conflit vécu, commencent à devenir des attractions touristiques pour le territoire, la création d'associations et de projets d'écotourisme comme le « Refugio Altamira » dans la municipalité de Chalán, en sont la preuve. Dans le cas du refuge d'Altamira, il s'agit d'une ferme ou d'un refuge où les touristes peuvent camper au milieu de la forêt avec des vues spectaculaires sur Los Montes de Maria et être en contact direct avec la faune et la flore locales. Celui-ci est un projet conçu par un jeune de la région (M. Eliecer Sierra) en 2018, et que nous avons eu la possibilité d'interviewer pendant notre étude de terrain. Selon lui, il y a de plus en plus d'initiatives d'écotourisme d'origine communautaire au village, toutes articulées à travers l'association communautaire du tourisme de Chalan. Il existe également un opérateur touristique local appelé « MOMA excursiones ». Selon M. Sierra, l'idée de l'association de toutes les initiatives existantes au village a pour but la création d'une route touristique qui offre aux touristes une immersion totale au village, en commençant par la découverte de la zone urbaine, son patrimoine matériel et le musée « Casa de la memoria » qui met en lumière l'histoire de la municipalité de Chalan et les impacts de la guerre, et qui continue ensuite par des randonnées dans la forêt pour rejoindre l'eco-hostal « Refugio Altamira » qui a une capacité pouvant aller jusqu'à 20 personnes en hamacs, pour finir avec une randonnée dans la forêt en direction de la mer. Cette structuration de l'offre d'écotourisme d'origine communautaire à Chalan devrait se concrétiser une fois que la

situation sanitaire le permettra, car la municipalité en conjoint avec la communauté a décidé de ne pas recevoir de touristes pour l'instant.

Pour sa part, la coopérative CoopColorados propose des itinéraires écotouristiques dans le Sanctuaire de faune et de flore de Los Colorados dans la municipalité de San Juan Nepomuceno, à travers une immersion totale dans cette zone protégée de la forêt sèche tropicale de Los Montes de Maria avec des activités telles que l'observation des oiseaux. Tout cela démontre l'importance de cet écosystème dans le développement touristique de la région.

D'un autre côté, pendant notre étude de terrain nous avons visité un petit village de pêcheurs appelé Rincon del Mar, celui-ci est déjà bien connu en tant que destination farniente et paradisiaque, cependant ses précaires voies d'accès n'ont pas permis le développement du tourisme de masse, cette destination reste donc d'une certaine façon « hors des sentiers battus ». Rincon del mar appartient au village de San Onofre, qui appartient à la fois à la sous-région de los Montes de Maria, ainsi qu'à la sous-région du Golfo de Morrosquillo (Pôle touristique majeur du département de Sucre). Cette localisation stratégique entre la forêt sèche tropicale et la mer des caraïbes est à l'origine du développement touristique du village où le tourisme communautaire paraît avoir une place assez importante. Plusieurs associations d'origine communautaire dont Mundo verde (association pour la protection de la mangrove), Titanes ecologicos de Rincon del Mar (association d'enfants écologistes), Yere Caribe (association de femmes qui travaillent dans la préservation des traditions gastronomiques locales), entre autres, font partie intégrante de l'offre touristique du petit village. Également des projets d'hébergement éco-responsables dont l'écologie Dos aguas (situé entre la mer et la mangrove et entièrement construit tout en respectant l'environnement local) ont trouvé une place principale dans le développement d'un tourisme de base communautaire. L'offre touristique de Rincon del mar est donc dans sa plupart constituée par des hébergements éco-responsables, des activités proposées pour les associations d'origine communautaire et des restaurants authentiques tenus par les villageois. Nous avons eu la possibilité de réaliser le tour de la mangrove qui est opéré par l'association Mundo Verde. Pendant le tour, nous avons interviewé de façon informelle M. Anderson Tuiran (Vice-président de l'association) qui nous a expliqué que cette association est née avec le but de récupérer la mangrove, laquelle était devenue le dépotoir du village, ainsi que la forêt sèche tropicale qui avait subi la déforestation aux mains de certaines personnes qui exploitaient la terre pour la production de drogues illicites. L'association Mundo Verde a commencé avec un travail de décontamination de la mangrove et de reforestation de la forêt, ainsi qu'avec le traitement de déchets du fait que le village ne possède pas son propre centre de traitement des ordures. Aujourd'hui ils opèrent des visites guidées dans la mangrove et la forêt sèche tropicale tout en conscientisant aux touristes de l'importance de ces écosystèmes. Le 10% du prix payé par les touristes est

destiné à un fond communautaire qui sert à faire des campagnes de décontamination de la mangrove et de reforestation de la forêt, ainsi qu'au traitement des déchets du village par une entreprise basée à Carthagène. Le cas de l'association Mundo Verde est le plus clair exemple de tourisme communautaire trouvé dans Los Montes de Maria, cependant il faudra faire des efforts pour amplifier l'action de cette association et arriver à adhérer encore plus à la communauté de Rincon del Mar. Une chose est certaine, ce petit village de pêcheurs au rythme caribéen pourrait parfaitement devenir le paradis du tourisme communautaire en Colombie.

En conclusion, le scénario du post-conflit a signifié pour la sous-région de Los Montes de Maria une opportunité sans précédent pour son développement touristique. Les programmes gouvernementaux ainsi que l'amélioration des conditions de sécurité ont permis l'émergence d'initiatives communautaires de tourisme comme nous l'avons constaté. Dans le prochain chapitre nous nous intéresserons au cas concret du développement touristique à Ovejas, qui est notre terrain d'étude principal.

PARTIE III :

**LA MUSIQUE DE *GAITAS* COMME VECTEUR DU
DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE D'*OVEJAS* (COLOMBIE)**

CHAPITRE VII : OVEJAS : GAITAS, TOURISME ET FESTIVAL.

1. Ovejas : un village niché au cœur de Los Montes de Maria.

Ovejas est une municipalité qui appartient à la sous-région de Los Montes de Maria dans la région des caraïbes colombiennes, située dans le département de Sucre, à 154 km au sud-est de Carthagène des Indes (l'un des pôles touristiques du pays) et à 41 km de Sincelejo, la capitale du département (Voir figure N°12). Son extension territoriale est de 45.700 hectares et sa température moyenne est de 28°C toute l'année.

Figure 12 : Localisation d'Ovejas

En rouge, Ovejas dans la carte du département de Sucre et sur la droite en haut en rouge la carte de Sucre dans la carte de la Colombie



Source : Alcaldia de Ovejas – Sucre (2020)

Les municipalités d'El Carmen de Bolívar, San Pedro et une partie de Los Palmitos, Córdoba dans le département de Bolívar et Chalán ainsi que Colosó constituent les limites d'Ovejas au nord, au sud, à l'est et à l'ouest, respectivement.

Pendant notre étude de terrain, nous avons récolté des informations (surtout de la part des autorités locales) pour élaborer un état de lieu de la municipalité à ce jour, nous présentons les informations les plus pertinentes afin de contextualiser le terrain d'étude principal de notre recherche :

A. Histoire du village

D'après le site web de la mairie d'Ovejas (2017), les premiers habitants du village se sont installés sur ce territoire il y a environ 300 ans. Ils appartenaient au groupe ethnique Finzenus, descendants des Zenúes ; ils s'organisaient dans la région en formant de petites villes peu éloignées les unes des autres afin de maintenir un système économique de troc, caractérisé par l'échange de produits. Ces petites villes étaient : Chorroy, Pijiguay, Chengue, Vilut, Macajan, Cata et Macayepos.

Cata, ville située très près de la source du ruisseau Pechilin et encadrée par quelques collines, est devenue une résidence et un centre gouvernemental. A partir de là, le cacique a donné son autorité aux autres caciques mineurs qui régnaient dans les populations susmentionnées. Ce territoire indigène fut visité pour la première fois en 1509 par l'espagnol Martín Fernández de Enciso, comme indiqué dans ses chroniques. L'organisation politique de ces villes se détériorait, le dernier cacique était Tarra (ou Tarroy). Avec sa disparition, son organisation s'effondra (Alcaldía de Ovejas, 2017).

Quelques années plus tard, l'influence colonisatrice espagnole est arrivée. Le colonisateur Antonio de La Torre y Miranda et la commissaire Doña Matía González y Galápago ont, avec d'autres Espagnols, commencé à peupler le territoire des Zenúes en créant des « paroisses blanches » et cela tout en organisant des troupeaux et des haciendas aux côtés des populations indigènes déjà influencées. Cela leur permis de profiter des habitants puisque leur organisation affaiblie le leur permettait.

Carthagène des Indes constituait pour les Espagnols le centre de la population de cette région. Les Espagnols se sont répandus dans toute la région. Don Gabriel Mendoza, Don Manuel González et Doña Matía González y Galápago, exerçaient les pouvoirs accordés par la Couronne espagnole à leurs colonisateurs, notamment l'exploitation des terres et l'esclavage des indigènes (Alcaldía de Ovejas, 2017).

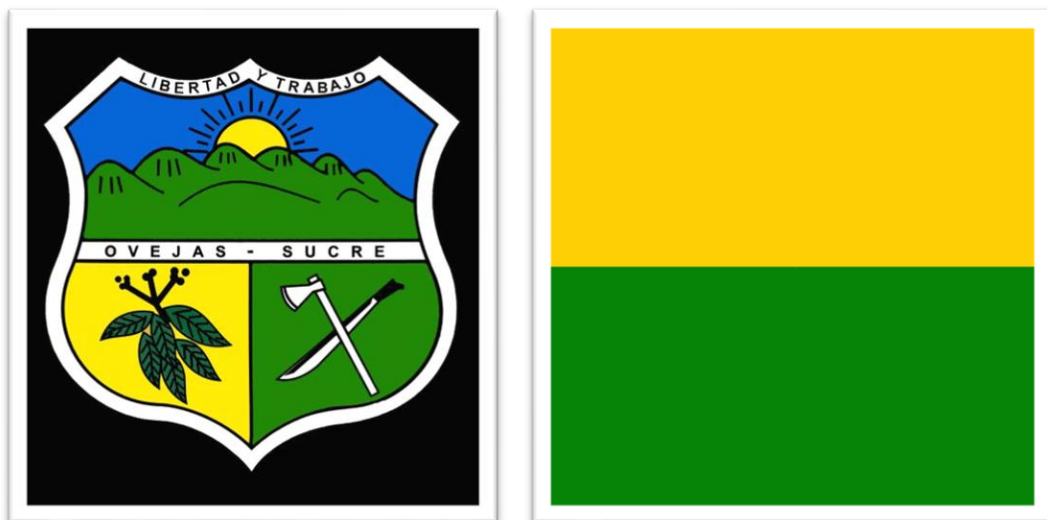
De retour à une institution médiévale, la Couronne espagnole a établi le système des encomiendas en raison du pouvoir qu'elle exerçait sur les peuples autochtones, qui travaillaient pour leurs domaines en utilisant des mécanismes d'exploitation et d'obligation. C'est ainsi que le système d'hacienda naquit à Cata, les haciendas les plus importantes étant : « La Oveja », Galápagos et Don Gabriel ; qui était en grande partie devenu la racine de la naissance des villes, composées de métayers et journaliers, qui constituaient le capital humain exploité, ce qui a permis le développement agricole et d'élevage.

Avec la mort des patrons (Gabriel Mendoza, Manuel González, Doña Matía), le système des haciendas a commencé à s'affaiblir et a ensuite disparu en raison de deux facteurs principaux, tels que la création de villes dans les domaines et le manque de préparation des héritiers au maintien des haciendas dans des situations économiques défavorables.

Le 2 juin de 1776, Antonio de La Torre et Miranda fondèrent la ville de San Francisco de Asís, ce qui symbolisait leur amitié établie lors de sa permanence à Carthagène avec l'évêque de ce diocèse Fray Joseph Díaz de la Madrid, religieux de l'ordre de San Francisco de Asís. Ce nom n'est pas resté, puisque ses premiers habitants et voisins ont involontairement gardé le nom de l'hacienda « La Oveja » où ils ont trouvé les moyens de satisfaire leurs besoins essentiels. La tradition et la coutume de ses habitants sont progressivement devenues une loi qui régit à ce jour. Le nom attribué par le fondateur a été réduit à la paroisse qui, à ce jour, conserve toujours son nom (Alcaldia de Ovejas, 2017).

B. Symboles d'Ovejas : Le bouclier et le drapeau

Figure 13 : Le bouclier et le drapeau d'Ovejas



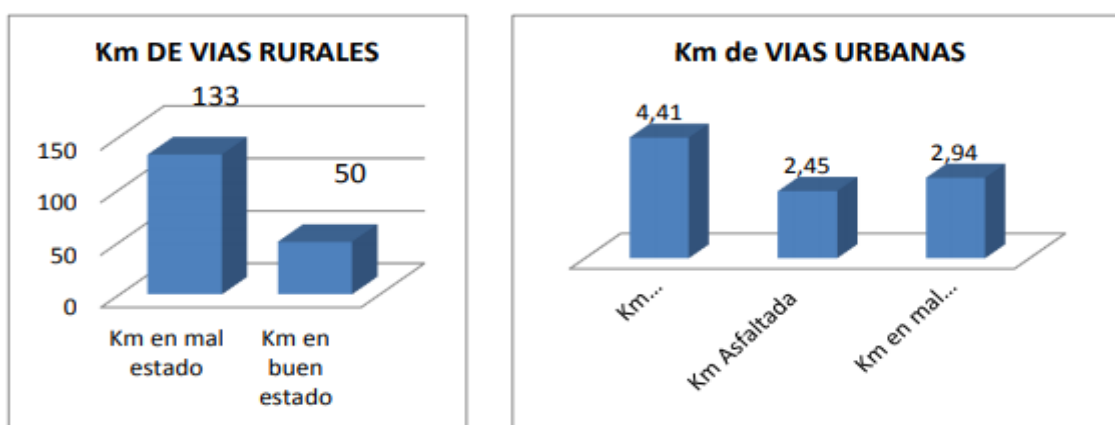
Source : Alcaldia de Ovejas – Sucre (2020)

Le bouclier se compose d'un héraut avec en haut la devise « liberté et travail ». A l'intérieur, il est divisé en trois parties : la première nous montre le soleil levant dans les montagnes qui entourent cette municipalité. Il est divisé par une bande avec le nom du village : Ovejas-Sucre. A gauche, la fertilité de ses terres est symbolisée par une feuille de tabac, et à droite des outils symbolisent le travail que les paysans font sur le terrain. Le drapeau est composé de deux bandes, une bande jaune qui met en valeur la richesse du peuple et la bande verte qui met en valeur la fertilité de leur terre.

C. Accessibilité.

Ovejas n'est accessible que par avion, cependant depuis les aéroports de Carthagène, Corozal, Montería et Barranquilla, suivi d'un long voyage par voie terrestre (dont les différentes étapes ont respectivement une durée moyenne de 2 heures et 30 minutes, 30 minutes, 2 heures et 30 minutes et 3 heures), il est possible de se rendre au village. Par voie terrestre, la municipalité d'Ovejas est située sur l'axe routier principal de communication avec la capitale du département de Sucre, sur la route *Troncal de Occidente*, via Sincelejo, en communication avec les municipalités de Los Palmitos, Corozal, Morroa, Sampués, Toluviejo, Tolú, San Onofre, Chinú, Sahagún, etc. Sur la même route, mais via Carthagène, est en communication avec les municipalités d'El Carmen de Bolívar, San Jacinto, San Juan Nepomuceno, etc. L'état des routes internes n'est pas très bon, tant dans les zones urbaines que rurales, mais présentent de plus grandes difficultés sur les routes rurales.

Figure 14 : Etats des routes à Ovejas en 2016

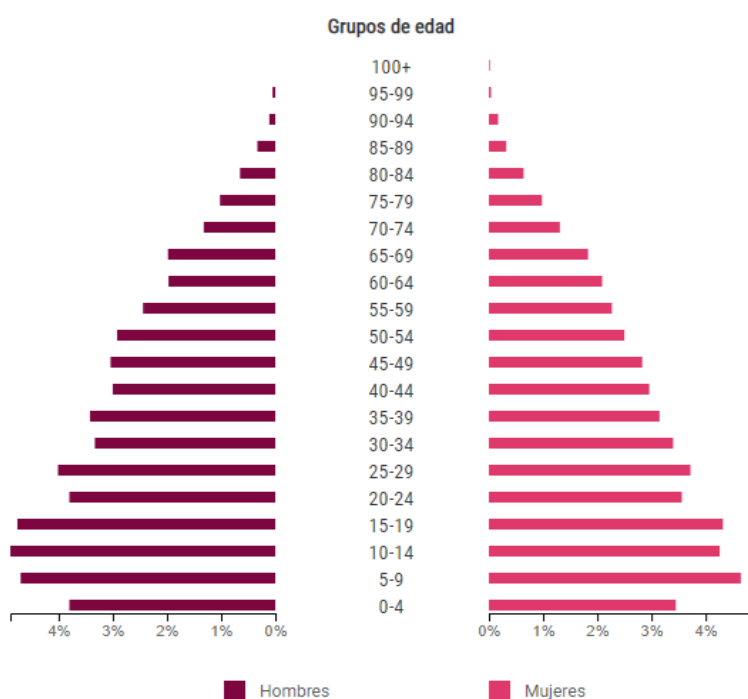


Source : Mairie d'Ovejas (2016)

D. Aspects démographiques de la population.

Selon les dernières prévisions du département administratif national de statistiques (DANE, 2018), Ovejas compte quelques 22 304 habitants, dont 55% dans la zone urbaine et 45% en milieu rural ; 48,5% sont des femmes et 51,5% sont des hommes. La densité de population est de 23 304 habitants / km². Il faut souligner que la plupart de la population est très jeune (Voir figure N°15) :

Figure 15 : répartition de la population totale d'Ovejas par tranche d'âge et sexe.



Source : DANE (2018)

La municipalité a une superficie totale de 453 km² dont 99,2% correspond à la zone rurale et seulement 0,8% est urbaine. Concernant la localisation de la population sur le territoire, selon la mairie d'Ovejas en 2020, 51.0% est concentrée dans la zone urbaine et 49.0% dans la zone rurale.

D'un autre côté dans la municipalité, il existe trois communautés indigènes reconnues historiquement par le gouvernement national (*Dirección de Asuntos Indígenas, Rom y Minorías – DAIRM*). Dont *Galapa, San Jose de Almagra* et le *Cabildo Indígena Vilu*. Également *el gran resguardo de San Andrés de Sotavento* (l'une des communautés indigènes les plus présentes dans la région) a créé cinq *cabildos* à Ovejas en 2013 dans le cadre du programme de récupération du territoire, dans la stratégie de revendication de droits différenciés et inclusifs, mené par l'état Colombien. D'un autre côté, selon le département de planification de

la municipalité en 2015 (derniers chiffres officiels disponibles), environ 1.500 personnes se reconnaissent comme noires, mulâtres ou afro-colombiennes et 5 comme Raizales.

Selon le réseau national d'information (RNI) qui appartient à l'unité de victimes du gouvernement colombien, la population victime du conflit à Ovejas (dès 1984 jusqu'à 2021) est au total de 49.023 victimes. Le fait de victimisation qui est apparu le plus durant cette période a été le déplacement forcé, suivi de menaces et d'homicides. Selon le RNI (2021) 419 personnes ont été tuées à Ovejas pendant le conflit armé. Par ailleurs, selon la Mairie du village en 2020 il y avait 90 anciens ex-combattants réintégrés à la vie sociale qui habitent Ovejas.

Concernant le niveau de pauvreté de la population, selon le DANE en 2018 l'IPM (l'Indice de pauvreté multidimensionnelle) de la municipalité d'Ovejas a été calculé à 51,5%, 9,8% au-dessus de celui du département de Sucre, qui est à 41,7% et 32,4% au-dessus du niveau national, qui est à 19,1%.

Par ailleurs, selon le secrétaire municipal de l'éducation, en 2020 Ovejas présentait une couverture éducative primaire nette de 101,2% et une couverture éducative secondaire nette de 54.7%. Le système éducatif du village présente une incapacité à retenir les étudiants, car le niveau de la désertion qui fluctue de 5% dépasse la moyenne nationale, celui du département de Sucre varie de 3,5%. Le redoublement reste également élevé. Le principal facteur de la désertion scolaire qui se produit dans la municipalité trouve sa cause dans la détérioration des conditions sociales et économiques qui forcent les familles du village à s'installer dans d'autres régions du pays, à la recherche de meilleures conditions de vie et de meilleures opportunités. L'offre d'éducation supérieure reste très limitée. Également, l'indice d'analphabétisme (personnes qui ne savent pas écrire ni lire) est de 18,6%.

Nous trouvons donc une population relativement jeune et plutôt concentrée dans la zone urbaine, mais dont une partie considérable migre vers d'autres villes, surtout dû à la situation socio-économique du village et à l'offre presque inexistante d'éducation supérieure. Également la population d'Ovejas a une certaine diversité culturelle et ethnique, et partage un passé commun, surtout lié à la guerre. De plus, cette population se caractérise par un taux de pauvreté élevé et par une qualité de vie malgré tout assez modeste.

E. Economie

La principale activité économique de la municipalité d'Ovejas est basée sur des exploitations agricoles et d'élevage. En ce qui concerne l'exploitation agricole, des récoltes telles que le tabac, le manioc, le maïs, le sésame, l'igname, l'avocat et, à plus petite échelle, des légumes et des arbres fruitiers sont développées. À l'heure actuelle, les récoltes de maïs et de manioc ont suscité un grand intérêt en raison de la mise en œuvre de processus industriels dans le département, liés à la production d'amidons qui seront ensuite utilisés dans la production de gaz combustible, processus qui nécessitent une grande quantité de cette matière.

Mais, l'histoire économique d'Ovejas est marquée par la culture et le processus du tabac, une activité qui a été mise en œuvre par *Don José María Pizarro* à partir de l'année 1870. Cette culture du tabac a été celle avec la plus forte incidence dans la ligne des exportations dans l'histoire de la municipalité. Aujourd'hui, il est dans une phase de déclin en raison des résultats d'études scientifiques, qui placent le tabac comme un produit nocif pour la santé, provoquant sa chute sur les marchés internationaux. Il est considéré que si le tabac a généré des revenus importants, les coûts culturels ont également été très onéreux, car avec l'introduction de cette culture, Ovejas a abandonné les activités artisanales. A ce sujet, la municipalité appartient au même noyau artisanal de villes telles que Morroa, Sampués, San Andrés de Sotavento et San Jacinto. Aujourd'hui, d'énormes efforts sont faits pour retrouver la vocation artisanale, mais cela reste insuffisant.

En ce qui concerne la production animale, Ovejas était autrefois un grand centre d'élevage, mais en raison de multiples facteurs (dont la guerre) cette exploitation a diminué. Aujourd'hui, il y a de grandes possibilités de récupérer le troupeau de bétail avec les conditions de sécurité actuelles, mais il faudrait prendre en compte les impacts sur l'environnement de cette pratique économique. De plus, la production a augmenté dans l'élevage et l'engraissement d'espèces mineures (bélier, porc, volaille, etc.). Le village ne compte pas sur des industries ou des grandes entreprises qui peuvent être une source importante d'emploi. Nous avons constaté que le taux des emplois informels et du chômage est assez élevé (même si à ce jour il n'y a pas des chiffres officiels à ce sujet, nous avons trouvé que seulement le 6,30% de la population d'Ovejas est affilié au régime contributif de santé, lequel est destiné aux employés formels en Colombie – Terridata 2020), cette situation pourrait expliquer le fort taux de pauvreté et la migration constante des habitants d'Ovejas vers d'autres territoires.

2. Tourisme et gaitas à Ovejas

Avant d'essayer de comprendre la possible relation entre l'activité touristique et la musique de gaitas à Ovejas, il est pertinent d'avoir un aperçu de la « *Cultura Ovejera* » (Culture d'Ovejas en français)

A. Culture et patrimoine immatériel à Ovejas

Les représentations culturelles à Ovejas sont surtout influencées par les événements religieux (Catholiques) et les événements musicaux. A ce sujet nous avons interviewé l'attaché de la culture de la maire (M. Mauricio Gonzalez) qui nous a parlé dans un premier temps du patrimoine immatériel du village composé de : la musique de gaitas et sa plus grande manifestation : le festival national de gaitas *Francisco Llirene*, les festivités catholiques de *San Francisco de Asis* (tous les 4 d'octobre) et de *La virgen del Carmen* (tous les 16 juillet), ainsi que le festival del *ajonjoli* (sésame en français) et les festivités religieuses de *Santa Catalina*, ces deux dernières sont célébrées dans la zone rural du village. Cependant il n'existe pas de document officiellement reconnu qui regroupe toutes les expressions du patrimoine immatériel du village.

Concernant le patrimoine matériel, M. Gonzalez a manifesté que celui-là était étroitement lié aux pratiques du patrimoine immatériel. Il serait constitué principalement par : la Maison de la Culture (actuellement en mauvais état structurel faute d'entretien). Cette institution compte plus de 50 pièces archéologiques dont la figure d'or « Tumbaga » qui représente une personne en train de jouer une gaita, et retrouvé entre les collines de Vilu et d'Almagra (Zone rural du village) en 1989. Selon les experts, cette figure réaffirme la théorie que les indigènes Zenues avaient déjà inventé la gaita avant l'arrivée des Espagnols. Le patrimoine matériel du village est complété par l'église principal construite en 1923, l'architecture antillaise et coloniale du centre-ville et du parc principal (Voir figure N°16) et quelques statues dont nous parlerons plus en détail ultérieurement.

Par ailleurs, dans le plan du développement territorial d'Ovejas 2020 – 2023 est mise en valeur le programme du Ministère de la Culture « Expedición sensorial por Los Montes de Maria » sur le secteur de la culture à Ovejas. Selon la mairie, le programme du ministère a réalisé un travail remarquable dans la conservation et préservation des savoirs ancestraux et traditionnels représentés dans les pièces archéologiques, sites naturels, cuisine et médecine traditionnelles, musique de gaitas, tradition orale et passage architectural. Dans ce contexte s'est créé un laboratoire d'appropriation des biens culturels, des savoirs et des traditions de la

municipalité d'Ovejas. Cependant toujours selon la mairie il est évident que le secteur de la culture à Ovejas n'est pas assez structuré et organisé et la plupart des programmes culturels qui sont mis en place dans le village ne bénéficient que à la zone urbaine, ce qui fait que la zone rurale est la grande oubliée de la culture à Ovejas.

Figure 16 : Centre-ville d'Ovejas



Source : De Chamorro Montes - Trabajo propio, CC BY-SA 4.0 (2018)

Nous pouvons donc dire que la culture et le patrimoine immatériel à Ovejas est au cœur la musique de gaitas, mais comme dans le cas de la sous-région de Los Montes de Maria, cette musique est conjointe aux manifestations culturelles, conformée à la fois par des traditions, des pratiques culturelles et des événements inscrits dans la musique et dans l'oralité. Nous pouvons le constater dans des lettres de certaines chansons populaires de gaitas dont la chanson de M. Gerson Vanegas « ¿Por qué nos llaman así? » ou « Camino de Almagra » du groupe Los Gaiteros de Ovejas (Voir lettres originales des chansons en annexe N°). Ces chansons font référence à l'identité des habitants d'Ovejas, à la stigmatisation du territoire pendant de longues années à cause du conflit armé et aux terreurs de la guerre subi par les habitants du village. A cet égard la musique de gaitas à Ovejas est plus qu'un genre musical, il s'agit de la voix des habitants d'un coin de la Colombie qui ont subi les terreurs de la guerre et qui ont longtemps été oubliés. La gaita est un facteur d'identité culturelle à Ovejas et le patrimoine immatériel du village orbite autour de cette musique traditionnelle.

Enfin, selon M. Gonzalez la pratique d'un tourisme culturel peut être la meilleure façon de permettre à de nombreuses personnes de connaître la culture d'Ovejas, car le tourisme culturel « permet au touriste de connaître la culture et l'histoire d'une communauté puis de la raconter et de la partager avec d'autres personnes, et ainsi rendre cette culture attractive pour d'autres personnes à leur tour ». Selon lui, le tourisme peut être un bon moyen de sauvegarder la culture d'Ovejas et de trouver les ressources nécessaires pour la structuration du secteur culturel du village.

B. Le tourisme à Ovejas aujourd'hui.

De la même façon que la sous-région de Los Montes Maria, la municipalité d'Ovejas n'a pas eu historiquement parlant une vocation touristique. Cependant le festival national de gaitas Francisco Lirene (dont nous parlerons plus tard) a été depuis plusieurs décennies plus ou moins un facteur d'attractivité pour le territoire. A ce jour il n'existe pas de projets touristiques dans le village, les opérateurs touristiques locales sont également inexistantes.

Les autorités locales à travers le plan de développement territorial 2020 – 2023 insistent sur le grand potentiel touristique du village, mais par la même occasion, ils mettent en lumière les problèmes identifiés qui, selon eux, ne permettent pas un développement touristique dans le village en ce moment. Ces problématiques identifiées sont : le fait qu'il n'y ait pas d'opérateurs touristiques, le manque de compétences professionnelles de la communauté pour structurer l'offre touristique du village et le manque de gestion et de projets de la part des autorités locales qui incitent au développement touristique dans le territoire. Face à ces problématiques rencontrées, le plan de développement du village a formulé comme stratégie le programme : « Ovejas rénové avec la route touristique durable de Los Montes de María, pour générer des emplois de qualité », qui selon les autorités locales a pour but de renforcer l'offre de services d'écotourisme, du tourisme rural, du tourisme d'aventure et du tourisme en général qui permet la consolidation d'une route compétitive du tourisme à Ovejas, avec une articulation sous-régionale et départementale. Cela à travers la promotion d'économies vertes basées sur la vocation touristique du village, des projets productifs du tourisme durable, de la construction d'infrastructure pour la pratique de l'écotourisme, ainsi que des services de conseils pour les business durables. Cependant, pendant notre étude de terrain, nous avons constaté que ce programme n'a pas encore été mis en place à ce jour.

A ce sujet, nous avons interviewé le Maire de la municipalité d'Ovejas M. Freddy Ricardo. Selon lui, le tourisme est un propulseur du développement durable qui est encouragé par le gouvernement national en tant que secteur économique. Pour M. Ricardo les secteurs

Également selon M. Ricardo, le festival national de gaitas Francisco Llirene est un « diamant brut », qui représente un grand atout pour le territoire et pour le développement touristique de celui-là, à ce sujet il envisage la création d'une route touristique autour du festival, d'encourager des routes d'écotourisme et de tourisme d'aventure pendant les jours de l'événement, ainsi que de créer des activités touristiques dans la zone urbaine et rurale. Tout cela dans le but, par la suite, de consolider tous ces produits et les rendre disponibles tout au long de l'année, car l'objectif est de développer l'activité touristique à Ovejas disponible à tout moment.

Par ailleurs, M. Ricardo nous a confié qu'aux débuts de l'année 2020 ils ont conçu tout un plan de promotion du festival à l'international pour attirer des touristes et des investissements étrangers, mais la pandémie a tronqué tous ses plans et n'a pas encore permis la mise en place de stratégies envisagées pour propulser le développement touristique du village. Il est important de souligner qu'Ovejas a également été frappé par la pandémie à tous les niveaux (santé, social, économie, etc.) ce qui a obligé le gouvernement local à se concentrer sur la crise sanitaire et sociale qui traverse le village actuellement.


Mais malgré ce manque d'organisation et de structure de l'offre touristique d'Ovejas, nous avons essayé de réaliser un inventaire touristique composé par des possibles sites d'intérêt touristique, des hôtels, des restaurants et toute autre entreprise qui puissent faire partie de la chaîne de valeur d'approvisionnement du secteur touristique dans le village.



Dans un premier temps, nous avons listé les lieux favorables à la mise en tourisme du village. Concernant les atouts naturels, nous en avons seulement mentionné deux, car nous avons pu constater que ces sites ont accueilli des touristes auparavant, notamment avant la pandémie. Il faut de plus souligner que l'écosystème de forêt sèche tropicale de Los Montes de Maria offre à Ovejas de nombreux atouts naturels, plusieurs d'entre eux sont même méconnus par leurs propres habitants du fait du conflit armé.

Nous avons également répertorié les restaurants (6 au total) et les hôtels (2 au total) qui fonctionnent à Ovejas. À ce sujet, il faut souligner qu'ils existent plusieurs familles dans le village qui travaillent dans la vente des repas à domicile ou de façon informelle. Nous avons rencontré Mme. Candelaria Castillo, qui offre ses services en tant que « traiteur gastronomique » en conjoint avec sa famille en offrant des plats traditionnels de la sous-région de Los Montes de Maria, selon elle le festival national de gaitas Francisco Llirene est l'événement le plus important par rapport à son activité du fait que grâce aux flux des visiteurs dans le village, ses ventes se multiplient jusqu'à 200% par rapport au reste de l'année. À cet égard, la pandémie a fortement impacté son activité et la situation socio-économique de toute sa famille. Par ailleurs, nous avons échangé avec l'hôtelier Mme Olga Salcedo, qui coïncide


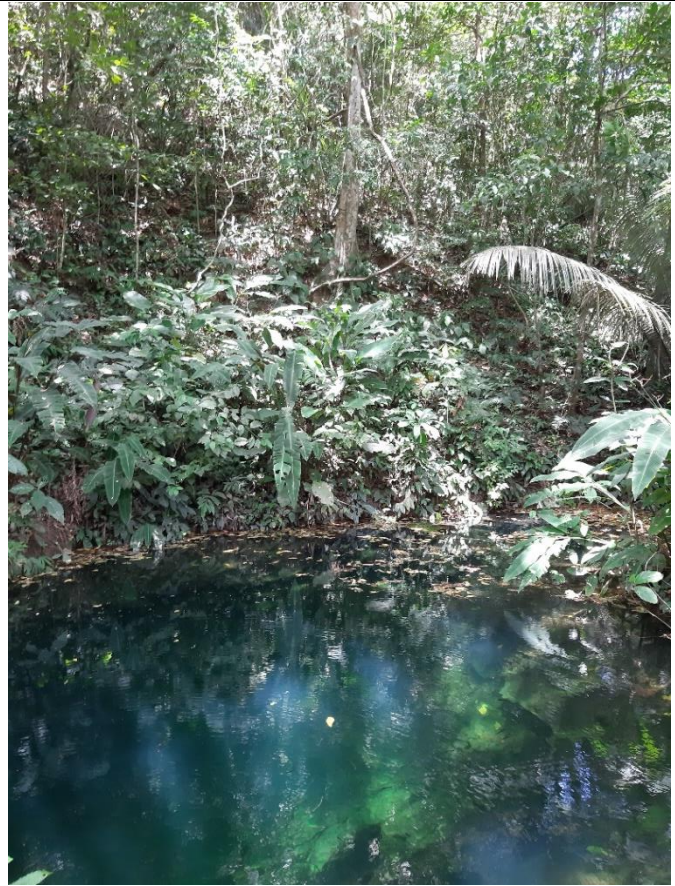
avec Mme Castillo, sur le fait que les dates du festival sont fixées durant la haute saison de l'activité touristique du village, et que le tourisme de loisirs est presque inexistant le reste de l'année. Il faut dire aussi que face au manque d'une capacité hôtelière installée dans le village, les villageois sont historiquement habitués à recevoir des hôtes chez eux, notamment lors du festival. Bien évidemment, la pandémie a mis en danger tous ces business dites « touristiques » à Ovejas et affaiblie encore plus l'offre touristique du village.


- Lieux susceptibles à la mise en tourisme du territoire :

Lieux/Bâtiment/Monument	Description	Photo
Eglise principal <i>San Francisco de Asis</i>	Construite en 1932, elle est l'un des plus vieux bâtiments du village (et le mieux conservé). Placée au cœur du centre-ville, elle est l'un des lieux les plus emblématiques d'Ovejas	 <p data-bbox="853 1131 1524 1176">Figure 18 : Eglise principal San Francisco de Asis</p> <p data-bbox="965 1187 1412 1232">Source : Francisco Angulo (2019)</p>

<p>Huttes d'origine indigène</p>	<p>Ce sont des maisons situées principalement dans les zones rurales du village, connues aussi comme des huttes traditionnelles indigènes. Elles sont construites avec des éléments naturels comme des bâtons ou des troncs de <i>guadual</i> ou de bambou, et les toits de palmier</p>	 <p>Figure 19 : Hutte d'origine indigène Source : Photo prise par moi-même (2021)</p>
<p>Maisons d'architecture antillaise</p>	<p>Maisons coloniales situées dans la zone urbaine du village. Construites en bois, avec des balcons et des grandes portes, peint de couleurs pastels pour la majorité.</p>	 <p>Figure 20 : Maison d'architecture antillaise Source : Rutas del conflicto (2018)</p>

<p>Statue du musicien de gaitas (gaitero) « Joche Alvarez »</p>	<p>Statue située dans la zone urbaine du village qui rend hommage à un des plus grands ménestrels de la musique de gaitas</p>	 <p>Figure 21 : Statue du musicien de gaitas</p> <p>Source : http://jochealvarez.blogspot.com/ (2019)</p>
<p>Statue de la femme cultivatrice du tabac</p>	<p>Statue qui rend hommage aux femmes qui travaillaient dans l'industrie du tabac à Ovejas, en faisant référence à cette activité économique si important dans l'histoire du village.</p>	 <p>Figure 22 : Statue de la femme cultivatrice du tabac</p> <p>Source : https://www.viajarenverano.com/ovejas-sucre/ovejas-recolectora/ (2018)</p>

<p>Statue du Cristo Rey</p>	<p>Statue religieuse qui représente à Jésus-Christ, situé en haut d'une des montagnes à côté de la zone urbaine du village, il s'agit d'un lieu de pèlerinage et d'un belvédère avec de belles vues sur Ovejas.</p>	 <p>Figure 23 : Statue du Cristo Rey Source : Diaz et Duarte (2013)</p>
<p>Pozo azul</p>	<p>Puits naturel, type « cenote », aux eaux cristallines. Situé dans la zone rurale du village. Avec des pouvoirs magiques selon la communauté locale. La légende veut que personne ne puisse y nager car la piscine naturelle a une force d'attraction vers le fond, ce qui</p>	 <p>Figure 24 : Pozo azul Source : Photo prise par moi-même (2021)</p>

	rend difficile la baignade.	
Belvédère del Cerro de Almagra	Belvédère naturel avec des vues époustouflantes sur Los Montes de Maria. Situé dans la zone rurale du village	 <p>Figure 25 : Belvédère del Cerro de Almagra Source : Francisco Angulo (2019)</p>

- Inventaire des restaurants du village :

Nombre du restaurant	Adresse	Offre	Capacité maximale sur place
Cebolludos gourmet	Cra 15 #18 2	Fast food	40 couverts
Gol five	Cra 20 #21 - 426	Fast food et gastronomie traditionnelle	40 couverts
Palma azul	Call 27 #15c - 38	Gastronomie traditionnelle	20 couverts
Chuana	Cra 20 #33 - 13	Gastronomie traditionnelle	35 couverts
Comida rápida las flores	TRV 15 #25B - 64	Fast food	20 couverts
Donde leo	Calle 21 #19-2	Fast food	25 couverts

- Inventaire des hôtels du village :

Nombre de l'hôtel	Adresse	Numéro de chambres
Hotel Olga	Cra. 16 #23-54	5
Hotel San Francisco	Cra. 20 #32-46	6

Enfin, il est important de souligner qu'au cours de notre recherche, il a été constaté qu'Ovejas est la seule municipalité de Los Montes de Maria, où aucun projet ou initiative spécifique de tourisme communautaire ou d'associations en faveur de ce type de tourisme ou tout autre, n'ont été trouvés. Cette « précarité » du développement touristique d'Ovejas par rapport aux villages voisins semble s'expliquer par le fait que la population locale n'a pas encore surmonté les conséquences sociales de la guerre, car il leur est encore difficile de considérer leur territoire comme un territoire attractif pour le tourisme. Cependant, une chose est certaine, le festival national de gaitas est le facteur d'attractivité touristique le plus important du village.

3. Le Festival national de gaitas « *Francisco Llirene* » et son rôle dans la mise en tourisme d'Ovejas

Le festival national de gaitas d'Ovejas, est organisé chaque année au mois d'octobre depuis plus de 35 ans, constitue l'une des manifestations culturelles les plus importantes de cette musique traditionnelle en Colombie. Il est à noter que ce festival est né à l'issue de l'initiative de la communauté et a été entièrement financé par la population locale.

Sur l'histoire du festival, M. Jairzinho Diaz (Membre actif du conseil d'administration du festival) nous a précisé que dans les années 80, les représentants du genre musical de la *gaita* mouraient anonymement et emportaient avec eux leurs savoirs et pratiques. C'est alors qu'un mouvement communautaire de sauvegarde est né à Ovejas, qui a conduit à la réalisation du premier Festival national de gaitas « *Francisco Llirene* » en 1985. A partir de cette date, le festival est célébré tous les ans pendant le deuxième week-end (de vendredi à lundi) du mois d'octobre, commémorant la coutume des paysans de la région de se retrouver sur la place principale de la municipalité pour jouer leurs instruments, en signe de gratitude envers leur saint patron *San Francisco de Assis*. Plusieurs groupes de gaitas et danseurs de ce genre musical s'y rendent pour participer aux différentes compétitions. À partir de 1990, de nouveaux concours et événements culturels ont été créés dans le cadre du festival, tels que des *decimeros* (récital de poètes), expositions photographiques, expositions archéo-anthropologiques, expositions artisanales, rencontres de groupes d'enfants appartenant aux différentes écoles de gaita de la région, rencontre d'écrivains, entre autres.

En effet, aujourd'hui le festival est l'un des événements folkloriques les plus importants du pays, en raison de ses connotations socio-historiques. Il est le patrimoine culturel et folklorique d'Ovejas (accord 018 de novembre 2002) et patrimoine de l'intérêt culturel du département de Sucre (ordonnance n°08 de juillet 2004). Également le festival a été déclaré patrimoine culturel immatériel de la nation par le congrès, loi 1756 de 2015. Cette déclaration a permis de garantir un budget public au niveau départemental et local pour la réalisation de l'évènement et a été basé sur le travail effectué par le comité d'organisation du festival. Ce comité appartient à l'association sans but lucrative *Festival nacional de gaitas Francisco Llirene* conformé par plus 60 membres actifs qui appartient à la communauté d'Ovejas et qui sont les garants de la réalisation du festival et de la préservation de ce patrimoine immatériel. Niveau financement ce sont la municipalité et le département qui soutiennent la réalisation du festival dans une grande partie. Cependant le village manque de mise en œuvre pour un processus de formation bien organisé autour de ce patrimoine immatériel qui promeut et projette les talents des jeunes et des citoyens en général autour du festival.

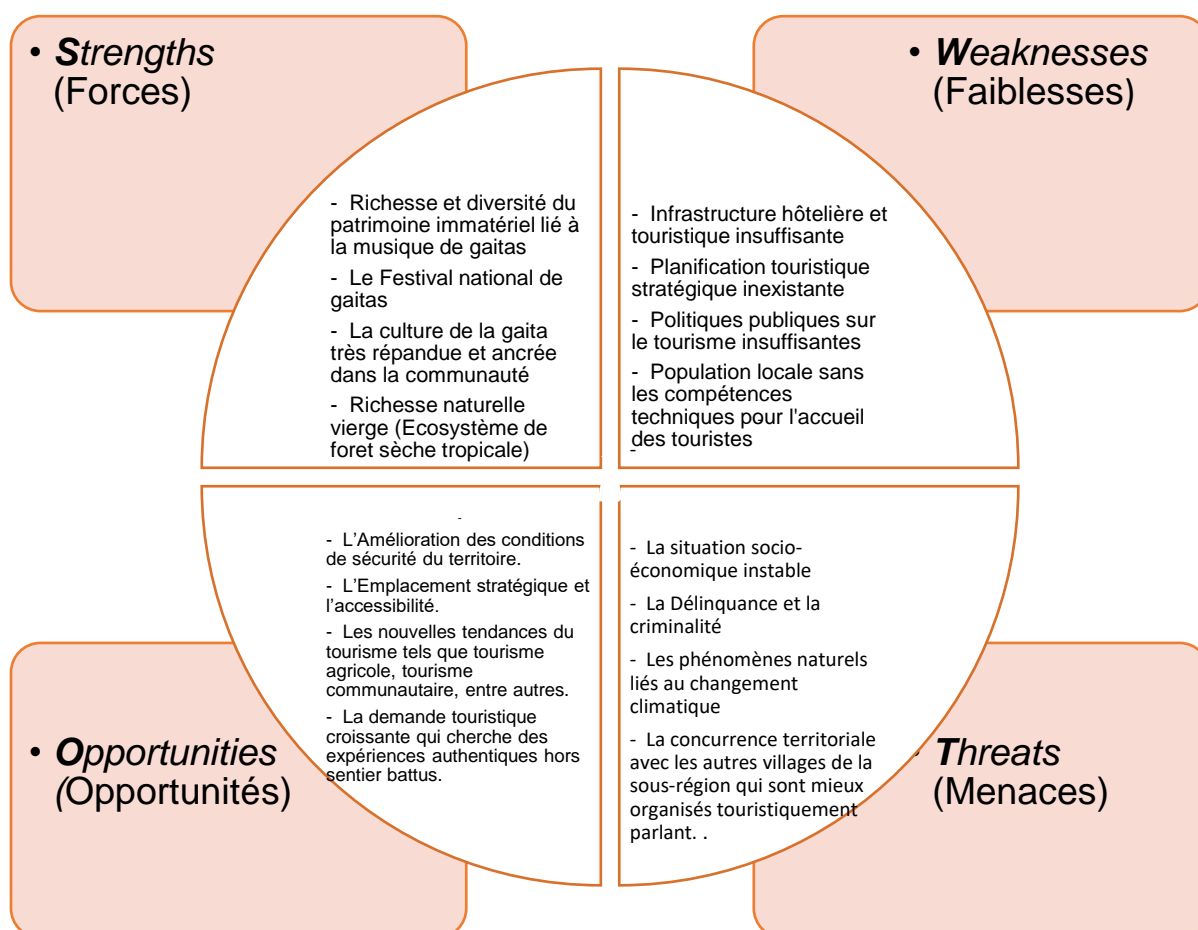
Concernant les chiffres de fréquentation, à ce jour il n'existe pas de données officielles, cependant il est clair que pendant le week-end du festival, le village expérimente sa fréquentation touristique maximale. Pour M. Diaz, cet événement a été historiquement source d'un tourisme régional, national et international à Ovejas. Cependant dû au fait de la capacité hôtelière restreinte du village, la plupart des visiteurs viennent pendant la journée et passent la nuit ailleurs. En 2020 le festival a dû être réalisé de façon virtuelle, pour l'année 2021 il est envisagé de le célébrer dans la même modalité. Cela a permis la continuité du festival, mais a impacté très fortement les nombreuses familles et business locaux qui bénéficient de la réalisation du festival en présentiel. Dans ce sens, à la reprise du festival de façon présentiel, il pourra continuer à être facteur d'attractivité touristique du territoire, pour cela il faudra mieux structurer l'offre et la chaîne de valeur d'approvisionnement d'Ovejas, ainsi que renforcer le festival pour faire en sorte que tourisme et festival rentrent dans un cercle vertueux. Nous pourrions donc affirmer que le festival est une vitrine pour le village, une vitrine qui jusqu'à présent n'a pas été complètement exploitée et qui pourrait supposer un élément propulseur du développement durable pour la population locale à Ovejas. Par ailleurs, si la culture de la musique de gaitas est bien ancrée à Ovejas, à travers ses écoles de gaitas, ses ateliers de lutherie et surtout à travers le festival national de gaitas, un processus de réappropriation culturelle et territoriale semble impératif dans cette communauté dans le but d'un développement touristique durable.

CHAPITRE IX : REFLEXION SUR LA MISE EN TOURISME D'OVEJAS A TRAVERS LA VALORISATION DE LEUR PATRIMOINE MUSICAL

1. Diagnostique du tourisme à Ovejas

Pour formuler des réflexions pertinentes par rapport au développement touristique à Ovejas tout en valorisant son patrimoine musical, nous avons élaboré dans un premier temps une Matrice SWOT avec toutes les informations récoltées pendant notre étude de terrain (Entretiens formelles et informelles, recherche bibliographique, enquêtes et observation participative). Cette matrice nous a permis d'articuler les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces identifiées dans le développement touristique du village, cela dans le but d'établir un diagnostic réel du tourisme à Ovejas.

A. Matrice SWOT : Le développement touristique à Ovejas



Également, dans le but d'établir un diagnostic réel du tourisme communautaire à Ovejas, nous avons appliqué les critères que selon Richards et al. (2018) dans son ouvrage *Fresh from the field*, il faudrait prendre en compte à l'heure d'examiner la pertinence et le potentiel d'un village et sa communauté pour le développement d'un tourisme communautaire. Nous avons constaté qu'Ovejas remplit plus ou moins tous les critères cités par Richard et al. (2018), détaillés comme suit :

B. Critères externes

Marché potentiel :

Il existe un marché potentiel si l'on tient compte du fait que la Colombie est une destination émergente, et en particulier, sa région des Caraïbes où se trouve Ovejas, est actuellement l'une des principales zones touristiques du pays. En ce qui concerne la musique, cet élément est devenu au fil des années un atout important pour attirer les touristes. En effet, le tourisme musical est devenu une tendance pertinente sur la scène touristique internationale : « La musique est la nouvelle gastronomie » (UNWTO, 2018).

Emplacement et accessibilité :

Ovejas est accessible en voiture depuis différents aéroports de la région des Caraïbes : Sincelejo (30 min), Carthagène (2h30), Monteria (2h30) et Barranquilla (3h). La municipalité d'Ovejas est située sur les principaux réseaux routiers la reliant à la capitale du département et aux principales villes de la région des caraïbes, sur le *Troncal de Occidente*, via Sincelejo et via Cartagena. Les transports en commun sont disponibles toute l'année.

L'emplacement d'Ovejas est également stratégique car il est sur le chemin de certains pôles touristiques principaux : à 30 minutes de la capitale du département de Sincelejo, à 1h d'une station balnéaire très fréquentée par les touristes nationaux (Tolu et Coveñas) et à 2h30 d'une des destinations principales de la Colombie, la ville de Carthagène d'Indes. De plus, son emplacement est lié à la fois aux « couloirs touristiques » des Caraïbes et du golfe de Morrosquillo, ce qui permettrait d'inclure facilement Ovejas dans des itinéraires nationaux et locaux.

Soutien actif du gouvernement et alignement sur les politiques et les plans du gouvernement :

Le cadre politique est favorable aux projets de tourisme inclusif et communautaire tant au niveau national que local. Certains des derniers documents concernant les plans stratégiques et les politiques de tourisme responsable à échelle nationale et locale sont la preuve qu'il existe un intérêt croissant pour encourager un tourisme plus durable :

- Engagements du gouvernement en faveur du tourisme durable : membre fondateur de la Future of Tourism Coalition basée sur 13 principes directeurs, notamment des normes durables et l'encouragement de pratiques responsables, l'atténuation des impacts climatiques et la garantie de revenus équitables. Politique Orange Economy : soutien et injection de fonds dans les industries créatives pour protéger l'identité unique colombienne.
- Des partenariats avec des certifications internationales comme Rainforest Alliance et TourCert pour la conservation de l'environnement et l'engagement à soutenir les communautés locales.
- Plan sectoriel du tourisme : Lignes directrices pour le développement du tourisme communautaire en Colombie, juillet 2012.
- Plan sur les normes durables obligatoires (6), les normes durables non obligatoires (3) et les plans d'action des normes. Création de 12 « Couloirs touristiques ».
- Projet de loi de septembre 2020 pour la loi générale sur le tourisme, y compris les efforts de durabilité, les incitations et les mesures pour encourager la reprise après la pandémie actuelle.
- Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme : Politique de tourisme durable : *Unidos por la naturaleza* « pour renforcer les efforts de durabilité de la chaîne de valeur de l'industrie du tourisme et créer une culture globale d'excellence parmi les prestataires de services touristiques » Plan de développement territorial d'Ovejas 2020-2023 : 2.4.5.1 Programme : Ovejas Rénové avec la Route Touristique Durable de Los Montes de María pour générer des emplois de qualité.
- Plan de développement départemental 2020-2023 : « Sucre diferente » : Línea estratégica: Productividad, innovación y competitividad. Sector: Trabajo y comercio, industria y turismo

Les organisations locales sont prêtes à soutenir et à soutenir la CBT :

Certaines organisations locales peuvent soutenir les projets de tourisme communautaire telles que :

- Fondation Art et Peuple, Centre de gestion culturelle, d'Ovejas
- Comité d'organisation du festival de gaitas d'Ovejas
- Somos Rurales, un programme du PNUD pour la durabilité communautaire des populations ruraux.

Partenariats commerciaux locaux potentiels :

Il existe quelques voyagistes opérant dans cette région, travaillant sur des projets similaires comme : San Jacinto travel et Montes de Maria expéditions. En termes d'hébergement, Ovejas dispose actuellement de deux hôtels et de quelques maisons d'hôtes.

C. Critères internes

Les points forts sont uniques, spéciaux ou inhabituels par rapport aux destinations concurrentes :

Le caractère unique d'Ovejas réside dans la musique traditionnelle des gaitas, les instruments de musique artisanaux fabriqués et achetés localement ainsi que le célèbre festival qui a lieu une fois par an. Ovejas se caractérise également par une histoire multiculturelle aux influences amérindiennes, africaines et européennes.

Culture vivante, gens accueillants, modes de vie intéressants, nourriture, costume, musique, etc :

Il existe des projets en cours visant à donner une valeur particulière à la gastronomie locale, comme *Sabores de nuestro saber*, un projet parrainé par le ministère colombien de la Culture et les autorités locales. Les gens sont accueillants et ouverts à partager avec les touristes leur mode de vie et leurs traditions, en particulier lorsqu'il s'agit de leur musique, par exemple en dansant et en chantant sur le rythme des gaitas.

Nature/sites pittoresques/point de vue/connaissances forestières indigènes attrayantes et intactes :

Les paysages naturels environnants sont encore intacts, en particulier la zone rurale et les montagnes autour d'Ovejas. Celui-ci offre différents points de vue, notamment celui situé en haut du village : el Cristo Rey.

Personnes et moyens de subsistance intéressants : avec le potentiel de développer des expériences pratiques :

Il existe un potentiel pour développer des activités immersives agréables pour les touristes avec les ateliers d'artisanat locaux, les écoles de musique locales et les projets axés sur la protection de la forêt tout en créant ces instruments typiques, les dernières industries engagées dans la transformation du tabac ainsi que les vendeurs de VTT et les guides naturels pour des expériences d'aventure.

Disponibilité des installations de base (par exemple, eau courante, toilettes, salle communautaire) :

La majorité des maisons à Ovejas ont accès à l'électricité (92%), à l'eau (79,8%), un système d'égouts fonctionnel, encore à améliorer dans certaines zones (46,1%) ainsi que l'accès au

gaz naturel (30,4 %) et l'utilisation du téléphone portable (13,3%) qui doit être envisagée en cas d'urgence et en général pour la communication, également le village compte avec un centre de santé publique et une clinique privée. Tous ces facteurs sont à prendre en compte lors de la planification des activités et de la recherche d'investissements.

Bonne gestion et coopération (les villageois peuvent travailler ensemble / gérer l'argent) :

Les villageois peuvent travailler ensemble et gérer de l'argent, même si une formation professionnelle est nécessaire ainsi qu'un suivi constant pour voir si les objectifs fixés sont atteints.

Pas de sensibilité extrême (par exemple, drogue, contrebande, prostitution, conflit en cours, etc.) :

Au début de la période post-conflit, l'une des principales priorités des autorités locales était d'établir un environnement sécurisé et de transmettre l'image d'une destination sûre pour les visiteurs. Pour cette raison, Ovejas peut désormais être considéré comme un village sûr pour la population locale et pour les touristes.

2. Facteurs à prendre en compte pour un développement touristique durable à Ovejas

Après avoir analysé tous les critères internes et externes d'Ovejas en tant que destination touristique (Richards et al. 2018), nous avons confirmé le potentiel de ce village pour la mise en œuvre des projets/initiatives de tourisme communautaire, à travers lesquels le patrimoine musical du village peut être valorisé. Cela permettrait aux touristes de découvrir la communauté à travers sa musique traditionnelle et au même temps permettrait à la communauté de préserver leur patrimoine immatériel.

A cet égard, il serait essentiel pour assurer la durabilité des initiatives/projets de tourisme communautaire à Ovejas, d'établir un processus délimité étape par étape dans lequel un travail de terrain avec la communauté serait fait, et dans le but de déterminer les activités qui constitueraient des produits potentiels et qui à leur tour détermineraient les besoins de formation et de renforcement de capacités des membres de la communauté. Certains acteurs du village (publics et privés) semblent éligibles pour contribuer au développement d'un tourisme communautaire, et le résultat de l'évaluation des possibles impacts potentiels que ces genres de projets pourraient avoir sur la qualité de vie de la communauté confirme le potentiel de la destination.

Cependant, la coopération, l'autonomisation et la formation de la communauté doivent passer par les moyens et les acteurs appropriés pour garantir une approche « Bottom-up » de manière durable. En conclusion, le tourisme communautaire semblerait être une belle opportunité pour un village comme Ovejas qui tente de s'orienter vers le développement durable après 60 ans de conflit armé en Colombie. Une approche inclusive et communautaire pourrait être la clé pour faire du tourisme un secteur majeur dans la réalisation des objectifs de développement durable d'Ovejas. Cependant plusieurs facteurs sont à prendre en compte :

- A. Réconciliation et cohésion sociale :** Pendant notre étude de terrain, nous avons constaté qu'un des plus grands défis d'une éventuelle mise en tourisme d'Ovejas et le fait que ça communauté semble ne pas encore avoir surmonter les séquelles sociales de la guerre. Cela est mise en lumière par le fait que les habitants d'Ovejas dans leur majorité ne sont pas encore conscients des atouts touristiques de leur territoire. Un processus de réconciliation et de cohésion sociale semble nécessaire où une image touristiques positive et attirante du village serait construite par la même communauté.
- B. Réappropriation culturelle et territoriale :** En relation avec le point précédent, la réappropriation culturelle et territoriale du village de la part de la population locale et indispensable. Le développement touristique pourrait aider les villageois à être conscients de l'unicité de leur patrimoine musical et de l'écosystème de forêt sèche

tropicale où ils habitent. Pour assurer un tourisme communautaire durable à Ovejas, la communauté du village doit avoir la capacité à comprendre et à transmettre la valeur exceptionnelle de leur culture, leur musique et leur territoire. Par ailleurs, c'est la communauté elle-même qui doit se porter gardienne des atouts d'Ovejas avant que le tourisme ne prétende agir en tant que sauvegarde du patrimoine du village.

- C. **Education spécialisée en tourisme** : L'accès à l'éducation et à des processus de renforcement de capacités est vital dans le développement touristique durable et Ovejas ne sera pas une exception. Il est impératif de rendre accessible aux villageois une offre d'éducation spécialisée dans le tourisme pour assurer le renforcement des capacités de toute la chaîne de valeur de l'offre touristique locale. Des partenariats avec des institutions ou centres de formation (publiques comme le SENA ou privés) devraient être envisagés par les autorités locales. Également l'entrée des écoles secondaires du village dans le programme « *Colegios amigos del turismo* » du gouvernement national pourrait être un grand pas dans l'éducation du tourisme dans la municipalité.
- D. **Planification touristique stratégique** : La structuration d'un plan stratégique du tourisme (à long terme indépendamment des périodes des élus) à Ovejas semble également pertinente, cela pourrait donner une vision plus globale et être la feuille de route à suivre vers le développement d'un tourisme durable au village. Les autorités locales pourraient jouer un rôle majeur dans le développement d'un tourisme d'origine communautaire à Ovejas, cela en donnant les conditions nécessaires pour l'émergence des initiatives « Bottom-up ». La formulation des politiques à l'échelle locale, pourrait aider à responsabiliser la communauté de leur propre développement durable à travers le tourisme. Également, « l'officialisation » (à travers l'inclusion dans des listes indicatives du patrimoine immatériel telles que celles du ministère de la culture et de l'UNESCO) du patrimoine musical du village au niveau national et international pourrait également être un levier vis-à-vis de la réappropriation culturelle des habitants d'Ovejas, ainsi que dans la mise en tourisme du village. Cette officialisation du patrimoine musical devra être accompagnée par les autorités locales pour la rendre plus efficace.
- E. **Intégration et cohésion sous-régionale** : La sous-région de Los Montes de Maria pourrait devenir un référent des initiatives de tourisme durable d'origine communautaire. La cohésion sous-régionale pourrait permettre la structuration d'une offre touristique complémentaire qui puisse étaler les flux touristiques tout au long de Los Montes de Maria, où Ovejas grâce à son emplacement stratégique peut jouer un rôle majeur. L'inscription du village dans des routes à l'échelle sous-régionale pourrait être aussi un levier du développement durable pour la communauté d'Ovejas.

3. Proposition d'une route de tourisme communautaire basée sur la musique de gaitas, susceptible d'être mise en place à Ovejas et dans la sous-régions de Los Montes de Maria.

Pendant le travail de recherche effectué dans le cadre de ce mémoire, avec Andrea Zana (camarade du master) nous avons eu l'idée d'une route touristique qui relie plusieurs villages de Los Montes de Maria, passant par Ovejas.

Cette route touristique est appelée Escucha Colombia, voyager au rythme de la paix. Ce projet est issu de l'idée de soutenir la reconstruction du tissu social et le développement durable d'une région encore peu explorée de la Colombie (Los Montes de Maria) à travers un itinéraire qui met en valeur l'unicité de son patrimoine immatériel : la musique traditionnelle (musique de gaitas). En effet, comme nous l'avons constaté cette région a été très touchée par la guerre civile pendant 60 ans, ses habitants partagent donc un passé douloureux. Mais ce sont les traditions et les aspects culturels autour de la musique de gaitas qui constituent le patrimoine immatériel commun de la sous-région. À travers Escucha Colombia, les touristes pourront voyager sur les notes de cette musique traditionnelle pour découvrir une merveilleuse région qui s'ouvre au monde après avoir subi les terreurs de la guerre.

Le circuit touristique proposé (Voir figure N° 27) permet aux voyageurs de parcourir une véritable route culturelle et d'aventure tout au long de la forêt sèche tropicale de los Montes de Maria, dont les paysages sont restés presque inexplorés jusqu'à présent du fait du conflit armé vécu en Colombie. Les circuits peuvent être organisés en groupe, en famille ou en duo selon les préférences des voyageurs. Le point de départ sera Carthagène, la ville la plus visitée du pays après la capitale Bogota. Ensuite, les déplacements se feront par voie terrestre, en bus ou en voiture grâce à la collaboration avec des compagnies locales de transport. Les parcours seront guidés par des anciens combattants aujourd'hui devenus professionnels du tourisme grâce aux projets de tourisme inclusif déjà existants. Le prix payé par les touristes est engagé, en effet il inclut la compensation des émissions carbone liées aux transports à travers le financement de projets locaux, auxquels les touristes auront l'opportunité de participer lors de l'itinéraire.

Figure 26 : itinéraire d'Escucha Colombia, Voyager au rythme de la paix



Source : Angulo et Zana, 2021

Le voyage commence à Carthagène, avec la découverte du visage méconnu de la deuxième ville la plus visitée du pays. Les touristes prendront parti au projet communautaire Ecotours boquilla, où la préservation de la mangrove, le contact avec les locaux, la gastronomie et les moments de partage autour de la musique traditionnelle seront au cœur de l'expérience. Des ateliers pour apprendre à jouer du tambour et danser sur la musique locale seront également proposés.

L'itinéraire continue à San Jacinto. Ici, grâce au projet communautaire San Jacinto Travel, les touristes visiteront ce village caractérisé par une forte tradition d'artisanat. Les voyageurs auront la possibilité de visiter un atelier pour élaborer leur propre objet typique comme des hamacs et des chapeaux, de rencontrer des musiciens de musique traditionnelle de gaitas ayant notamment reçu un Grammy et de participer à des projets de préservations de la forêt sèche tropicale.

Au cœur de los Montes de Maria, l'arrêt suivant sera Ovejas, là où tous les ans a lieu le festival le plus important de musique traditionnelle de la région : El Festival Nacional de Gaitas. Les deux premiers jours se passeront à la ferme de « El jaguey » dans la zone rurale du village. Ici les voyageurs pourront connaître le projet Somos Rurales des Nations Unies déjà en place

pour la reforestation et la durabilité dans la construction des instruments musicaux et la passation de ce savoir-faire unique aux nouvelles générations. Les touristes pourront planter des arbres, élaborer leurs instruments à l'aide d'artisans locaux et explorer la forêt grâce à des parcours en vélo. Les deux jours suivants seront consacrés à l'apprentissage de la musique de gaitas, à l'histoire du festival et à la danse de cette musique traditionnelle avec les locaux dans la zone urbaine du village. Cela accompagné des saveurs typiques grâce à des repas chez les locaux pour découvrir et déguster la gastronomie de la région.

La route continue avec un bénévolat à la ferme « Refugio Altamira », située au milieu de la forêt avec des vues époustouflantes sur Los Montes de Maria. Ici, pendant quelques jours les touristes pourront apprendre à cultiver les produits typiques de la région, faire du trekking, découvrir les nombreuses cascades vierges de la forêt et se réunir chaque soir pour jouer de la musique avec les instruments fabriqués à Ovejas. Ils dormiront dans les hamacs élaborés ou achetés lors du séjour à San Jacinto.

Le voyage continue au sein de l'Eco-parc d'aventure « Roca Madre » où les touristes pourront pratiquer plusieurs activités *outdoor*: trekking, randonnée, canyoning, spéléologie, escalades, descente en rappel, cordes hautes, visite de grottes, etc. En effet, l'éco-parc permet d'être en harmonie avec la nature et d'en apprendre plus au sujet de la conservation de la faune et de la flore locale. Le dernier soir au parc, un concert avec des musiciens locaux permettra aux voyageurs de jouer et danser la musique traditionnelle de gaitas.

L'étape finale sera à Rincon del mar à la rencontre d'une communauté de pêcheurs aux rythmes caribéens. Ici, les voyageurs prendront part aux initiatives de préservation de la mangrove avec les associations sur place et seront hébergés dans des eco-lodge où ils pourront connaître les différentes initiatives de tourisme responsable de la communauté locale.

Escucha Colombia est bien plus qu'un produit touristique, il s'agit d'une véritable expérience de vie à travers le voyage et la rencontre des communautés hôtes. La Colombie est un pays en plein essor touristique et la période postpandémie pourrait être le point d'inflexion vers un développement touristique durable auquel ce projet pourrait participer. La crise sanitaire et les restrictions de voyage ont favorisé l'envie des voyageurs de rechercher un contact avec la nature et vivre des expériences immersives. Pour cela, notre route sera axée sur les aspects cités avec la promesse d'un véritable échange culturel qui a du sens et qui apporte des bénéfices aux touristes comme aux communautés locales.

A travers Escucha Colombia, nous envisageons de travailler dans la co-construction d'une offre touristique durable dans Los Montes de Maria et notamment à Ovejas (seul village de la route où à présent il n'existe aucun projet touristique) en compagnie de la communauté locale. Cette co-construction de l'offre touristique se basera sur l'appropriation culturelle et territoriale

dont nous avons parlé précédemment, la préservation de l'écosystème de forêt sèche tropicale, la valorisation de la musique de gaitas, la génération d'emploi et l'accessibilité à l'éducation spécialisée en tourisme, ainsi que dans l'encouragement de la pratique d'un tourisme communautaire durable.

La mise en place d'Escucha Colombia nous permettra de constater la réponse trouvée à la question de départ de ce travail de recherche. Nous avons décidé d'aller au-delà de ce travail académique pour essayer de comprendre dans la pratique, comment le tourisme communautaire basé sur la musique traditionnelle peut être un levier de développement durable pour les communautés hôtes. A cet égard, notre travail de recherche ne fait que commencer, ce mémoire étant la base académique du projet, avec Escucha Colombia nous pourrions continuer à apporter au développement touristique durable des communautés dans la sous-région de Los Montes de Maria, et notamment à Ovejas.

CONCLUSION

Pour conclure ce travail de recherche, nous essayerons de répondre à la question de départ du mémoire : le patrimoine musical des communautés peut-il développer un tourisme communautaire durable dans des territoires non reconnus comme des lieux touristiques ? A ce sujet, nous pouvons dire que dans le cas d'Ovejas, son riche patrimoine musical lié à la musique de gaitas n'est pas suffisant en lui-même pour développer un tourisme communautaire durable. Pour plusieurs raisons, d'abord la rupture du tissu social provoquée par la guerre laisse encore des traces visibles dans cette communauté ; par conséquent, il semble qu'au départ, le développement d'un tourisme communautaire à Ovejas doit être compris comme un fait pouvant promouvoir le développement durable de sa communauté, mais qui nécessiterait un accompagnement extérieur impartial, d'abord pour mener à bien tout un processus de réconciliation où la cohésion sociale du village serait construite et renforcée. Un processus de réappropriation culturelle et territoriale où la définition concrète et expérientielle de ce qu'est être un(e) « *Ovejero(a)* »⁵ semble indispensable. A cet égard il faut travailler sur l'imaginaire touristique du village des mêmes villageois, du fait qu'aujourd'hui il est encore difficile pour cette communauté de comprendre et d'apprécier ses propres atouts touristiques. Tout cela encouragé de pair avec une offre éducative structurée et accessible qui permet la formation spécialisée et technique, ainsi que le renforcement des capacités de la communauté en faveur du développement touristique du village. Par ailleurs, la faible offre touristique déjà existante devrait avoir un accompagnement et une promotion plus efficaces pour assurer leur organisation, leur structuration et par conséquence leur durabilité.

D'un autre côté, le secteur public (local, régional et national) devrait également affiner leurs stratégies de reconstruction du tissu social, comprenant le tourisme comme facteur de paix et source d'emploi. Ceci à travers la planification stratégique du développement touristique du territoire. Cependant, Ovejas ne doit pas jouer toutes ses cartes sur le développement du secteur touristique. Bien que ce secteur puisse contribuer à résoudre plusieurs des problèmes sociaux qui affligent le village, devenir « dépendant du tourisme » ne permettrait pas la durabilité de la pratique d'un tourisme communautaire à Ovejas. La formulation de politiques publiques concrètes et adaptées à l'échelle locale doit également être envisagée pour soutenir le développement touristique d'un point de vue structurel. Du côté de la préservation du patrimoine immatériel lié à la musique de gaitas, il semble que l'officialisation de ce patrimoine de la part des autorités (Mairie, Ministère de culture de la Colombie et l'UNESCO à l'international) soit indispensable, cela en étroite relation avec la communauté, les villageois

⁵ Nom des habitants d'Ovejas

doivent comprendre la valeur exceptionnelle de leur patrimoine immatériel et les processus d'inscription dans des listes officielles à l'échelle nationale et internationale peuvent être un facteur de succès dans la quête d'une réappropriation culturelle de la part de la communauté.

Également, la dimension environnementale doit être prise en compte dans le développement touristique du village, la valorisation et la préservation de l'écosystème locale de forêt sèche tropicale doit d'abord passer par des politiques publiques claires à ce sujet. Dans le même sens, l'éducation et l'encouragement d'une conscience environnementale de la part des villageois est fondamental et l'adoption de nouvelles habitudes plus amicales avec l'environnement doit être une règle commune dans la communauté. Les habitants d'Ovejas et en général ceux de Los Montes de Maria devraient comprendre l'importance de l'écosystème où ils habitent, du fait que la forêt sèche tropicale est aujourd'hui un biotope en péril d'extinction dont il ne reste à ce jour que 8% dans tout le pays. La préservation de l'environnement à Ovejas et dans Los Montes de Maria est une question vitale, pas seulement pour ses habitants mais également pour la Colombie et la planète. A cet égard, nous pouvons donc uniquement envisager un développement touristique respectueux de l'environnement qui soit inscrit plutôt dans un type de tourisme régénérateur.

Par ailleurs, à Ovejas l'intégration sous-régionale, avec le reste des municipalités qui appartiennent à Los Montes de Maria, devrait être considérée. Cela permettrait la construction d'une identité touristique sous-régionale, une offre touristique à l'échelle de Los Montes de Maria qui soit complémentaire et non pas une concurrence absolue, et assurer un développement durable pour la destination. La sous-région de Los Montes de Maria pourrait devenir une référente en tourisme communautaire durable en Colombie, du fait du riche patrimoine immatériel lié à la musique traditionnelle de gaitas partagé par ses communautés, cette musique pourrait être un vrai vecteur d'un développement touristique durable et Ovejas pourrait en tirer profit.

Le développement d'un tourisme communautaire durable à Ovejas ne serait pas seulement soumis à son patrimoine musical, mais à plusieurs facteurs qui sont interconnectés, tels que : la cohésion sociale, l'accès à l'enseignement supérieur et à l'éducation spécialisée dans le tourisme, la diversification de l'économie locale (sources d'emploi et l'entrepreneuriat), la réappropriation culturelle et territoriale, la cohésion sous-régionale, la planification stratégique du tourisme par les autorités et le travail avec des agents externes impartiaux pour générer des processus et des initiatives Bottom-up dans la communauté. Cette liste n'est pas exhaustive, il est clair que le potentiel pour le développement d'un tourisme communautaire à Ovejas existe, maintenant il faudra voir si les conditions actuelles dans un scénario postpandémie seront suffisantes pour que des initiatives de tourisme communautaire voient le

jour au village, ou peut-être le développement touristique à Ovejas serait propulsé par des formes de tourisme différentes au tourisme communautaire dans le sens strict de sa définition. Il faut souligner qu'à ce jour dans le tourisme il n'y a pas un modèle unique pour assurer le développement durable des communautés, le tourisme communautaire étant l'un de ses modèles mais il n'est pas le seul. Cependant une chose est sûre : le développement d'un tourisme durable à Ovejas devra avoir à cœur la musique traditionnelle de gaitas, ainsi que sa communauté.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ouvrages, articles, rapports :

AGENCIA DE RENOVACION DEL TERRITORIO. (2018). PDET : *Programas de desarrollo con enfoque territorial*.

ALCALDIA de Ovejas – Sucre, *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE OVEJAS 2016-2019 “Oportunidades para la paz y el buen vivir” 2016*

ALCALDIA de Ovejas – Sucre, *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE OVEJAS 2020-2023 “Un gran propósito para renovar a Ovejas” Vigencia 2020 – 2023*

ARCHAMBAULT Yves (2010), « Tourisme et autochtones », *Téoros*, Volume 29-1.

BRETON, J-M. (dir.) (2010), *Patrimoine, tourisme, environnement et développement durable*, Paris, Karthala-CREJETA | P. 30 – 100.

BONILLA, J. (2013). “Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de la información y las comunicaciones”, en *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. xiv, pp. 33-45

BOUKHRIS Linda , BROCLAIN Elsa, JACQUOT Sébastien et SALIN Elodie , « Tango et tourisme : dynamiques de valorisation et capitalisation à Buenos Aires », *IdeAs* [En ligne], 12 | Automne / Hiver 2018, mis en ligne le 06 novembre 2018, consulté le 15 juillet 2020. URL :<http://journals.openedition.org/ideas/3782> ; DOI :<https://doi.org/10.4000/ideas.3782>

BURGOS DORIA, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26). <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2016.0026.08>

BUSTOS, R. (2004). *Patrimonialización de valores territoriales: turismo, sistemas productivos y desarrollo local. Aportes y Transferencias*, 8(2), 11-24.

CABANILLA VÁSCONEZ, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>

CAÑADA, E. (2015). La comercialización del turismo comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 41(1), 159. <https://doi.org/10.15517/aeca.v41i1.21845>

CARPENTIER Julie, (2011) « Tourisme communautaire, conflits internes et développement local », *Bulletin de l'Institut Français d'Etudes Andines*, Volume 40 (2) | P. 349-373.

CIVALLERO, E. (2021). *Las flautas de cabeza de cera de América Latina*. Academia.org. <https://www.aacademica.org/edgardo.civallero/260.pdf>

CONDEVAUX Aurélie (2011), *Performances polynésiennes : adaptations locales d'une "formule culturelle-touristique" globale en Nouvelle-Zélande et à Tonga*, Paris, Travail & Gouvernance.

DECROLY Jean-Michel (2015), *LE TOURISME COMME EXPÉRIENCE : Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique*, Paris, SODIS/AFP- Diffusion.

DIAZ Et DUARTE. (2013). *Potencial Turístico de Morroa Y Ovejas, Sucre, Cartagena 2013*

EL NAGGARE Amira (2018), « L'image d'une destination à travers un événement culturel. Le cas des Festival Mawazine de Rabat, Festival Musiques sacrées de Fès et Festival Gnaoua et Musiques du Monde d'Essaouira », *Études caribéennes* , 2018

ESCOBAR, A., BELTRÁN, M. Y BONZA, E. (2017). El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní, Cartagena de Indias. *Turismo y Sociedad*, XXI, pp. 107-143. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.06>

FAYOS-SOLA Eduardo (2014), *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study*, London, Emerald Group Publishing Limited.

FIGUEREDO MOLINA, R. (2002). Turismo : Alternativa para la preservación del patrimonio cultural. *Revista Turismo y Sociedad*, 132-149.

FUX, W. F. (2014). Designer Une Expérience Touristique En Dix Points Clés. *Revue Spaces*, Dossier Approche Expérientielle Et Tourisme(321), 16-21.

GARAVITO Leonardo, ROZO Edna, et MOJICA Francisco (2019), « Le tourisme peut-il amener un développement compétitif et durable au présent et dans un avenir proche en Colombie ? », *Via Tourism*, 15 | 2019

GUILLAND Marie-Laure et NAEF Patrick (2019), « Les défis du tourisme face à la construction de la paix en Colombie », *Via* [En ligne], 15 | 2019, mis en ligne le 22 novembre 2019, consulté le 08 août 2021.

HUERTAS, Netty. (2016). *Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de Innovación Social para comunidades en conflicto. Caso Montes de María* (Thèse).

JIMÉNEZ, C & SEÑO, F.: "Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo" , *International Journal of Scientific Management and Tourism* (2018) 4- 2: 349-366.

LALIBERTE Michèle (2005), « Le tourisme durable, équitable, solidaire, responsable, social...: un brin de compréhension », *Téoros*, Volume 24-2 | P. 69-71

LÓPEZ-GUZMÁN, T., BORGES, O. Y CASTILLO, A. (2011). Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vía de desarrollo. Un estudio de caso. *Omnia*, 17(3), 113-130.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario*. Bogotá: Mincit.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DE COLOMBIA. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014 – 2018 "Turismo para la construcción de la paz"*. Bogotá: Mincit.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DE COLOMBIA. (2018). *Plan sectorial de turismo 2018–2022 « Turismo : El proposito que nos une »*. Bogotá: Mincit.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DE COLOMBIA. (2020). *Política de turismo sostenible : Unidos por la naturaleza*. Bogotá: Mincit.

MITCHELL Jonathan and MUCKOSY Pam (2008), A misguided quest: Community based tourism in Latin America, *Overseas Development Institute*, Opinion May 2008, 102.

MINVIELLE, MINVIELLE, N. J. P. (2014). Tourisme Et Design D'expérience. *Revue Espaces*, Dossier Approche Expérientielle Et Tourisme (1re Partie)(320), 44-49.

MORISSET L et NOPPEN L (2005), « Le patrimoine immatériel : une arme à tranchants multiples », *Téoros*, Volume 24-1 | P. 75-76.

NARANJO RAMOS, Natalia (2014), Turismo y poblaciones vulnerables: un viaje hacia su propio encuentro. Fredy A. Ochoa F., ed. Bogotá: universidad externado de colombia, 2013, pp. 316. *Turismo y Sociedad*, vol. 15, , pp. 259-261 Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia.

NAVAS J et VERNOT D (2014), « Turismo comunitario, patrimonio y desarrollo », A propósito del “Turismo Creativo”: Nuevas relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo, *OPCA*, Boletín 07.

PÉREZ, L., MARTÍNEZ, L. Y GALINDO, S. (2020). El fomento de rutas turístico-literarias en el Caribe: el caso de Aracataca y la “Ruta Macondo”. *Turismo y Sociedad*, xxvii, pp. 57-76. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n27.03>

QUADERNS (2016) Antropología, turismo y desarrollo en cuestión: el turismo comunitario a debate, Claudio Milano Ostelea School of Tourism & Hospitality, *Observatorio de Antropología del Conflicto Urbano (OACU)*. 32, pp. 145-166. ISSN 0211-5557

QUIÑONEZ-BEDÓN Mayra Fernanda, TAPIA-PAZMIÑO Juan Diego, ANDRADE-NARANJO Santiago (2019), La utilidad de las TIC en el turismo comunitario Pol. Con. (Edición núm. 39) Vol. 4, No 11 Noviembre 2019, pp. 67-92 ISSN: 2550 - 682X DOI: 10.23857/pc.v4i11.1175 *Ciencias Económicas y Empresariales Artículo de investigación*.

REVILLA PACHECO Guadalupe et RAMÍREZ FERNÁNDEZ Georgina “La música como parte integral de la oferta turística cultural para un nicho de mercado” *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, p. 61-69, jul.-dez. 2015.

REYES, M., MACHADO, E. Y ORTEGA, A. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador, *Turismo y Sociedad*, xvii, pp. 39-62. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.03>

RICHARDS, P. et al. (2018). *Fresh from the field, practical experiences developing and marketing community based cultural tourism in kayak, Myanmar through tourism supply chains (No 1)*.

RODRÍGUEZ, S. (2018). Turismo comunitario en Colombia: ¿retórica de Estado? *Turismo y Sociedad*, xxii, pp. 195-212. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.10>

SECRETARIA DE TURISMO DE CALI (2019), *Boletín de Estadísticas de Turismo*, Semestre I-2019

SICSIC Josette (2018), *En avant la musique ! Les relations complexes entre musique et tourisme*, Paris, Collection gestion de la culture, L'Harmattan.

UNWTO, ProColombia et SoundDiplomacy (2018) "*Music is the New Gastronomy: White Paper on Music and Tourism – Your Guide to Connecting Music and Tourism, and Making the Most Out of It*", Bogota-Londres, Rapport 2018.

VARGAS-CUMBAJÍN Carlos A (2017) La situación del turismo comunitario en Ecuador, I Universidad Central del Ecuador. *Cien.*, ISSN: 2477-8818 Vol. 4, núm. 1, Enero, 2017, pp. 80-101

VERGOPOULOS Hécate (2016), « L'expérience touristique : une expérience des cadres de l'expérience touristique ? », *Via Tourism review*, 10-2016.

2. Webographie :

Alcaldía de Ovejas sucre, consulté le 21/04/2020 sur : <http://www.ovejas-sucre.gov.co/mapas-313397/nuestra-ubicacion-en-el-departamento-de-sucre>

Alcaldia de Ovejas. (2017, 16 novembre). Nuestro municipio. <http://www.ovejas-sucre.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

Censo nacional 2018 DANE, consulté le 21/04/20, sur : <https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#/>

CIRCUITO DE LA SALSA, OTRO ATRACTIVO TURÍSTICO DE SANTIAGO DE CALI. (s. d.). Alcaldia de Cali. https://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/19936/circuito_de_la_salsa_otro_atractivo_turs_tico_de_santiago_de_cali/

CITUR - Statistiques du Tourisme en 2019, consultées le 20/04/20 sur : www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oe-turismo-enero-diciembre-12-03-2020.pdf.aspx

Colombia Travel. (s. d.). <https://colombia.travel/feel-the-rhythm/es>.

Conseil de l'Europe : Convention de Faro sur la valeur du patrimoine culturel pour la société (Convention de Faro, 2005), consulté le 16/12/19 sur : <https://www.coe.int/fr/web/culture-and-heritage/faro-convention>

de Prensa, S. (s. d.). Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, celebra el Día Mundial de la Biodiversidad. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. <https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4317-colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo-celebra-el-dia-mundial-de-la-biodiversidad>

El nuevo dia. (s. d.). <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/411800-mincomercio-lanzo-la-ruta-musical-del-tolima-grande>.
<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/411800-mincomercio-lanzo-la-ruta-musical-del-tolima-grande>

Festival nacional de Gaitas Francisco Llirene : “Gaita pasión musical de nuestra historia”, consulté le 19/12/19 et le 26/04/2020 sur: <https://festivaldegaitas.com/>

H. (s. d.). SITYC Huila - Información del inventario turístico. Sistema de Información turística y cultural del Huila. <http://turismo.huila.gov.co/inventario/19>

Los tallos montemarianos gaita y tabaco. (s. d.). Universidad Externado de Colombia. https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1395/DDA-spa-2018-Los_tallos_montemarianos_gaita_y_tabaco?sequence=1&isAllowed=y

Montes de María - Recorridos por los paisajes de la violencia en Colombia. (s. d.). <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co>.
<http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/recorridos-por-paisajes-de-la-violencia/montes-maria.html>

Oficina de Turismo. (s. d.). Alcaldía de Cali. https://www.cali.gov.co/turista/publicaciones/103355/oficina_de_gestion_del_turismo/

Passion Terre : Comment définir le tourisme communautaire, consulté le 15/12/19 sur : <https://passionterre.com/tourismecommunautaire/>

Pobreza multidimensional. (s. d.). DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-multidimensional>

ProColombia : Colombia, siente el ritmo, consulté le 18/12/19 sur : <https://procolombia.co/rse/es/colombia-siente-el-ritmo>

Propais. (s. d.). <https://propais.org.co/una-nueva-ruta-turistica-para-conocer-a-colombia-a-traves-de-su-musica/>. <https://propais.org.co/una-nueva-ruta-turistica-para-conocer-a-colombia-a-traves-de-su-musica/>

Registro único de víctimas. (s. d.). Unidad de víctimas. <https://www.unidadvictimas.gov.co/es/registro-unico-de-victimas-ruv/37394>

Renovación territorial. (s. d.). PDET. https://www.renovacionterritorio.gov.co/especiales/especial_PDET/#hoja

Reportes estadísticos | Turismo receptor | SITUR Valle del Cauca. (s. d.). Sistema de información turística del Valle del Cauca. <http://siturvalle.com/reportes-estadisticos/turismo-receptor>

Revista Zero. (2018, 20 mars). Turismo, paz y posconflicto en Colombia. <https://zero.uexternado.edu.co/turismo-paz-y-posconflicto-en-colombia/>

Roa, M. C. (2018, 5 octubre). La música es el nuevo nicho del turismo para la capital. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/bogota/turismo-musical-es-el-nuevo-nicho-de-mercado-para-bogota-277860>

S.A.S. (s. d.). Sitios de Interés. Alcaldía de Valledupar. <http://www.valledupar-cesar.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Sitios-de-Interes.aspx>

S.A.S, S. (s. d.-b). SITUR Cesar. SITUR Capítulo Cesar, Softsimulation S.A.S. <https://siturcesar.com/indicadores/receptor>

TerriData : : DNP. (s. d.). TerriData. Consulté le 8 août 2021, à l'adresse <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/70508/5>

Toncel, G. (2020, août 23). Valledupar, un Orlando en Colombia. El Pílon | Noticias de Valledupar, El Vallenato y el Caribe Colombiano. <https://elpilon.com.co/valledupar-un-orlando-en-colombia/>

Turismo y Paz | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. d.). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/turismo-y-paz>

Vista de Turismo Musical del Departamento del Huila : una Aproximación | Entornos. (s. d.). <https://journalusco.edu.co/index.php/entornos/article/view/2691/3881>.

UNESCO : Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ?, consulté le 16/12/19 sur : <https://ich.unesco.org/fr/qu-est-ce-que-le-patrimoine-culturel-immateriel-00003>

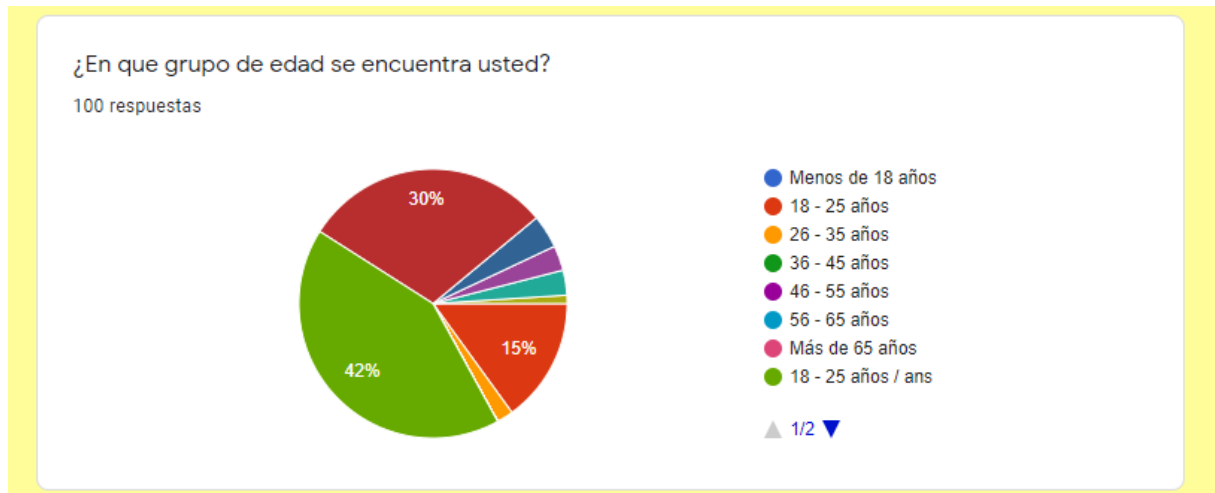
UNWTO, Tourisme durable, consulté le 19/04/20, sur : <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

TABLE DE FIGURES

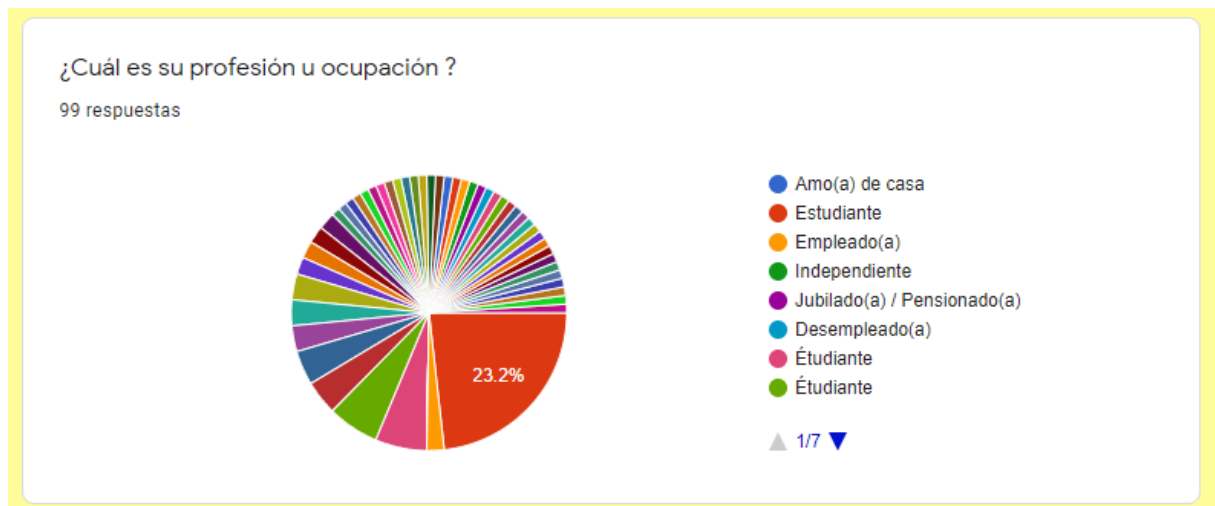
Figure 1 : modèle des impacts des attributs d'un festival sur l'expérience globale, le niveau de satisfaction et l'intention de la revisiter chez les touristes	24
Figure 2 : répartition des « couloirs touristiques » en Colombie.....	34
Figure 3 : Régions pilote programme « Turismo, paz y convivencia » (Source MinCIT)	46
Figure 4 : Carte de la sous-région de Los Montes de Maria.....	47
Figure 5 : Vue de Los Montes de Maria depuis la colline « Maco »	49
Figure 6 : Instruments propres à la musique traditionnelle de Gaitas dans Los Montes de Maria	51
Figure 7 : costumes typiques des « gaiteros » dans Los Montes de Maria	52
Figure 8 : Couple de danseurs traditionnelles de gaita	52
Figure 9 : Groupe los gaiteros de San Jacinto avec son prix Grammy.....	53
Figure 10 : façade du musée communautaire de San Jacinto.....	55
Figure 11 : place de « Los Gaiteros »	56
Figure 12 : Localisation d'Ovejas.....	62
Figure 13 : Le bouclier et le drapeau d'Ovejas.....	64
Figure 14 : Etats des routes à Ovejas en 2016	65
Figure 15 : répartition de la population totale d'Ovejas par tranche d'âge et sexe.....	66
Figure 16 : Centre-ville d'Ovejas	70
Figure 17 : Plat typique d'Ovejas « El Totumaso »	72
Figure 18 : Eglise principal San Francisco de Asis	74
Figure 19 : Hutte d'origine indigène	75
Figure 20 : Maison d'architecture antillaise.....	75
Figure 21 : Statue du musicien de gaitas.....	76
Figure 22 : Statue de la femme cultivatrice du tabac	76
Figure 23 : Statue du Cristo Rey	77
Figure 24 : Pozo azul.....	77
Figure 25 : Belvédère del Cerro de Almagra.....	78
Figure 26 : itinéraire d'Escucha Colombia, Voyager au rythme de la paix.....	90

ANNEXES

Annexe N° 1 :



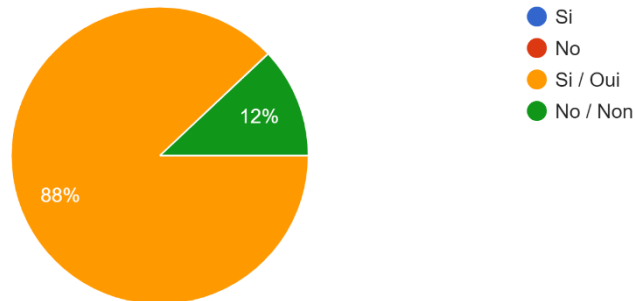
Annexe N° 2 :



Annexe N° 3 :

¿Piensa y/o desea visitar Colombia en algún momento?

50 respuestas



Annexe N° 4 :

¿Cuál de los siguientes elementos tiene más peso en su decisión/deseo de visitar Colombia?

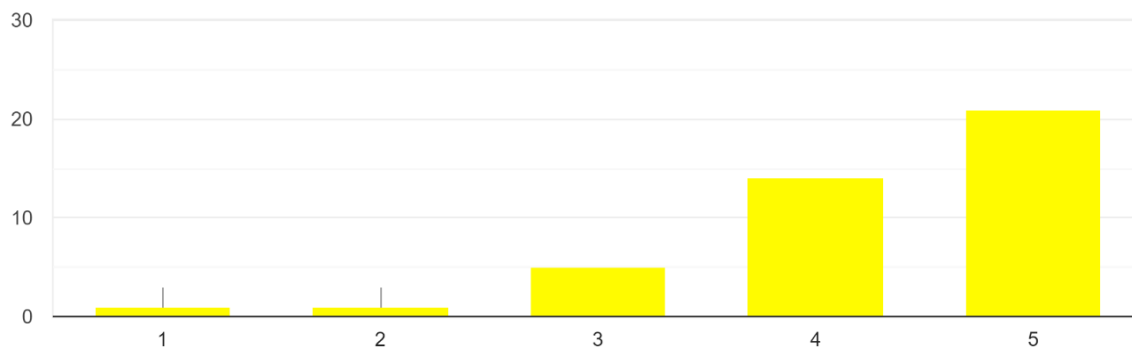
44 respuestas



Annexe N° 5 :

¿Durante su viaje, estaría usted interesado en descubrir Colombia a través de las manifestaciones de su música tradicional ?

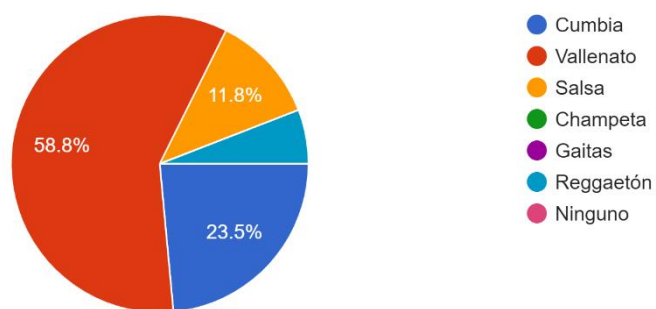
42 respuestas



Annexe N° 6 :

¿Para usted cuál es el genero musical más representativo de Colombia?

17 respuestas



Annexe N° 7 :

Les territoires où il ont été mise en place les programme PDET :

Las subregiones son:

