



# O Ideário Patrimonial O идеарио

A Memória Colectiva em  
Reflexão: Angola, Brasil,  
Espanha, Marrocos e Portugal

**TOURISME ET CONSTRUCTION DES MARGES DANS LE  
CENTRE HISTORIQUE, LE CAS DES ARTISANS DE LA MÉDINA  
DE MARRAKECH**

**TOURISM AND MARGINS CONSTRUCTION AT THE HISTORIC  
CENTER, THE CASE OF ARTISANS OF MARRAKECH MEDINA**

Nour Eddine Nachouane

Labotatoire: Langues, Identités, Médias, Patrimoine, Culture et Tourisme -LIMPACT  
Université Cadi Ayyad, Marrakech  
[nachouane@hotmail.com](mailto:nachouane@hotmail.com)

Aicha Knidiri

Laboratoire des Études sur les Ressources, les Mobilités et l'Attractivité  
Université Cadi Ayyad, Marrakech  
[aysha.knidiri@gmail.com](mailto:aysha.knidiri@gmail.com)



# Tourisme et construction des marges dans le centre historique, le cas des artisans de la médina de Marrakech

Nour Eddine Nachouane

Aicha Knidiri

## Historial do artigo:

Recebido a 17 de setembro de 2018

Revisto a 30 de novembro de 2018

Aceite a 07 de dezembro de 2018

## RÉSUMÉ

Les liens entre la culture et le tourisme s'imposent aujourd'hui comme un moyen de développement local. Les ressources patrimoniales sont susceptibles d'être un produit touristique. Les visiteurs du centre historique contribuent à l'enrichissement économique des populations et renforcent l'identité culturelle des lieux. Pourtant, ces ressources culturelles et patrimoniales sont aujourd'hui confrontées à des défis majeurs liés aux dynamiques et logiques des différents acteurs notamment les populations touristiques et qui peuvent engendrer la marginalisation des espaces vivants comme ceux des artisans dans les villes historiques.

**Mots clés:** Artisanat; Médina; Tourisme; Marge

## ABSTRACT

The links between culture and tourism are today a means of local development and heritage resources are likely to be a tourism product. The visitors of the historic center contribute to the economic enrichment of the populations and reinforce the cultural identity of the places. However, these cultural and heritage resources are today faced with major challenges related to the dynamics and logic of the various stakeholders including tourists which can lead to the marginalization of living spaces like those of artisans in historic cities.

**Key-words:** Crafts; Medina; Tourism; Margin

## 1. Introduction

Le rapport dialectique entre espace touristique, appartenance/appropriation et le territoire pose la question des rapports à l'espace, les représentations et les usages des visiteurs. Le tourisme, en tant que système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la «recréation» des individus par le déplacement temporaire hors des lieux du quotidien (Knafou et Stock, 2003) (1) s'approprie l'espace-support dans lequel il se réalise et se développe via des aménagements touristiques et des réglementations. De manière corrélative, l'existence du lieu ou de l'espace touristique repose sur la nécessaire présence de populations touristiques, lesquelles fondent le caractère touristique de cet espace. Au final, il semble que la notion de territoire touristique se situe dans cet interstice, entre les touristes qui, traversant cet espace, l'approprient de manière différentielle et les usagers permanents, qui cherchant à répondre à ses différentes demandes, construisent leur espace de vie autour de cette dynamique touristique.

De nombreux travaux mettent en avant les transformations spatiales et symboliques induites par le développement du tourisme dans un espace. Ils se centrent autour de la notion du lieu et propose une typologie des lieux selon leur niveau d'équipement touristique, la présence ou non de population locale, la diversité des fonctions touristiques et urbaines (Knafou et Coll, 1997, p. 200; Knafou et Stock, *Apud* Lévy et Lussault, 2003, p. 933) (2).

Dans cet article nous allons par l'analyse des processus de découverte et d'appropriation à l'échelle des populations touristiques visitant la médina de Marrakech de manière à souligner dans quelle mesure ces dynamiques participent à la construction ou la déconstruction d'un territoire touristique. Quelles motivations ou quels imaginaires touristiques invoquent-ils pour expliquer leur propre pratique? Dans quelle mesure cet imaginaire opère-t-il une transformation des espaces d'artisans et de leurs pratiques? Quels rapports entretiennent-ils avec les artisans de la médina? Les pratiques effectives sont-elles synonymes de (re)découvertes ou (re)appropriation de l'espace? Ouvrent-elles sur de nouveaux produits ou perspectives touristiques?

## 2. Les espaces d'artisans de la Médina de Marrakech entre patrimonialisation et émergence touristique

La morphologie et l'organisation actuelles de l'espace urbain médina sont l'aboutissement d'un long processus d'accumulation historique et d'actions ponctuelles de façonnement de l'espace, qui se sont déroulées sans rupture ou bouleversement notoires permettant ainsi l'épanouissement d'une société urbaine globalement stable au fil des siècles.

La médina comprenait deux ensembles murillés: une ville artisanale au nord et une ville impériale au sud, séparés par un *no man's land*, représenté par la place *djemâa el fna*. Une longue rue industrielle et commerciale Est-Ouest terminant à ses deux extrémités par les métiers polluants: les potiers éjectés depuis le début des années 80 en dehors de la ville et les tanneurs de Bab Debbagh à l'Est, présents jusqu'aujourd'hui à l'intérieur des murailles.

On constate que la majorité des ateliers artisanaux et l'essentiel des grands souks se concentrent dans la moitié nord de l'actuelle médina. Tous les autres métiers traditionnels se greffent sur une double artère en croix convergente vers la grande mosquée Ben Youssef, cœur de la cité artisanale.

Le développement urbain de la médina respectera toujours cette opposition Est-Ouest: les quartiers artisanaux et les résidences modestes s'étendent vers l'Est, alors que le quartier bourgeois et les maisons des notables s'agglomèrent à l'Ouest. Cette ancienne ségrégation est-ouest sera aggravée par l'intervention du protectorat qui créera la ville européenne à l'ouest de la médina: le Guéliz (Soussi, 1984) (3). L'empreinte de cette division persiste jusqu'à nos jours.

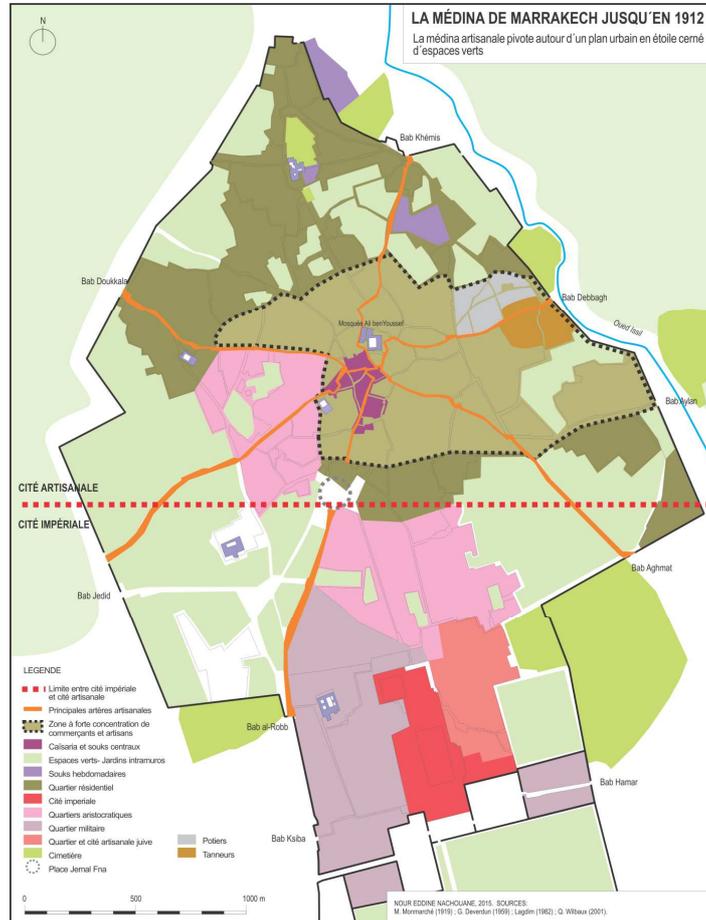


Figure 1. La médina de Marrakech cité artisanale et cité impériale. Source: Réalisation: Nour Eddine Nachouane, 2015



Figure 2. 1) Rue KaâtBenahid 2) RueSidiyamani: Médina de Marrakech; une requalification sélective au regards dynamiques touristiques – patrimoniales. Source: Clichés de l'auteur, 2018

Le classement de l'UNESCO en 1985, s'appuyant sur la profondeur historique de la ville traditionnelle, sa dimension religieuse exceptionnelle et sa capacité intégrative et créativité (de savoir, d'artisanat, de génie urbain, etc.), va revaloriser l'image de la médina et donner une nouvelle perception de son espace par le biais de sa dimension culturelle et patrimoniale. La médina va devenir un ensemble urbain original à préserver, de dimension universelle. Cela a favorisé un tourisme culturel du patrimoine monumental et a assuré un regain pour l'artisanat.

Le début des années 1990 va marquer un tournant dans l'histoire de la ville de Marrakech et sa médina. Une forte dynamique d'investissement immobilier par la restauration des anciennes ryads (4) va également créer en premier lieu un mouvement de spéculation important. Les districts de la Médina qui semblent être laissés tomber en ruine sont structurellement «réévalués» par une population aisée d'étrangers qui appréciait de plus en plus l'exotisme que leur offre l'espace dans son ensemble. En outre, un autre mode de vie est mis en place dans le quartier traditionnel induisant ainsi un mouvement de gentrification et éviction de la population locale et le changement des fonctions sur une échelle relativement important. Ouidad Tebbaa et Rachida Saigh Boustia (2005) (5) décrivent cette situation dans un article intitulé «Stratégies et imaginaires du tourisme: cas des ryads maisons d'hôte et mutations de la médina de Marrakech: *«En observant certaines formes d'implantation du tourisme au cœur de la médina de Marrakech, on ne peut demeurer insensible aux changements notoires – parfois surprenants – qui s'y opèrent à un rythme plus ou moins rapide. En effet, la transformation d'anciens ryads en ryads-maisons d'hôte (RMH) et leur mise en tourisme sont aussi spectaculaires que pernicieuses.»*

La ville a alors connu une expansion urbaine globale qui s'est produite à un rythme très rapide en raison du boom économique qu'a connu Marrakech. Un processus de reconquête par les acteurs urbains et aussi par les catégories sociales aisées a permis la revalorisation de certains espaces et la marginalisation d'autres. La médina est de nouveau un théâtre de transformations et un lieu d'enjeux et de logiques des différents acteurs. Skounti (6) explique les incidences de ces dynamiques en mettant en avant le rôle du tourisme dans la situation actuelle en disant que «(...) c'est par le tourisme que sont arrivés les nouveaux résidents qui ne restaurent pas tous dans les règles de l'art les demeures et les ryads qu'ils acquièrent et transforment en établissements d'hébergement fort lucratif. Une spéculation immobilière, encouragée par des agences dirigées autant par des étrangers que par des nationaux, est ainsi née et les ryads, jadis abandonnés ou morcelés, s'arrachent, depuis quelques années, à des prix ahurissants!».

Si le phénomène contribue à arracher à l'abandon des chefs-d'œuvre de l'architecture marocaine, il entraîne souvent des changements notables et irréversibles dans les matériaux, les fonctions, les usages et les voisinages. En dehors des monuments de l'État, placés sous la responsabilité du ministère de la Culture, la valorisation de la médina s'est faite à travers le regard de «l'autre», «l'étranger» qui, fuyant son confort européen, vient chercher dépaysement et exotisme. «La 'sauvegarde' des uns et la rénovation des autres, ajoutés à l'action désordonnée des pouvoirs municipaux, illustrent un manque de vision d'ensemble de ce que sera demain la médina de Marrakech».

En ce qui concerne l'artisanat, on peut dire qu'il a eu le même sort du patrimoine bâti; une valorisation certains de espaces d'artisans et un grand dynamisme de certains métiers et la décadence et la marginalisation d'autres.

Actuellement, on distingue aisément les territoires d'artisans dans la médina de Marrakech, mais sans la rigueur et la disposition qu'exigent les urbanistes modernes. On trouve un regroupement topographique par métiers. Amezian (7) avance que cette proximité rend possibles, voire inévitables, en permanence, les contacts interpersonnels directs entre les différents acteurs économiques locaux: contacts des producteurs avec leurs confrères exerçant

la même profession, de ces derniers avec leurs fournisseurs, avec leurs clients, etc. Par ce biais, la proximité spatiale favorise des échanges intenses d'idées et d'informations autour des façons de produire, de vendre, de s'adapter, d'innover, etc., ce qui est évidemment positif pour l'économie locale au sein de la médina.

Le tourisme a joué un rôle déterminant dans l'organisation de ces espaces en créant des espaces actifs innovants tels que le grand souk avec toutes ces corporations ou l'ensemble artisanal à proximité de la nouvelle ville et des espaces exclus ou complètement marginalisés comme le quartier douar Graoua/Sidi Boudchich situé à seulement 500 mètres de la place djemâa el fna, centre d'attractivité touristique de la médina.

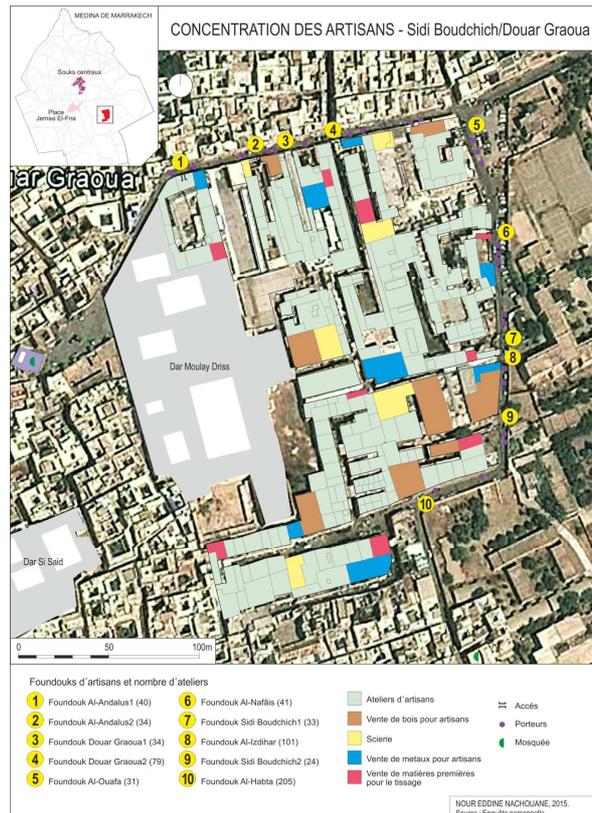


Figure 3. Concentration des artisans Doar Graoua /Sidi Boudchich. Source: Réalisation: Nour Eddine Nachouane, 2018

Comme le montre la carte, le quartier Douar Graoua/Sidi boudchich est une gigantesque manufacture, avec ses 10 foundouks (8) abritant 630 ateliers. Dans chaque atelier de production, nous trouvons au moins 5 personnes le patron, deux employés et deux apprentis. Chaque foundouk dispose des gros dépôts pour la vente de matières brutes, bois métal, etc., des sous-traitants, des restaurants pour ouvriers, des transporteurs.

Malgré la richesse matérielle et immatérielle de cet endroit, il est toujours mal considéré. Les guides touristiques l'exposent comme un espace vide ou un espace vert dans certains cas, ce qui veut dire qu'il y a un manque flagrant de communication touristique et une absence totale de synergie entre les différentes instances responsables.

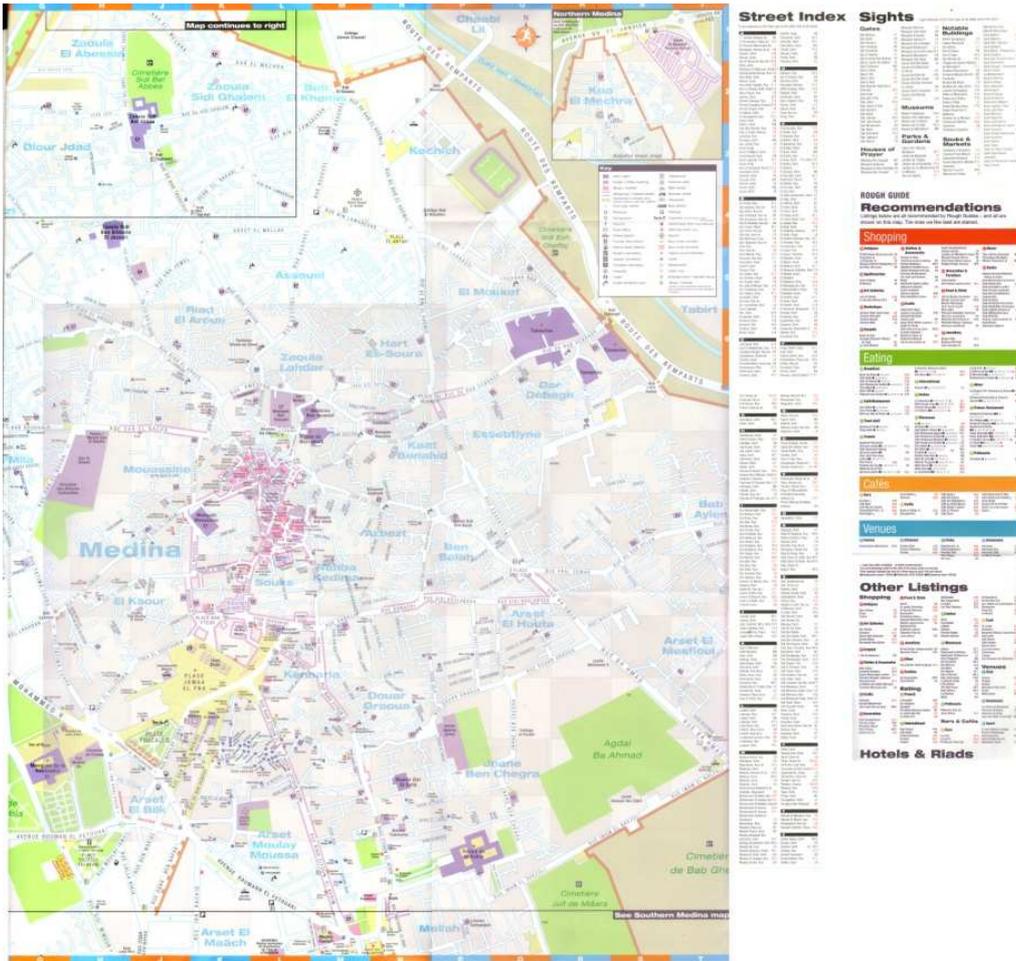


Figure 4.

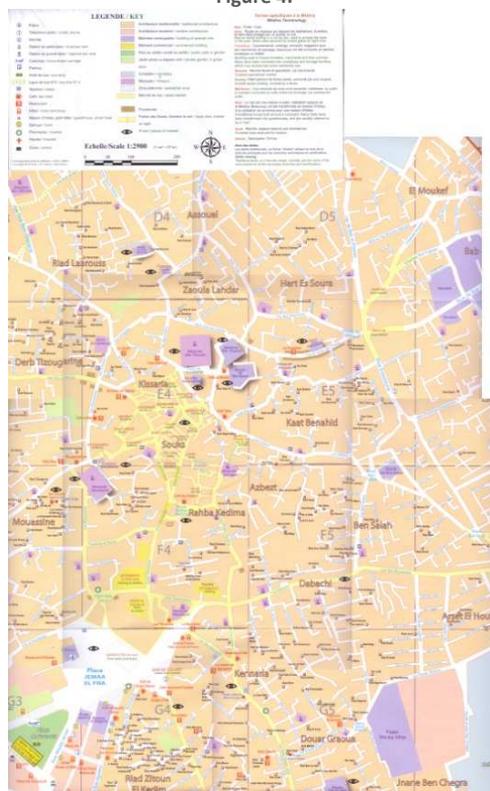
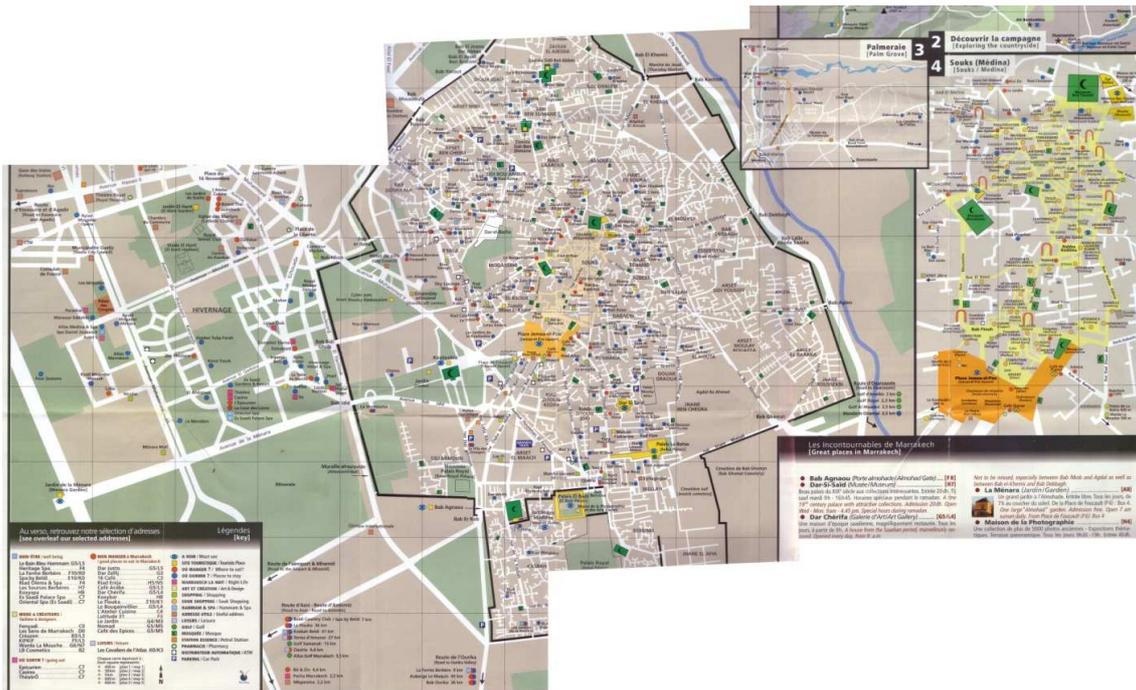


Figure 5.



Figures 4., 5. et 6. Quartier d'artisans Douar Graoua /sidi Boudchich dans les guides touristiques de la ville de Marrakech. Source: Guides touristiques du ministère du tourisme

### 3. Politiques publiques pour la promotion des espaces d'artisans de la médina: routes touristiques dédiées aux métiers d'artisanat

Devant ce déséquilibre, les instances publiques essayent à plusieurs reprises de mettre en place des projets visant la valorisation des territoires exclus des artisans à titre d'exemple le grand projet de routes touristiques dédiées à l'artisanat de la médina de Marrakech.

Lancé en mai 2012, le projet de «promotion des circuits touristiques intégrant l'artisanat» dans la Médina de Marrakech fait partie d'un vaste programme financé par la Millennium Challenge Corporation (MCC), géré par l'Agence du Partenariat pour le Progrès (APP) et mis en œuvre par le Ministère de l'Artisanat (9).

L'objectif pour les porteurs de ce projet étant de doter les multiples attractions à fortes connotations culturelles et historiques situées dans la médina, d'une signalisation touristique appropriée permettant aux visiteurs une meilleure indication des circuits touristiques en plus des explications et descriptions dédiées aux nombreux sites et hauts lieux d'histoire, d'art et d'architecture. En ce sens, 5 circuits touristiques incluant l'artisanat ont été créés à Marrakech sur un parcours de 23 km, dont 4 circuits en Médina intra-muros de 11 km. Ces derniers sont dédiés aux corps de métiers de l'artisanat à valoriser et portent sur plusieurs thématiques, à savoir;

«De fer et d'argile» pour la mise en valeur des filières poterie et fer forgé, «Sur la route des tanneurs» pour la filière du cuir, «L'art du bois», «De fil en aiguille» pour les métiers du tissage et de la broderie, et «Mille et une portes» pour le circuit des murailles.

Chaque circuit a un thème spécifique reliant les différentes attractions historiques et culturelles avec un itinéraire indiqué par les panneaux d'orientations. Le projet comprend aussi des panneaux d'interprétation installés à l'entrée de chaque monument concerné par les circuits. Il



s'agit, en somme, de 214 panneaux qui ont été installés dans la ville de Marrakech et répartis comme suit:

3.1. Signalisation directionnelle: 186 panneaux d'orientation indiquant l'itinéraire des Circuits Touristiques de l'Artisanat;

3.2. Signalisation explicative et interprétative: 21 panneaux d'interprétation du patrimoine historique et culturel en trois langues: arabe, français et anglais; — Signalisation informative: 7 panneaux d'information installés à chaque entrée et sortie de Circuits Touristiques.

Trois types de panneaux orientent et informent le touriste. On trouve des panneaux «éducatifs» situés soit au début des circuits – pour les présenter – soit au niveau des éléments significatifs. D'autres, accrochés perpendiculairement aux façades, indiquent le cheminement et guident le touriste dans leur découverte.



Figure 7. Routes touristiques dédiées à l'artisanat à Marrakech. Source: Clichés de l'auteur, 2018

## 4. Quand les touristes créent la marginalisation dans le centre historique...

Le patrimoine destiné à la consommation touristique représente une partie très réduite par rapport au patrimoine local. Il est bien évident qu'il existe une sélection qui s'opère sous le processus de construction de l'identité dans sa double dimension locale et touristique. Selon Prats (2011) (10), l'identité et le patrimoine sont des constructions sociales. À partir de là, ils ne sont pas une donnée, un fait naturel ou un phénomène social universel. Les deux notions impliquent une construction intentionnelle pour des fins précises, résultat d'un processus collectif dans un contexte historique particulier.

La notion de patrimoine est étroitement liée à la notion de l'identité. Sa capacité de traduire symboliquement une identité en transformant conceptions et croyances en émotions, ce qui les rend plus intenses; la nature, l'histoire ou encore le génie créateur humain sont autant de ressources qui au-delà de l'ordre social et ses lois se configurent dans un triangle intégrant tous les éléments potentiellement patrimonialisables.

De ce «*pool patrimonial*» est activé seulement un nombre réduit d'éléments — matériels et immatériels — qui compose le patrimoine culturel proprement dit. Cette activation implique nécessairement une sélection d'éléments et le choix de la forme de présentation, des actions impliquant sans doute l'articulation d'un discours qui prend en charge le caractère sacré de la nature, l'histoire et le génie humain. Puisque l'objectif ultime réside dans la construction d'une version de l'identité. Les acteurs impliqués dans ce processus d'activation correspondent en premier lieu aux pouvoirs politiques des différents niveaux: local, régional ou national, en accord avec des intérêts spécifiques.

L'observation et l'analyse des pratiques effectives et des motivations des touristes au sein de ces espaces urbains à l'aide des méthodes de l'observation (participante), de la «*description fine*» des pratiques, et de la réalisation des entretiens nous a permis d'observer des décalages ou au contraire des convergences entre les intentions des dispositifs de mise en tourisme (dont certains aménagements urbains) et d'encadrement des touristes et les pratiques effectives de ces derniers.

Cette démarche nous a permis également l'analyse des rapports entre touristes et artisans dans le cadre des pratiques urbaines quotidiennes. Et enfin l'analyse de la contribution des pratiques urbaines autochtones à la production de l'espace touristique au «*décor touristique urbain*».

## 5. Enquête de terrain et résultats

La littérature consacrée à l'étude des profils des touristes visitant les villes historiques est abondante. Les motivations qui incitent les touristes à visiter les sites patrimoniaux et à prendre part à des expériences culturelles restent tout de même tributaires des images véhiculées. La médina répond, dans une certaine mesure, à ce désir de reculer dans le temps, d'apprendre à propos des gens et de leurs cultures ancestrales. Comment les touristes vivent-ils la découverte de la médina et ses artisans? Dans quelles conditions se font les rencontres entre les touristes et les artisans?

Les premiers résultats statistiques permettent de caractériser sommairement les touristes interrogés. Ainsi, un équilibre s'observe entre les différents types de lieux où nous avons enquêté, ainsi que sur l'identité des personnes interrogées. Par ailleurs, une stricte parité homme-femme a été respectée 60 individus dans les deux cas, soit 50 %.

## 5.1. Pour l'essentiel, ces individus:

5.1.1. Sont originaires de France (38 %);

5.1.2. Sont venus en vacances en famille (52, 5 %);

5.1.3. Sont déjà venus à Marrakech (entre 2 et 4 séjours) (44 %).

Les touristes interrogés effectuent un séjour touristique d'une semaine 65 %, 12 % plus qu'une semaine, et 23 %: 4 jours. Marrakech commence à s'offrir ainsi comme une destination accessible non seulement pour les vacances, mais aussi pour les weekends. La mise sur le marché de guides de voyages destinés à cette formule – «*Un long week-end à Marrakech*», «*Escapade à Marrakech*» – accentue l'image de cette proximité.

Les touristes sont hébergés, essentiellement dans des hôtels. 51 % choisissent les hôtels classés en général dans la partie Hivernage. L'attractivité de la médina se manifeste aussi dans le choix du mode d'hébergement, ainsi, 39 % des touristes enquêtés sont hébergés dans des RMH (Ryad maison d'hôtes), 10 % des touristes sont hébergés chez des amis et proches.

Le premier motif de déplacement est l'agrément, ce motif représente 65 % du total de voyages faits à destination de Marrakech et 26 % des voyages pour des raisons de visite familiale. 9 % est la part relative des déplacements réalisés pour autres motifs (études, affaire et commerce, etc.)

Dans la médina, les visites des sites touristiques constituent la principale activité. Une importante proportion de visiteurs font du shopping 43 %. Ils pratiquent essentiellement les activités suivantes: 1/visite de monuments (69 %), 2/ balade dans les souks (57 %), 3/ sortie nocturne (12 %), cette répartition des visiteurs en termes d'activités touristiques va dans le sens de notre hypothèse de départ selon laquelle nous soupçonnons que la médina touristique a une fonction commerciale dominante.

Les touristes enquêtés perçoivent essentiellement la médina comme: 1/une région trop touristique (77 %), 2/une région dont les traits originels ont été préservés (10 %) 3/un lieu très affecté par le tourisme (13 %). Les rencontres avec la population et la découverte de la culture locale et le mode de vie quotidien deviennent difficile dans un contexte commercial marqué par la concurrence entre les prestataires de service (commerçants, agences touristique, guides etc).

Quant à leurs motivations pour visiter la médina, le premier motif qu'ils avancent est, pour plus des trois quarts (77 %) d'entre eux, la découverte de la destination pour sa culture. Ce thème est repris même pour justifier le choix de la ville entière en tant que ville impériale. La thématique de l'abondance et du grandiose est essentiellement employée pour qualifier cette richesse: «*ville impériale*»; «*riche culturellement*»; «*inépuisable*»; «*ville riche avec beaucoup de choses à voir*»; «*pense que c'est là qu'il y a le plus de choses à voir*»; «*semblerait que beaucoup de choses à voir comparé aux autres villes du pays*».

Dans le cadre de notre étude, nous avons interrogé les touristes pour nous préciser ce qu'ils recherchent lors de leurs visites dans la vieille ville. Voici quelles sont leurs priorités:

voir les monuments (80 %), faire des achats dans les souks (64 %), et faire des choses différentes (25%), faire des rencontres avec la population locale (15 %).

Les espaces d'artisans comme le quartier des tanneurs ou les teinturiers sont des lieux qui enchantent les touristes et suscitent l'intérêt mais leur visite ne dépasse pas quelques minutes sans avoir un contact direct avec les artisans. Ces espaces sont dans la plupart des lieux inconnus,

une matérialité révélant des conditions de travail difficiles, inhabituelles et dérangeantes pour les touristes. Ils se distinguent aussi souvent des lieux mis en tourisme par des infrastructures révélant des carences. En outre la pauvreté des lieux et la dégradation du bâti, ils se caractérisent par l'absence du message touristique. Une morphologie spatiale souvent utilitaire qui ne suscite pas la curiosité et l'admiration propres aux espaces touristiques.

D'après nos observations et les entretiens menés auprès des touristes, les visites de ces ateliers ou ces espaces se font souvent dans la présence d'un guide, un compagnon ou un vendeur. Ceux qui les visitent seuls ne pénètrent pas tous seuls dans les fondouks où les espaces d'artisans, quelquefois ils se contentent de les contempler de l'extérieur. Voir les artisans de loin dans leurs échoppes, leur procure le dépaysement recherché.

Plus globalement, les réactions des touristes marquent une distanciation par l'adoption d'attitudes marquées par la peur, une froide indifférence ou encore le dégoût et le mépris. D'autres révèlent un regard davantage marqué par la compassion ou bien affichent une certaine indignation dans l'observation de ces situations injuste.



Figure 8. Touristes dans la découverte du souk des forgerons Marrakech. Source: Clichés de l'auteur, 2018

La configuration spatiale de la ville touristique et historique montre une sélectivité dans le choix des touristes. L'utilisation que font de la ville historique repose largement sur des clichés et des images préconçus. Les touristes ont tendance à répéter les modèles de comportements (faire les monuments les souks, faire les souks, boire un thé sur une terrasse, etc.). L'utilisation de la ville historique est assez déterminée avant même leur arrivée. Les touristes suivent un schéma presque préétabli qui consiste à parcourir les monuments existants en tant que chose à voir absolument.

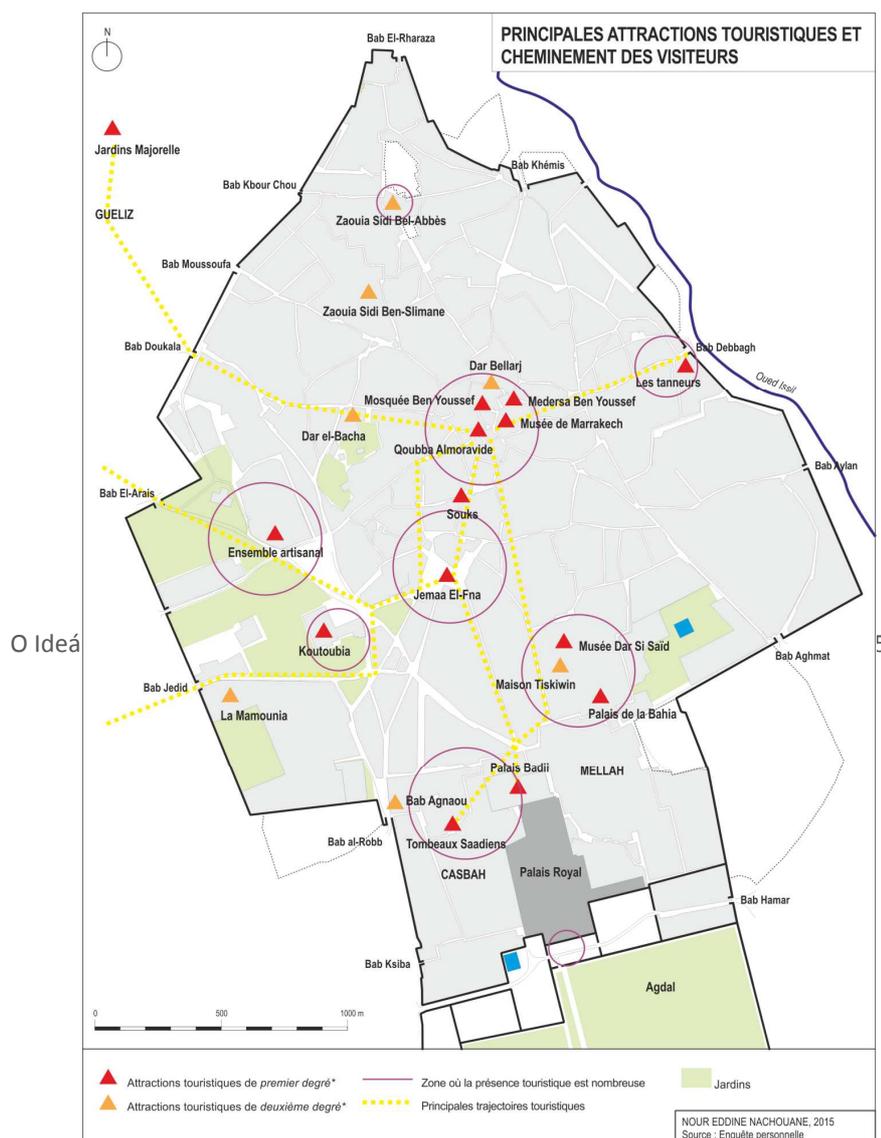


Figure 9. Principales attractions touristiques et cheminement des visiteurs. Source: Réalisation: Nour Eddine Nachouane, 2018

Le nombre de visites est un élément déterminant dans le choix des activités à faire. Contrairement aux touristes qui viennent pour la première fois et qui ont une consommation touristique exacerbée. Ceux qui visitent la ville pour la seconde fois au moins ont un comportement assez atypique. Ils sont moins pressés, ils sortent très souvent des circuits touristiques classiques, ils viennent voir ce qu'ils n'ont pas pu voir la fois précédente, comme pour combler un manque qui est tout sauf imaginaire. En somme, ils savent précisément ce qu'on doit faire et peut-être revoir et revisiter.

En termes généraux, les touristes qui viennent pour la première fois montrent peu d'intérêt à connaître la ville visitée, ils sont dans une approche superficielle aux grandes manifestations du patrimoine urbain local et dans un objectif de réaliser une expérience de voyage satisfaisante dans un contexte de loisirs.

Les enquêtes menées dans la médina de Marrakech indiquent que les activités fort populaires que sont la déambulation dans les souks et les repas au restaurant sont immédiatement suivies par les activités culturelles/patrimoniales, qui présentent les taux de participation les plus élevés pour toutes les activités touristiques. Pour la majorité des visiteurs étrangers, les balades en

ville, les visites de musées et de sites patrimoniaux sont presque toujours aux premiers rangs des activités auxquelles s'adonnent la plupart des touristes.

*«Ils vivent ce qu'ils ont lu. Le décor, jusqu'au présent imaginaire, devient réalité. Ils ne viennent pas pour un édifice particulier, mais courent admirer les monuments les uns après les autres, les quartiers historiques, les musées et consomment tout ce qui est recommandé dans les guides touristiques»* (Le Roux, 2008) (11). L'artisanat en tant que patrimoine immatériel représenté dans ses produits et ses réalisations matérielles, les savoir-faire ainsi que les espaces dédiés aux activités de production ne bénéficient pas de la promotion suffisante pour devenir un attrait touristique.

Le Roux, citant Knafou, dit que les populations touristiques font figure d'éléments majeurs dans le fonctionnement d'un lieu ou d'un espace touristique: *«(...) l'existence en tant que lieu ou espace touristique passe nécessairement par l'appropriation des touristes (...)»* (Le Roux, 2008), (12). Dès lors, les populations touristiques jouent un rôle essentiel tant dans la définition que dans le fonctionnement de cet espace. Par leurs pratiques touristiques, les représentations qu'elles en ont, elles contribuent à façonner le devenir d'un lieu ou d'un espace touristique. Informant cet ensemble géographique, elles participent à son unité de fonctionnement, alimentant en cela le processus *«d'écogenèse territoriale»*.

Ce mouvement de va-et-vient entre pratiques et représentations participe à la construction de ce territoire, lequel est *«(...) tout autant le cadre spatial dans lequel s'inscrivent les pratiques et les représentations spatiales d'une société que le produit de ces représentations, l'enveloppe symbolique dans laquelle se dessinent les destins individuels et collectifs (...)»* (Micoud, 1991: 105) (13). Espace physique et représentations s'interpénètrent, les représentations se créant dans une interdépendance avec l'espace physique qu'elles modèlent à leur tour: *«(...) et tourisme, dans le déplacement comme dans le séjour, est l'expression d'un certain rapport au territoire et ne peut être compris qu'à travers l'analyse de celui-ci (...)»* (Bonin, 2004) (14).

La concentration spatiale des touristes et des activités touristiques dans quelques zones du centre ville reflète d'une part la simplification faite par le touriste dans sa manière de découvrir la ville en se contentant de satisfaire ses clichés et retrouver des représentations préétablies. D'une autre part, la mobilisation des acteurs publics et privés pour satisfaire un imaginaire touristique en faisant le choix entre les éléments patrimoniaux existants.

Ainsi, l'identité faite répondant à la demande touristique est en réalité une version minimaliste de l'identité locale. Le résultat de ce processus d'intérêts avec l'utilisation des visiteurs réduit vraiment une partie de la ville historique, en termes généraux afin qu'il incarne l'identité locale d'une manière plus spectaculaire.

Du point de vue de l'offre touristique, l'espace historique se livre à l'implantation des activités liées à la consommation des visiteurs. Les boutiques de souvenirs et la restauration touristique ont tendance à monopoliser les espaces vivants de la ville. Ce sont des lieux d'implantation des petites entreprises liées à l'hébergement, des agences de voyages et en général des bureaux d'information touristique (publique ou privé).

En ce qui concerne, l'impact du tourisme sur l'artisan de la médina, il convient de remarquer que les gains issus de l'activité touristique bénéficient essentiellement à des groupes particuliers, en premier lieu les divers prestataires de services touristiques. Il y a donc distorsion dans l'apport du patrimoine, pour les différentes catégories de la population, entre celles qui sont au contact des touristes et les autres. Ce phénomène est particulièrement sensible dans les territoires les plus pauvres où les écarts de revenus sont particulièrement visibles et ressentis.

## 6. Conclusion

En guise de conclusion, on peut dire que la dimension immatérielle d'un site ne doit jamais être omise lors du développement du tourisme, car le vrai patrimoine d'une ville, ce sont ses habitants. Le patrimoine ne se découvre que s'il est vivant et non pas réanimé de manière artificielle pour une reconstitution de sa vie d'hier. La capacité des administrateurs à gérer la population dans un but de «réconciliation» des touristes et des habitants est garante de la réussite d'un développement soutenable. Pour cela la prise en compte de la population locale notamment les artisans dans les décisions concernant le tourisme est essentielle. Il est nécessaire que les acteurs touristiques investissent dans des méthodes pour impliquer cette population dans les politiques pour rendre la ville attractive pour ses habitants et dans des outils de gestion des flux de visiteurs. Nous l'avons dit, dans ces petites villes les mesures «strictes» ne semblent pas adéquates, mais des mesures «douces» sont essentielles.

### NOTES

(1) Knafou Rémy et Stock Mathis (2003). *Tourisme*. Lévy Jacques et Lussault Michel (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris: Belin.

(2) *Ibidem*.

(3) Lagdim Soussi et Moulay Brahim (2000). Les industries artisanales à Marrakech. *Revue de la faculté de lettres et sciences humaines Marrakech*. n° 15.

(4) Un riad (jardin en arabe: rawḍa رياض pluriel riyāḍ رياض) est une forme d'architecture vernaculaire traditionnelle du Maroc. C'est une maison traditionnelle construite en carré autour d'un jardin arboré dans le patio principal. Les pièces de vie, salons et chambres sont réparties tout autour du patio jardin.

(5) Rachida Saïgh Boustia et Ouidad Tebbaa (2005), Stratégies et imaginaires du ... d'hôte et mutations de la médina de Marrakech. *Téoros*. 24-1, p. 48-52.

(6) Skounti, Ahmed (2004), Marrakech. Pauvreté versus "élitisation: processus de patrimonialisation, pauvreté et gestion de la médina. In *Patrimoine et développement durable des villes historiques du Maghreb. Enjeux, diagnostics et recommandations, Actes de la Rencontre Internationale de Fès, décembre 2003*. Rabat: Publications du Bureau Régional de l'UNESCO (Skounti, 2002, p. 153).

(7) Ferguene Améziane, 2004, Pme, territoire et développement local: le cas des pays du Sud. *Critique économique*, n° 14 automne, Rabat, p. 7-27.

(8) Le mot arabe *funduq*, correspond à *khan*, *wakala* ou encore caravansérail, est au Proche et Moyen-Orient ainsi qu'au Maghreb, un lieu où les caravanes de marchands font halt. Aujourd'hui ces édifices ont connu beaucoup de changement quant à leur fonction initiale. Ils sont devenus des restaurants, des lieux d'exposition artistique ou des ateliers d'artisans dans certains cas.

(9) [www:<URL:http://www.artisanat.gov.ma/>](http://www.artisanat.gov.ma/).

(10) Prats Michèle (2011). *Les retombées économiques du patrimoine culturel en France*. ICOMOS Paris.

(11) Leroux, Stéphanie (2008). *Le rapport à l'autre à travers le rapport à l'espace: l'exemple du tourisme français à Marrakech*. Thèse de doctorat sous la direction de Didier Paris, Saïd Boujrouf, Jean Scol et de Ahmed Bellaoui et soutenue le 01-12-2008 à Lille 1 en cotutelle avec l'Université Cadi Ayyad Marrakech.

(12) *Ibidem*.

(13) André Micoud (1991). *Des hauts lieux la construction sociale de l'exemplarité*. Paris, CNRS.

(14) Sophie Bonin (2005). Au-delà de la représentation, le paysage. *Strates* [En ligne]. 11, 2004, mis en ligne le 14 janvier 2005, [Consulté le 22 avril 2019]. [www:<URL: http://journals.openedition.org/strates/390>](http://journals.openedition.org/strates/390).

## BIBLIOGRAPHIE

Ferguene, Améziane (2004). PME, territoire et développement local: le cas des pays du Sud. *Critique économique*. n° 14, automne, Rabat, p. 7-27.

Barthelemy, D.; Nieddu, M. et Franck, D. Vivien (2005). Économie patrimoniale, identité et marche. In Christian Barrère, Denis Barthélemy, Nieddu, Martino Franck, Dominique Vivien (dir.) *Réinventer le patrimoine: de la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine?* Paris, L'Harmattan.

Chikhaoui, Saïd (2002). *Politiques publiques et société: essai d'analyse de l'impact des politiques publiques sur l'artisanat au Maroc*. Rabat, Université Mohammed V, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, série Thèses et mémoires n° 54.

Chikhaoui, Saïd (2006). *Politiques publiques de l'artisanat, Esquisse d'un bilan, Contribution au rapport du cinquantenaire*. Rabat, p. 7-30.

Choay, Françoise (1992). *L'Allégorie du patrimoine*. Paris: Éditions du Seuil.

Choay, Françoise (1995). Sept propositions sur le concept d'authenticité et son usage dans les pratiques du patrimoine historique. In *Conférence de Nara sur l'authenticité*. UNESCO.

Deverduin, Gaston (1959). *Marrakech des origines à 1912*. vol 2, Rabat.

El Adnani, Jalal (2000). *Essai de lecture du secteur de l'artisanat à partir de la théorie économique. Cas de l'artisanat à Marrakech*. Mémoire de DESA, Université Cadi Ayyad, Marrakech.

El Faiz, Mohamed (2002). Marrakech patrimoine en peril. In *Actes Sud/Eddif*.

Escher, Anton (2000). Le bradage de la médina de Marrakech?. Le Maroc à la veille du troisième millénaire. Défis, chances et risques d'un développement durable. Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat. *Colloques et séminaires*. 93, Rabat, p. 217-232.

Heinich, Nathalie (2009). La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, Knafou, Rémy et Stock, Mathis — article «tourisme». In Lévy, J.

et Lussault, M. (dirs.) (2003). *Dictionnaire de géographie et des sciences de l'espace et du social*. Paris: Belin.

Kurzac Souali, Anne-Claire (2007/4). Rumeurs et cohabitation en Médina de Marrakech: l'étranger où on ne l'attendait pas. *La Découverte. Hérodote* — n° 127. p. 64 à p. 88-200.

Lagdim, Soussi et Moulay, Brahim (2000). Les industries artisanales à Marrakech. *Revue de la Faculté de lettres et sciences humaines Marrakech*. n° 15.

Leroux, Stéphanie (2008). *Le rapport à l'autre à travers le rapport à l'espace: l'exemple du tourisme français à Marrakech*. Thèse de doctorat sous la direction de Didier Paris, Said Boujrouf, Jean Scol et de Ahmed Bellaoui et soutenue le 01-12-2008 à Lille 1 en cotutelle avec l'Université Cadi Ayyad Marrakech.

Prats, Michèle (2011). *Les retombées économiques du patrimoine culturel en France*. ICOMOS Paris.

Bousta, Saigh; Rachida et Tebbaa, Ouidad (2005). Stratégies et imaginaires du tourisme cas des ryads maisons d'hôte et mutations de la médina de Marrakech. *Téoros*. 24-1, p. 48-52.

Skountl, Ahmed (2004). Marrakech. Pauvreté versus "élitisation": processus de patrimonialisation, pauvreté et gestion de la médina». In *Patrimoine et développement durable des villes historiques du Maghreb. Enjeux, diagnostics et recommandations*. In *Actes de la Rencontre Internationale de Fès, décembre 2003*. Rabat: Publications du Bureau Régional de l'UNESCO.

Tebbaa, Ouidad (2010). *Patrimoine, patrimonialisation et développement touristique: le cas de Marrakech*. Hesperis-Tamuda, Vol XLV, p. 55-66.

Triki, Hamid (1995). Marrakech: retrato histórico de una metrópoli medieval. Siglos XI-XII. In *La arquitectura del Islam occidental*. Barcelona-Madrid, p. 93-106.

Wilbaux, Quentin (2002). *La médina de Marrakech*. Paris: L'Harmattan.