

# LE SYSTÈME TOURISTIQUE COMME UN FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT LOCAL DANS LES MOYENNES VILLES À TRAVERS DES ATTRACTIFS: LE CAS DE FAFE AU PORTUGAL

**Catarina Freitas da Mota**

Per citar o enllaçar aquest document:

Para citar o enlazar este documento:

Use this url to cite or link to this publication:

<http://hdl.handle.net/10803/398792>

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



TESIS DOCTORAL

Le système touristique comme un facteur de  
développement local dans les moyennes villes à  
travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Catarina Freitas Da Mota

2016



TESIS DOCTORAL

Le système touristique comme un facteur de  
développement local dans les moyennes villes à  
travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Catarina Freitas Da Mota

2016

PROGRAMME DE DOCTORAT EN TOURISME

LIGNE DE RECHERCHE: LES IMPACTS DU TOURISME ET DURABILITÉ

Dirigée par: Professeur-Chercheur Jaume Guia

Co-directeur: Professeur-Chercheur Christian Bataillou

Mémoire présenté pour obtenir le degré de docteur par l'Université de Gérone

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Les articles qui ont été élaboré au long de la réalisation de cette thèse:

- L'importance du PENT pour le Portugal (Février 2015, 20 pages)
- Le Tourisme de nature et la capacité compétitive au Portugal (Février 2015, 10 pages)
- Le développement local dans les petites et moyennes villes (Mars 2015, 11 pages)

## Remerciements

J'aimerais remercier tout d'abord mon co-directeur, Professeur-chercheur Christian Bataillou, qui, au long de ces trois années, a toujours été présent, même si à distance. J'aimerais aussi le remercier, en ce qui concerne, les orientations scientifiques qu'il m'a toujours fourni, l'encouragement et le soutien apporté au long de l'élaboration de cette investigation. J'aimerais également remercier mon directeur de thèse, Jaume Guia, et leur dédier, à tous les deux, un mot de remerciement et de reconnaissance.

J'aimerais aussi remercier le responsable du Département Municipal du Tourisme de la ville de Fafe, Dr. Pompeu Martins, qui s'est rendu immédiatement disponible quand je lui ai proposé de faire une interview. J'aimerais également remercier la responsable de l'Entreprise Municipal du Tourisme de la ville de Fafe, Dra. Sílvia Fernandes, qui m'a apporté une grande aide en répondant au questionnaire que je lui ai proposé et en me facultant des documents importants au sujet de la ville de Fafe, ainsi qu'au directeur de la COFAFE, Dr. Teixeira Alves. À ANA – Aeroportos de Portugal de Porto, en particulier, à Dra. Márcia Canedo, au Dr. Luís Manuel, directeur de l'ANPE de Fafe et à Dra. Elsa Lima, directrice du Journal «*Notícias de Fafe*».

J'aimerais encore remercier l'ancienne responsable du Département de Doctorat de l'ISCET, Dra. Bárbara Neiva Santos, qui elle aussi a toujours été présente à tous les niveaux, autant scolaire comme personnel. J'aimerais aussi remercier l'actuelle responsable de ce Département, Eng<sup>a</sup> Rosário Carvalho.

J'aimerais finalement, mais non moins important, remercier mon mari, qui a toujours été présent au long de ces trois années et qui m'a toujours soutenu même dans les moments les plus difficiles et qui lui aussi a toujours été d'une grande aide dans mon investigation. J'aimerais également remercier, du fond du cœur, mes parents, qui m'ont toujours soutenu pendant ce long parcours et leur dédier cette thèse car ils m'ont toujours donné du courage pour la conclusion de celle-ci. J'aimerais aussi remercier mes frères et sœurs, en particulier, ma grande sœur, qui est ma marraine, Thérèse, qui même à distance m'a toujours donné de la force dans les moments ou celle-ci voulais s'échapper. J'aimerais pareillement laisser un mot de remerciement à mes deux grand-mères qui ont toujours été présentes, à leur façon, ainsi qu'à ma petite belle-sœur.

## **Indice Général**

<b>Remerciements .....</b>	<b>II</b>
<b>Indice général .....</b>	<b>III</b>
<b>Indice de tableaux .....</b>	<b>V</b>
<b>Indice de figures .....</b>	<b>VII</b>
<b>Indice de graphiques.....</b>	<b>X</b>
<b>Résumé .....</b>	<b>XI</b>
<b><i>Resum</i> .....</b>	<b>XIII</b>
<b><i>Resumen</i> .....</b>	<b>XV</b>
<b><i>Abstract</i>.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Sigles.....</b>	<b>XIX</b>
<b>Introduction générale .....</b>	<b>1</b>
1. Problématique et hypothèses.....	1
2. Objectifs de notre recherche .....	5
3. Paradigme et zone d'étude .....	6
4. Méthodologie .....	8
5. Parties importantes de la thèse et apports généraux.....	12
<b>PARTIE 1: Une approche des concepts et lignes de recherche quant aux apports du tourisme et au développement local des petites et moyennes villes.....</b>	<b>15</b>
<b>Chapitre I – Introduction/Concepts liés au tourisme .....</b>	<b>15</b>
<b>A/Les concepts.....</b>	<b>15</b>
1. Touristes, tourisms et loisirs .....	15
2. Voyages.....	35
3. Cultures et traditions .....	51

<b>B/La situation actuelle</b> .....	<b>67</b>
1. Le <i>sight-seing</i> : l'offre et la demande touristique .....	67
2. Le tourisme de nature.....	80
<b>Chapitre II: Approximations conceptuelles quant au développement local des petites et moyennes villes</b> .....	<b>86</b>
<b>A/Les concepts</b> .....	<b>86</b>
1. Les petites et moyennes villes.....	86
2. Le développement local .....	91
<b>B/Le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié</b> .....	<b>96</b>
1. L'importance du Plan Stratégique National du Tourisme (PENT) pour le Portugal et ses stratégies .....	96
2. L'importance d'autres documents pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe.....	111
3. Le Plan Municipal du Tourisme (PMT) de la ville de Fafe.....	136
<b>C/Bilan de la recherche : Tendances et opportunités</b> .....	<b>141</b>
<b>PARTIE 2: Effets des activités touristiques sur le développement local de la ville de Fafe</b> .....	<b>155</b>
<b>Chapitre I – La ville de Fafe</b> .....	<b>155</b>
<b>A/ Fafe et son histoire</b> .....	<b>156</b>
1. Culture et traditions.....	160
2. Gastronomie et artisanat .....	181
<b>B/Diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe</b> .....	<b>186</b>
1. Analyse de données sur l'évolution du tourisme entre 2008 et 2015 .....	186
2. Analyse SWOT .....	198
<b>C/Recommandations et implications de l'étude de cas</b> .....	<b>219</b>
<b>Conclusions générales</b> .....	<b>224</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>228</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>244</b>

## **Indice de tableaux**

Tableau n°1: Nombre total de visiteurs au Rallye Sprint et au Tour du Portugal en vélo dans la ville de Fafe .....	3
Tableau n°2: Services du tourisme de nature .....	81
Tableau n°3: Aire géographique et population résidente en 2013 à Fafe et dans les villes comparables .....	114
Tableau n°4: Nombre total de nuitées entre 2009 et 2013 .....	115
Tableau n°5: Permanence moyenne des touristes entre 2009 et 2013 .....	117
Tableau n°6: Taux d'emploi de la population entre les 20 et 64 ans entre 2008 et 2015 ...	121
Tableau n°7: Investissement du PIB dans la R&D en 2013.....	122
Tableau n°8: Émissions de GEE au Portugal entre 2012 et 2014 .....	123
Tableau n°9: Taux d'abandon scolaire.....	125
Tableau n°10: Principales ressources touristiques dans le Nord du Portugal .....	127
Tableau n°11: Arrivées de passagers à l'Aéroport International Francisco Sá Carneiro entre 2008 et 2015.....	131
Tableau n°12: Investissement publique dans le secteur du tourisme au Portugal (2008-2014) .....	134
Tableau n°13: Investissement publique dans le secteur privé du tourisme dans la région de tourisme «Porto et Nord» (2008-2014).....	134
Tableau n°14: Investissement privé et publique du développement du secteur hôtelier dans la ville de Fafe .....	135
Tableau n°15: Zone d'Intérêt Touristique (ZIT) et/ou Patrimonial .....	136
Tableau n°16: Foires Franches entre 2011 et 2015 dans la ville de Fafe.....	188



Tableau n°17: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires .....	200
Tableau n°18: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires .....	201
Tableau n°19: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des infrastructures et des équipements.....	203
Tableau n°20: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des infrastructures et des équipements .....	204
Tableau n°21: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation .....	206
Tableau n°22: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation .....	207
Tableau n°23: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol.....	209
Tableau n°24: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol.....	212
Tableau n°25: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la potentialité touristique.....	214
Tableau n°26: Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la potentialité touristique.....	216

## **Indice de figures**

Figure n°1: Carte de la région du Nord du Portugal .....	115
Figure n°2: Mairie de Fafe .....	136
Figure n°3: Localisation géographique de Fafe .....	157
Figure n°4: La ville de Fafe .....	158
Figure n°5: Les gens de Fafe.....	158
Figure n°6: Monument de la Justice de Fafe.....	159
Figure n°7: Identité rurale de Fafe .....	161
Figure n°8: Échelles pour vendanger .....	161
Figure n°9: Dépôts d'épis.....	162
Figure n°10: Moulin à eau de Fafe.....	162
Figure n°11: Moulin à vent de Aboim .....	163
Figure n°12: Vestiges de pressoirs d'olives de Fafe .....	163
Figure n°13: Pigeonnier traditionnel.....	163
Figure n°14: Maison du rocher .....	164
Figure n°15: Castre de Saint Ovídio .....	165
Figure n°16: Guerrier galicien-lusitanien de Saint Ovídio.....	165
Figure n°17: Ver à sept têtes .....	166
Figure n°18: Tombes creusées dans la roche .....	166
Figure n°19: Ancienne croix .....	166
Figure n°20: Église Paroissiale de Fafe.....	167

Programme de Doctorat en Tourisme	
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité	
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal	
Figure n°21: Église Nouvelle de Saint Joseph .....	167
Figure n°22: Église romane de Arões.....	168
Figure n°23: Maison du Saint Vieux.....	169
Figure n°24: Musée Régional de l'Automobile de Fafe .....	170
Figure n°25: Maison du Saint Nouveau .....	170
Figure n°26: Maison des Parois .....	170
Figure n°27: Solaire de la lumière .....	171
Figure n°28: Maison du Ermo.....	171
Figure n°29: Hôpital Saint Joseph.....	172
Figure n°30: École Conde de Ferreira.....	172
Figure n°31: Asile de l'enfance desvalide .....	173
Figure n°32: Club Fafense .....	173
Figure n°33: Archive Municipal de Fafe .....	174
Figure n°34: Maison gentilhommière .....	174
Figure n°35: Petit palais de l'art nouveau .....	175
Figure n°36: Théâtre-cinéma de Fafe.....	175
Figure n°37: Compagnie de tissus et filages de Fafe .....	176
Figure n°38: Jardin du Calvaire .....	176
Figure n°39: Pèlerinage de Notre Dame d'Antime .....	177
Figure n°40: Culte de Notre Dame des Neiges .....	177
Figure n°41: Foires Franches à Fafe .....	178

Programme de Doctorat en Tourisme	
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité	
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal	
Figure n°42: Folklore de Fafe .....	178
Figure n°43: Usine du fer .....	179
Figure n°44: Central hydroélectrique de Sainte Rita .....	179
Figure n°45: Barrage de Queimadela .....	179
Figure n°46: Veau rôti et agneau rôti .....	181
Figure n°47: Morue au musicien et riz au coc sur le plancher .....	181
Figure n°48: Soupe dorée au goût de Fafe et cavacas de Arões .....	181
Figure n°49: Pão-de-ló de Fornelos et biscuits régionaux .....	182
Figure n°50: Travail de laine .....	182
Figure n°51: Artisanat de paille .....	182
Figure n°52: Culture du lin .....	183
Figure n°53: Activité de forgeron .....	183

## **Indice de graphique**

Graphique n°1: Nombre total de visiteurs au Rallye Sprint dans la ville de Fafe.....	4
Graphique n°2: Nombre total de visiteurs au Tour du Portugal en vélo dans la ville de Fafe .....	5
Graphique n°3: Nombre total de nuitées entre 2009 et 2013 .....	116
Graphique n°4: Permanence moyenne des touristes entre 2009 et 2013 .....	117
Graphique n°5: Arrivées de passagers à l'Aéroport International de Francisco Sá Carneiro entre 2008 et 2015.....	132
Graphique n°6: Demande touristique au Parque de Campisme .....	191
Graphique n°7: Dépense quotidienne moyenne des touristes .....	192
Graphique n°8: Nombre total de nuitées de la commune de Fafe.....	194
Graphique n°9: Nombre de visites à l'office de tourisme de Fafe.....	195
Graphique n°10: Coût moyen annuel (CMA) des visitants à Fafe.....	195

## **Résumé**

Le développement local est le résultat d'une action entreprise par de nombreux acteurs qui y contribuent. Les ministères, les autres organisations du secteur public, les administrations locales, les organisations quasi gouvernementales et non gouvernementales et les organismes privés contribuent tous à divers égards et par des apports distincts à la promotion du développement local. En ce qui concerne la question du développement local, cela est lié à l'affirmation de l'identité territoriale, avec la reconnaissance des éléments distinctifs d'une réputation propre et un caractère unique qui distingue et différencie le territoire. Le développement local est le résultat d'un effort pour identifier, reconnaître et valoriser les ressources locales, d'explorer et de développer les potentiels, les vocations, les possibilités, les avantages comparatifs et compétitifs de chaque territoire.

Au fil du temps, le tourisme est en train d'avoir une importance véritablement stratégique pour l'économie portugaise, avec la capacité de créer de la richesse et de l'emploi. À l'échelle nationale, le gouvernement et les entrepreneurs du secteur misent de plus en plus dans le secteur du tourisme. Il y a eu donc un besoin de créer un plan national, désigné de Plan Stratégique National du Tourisme (PENT), avec les mêmes lignes directrices pour toutes les parties prenantes dans le secteur du tourisme, ainsi que d'autres programmes, comme c'est le cas de «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020» et «NORTE 2020».

Nous avons donc décidé d'élaborer notre thèse sur le système touristique comme facteur de développement local dans les moyennes villes, étant donné que ce secteur est en grande expansion au Portugal, même pendant ces dernières années qui ont été considérées de crise économique européenne. Ainsi, l'objectif principal de cette thèse est d'analyser si le système touristique peut être considéré comme un facteur de développement local dans les moyennes villes au Portugal à travers des attractifs qui y existent.

L'hypothèse principale est que, dans un contexte où le tourisme est souvent présenté comme un facteur universel de développement, à travers d'un système touristique, au niveau d'un pays, d'une région ou d'un territoire, nous pouvons vérifier qu'il est également vrai dans le cas des moyennes villes et des attractifs qui y existent.

Le choix des moyennes villes est du à notre étude de cas, une ville de la région du nord du Portugal, la ville de Fafe. Nous voulons donc, d'une part, étudier l'évolution du tourisme dans cette ville pendant une période de temps déterminée et, d'une autre part, élaborer une analyse SWOT de la ville en question.

La principale conclusion de cette thèse est que le système touristique peut sans aucun doute être considéré comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs qui y existent. Toutefois, dans le cas de la ville de Fafe, ceci est seulement possible si la Mairie se rejoint à tous les agents touristiques du secteur privé, tels que les agents de voyage, les hôteliers et les restaurateurs pour ensemble créer une politique de tourisme pour concevoir le développement du tourisme dans la ville et que celle-ci ne se limite pas seulement à voir les acteurs locaux dans une perspective de simples spectateurs mais qu'ils arrivent aussi à promouvoir les attractifs existants dans cette ville.

**Mots-clés:** Développement local, PENT, EUROPE 2020, PORTUGAL 2020, NORTE 2020, moyennes villes, analyse SWOT

## **Resum**

El desenvolupament local és el resultat de mesures adoptades per molts actors que contribueixen. Ministeris, altres organitzacions del sector públic, governs locals, organitzacions governamentals i no governamentals i organitzacions quasi privats contribueixen de diverses maneres i per diferents contribucions a la promoció del desenvolupament local. Pel que fa a la qüestió del desenvolupament local, això es relaciona amb l'afirmació de la identitat territorial, amb el reconeixement dels elements distintius d'una reputació neta i un caràcter únic que el distingeix i diferencia el territori. El desenvolupament local és el resultat d'un esforç per identificar, reconèixer i desenvolupar els recursos locals, explorar i desenvolupar potencials, les vocacions, les oportunitats, avantatges comparatius i competitiu de cada territori.

Amb el temps, el turisme va tenir una importància realment estratègica per a l'economia portuguesa, amb la capacitat de crear riquesa i ocupació. A nivell nacional, el govern i els empresaris del sector es basen cada vegada més en el sector turístic. No hi havia, per tant, la necessitat de crear un pla nacional, designat del Pla Estratègic Nacional de Turisme (PENT), amb les mateixes directrius per a tots els interessats en el sector del turisme, i altres programes, com és el cas de "EUROPA 2020", "PORTUGAL 2020" i "NORTE 2020".

Així que vam decidir desenvolupar la nostra tesi sobre el sistema turístic com un factor de desenvolupament local en ciutats mitjanes, ja que aquest sector està en gran expansió a Portugal, fins i tot durant els últims anys que es consideraven de la crisi econòmica europea. Per tant, l'objectiu principal d'aquesta tesi és analitzar si el sistema turístic pot ser considerat com un factor de desenvolupament local en les mitjanes ciutats a Portugal a través de les atraccions turístiques que hi són.

La hipòtesi principal és que, en un context on el sistema turístic es presenta sovint com un factor de desenvolupament universal en un país, regió o territori, podem comprovar que és cert en per a les ciutats mitjanes i de les atraccions turístiques que hi són.

L'elecció de les mitjanes ciutats es deu al nostre cas d'estudi, una ciutat a la regió nord de Portugal, la ciutat de Fafe. Així que volem, d'una banda, l'estudi de l'evolució del



turisme en aquesta ciutat durant un determinat període de temps i, d'altra banda, desenvolupar una anàlisi SWOT de la ciutat en qüestió.

La conclusió principal d'aquesta tesi és que el sistema turístic, sens dubte, pot ser considerat com un factor de desenvolupament local en ciutats mitjanes a través de las atraccions turístiques que hi són. No obstant això, en el cas de la ciutat de Fafe, això només és possible si l'alcalde va ser acompanyat als agents turístics del sector privat, com ara els agents de viatges, hotelers i restauradors per configurar crear una política de turisme per dissenyar el desenvolupament del turisme a la ciutat i que no es limita només per veure els agents locals des d'una perspectiva de simples espectadors.

**Paraules clau:** Desenvolupament local, PENT, EUROPE 2020, PORTUGAL 2020, NORTE 2020, mitjanes ciutats, anàlisi SWOT

## **Resumen**

El desarrollo local es el resultado de las medidas adoptadas por muchos actores que contribuyen. Ministerios, otras organizaciones del sector público, gobiernos locales, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y organizaciones cuasi privados contribuyen de diversas maneras y por diferentes contribuciones a la promoción del desarrollo local. En cuanto a la cuestión del desarrollo local, esto se relaciona con la afirmación de la identidad territorial, con el reconocimiento de los elementos distintivos de una reputación limpia y un carácter único que lo distingue y diferencia el territorio. El desarrollo local es el resultado de un esfuerzo por identificar, reconocer y desarrollar los recursos locales, explorar y desarrollar potenciales, las vocaciones, las oportunidades, ventajas comparativas y competitivas de cada territorio.

Con el tiempo, el turismo va a tener una importancia realmente estratégica para la economía portuguesa, con la capacidad de crear riqueza y empleo. A nivel nacional, el gobierno y los empresarios del sector se basan cada vez más en el sector turístico. No había, por tanto, la necesidad de crear un plan nacional, designado del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENT), con las mismas directrices para todos los interesados en el sector del turismo, y otros programas, como es el caso de "EUROPA 2020", "PORTUGAL 2020" y "NORTE 2020".

Así que decidimos desarrollar nuestra tesis sobre el sistema turístico como factor de desarrollo local en ciudades medianas, ya que este sector está en gran expansión en Portugal, incluso durante los últimos años que se consideraban de la crisis económica europea. Por lo tanto, el objetivo principal de esta tesis es analizar si el sistema turístico puede ser considerado como un factor de desarrollo local en las medianas ciudades en Portugal a través de las atracciones turísticas que están allí.

La hipótesis principal es que, en un contexto donde el sistema turístico se presenta a menudo como un factor de desarrollo universal en un país, región o territorio, podemos comprobar que es cierto en el caso de las ciudades medianas a través de las atracciones turísticas que están allí.

La elección de las medianas ciudades se debe a nuestro caso de estudio, una ciudad en la región norte de Portugal, la ciudad de Fafe. Así que queremos, por un lado, el estudio

de la evolución del turismo en esta ciudad durante un determinado período de tiempo y, por otro lado, desarrollar un análisis SWOT de la ciudad en cuestión.

La conclusión principal de esta tesis es que el sistema turístico, sin duda, puede ser considerado como un factor de desarrollo local en ciudades medianas a través de las atracciones turísticas que están allí. Sin embargo, en el caso de la ciudad de Fafe, esto sólo es posible si el alcalde fue acompañado a los agentes turísticos del sector privado, tales como los agentes de viajes, hoteleros y restauradores para configurar crear una política de turismo para diseñar el desarrollo del turismo en la ciudad y que no se limita sólo para ver a los agentes locales en una perspectiva de simples espectadores.

**Palabras clave:** Desarrollo local, PENT, EUROPE 2020, PORTUGAL 2020, NORTE 2020, medianas ciudades, análisis SWOT

## **Abstract**

The local development is the result of an action taken by many actors contributing. Ministries, other public sector organizations, local governments, quasi governmental and non-governmental organizations and private organizations all contribute in various ways and by different contributions to the promotion of local development. On the question of local development, this is related to the assertion of territorial identity, with the recognition of the distinctive elements of a clean reputation and a uniqueness that distinguishes and differentiates the territory. Local development is the result of an effort to identify, recognize and value local resources, to explore and develop the potential, vocations, opportunities, comparative and competitive advantages of each territory.

Over time, tourism has been having a truly strategic importance for the Portuguese economy, with the ability to create wealth and employment. Nationally, both the government and the sector entrepreneurs are betting increasingly on tourism, so it was necessary to create a plan with the same guidelines for all stakeholders in the tourism sector. Hence the need to analyze the importance of PENT to Portugal and other programs, as is the case of "EUROPE 2020", "PORTUGAL 2020" and "NORTE 2020".

So we decided to develop our thesis on tourism system as a factor for local development in medium-sized cities, as this sector is largely expanding in Portugal, even during the last few years that were considered of European economic crisis. So, the main objective of this thesis is to analyze if tourism system can be considered as a factor in local development in medium cities in Portugal through the tourist attractions that are there.

The main hypothesis is that in a context where tourism system is often presented as a universal development factor in a country, region or territory, we can verify that it is true in for medium cities through the tourist attractions that are there.

The choice of medium cities is due to our case study, a city in the northern region of Portugal, the city of Fafe. So we want to, firstly, study the evolution of tourism in this city for a specified period of time and, on the other hand, develop a SWOT analysis of the city in question.

The main conclusion of this thesis is that tourism system can undoubtedly be considered as a factor in local development in medium cities through the tourist attractions that are there. However, in the case of the city of Fafe, this is only possible if the Mayor was joined to the tourist agents of the private sector, such as travel agents, hoteliers and restaurateurs to set create a tourism policy to design the development of tourism in the city and that it is not confined only to see local agents in a perspective of mere spectators.

**Keywords:** Local development, medium-sized cities, PENT, EUROPE 2020, PORTUGAL 2020, NORTE 2020, SWOT analysis

## **Sigles**

AIEST – Association Internationale d’Experts Scientifiques du Tourisme

ANA – Aéroports du Portugal

AP – Zones Protégées

APVF – Association des Petites Villes de France

ARPT – Agences Régionales de Promotion Touristique

CCDR-N – Commission de Coordination et Développement Régional du Nord

CMA – Coût Moyen Annuel

COFAFE – Coopérative des Producteurs Agricoles de Fafe

CST – Compte satellite du tourisme

CTP – Confédération du Tourisme Portugais

DL – Développement Local

FEADER - Fond Européen Agricole de Développement Rural

FEDER – Fond Européen de Développement Régional

FESI – Fonds Européens Structurels d’Investissements

FSE – Fond Social Européen

GEE – Gaz à Effet de Serre

ICNF – Institut de Conservation de la Nature et des Forêts

IDH – Indice de Développement Humain

IFAP - Institut de Financement Agricole et de Pêche

INE – Institut National de Statistiques

IP – Institut Portugais

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
IPDT – Institut de Planification et Développement du Tourisme  
  
ISCET – Institut Supérieur de Sciences d’Entreprises et de Tourisme  
  
MEID – Ministère de l’Économie, Innovation et Développement  
  
OCDE – Organisation pour la Coopération du Développement Économique  
  
OE – Budget d’État  
  
OMT – Organisation Mondiale du Tourisme  
  
ONU – Organisation des Nations Unies  
  
OPEP – Organisation des Pays Exportateurs de Pétrole  
  
PCT – Pôle de Compétitivité et Technologie  
  
PDM – Plan Directorial Municipal  
  
PENT – Plan Stratégique National du Tourisme  
  
PIB – Produit Interne Brut  
  
PME – Petites et Moyennes Entreprises  
  
PMT – Plan Municipal du Tourisme  
  
PNB – Produit National Brut  
  
PNTN – Programme National du Tourisme de Nature  
  
PNUD – Programme des Nations Unies pour le Développement  
  
PO – Programme Opérationnel  
  
PRODER – Programme de Développement Rural  
  
QREN – Cadre de Référence Stratégique National  
  
RAN – Réserve Agricole National  
  
R&D – Recherche et Développement  
  
REN – Entité Régional du Nord

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

RevPAR – Recette par chambre disponible

RIS – Revenu d’Insertion Sociale

RNAT – Réseau National des Zones Protégées

SNPRCN – Service National des Parques, Réserves et Conservation de la Nature

SPL – Système Productif Localisé

SWOT – Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces

TCMA – Taux de Croissance Annuel Moyen

TER – Tourisme en Espace Rural

TIC – Technologies d’Investigations et Communications

TN – Tourisme de Nature

UE – Union Européenne

UNESCO – Organisation des Nations Unies pour l’Éducation, la Science et la Culture

VFR – Visiting Friends and Relatives

WTTC – World Travel & Tourism Council (Conseil Mondial de Voyages et Tourisme)

ZIT – Zone d’Intérêt Touristique



## **Introduction générale**

Au long de l'élaboration de cette thèse de doctorat, nous avons rédigé trois articles scientifiques, pour éditer dans la revue de tourisme de l'Institut Supérieur de Sciences d'Entreprises et de Tourisme (ISCET), qui ont apporté une grande aide à notre recherche.

Le premier article comporte l'importance du Plan National Stratégique du Tourisme (PENT) et de ses stratégies pour le Portugal, qui sera utile pour la réalisation du deuxième point du deuxième chapitre, de la première partie.

Le deuxième article comprend le tourisme de nature et la capacité compétitive au Portugal, également important pour l'élaboration du deuxième point du premier chapitre, de la première partie.

Le dernier article consiste dans le développement local dans les petites et moyennes villes, qui sera intéressant d'explorer dans le premier point du deuxième chapitre, de la première partie de notre investigation.

### **1 - Problématique et hypothèses**

Une problématique est un ensemble complexe de problèmes, c'est-à-dire un ensemble de problèmes auquel on peut appliquer simultanément au moins quelques-unes des composantes de la complexité, comme c'est le cas de la multiplicité, de la diversité, de l'hétérogénéité, de la variabilité, de l'interrelation, de l'instabilité, de la sensibilité à l'environnement, de la contradiction, ou encore de l'inclusion de l'observateur (PUREN, 2013)<sup>1</sup>.

«Problématiser», c'est donc rechercher à la fois la complexité interne – celle des composantes de cette problématique et la complexité externe – celle des relations entre cette problématique et d'autres éléments extérieurs, que l'on pourra suivant les convenances de la recherche étudier à leur tour en tant que problématiques, ou simplement en tant que facteurs.

---

<sup>1</sup> PUREN, C. – *Élaborer sa problématique de recherche*. Mis en ligne en Janvier 2013. Disponible en [www.christianpuren.com/cours-méthodologie-de-la-recherche-en-dlc/chapitre-4-élaborer-sa-problématique-de-recherche/](http://www.christianpuren.com/cours-méthodologie-de-la-recherche-en-dlc/chapitre-4-élaborer-sa-problématique-de-recherche/).

On réduit alors leur complexité pour ne considérer que leurs relations avec la problématique que l'on s'est donnée comme thème de recherche (PUREN, 2013).

Le choix du thème de cette thèse «Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs» est dû au fait que le tourisme joue un rôle très important dans les moyens milieux citadins, au Portugal. Cependant, en termes bibliographiques, il existe encore de nombreuses lacunes à cet égard, donc nous observons un défi majeur pour le développement de cette thèse. Au cours des dernières années, malgré la crise économique européenne, le nord du Portugal a été la région du pays la plus recherchée par les touristes nationaux et par les touristes étrangers, étant celle-ci une région qui a de nombreuses petites et moyennes villes.

En ce qui concerne la problématique de notre recherche, nous avons élaboré une question de départ étant celle-ci la suivante:

- Qu'est ce que le système touristique apporte aux moyennes villes à travers des attractifs qui y existent, au niveau du développement local, au Portugal?

A partir de cette question, nous envisageons d'analyser en ce que consiste le développement local, à travers de l'étude au sujet du Plan Stratégique National du Tourisme (PENT) et des programmes «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020», «NORTE 2020».

En ce qui concerne notre étude de cas, nous avons l'intention d'analyser le Plan Municipal du Tourisme (PMT). Le plan géographique se réfère à la ville de Fafe, au Portugal, et le plan historique, aux sept dernières années, ceci-dit de 2008 jusqu'en 2015. Nous avons l'intention d'analyser ici l'évolution du tourisme au long de cette période de temps à Fafe.

Nous avons aussi l'intention d'étudier en profondeur le Tourisme de Nature (TN), la culture et les traditions, à travers des mythes, de l'histoire, de la gastronomie, de l'artisanat, et des activités de récréation et de loisir.

Dans un contexte où le tourisme est souvent présenté comme un facteur universel de développement, au niveau d'un pays, d'une région ou d'un territoire, nous souhaitons vérifier s'il en est ainsi dans le cas peu étudié jusqu'ici des petites et moyennes villes.

Nous nous efforcerons en conséquence de mesurer les éventuels apports du tourisme à partir d'un cas concret, la ville de Fafe au Portugal, considérée une petite ville mais, ajoutant son agglomération, celle-ci passe à être considérée une moyenne ville.

En ce qui concerne notre étude de cas, «la ville de Fafe», cette ville appartient à la région de tourisme «Porto et Nord» et est connue comme la «Salle de Visites du Minho». Le but de cette thèse, en choisissant la ville de Fafe comme étude de cas, est de prouver que celle-ci peut passer à être vu beaucoup plus que comme un juste point de passage puisque, en termes géographiques, cette ville est entouré par des villes de renommée internationalement, comme c'est le cas de Guimarães, qui a été reconnu par l'UNESCO, en 2001, Patrimoine Mondial de l'Humanité et, par l'Union européenne, en 2012, Capitale Européenne de la Culture.

En tant que tel, il est important que notre étude puisse apporter plus d'avantages et de solutions pour la ville de Fafe pour que celle-ci puisse maintenant être connu non seulement comme la «Salle de Visites du Minho», mais aussi comme une ville où les touristes veulent rester pour quelques jours car c'est une ville qui, à mon avis, est riche au niveau des attractifs touristiques existants et a un grand potentiel touristique, vu que c'est une ville qui, chaque année, reçoit des centaines de milliers de personnes, autant au niveau national comme au niveau international, qui la cherchent pour pouvoir participer ou assister aux deux grands événements qui s'y déroulent, comme c'est le cas du *Rallye Sprint* et du *Tour du Portugal en vélo*, comme nous pouvons l'observer dans le tableau et graphiques qui se suivent:

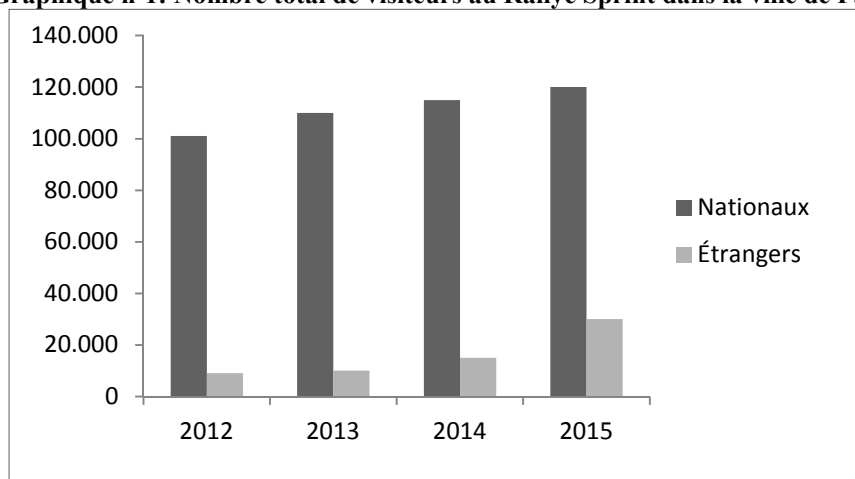
**Tableau n°1: Nombre total de visiteurs au Rallye Sprint et au Tour du Portugal en vélo dans la ville de Fafe**

	Rallye Sprint		Tour du Portugal en vélo	
	Nationaux	Étrangers	Nationaux	Étrangers
<b>2012</b>	101 000	9 000	6 700	300
<b>2013</b>	110 000	10 000	10 000	500
<b>2014</b>	115 000	15 000	7 700	300
<b>2015</b>	120 000	30 000	7 700	300

Source: Lima, E. ,2016<sup>2</sup>

<sup>2</sup> LIMA, E. – Rally Sprint e Volta a Portugal. In *Noticias de Fafe*. Fafe, 2016.

**Graphique n°1: Nombre total de visiteurs au Rallye Sprint dans la ville de Fafe**



Source: Lima, E. ,2016

En ce qui concerne l'évènement sportif reconnu au niveau international, désigné de Rallye Sprint, réalisé dans la ville de Fafe, nous avons pu apurer le nombre total de visiteurs nationaux et étrangers, entre 2012 et 2015.

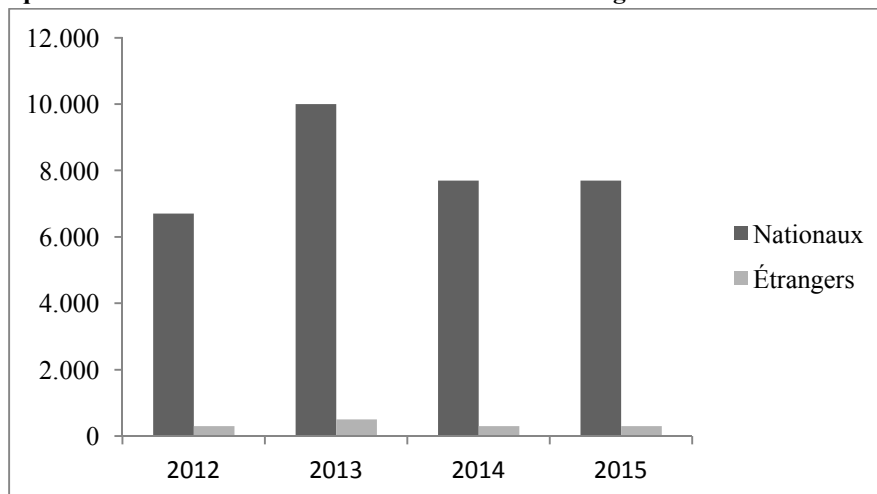
Après avoir été interrompu pendant quelques années dans la ville de Fafe, le rallye sprint a recommencé en 2012, ayant compté déjà avec un grand nombre de visiteurs, sachant que 101 000 visiteurs étaient nationaux et 9 000 étaient étrangers.

En 2013, l'évènement a continué a compté avec un nombre important de visiteurs, que selon le journal «*Notícias de Fafe*», il y a eu 110 000 visiteurs nationaux et 10 000 visiteurs étrangers.

En 2014, le rallye sprint continuait son succès à Fafe, sachant que celui-ci a compté avec 115 000 visiteurs nationaux et 15 000 visiteurs étrangers.

L'année 2015 a été celle qui a stimulé l'envie de participer à cet évènement au long des années à venir, car celle-ci a été l'année qui a enregistré un plus grand nombre de visiteurs, ayant assisté à l'évènement 120 000 visiteurs nationaux et 30 000 visiteurs étrangers. Nous pouvons encore faire référence au fait de l'épreuve qui se déroule à Fafe est l'une des épreuves la plus connue et plus visité par les appréciateurs de rallye.

**Graphique n°2: Nombre total de visiteurs au Tour du Portugal en vélo dans la ville de Fafe**



Source: Lima, E., 2016

Relativement au *Tour* du Portugal en vélo dans la ville de Fafe, nous avons pu observer, à travers des données qui nous ont été fournies par la directrice de la rédaction du journal de Fafe, qu'en 2012, l'évènement sportif a compté avec 6 700 visiteurs nationaux et 300 visiteurs internationaux.

En 2013, l'une des épreuves du *Tour* a commencé dans la ville de Fafe, ayant celle-ci été l'année qui a compté avec un plus grand nombre de visiteurs, sachant que 10 000 visiteurs étaient nationaux et 500 étaient étrangers.

En 2014 et en 2015, le nombre de visiteurs a été le même, il y a donc eu comme visiteurs 7 700 nationaux et 300 étrangers.

## 2 – Objectifs de notre recherche

Sachant que l'objectif principal de cette thèse est :

- Analyser si le système touristique peut être considéré comme un facteur de développement local dans les moyennes villes, au Portugal, à travers des attractifs qui y existent.

Nous pouvons alors identifier les objectifs de notre recherche, ceci dit de notre étude de cas en particulier, étant ceux-ci les suivants:

- Analyser l'évolution du tourisme dans la ville de Fafe, entre 2008 et 2013
- Élaborer une analyse SWOT pour le cas de la ville de Fafe

- Savoir si le système touristique peut être considéré un facteur de développement local dans la ville Fafe, à travers des attractifs qui y existent.

C'est à partir de ces objectifs que nous avons l'intention d'élaborer notre recherche autant au niveau théorique comme au niveau pratique. En ce qui concerne notre partie pratique, celle-ci se réfère à notre étude de cas qui est relative aux petites et moyennes villes, plus précisément à la ville de Fafe, au Portugal.

### **3 – Paradigme et zone d'étude**

Un paradigme présente quatre fonctions, étant celles-ci les suivantes: définir les concepts, déterminer les problèmes importants, trouver la meilleure méthodologie, définir le cadre d'interprétation des résultats obtenus (BOYER, 2003)<sup>3</sup>.

Boyer (2003), suggère d'utiliser le paradigme culturaliste: «*Tourisme, ensemble des phénomènes résultant du voyage et de séjour temporaire de personnes hors de leur domicile quand ces déplacements tendent à satisfaire, dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle*». Le tourisme nécessite d'une approche spécifique avec de fortes racines, comme c'est le cas de l'Histoire, une immersion dans l'environnement socioculturel, et une sensibilité à la conjoncture. Il est important de savoir quelle est la nature du tourisme et quelle est la meilleure méthodologie d'approche.

Le sens du mot culture pour Boyer (1999)<sup>4</sup> est celui du sociologique, c'est-à-dire, de «*participation, échange, processus*» qui fait de la communication une démarche de culture. Cependant, la croyance d'une promotion socioculturelle des plus démunis par le tourisme s'estompe devant sa nouvelle représentation manichéenne et mercatique du tourisme. Sa vision est en partie infirmée par les conséquences sur le tourisme, du passage de la condition moderne à post moderne. La plus intéressante est l'évolution d'une approche de production de masse vers une production individualisée. Cela

---

<sup>3</sup> BOYER, M. – *Le tourisme en France*. Paris: Editions EMS, 2003.

<sup>4</sup> BOYER, M. – *Le tourisme en l'an 2000*. Lyon: Presses universitaires de Lyon, 1999.

provoque plus de segmentation et de flexibilité avec une accentuation du sur mesure (IOANNIDES; DEBBAGE, 1997)<sup>5</sup> (URRY, 1994)<sup>6</sup>.

Bodson et Stafford (1988)<sup>7</sup> ont étudié la place de l'économie dans la recherche en tourisme et ont identifié que l'utilisation des sciences économiques, fiable par des facteurs méthodologiques, techniques et politiques pouvait être efficace dans trois types d'approches: descriptive, opérationnelle, explicative.

Cependant pour surmonter les contraintes des différents niveaux d'opération (macro et micro-économique) il faudrait développer des instruments d'analyse plus adaptés au tourisme.

Nous avons choisie la ville de Fafe comme notre étude de cas car c'est la ville qui m'a accueilli depuis que je suis revenu de France, c'est-à-dire à l'âge de quinze ans et c'est la ville qui a vu naître et grandir mes parents.

C'est aussi une ville qui, à mon regard, a un très grand potentiel touristique, une fois que c'est une ville qui, chaque année, reçoit des centaines de milliers de gens, autant au niveau national comme au niveau international, qui la recherche pour pouvoir participer dans les évènements qui s'y réalisent, comme c'est le cas du rally *Sprint*, du *Tour* du Portugal en vélo ou des finales de patinage ou de tournoi de handball ou de football d'intérieur.

C'est pour ces raisons qui, dans mon opinion, sont plus que valables, que nous avons choisi étudier le cas de Fafe pour notre recherche car il y a ici sans doute des lacunes qui peuvent être surpassée à l'aide de cette investigation et ce qui peut faire en sorte que le tourisme soit vu comme un facteur de développement local dans la ville de Fafe.

---

<sup>5</sup> IOANNIDES, D.; DEBBAGE, K. – Post-Fordism and flexibility: the travel industry polyglot. In *Tourism Management*, Vol. 18, N° 4, 1997, pp. 229-241.

<sup>6</sup> URRY, J. – Tourism, travel and the modern subject. In *Book Tourism, travel and the modern subject*, London: Routledge, 1994, pp. 141-151.

<sup>7</sup> BODSON, P.; STAFFORD, J. – *Le paradigme économique en tourisme*. Vol. 7, No. 3, 1988, pp. 3-5.

## 4 – Méthodologie

En ce qui concerne l'objectif principal de cette thèse «analyser si le système touristique peut être vu comme un facteur de développement local dans les moyennes villes, au Portugal, à travers des attractifs qui y existent» et les hypothèses, il est intéressant que nous utilisions la méthode de la recherche documentaire car cet outil analytique est un exemple d'exploitation systématique et codifiée permettant un traitement des données documentaires, afin de mettre en évidence les stéréotypes, les modèles, les signes et les symboles, les valeurs, dont font usage tel public, telle classe sociale, tels groupes, telle société globale (BERELSON, 1949)<sup>8</sup>, à partir de la doctrine spécialisée dans le thème, des articles scientifiques, des revues scientifiques, des thèses de doctorat axées sur le «développement local dans les moyennes villes», dans des enquêtes, ainsi que dans des participations à des conférences et séminaires.

Il est aussi important de révéler que la finalité d'une méthodologie de recherche documentaire est de faciliter la production d'un travail universitaire, alliant recherche documentaire et rigueur scientifique, sachant que celle-ci s'articule autour de cinq étapes successives: «*preparer sa recherche; sélectionner les sources d'information; chercher et localiser les documents; évaluer la qualité et la pertinence des sources; et, finalement, mettre en place une veille documentaire*» (UNIVERSITÉ D'AVIGNON, 2013, p.4)<sup>9</sup>. Nous analyserons le «PENT», les documents créés par des entités publiques, comme «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020», «NORTE 2020» et le PMT de la ville de Fafe, afin de vérifier les pas qui ont été suivis dans l'analyse du sujet de notre étude de cas.

La méthode de recherche sera qualitative, à partir de la technique de l'interview. Selon George Granai (2008)<sup>10</sup>, «*tous les procédés d'observation directe, lorsque l'homme est l'objet*

---

<sup>8</sup> BERELSON, B. – *The Library's Public*. New York, 1949.

<sup>9</sup> UNIVERSITÉ D'AVIGNON – *Méthodologie de la recherche documentaire: principes clés*. Avignon, 2013, pp. 1-40. Mis en ligne en Août 2013. Consultable en [http://bu.univ-avignon.fr/wp-content/uploads/2013/08/Methodo\\_documentaire.pdf](http://bu.univ-avignon.fr/wp-content/uploads/2013/08/Methodo_documentaire.pdf).

<sup>10</sup> GRANAI, G. – *Techniques de l'enquête sociologique*. Paris: Presses Universitaires de France, 2008, pp.1-33. In ouvrage sous la direction de GURVITCH, G. – *Traité de sociologie*, tome premier. Paris: Presses Universitaires de France, 1967, 3ème édition, pp. 135-151.



*observé, impliquent inévitablement la communication verbale, soit à titre occasionnel, soit de façon systématique. Mais, l'interview, en tant que technique autonome de recherche, a été l'objet, en psychologie clinique, puis en psychologie sociale et en sociologie, d'un développement très considérable qui risque, par un emploi souvent exclusif de tout autre procédé, de dénaturer l'enquête sociologique».*

La nécessité de l'utilisation des divers procédés d'interview dans l'enquête sociologique détiend à la nature même des phénomènes sociaux dont la saisie ne saurait être effective dans une perspective purement behavioriste ou objectiviste. Au reste, il est impossible au sociologue de dissocier le phénomène social du phénomène psychique qui en est une dimension. Aussi bien, les diverses techniques d'observation qui ont été envisagées ci-dessus doivent-elles être complétées par tous les procédés de communication verbale avec les sujets de l'enquête. En revanche, l'interview, à soi seule, si raffinée soit-elle dans ses procédés, ne saurait fonder l'enquête sociologique quel que soit le niveau d'étude envisagé. Le problème, en effet, se pose aussitôt de la détermination des individus interviewés et des critères de leur représentativité : la détermination du cadre réel de l'étude et des individus qui le représentent ne peut être effectuée que par des procédés opératoires différents de l'interview. D'ailleurs, ce problème est double car il est proprement mathématique en ce qui concerne le nombre des individus à interroger afin que les résultats de l'interrogatoire soient significatifs ; il est proprement sociologique en ce qui concerne le choix des individus soumis à l'interview, afin que l'échantillon des individus choisis soit homogène par rapport à l'ensemble social dont ils sont tirés.

D'autre part, l'emploi exclusif de l'interview limite nécessairement la signification sociologique de l'enquête pour autant que l'interview ne peut mettre en évidence qu'un système subjectif de rôles et d'attitudes des enquêtés, sans lien nécessaire avec les rôles et les fonctions réels assumés par ces mêmes enquêtés dans la situation réelle. A cet égard on peut dire que l'interview ne saisit jamais les phénomènes sociaux qu'après coup, qu'en dehors de la situation réelle dans laquelle ils apparaissent.

Il faut encore noter que la relation entre enquêteur et enquêté, dans l'interview, n'est jamais une relation neutre car elle constitue à son tour un phénomène social qui entre en composition avec les phénomènes que l'interview a pour objet d'élucider. Les divers procédés d'interview visent à pallier les difficultés propres à ce type de technique en égard au genre de réponses escomptées dans le cadre de l'enquête.

Des divers procédés d'interview libre sont à distinguer, comme c'est le cas de l'interview organisée et de l'interview inorganisée. En ce qui concerne l'interview organisée, celle-ci se procède selon un plan précis de questions posées toujours dans le même ordre et dans les mêmes termes tout en laissant à l'enquêté la possibilité d'exprimer largement sa pensée. Il arrive aussi que l'enquêteur change les termes de la question pour faciliter l'interrogatoire. Donc, il doit prendre soin de délimiter précisément, pour l'enquêté, la portée de sa question (KINSEY, 1948)<sup>11</sup>.

Relativement à l'interview inorganisée, celle-ci se procède selon un plan très souple qui varie avec les individus interrogés. L'ordre des questions et les termes dans lesquels elles sont posés ne sont pas toujours respectés et l'enquêteur s'efforce de gêner le moins possible la spontanéité du sujet (ROETHLISBERGER; DICKSON, 1939)<sup>12</sup>.

En ce qui concerne la méthode de l'interview et après avoir analysé le type d'interview utilisé dans cette étude, nous pouvons affirmer que celle-ci a été une méthode qui nécessitait d'être utilisée, une fois que celle-ci a été faite au Responsable du Département Municipal du Tourisme de la Mairie de Fafe, qui est un élément clé dans notre recherche. Dr. Pompeu Martins nous a expliqué les différents aspects essentiels qui peuvent rendre le secteur du tourisme un facteur de développement local dans la ville de Fafe, tels que les différents événements qui ont lieu chaque année dans cette ville. Cette interview est une interview libre organisée. Celle-ci laisse toute latitude de réponse à l'interrogé et vise à recueillir des données riches en signification mais rend délicat le contrôle des réponses et difficile leur comparaison.

En ce qui concerne la méthode du questionnaire, destiné à Dra. Silvia Fernandes (responsable de l'Entreprise Municipale de la ville de Fafe) et au Dr. Teixeira Alves (directeur de la COFAFE), avec lequel nous visons analyser l'évolution du tourisme dans la ville de Fafe, pour une période de cinq ans, soit entre 2008 et 2013, celui-ci a été choisi parce que ici aussi, il était nécessaire d'établir un certain nombre de questions, pour ensuite recourir à la technique d'observation méthodique indirecte, et qui pourraient nous conduire à une série de conclusions et, donc, à un certain nombre de recommandations, comme nous pourrons le voir plus tard dans cette thèse. Relativement

---

<sup>11</sup> KINSEY, A. G. – *Le comportement sexuel de l'homme*. Paris: Traditions franches, 1948, 1<sup>ère</sup> partie, chapitre II.

<sup>12</sup> ROETHLISBERGER, F. J.; DICKSON W. J – *Management and Worker*. Cambridge: Mass, 1939.

à cette méthode, nous pouvons affirmer que le questionnaire est fréquemment utilisé dans la recherche sociologique et vulgarisé par les enquêtes dites d'opinion publique.

Le questionnaire n'est généralement autre chose qu'une interview de type fermé dont les inconvénients sont aggravés chaque fois que la garantie que peut apporter la présence de l'enquêteur professionnel vient à faire défaut, comme si souvent c'est le cas dans les enquêtes d'opinion lorsque le questionnaire est diffusé par voie de presse ou expédié par la poste.

La technique du questionnaire offre l'avantage d'une codification et d'une exploitation rapide des réponses, mais son emploi exclusif ne saurait permettre une analyse en profondeur. Au reste, ce n'est point la technique qui est critiquable, mais plutôt le type de questions posées et le choix des individus soumis au questionnaire.

Un questionnaire portant sur les caractéristiques du logement d'une population déterminée, ou sur la qualité et la quantité de la consommation alimentaire des familles, ou enfin, sur les ressources et les budgets, n'offre par les mêmes dangers qu'un questionnaire dont l'objet est de connaître des opinions.

Dans le premier cas, les questions appellent des jugements de réalité ou la relation d'un fait précis, tandis que, dans le second cas, elles exigent, de la part des enquêtés, des jugements de valeur. A cet égard, sans même mettre en cause la sincérité des réponses, le danger réside en premier lieu dans le postulat implicite du caractère univoque des questions posées pour une population interrogée dont on admet l'homogénéité. Le caractère fermé des réponses accentue le risque d'équivoque et rend difficile le contrôle des significations des réponses, en effet, celles-ci peuvent varier considérablement selon la façon dont les questions sont posées (SAUVY, 1956)<sup>13</sup>.

Nous recourrons également à la technique d'observation méthodique indirecte, étant celle-ci le complément indispensable de l'observation directe. Elle utilise les données documentaires concernant l'objet envisagé dans l'enquête. Dans toutes les sociétés à écriture, les données documentaires constituent le point de départ le plus sûr et le plus commode de l'enquête sociologique.

---

<sup>13</sup> SAUVY, A. – *L'opinion publique*. Paris, 1956, p.41.

Toute recherche portant sur des groupes de localité urbains ou ruraux et d'une façon générale sur tous les groupements organisés ne saurait négliger l'ensemble documentaire que constituent les recensements, les registres d'état civil, les registres paroissiaux, les documents juridiques et économiques, les cadastres, etc. Mais l'utilisation des données documentaires intervient également dans l'étude des réglementations sociales et, d'une façon plus générale, des paliers les plus profonds de la réalité sociale.

L'observation méthodique indirecte vise, à son tour, à construire, à partir de documents bruts (qu'il s'agisse d'un registre de l'Entreprise Municipal du Tourisme, de la COFAFE ou de l'Institut National de Statistique), des données utilisables pour l'analyse en question, ceci-dit de l'évolution du tourisme dans la ville de Fafe, entre 2008 et 2013.

Nous allons également élaborer une analyse SWOT afin d'observer les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces relatives au PMT de la ville de Fafe.

## **5 – Parties importantes de la thèse et apports généraux**

Notre recherche est composée en deux parties. En ce qui concerne la première partie, nous présenterons une approche des concepts et des lignes de recherche quant aux apports du tourisme et quant au développement local des petites et moyennes villes, en abordant, dans un premier chapitre et dans un premier point, une introduction de concepts liés au tourisme, comme c'est le cas de touristes, tourisms et loisirs, de voyages, et de cultures et traditions.

Dans un deuxième point, nous aborderons la situation actuelle, en analysant, d'une part, le *sight-seing*, à travers de l'offre et de la demande touristique et, d'une autre part, le tourisme de nature.

En ce qui concerne le deuxième chapitre de cette première partie, décomposé en trois points, nous présenterons les approximations conceptuelles quant au développement local et aux petites et moyennes villes, en abordant dans un premier point, les concepts relatifs, d'un côté, aux petites et moyennes villes et, d'un autre côté, au développement local.

Dans un deuxième point de ce deuxième chapitre, nous avons l'intention d'étudier et d'analyser le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié, en ce qui concerne le PENT. Nous avons décomposé ce deuxième point en trois. Dans un

premier temps, nous analyserons l'importance du PENT pour le Portugal, ensuite les stratégies du PENT et, dans un dernier temps, nous étudierons le PMT de la ville de Fafe.

Dans le dernier point de ce deuxième chapitre, nous effectuerons un bilan de recherche, dans lequel nous aborderons les tendances et les opportunités existantes à l'heure actuelle.

En ce qui concerne la deuxième et dernière partie de notre recherche, relative aux effets des activités touristiques sur le développement local de la ville, nous aborderons un chapitre qui sera décomposé en trois points. Dans un premier point, nous analyserons l'histoire de la ville de Fafe, à travers de sa culture et de ces traditions ainsi qu'à travers de sa gastronomie et de son artisanat.

Dans un deuxième point de ce chapitre, nous élaborerons un diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe, où nous avons l'intention d'observer l'analyse de données sur l'évolution du tourisme, entre 2008 et 2013 et d'élaborer une analyse SWOT, dans laquelle nous aborderons les forces et les faiblesses, ainsi que les opportunités et les menaces, selon les principaux thèmes associés au PMT de la ville, ceci-dit au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires; des infrastructures et des équipements; de la démographie, société et logement; de la biodiversité et de l'occupation du sol; et, finalement, au niveau de la potentialité touristique.

Nous terminerons cette deuxième et dernière partie avec le dernier point qui consiste dans les recommandations et les implications de l'étude de cas, où nous aborderons tous les thèmes référés dans l'analyse de l'évolution du tourisme dans la ville de Fafe, entre 2008 et 2013, et dans l'analyse SWOT.

Dans un premier moment, nous aborderons des concepts théoriques, que nous avons considéré de haute importance, relatifs au secteur du tourisme dans sa généralité, et qui nous permettrons d'initier notre recherche scientifique.

En ce qui concerne un point de vue plutôt politique, nous avons aussi opté pour commencer avec quelques concepts qui nous aideront à mieux comprendre ce que nous voulons dire lorsque nous parlons des petites et moyennes villes, du développement

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
local, du PENT, des documents «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020», «NORTE  
2020» ou encore du PMT de la ville de Fafe.

Avec l'élaboration de cette thèse, nous avons l'intention de démontrer qu'il est parfaitement possible que le tourisme soit considéré un facteur de développement local dans les petites et moyennes villes, une fois que celui-ci est favorable autant au niveau politique comme au niveau économique.

Ce sera donc, à travers, d'un diagnostic socio-économique que nous pourrons analyser l'évolution du tourisme dans la ville de Fafe, entre 2008 et 2013, afin de savoir si l'affluence de touristes a augmenté pendant cette période de temps ou si, au contraire, celle-ci a diminué.

Dans ce diagnostic socio-économique, nous avons aussi l'intention de réaliser une analyse SWOT, en ce qui concerne des différents niveaux accédés à travers du PMT, afin d'analyser les forces et les faiblesses existantes, ainsi que les opportunités et les menaces qui peuvent venir à apparaître.

Nous avons aussi l'intention d'apporter des solutions, à travers de notre étude d'investigation, pour que le tourisme soit aussi considéré un secteur durable dans cette ville, de la région du nord du Portugal.

## **Partie 1: Une approche des concepts et lignes de recherche quant aux apports du tourisme et au développement local des petites et moyennes villes**

Dans une première partie de ce travail nous allons aborder deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous avons l'intention de faire une introduction des concepts liés au tourisme ainsi qu'étudier la situation actuelle, dans laquelle le *sight-seing* correspond à l'offre et à la demande touristique et nous ne pouvons pas ne pas aborder le tourisme de nature, celui-ci étant le plus recherché dans notre cas pratique.

Dans le deuxième chapitre de cette partie, nous étudierons les approximations conceptuelles quant au développement local des petites et moyennes villes. Dans ce chapitre, nous analyserons quelques concepts, ainsi que le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié et, finalement, nous établirons un bilan de recherche, dans lequel nous analyserons les tendances et les opportunités du cas d'étude.

### **Chapitre I – Introduction/Concepts liés au tourisme**

Dans ce premier chapitre, il est important faire une introduction aux concepts qui seront abordés au long de ce travail scientifique.

#### **A/ Les concepts**

En ce qui concerne les concepts, nous aborderons, dans une première partie les concepts de touristes, tourisms et loisirs. Dans un deuxième temps, nous parlerons des voyages et de leur importance. Finalement, nous ferons une approche des cultures et des traditions.

#### **1 – Touristes, tourisms et loisirs**

Pour diverses raisons, l'homme s'est toujours déplacé d'un endroit à un autre, il le faisait librement, et il n'était pas nécessaire d'identifier ce déplacement par une désignation en particulier. La nécessité de trouver une expression pour désigner la personne qui se déplace est seulement arrivée quand l'homme est devenu sédentaire, ce qui a conduit à la notion de territorialité et de frontière. À partir de ce moment là, il a commencé à s'appeler invité, voyageur ou étranger.

Ces expressions sont restées pendant des siècles pour désigner quelqu'un qui se déplace, avec des objectifs précis, quelle que soit la raison pour laquelle il le fait. Lorsque la circulation des personnes a atteint la régularité, pour des raisons de plaisir, de culture ou de repos, donnant lieu à des activités économiques, il est devenu nécessaire d'employer une expression correcte pour désigner cette situation (CUNHA, 2003, pp.15-23)<sup>14</sup>.

L'expression utilisée pour ceux qui participaient à ce type de voyage est devenu «*touristes*» et l'activité à laquelle ils ont donné lieu est désormais connue comme «*tourisme*». Certains auteurs ont identifié l'année 1960 comme celle où le mot «*tour*» apparaît dans un documentaire mais c'est à partir de la publication, en 1838, de «*Mémoires d'un touriste de Stendhal*» que le terme «*touriste*» se généralise. (FUSTER, 1967)<sup>15</sup>.

Initialement, le mot «*touriste*» a été utilisé exclusivement pour désigner ceux qui voyageaient par plaisir ou pour accroître leurs connaissances à l'exclusion des personnes qui se sont déplacés pour une autre raison, soit professionnel, de santé ou religieuse.

En 1937, la définition de touriste recommandé par la Société des Nations, où il fut défini comme «*(...) celui qui se déplace pour une période de 24 heures ou plus d'un pays à un autre (...)*» étant exclus les voyages dans le pays de résidence habituelle. Cette définition est destinée aux personnes qui voyagent pour le plaisir, pour la découverte, par des fins personnelles ou de santé, en raison d'affaires. En 1963, la Conférence Internationale du Tourisme, qui s'est tenue à Rome sous les auspices de l'Organisation des Nations Unies (ONU), a développé la notion de «*visiteur*» (touriste) à des fins statistiques comme «*la personne qui se rend dans un autre pays pour une raison quelconque sauf celle de poursuivre une activité lucrative*». (HOLLOWAY, 1989, p.16)<sup>16</sup>.

Selon la même conférence, cette définition comprend désormais deux groupes de visiteurs. D'un côté, les touristes, dont les motifs du voyage peuvent être regroupés en loisirs (repos, vacances, santé, étude, religion, sport) et en affaires, famille, missions et

---

<sup>14</sup> CUNHA, L. – *Introdução ao Turismo*. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo (2<sup>a</sup> edição), 2003, pp.15-23.

<sup>15</sup> FUSTER, L.F. – *Teoria y técnica del turismo*. Mundo Científico: Série Turismo, 1967.

<sup>16</sup> HOLLOWAY, J. C. – *The business of tourism*. London: Pitman, 1989, p.16.



Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
réunions. D'un autre côté, les excursionnistes, à savoir les visiteurs temporaires dans le pays visité, y compris les voyageurs des croisières.

Conformément à cette définition, le terme visiteur ainsi que les dérivés touriste et excursionniste ont été réservés exclusivement aux voyages dans un pays par les résidents d'un autre pays, à savoir les voyages internationaux.

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 1994, p.9)<sup>17</sup>, le terme «*visiteur*» reste le concept base de l'ensemble du système statistique du tourisme dont proviennent les autres. En effet, selon la dernière définition adoptée par l'ONU en 1993, sur la recommandation de l'OMT, il doit y avoir les notions de visiteur, touriste et visiteur du jour.

Selon ces définitions, il y a trois critères qui distinguent les visiteurs des autres voyageurs. Pour qu'un voyageur puisse être considéré comme un visiteur, donnant lieu à une activité ou à des phénomènes touristiques, le déplacement doit être effectué à un endroit ou à des endroits en dehors de l'environnement habituel excluant ainsi les voyages fréquents entre le lieu où la personne réside et celui où elle travaille, étudie ou développe une activité régulière.

La permanence dans le lieu visité ne doit pas dépasser douze mois consécutifs, à partir desquels le visiteur devient un résident.

La principale raison de la visite doit être différente de l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. Bien que la définition de «*visiteur*» ne le dise pas explicitement, tous les déplacements de caractère compulsif sont exclus, comme par exemple, les réfugiés, les nomades ou les prisonniers.

Depuis que l'utilisation du terme «*touriste*» a commencé à se généraliser, il est devenu nécessaire de clarifier le sens et le contenu de ce terme. Dès la première fois, en 1937, jusqu'à la dernière définition de l'OMT, il y a eu un long chemin qui a conduit à des différences conceptuelles importantes fondées sur les raisons et sur la durée du voyage,

---

<sup>17</sup> OMT – *Recommandations sur les statistiques du tourisme*. Département de l'information économique et sociale et de l'analyse des politiques, Division de statistique, Etudes statistiques Série M N° 83 (Rev-1.0). New York: Nations Unis, 1994, p.9.

la provenance des visiteurs, le territoire visité et l'utilisation des moyens de l'hébergement.

Les raisons sont qu'initialement le concept de touriste ne couvrait que les déplacements réalisés par des raisons de loisir, affaires, famille, missions ou réunions. Actuellement, celui-ci couvre une raison quelconque, sauf ceux qui cherchent à obtenir une rémunération. Par rapport à la durée du voyage, une durée minimum a commencé à être fixée, ensuite il y a également eu une durée maximum, par la suite et, finalement, il y a eu l'établissement d'une durée maximum de seulement 12 mois. En ce qui concerne l'origine, depuis de nombreuses années, le concept de tourisme implique l'absence de *«résidence habituelle»*. Actuellement, cela a été remplacé par l'*«environnement habituel»*. Jusqu'en 1983, le territoire était considéré visité quand les seules personnes qui étaient considérés comme des touristes devaient voyager à l'étranger mais, à partir de cette année, il fut également inclu dans le même concept les gens qui se déplacent à l'intérieur de leur pays de résidence pour laisser place à la création du concept du tourisme domestique ou interne. C'est l'utilisation des moyens d'hébergement qui a commencé à distinguer les touristes des visiteurs du jour ou des excursionnistes.

Comme le concept de touriste, le concept de tourisme a aussi considérablement changé au fil du temps et est apparu pour la première fois en 1929 avec Glucksmann. (FUSTER, 1967). Toutefois, ce sont les enseignants Ealter Hunziker et Kurt Krapf qui ont établi la définition la plus élaborée en considérant, en 1942, le tourisme comme *«l'ensemble des relations et des phénomènes engendrés par le déplacement et le séjour des personnes en dehors de leur lieu de résidence habituelle, à condition que de tels voyages et séjours soient utilisés pour exercer une activité professionnelle lucrative»*<sup>18</sup>.

Toutefois, la première définition du tourisme a émergé seulement dans le Congrès de Palerme, en Sicile, organisé par l'Association Internationale d'Experts Scientifiques du

---

<sup>18</sup> HUNZIKER, W.; KRAPF, K. – *Plan d'étage de l'enseignement général tourisme [Aperçu de la théorie générale du tourisme]*. Séminaire sur la politique du tourisme et des transports à l'école de commerce St. Gallen 1. Zurich: Polygraphiques Verlag AG, 1942.

Tourisme (AIEST) en 1954, qui a défini le tourisme comme *«un ensemble de relations et de manifestations qui proviennent d'un voyage et d'une activité lucrative»*<sup>19</sup>.

Dans la Déclaration de La Haye sur le tourisme en 1989, l'OMT a proclamé le tourisme comme un moyen de coopération internationale et de partage entre les personnes et comme un facteur de développement individuel et collectif. Notant l'absence de prise en main et l'applicabilité des définitions existantes, celle-ci va, à la suite de la Conférence internationale sur les statistiques des voyages et du tourisme au Canada en 1991, soit, en 1993, proposer à la Commission des statistiques des Nations Unies un certain nombre de recommandations sur les statistiques du tourisme, définissant maintenant clairement, le concept de tourisme.

Ainsi, le tourisme est défini comme un *«phénomène socio-économique et culturel qui est basé sur le déplacement de personnes (touristes) à des endroits différents de leur résidence habituelle, où ils restent pendant plus de 24 heures et moins de 12 mois, avec des objectifs de loisir, utilisant les facilités d'hébergement, de nourriture et d'autres activités offertes dans le lieu de destination. Ceux qui voyagent pour moins de 24 heures sont appelés excursionnistes. Cette définition s'applique à la fois au tourisme interne (résidents qui voyagent dans leur pays) et externe / international (en ce qui concerne la circulation internationale des touristes et considère que les pays émetteurs ou récepteurs de touristes)»* (OMT, 1993, pp.2-3)<sup>20</sup>.

Le tourisme a des répercussions sur l'économie, sur l'environnement naturel et bâti, sur la population locale de la destination et sur les touristes eux-mêmes. En raison de ces impacts multiples, de la gamme et de la variété des facteurs de production requis pour produire ces biens et ces services achetés par les visiteurs, et de l'éventail d'agents intéressés ou touchés par le tourisme, il convient d'adopter une approche intégrée en matière de développement, de gestion et de contrôle du tourisme. Cette approche est fortement recommandée pour la formulation et l'application des politiques touristiques nationales et locales, ainsi que des accords ou autres mécanismes internationaux nécessaires concernant le tourisme.

---

<sup>19</sup> ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS SCIENTIFIQUES DU TOURISME – *Définition du tourisme*. Congrès de Palerme: Sicile, 1954.

<sup>20</sup> OMT – *Introducción al Turismo*. Series Mundiales: Mundo, 1993, pp.2-3.

Le tourisme génère directement et indirectement une augmentation de l'activité économique dans les endroits visités (et au-delà), essentiellement en raison de la demande de biens et de services qui doivent être produits et fournis.

Dans l'analyse économique du tourisme, il faut opérer une distinction entre la contribution économique du tourisme, qui renvoie aux conséquences directes du tourisme et est évaluable grâce au Compte satellite du tourisme (CST), et l'impact économique du tourisme, concept beaucoup plus vaste qui représente la synthèse des effets directs, indirects et induits du tourisme et qui doit être évalué en appliquant des modèles.

Les études sur l'impact économique visent à quantifier les avantages économiques, à savoir l'augmentation nette des richesses des résidents résultant du tourisme, évaluée en termes monétaires, en sus des niveaux qui existeraient autrement.

Le CST (2008)<sup>21</sup> est, après les Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme, le deuxième ensemble de recommandations sur les statistiques du tourisme élaboré sur la base du système de comptabilité nationale. Les deux documents sont en harmonie l'un avec l'autre et fournissent un cadre conceptuel pour mesurer et analyser le tourisme en tant qu'activité économique.

En tant qu'instrument statistique de mesure économique du tourisme, le CST peut être considéré comme un ensemble de dix tableaux récapitulatifs, chacun contenant des données et représentant un aspect distinct des données économiques du tourisme: dépenses du tourisme récepteur, du tourisme interne, du tourisme émetteur et du tourisme intérieur, comptes de production des industries touristiques, valeur ajoutée brute et Produit Interne Brut (PIB) résultant de la demande touristique, emploi, investissements, consommation des administrations publiques, et indicateurs non monétaires. Les dépenses touristiques renvoient à la somme payée pour l'acquisition de biens et de services de consommation, mais aussi de biens de valeur, en vue de leur usage personnel ou pour les offrir, pour et durant des voyages touristiques.

À l'heure actuelle, il est généralement admis qu'il est possible de trouver deux types de définition du tourisme selon les objectifs poursuivis. En effet, d'une part, on peut

---

<sup>21</sup> COMPTE SATELLITE DU TOURISME – *Recommandations concernant le cadre conceptuel*. 2008.

envisager le tourisme sous un point de vue conceptuel, et dans ce cas, le but est de trouver une définition capable de fournir un instrument théorique permettant d'identifier les caractéristiques essentielles du tourisme et de la distinguer des autres activités et, en outre sous un point de vue technique, pour permettre des informations à des fins statistiques et législatives (THEOBALD, 1998)<sup>22</sup>.

Du point de vue technique, on peut utiliser la définition de l'OMT (1993) qui considère le tourisme comme *«l'ensemble des activités exercées décision des personnes pendant leurs voyages et séjours dans des endroits en dehors de leur environnement habituel pour une période continue n'excédant pas un an, pour des raisons de loisir, d'affaires et autres»*.

Cette définition a cependant l'inconvénient de favoriser la demande au détriment de l'offre touristique. En fait, seulement sont comprises dans le tourisme les activités réalisées par les visiteurs à l'exclusion de l'ensemble complexe des activités qui produisent les biens et les services créés pour servir directement ou indirectement les visiteurs et dont l'existence demeure même lorsque les déplacements et les hébergements ne sont pas effectués (CUNHA, 2003, p.31).

Par exemple, une station thermale ou de ski qui termine à une certaine période de l'année, entraînant à la fermeture d'hôtels ou d'autres ne peuvent être exclus du tourisme au cours de cette période, même s'il n'y a pas de visiteurs.

Il peut aussi être dit que la définition de l'OMT a trois principaux éléments qui caractérisent le tourisme, tels que l'activité des visiteurs relative aux aspects de la vie en dehors de l'environnement habituel, à l'exclusion de la routine normale de travail et des pratiques sociales. Ces activités impliquent le voyage et, généralement, une certaine forme de transport jusqu'à la destination. La destination est le domaine de la concentration des installations qui prennent en charge les activités (MIDDLETON, 1996)<sup>23</sup>.

On peut déjà tirer une conclusion fondamentale de la combinaison de ces éléments pour l'inclusion ou non de certaines activités dans le concept de tourisme où toutes les

---

<sup>22</sup> THEOBALD, F.W. – *The meaning, scope and measurement of Travel and Tourism*. Global Tourism: Butterworth-Heinemann (2<sup>nd</sup> edition), 1998.

<sup>23</sup> MIDDLETON, T.C.V. – *Marketing in Travel and Tourism*. Global Tourism: Butterworth-Heinemann (2<sup>nd</sup> edition), 1996.

activités économiques, culturelles et récréatives qui sont principalement destinés à être utilisées par les résidents ou les personnes qui se déplacent à l'endroit où ces activités sont pour y développer une profession rémunérée, ne peuvent pas être classés en tant qu'activités touristiques.

Les mots «*voyage*» et «*tourisme*» désignent souvent l'ensemble des activités et des phénomènes émis par les voyages. Par exemple, au Portugal, les sociétés intermédiaires impliqués dans la vente de services liés aux voyages sont appelées «*agences de voyages et tourisme* ». Au niveau international, l'alliance des dirigeants de tous les secteurs de l'industrie du voyage et du tourisme, y compris les activités de transport, d'hébergement, de restauration et de services de loisirs / culture et voyage est désigné par le Conseil Mondial de Voyages et Tourisme (World Travel & Tourism Council - WTTC). Cela dit, on peut conclure que les «*voyages*» et le «*tourisme*» sont des activités distinctes qui peuvent être considérés comme faisant partie de la même réalité économique et sociale.

Selon le WTTC (1993)<sup>24</sup>, les facteurs impliqués dans l'organisation des voyages ou en fonction de l'optique selon laquelle on peut avoir une perspective des effets du tourisme aboutissent à différentes classifications qui permettent sa systématisation et la distinction entre les différentes formes qu'elle prend. Ainsi, nous pouvons classer le tourisme selon la provenance des visiteurs, l'impact sur la balance des paiements, la durée du séjour, le degré de liberté administrative et les arrangements du voyage.

En ce qui concerne les courants touristiques qui sont établis entre un certain pays ou une région d'origine et le lieu visité, le tourisme peut être classé en fonction de la provenance des visiteurs donc, premièrement, le tourisme interne comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage du tourisme émetteur. Deuxièmement, le tourisme récepteur (*inbound tourism*) saisit les activités d'un visiteur non résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme récepteur. Troisièmement, le tourisme émetteur (*outbound tourism*) conçoit les activités d'un visiteur résident hors du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme émetteur ou d'un voyage de tourisme interne.

---

<sup>24</sup> WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL – *Travel and Tourism: A new economic perspective*. WTTC Report: Research Edition, 1993.

Dans ce cas, selon le passage de la frontière ou non, ces trois formes de tourisme peuvent être combinées les unes avec les autres, donnant naissance à trois autres formes de tourisme. Ces trois formes peuvent être combinées de différentes manières pour mener aux supplémentaires. Le tourisme intérieur conçoit le tourisme interne plus le tourisme récepteur, soit les activités des visiteurs résidents et non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme interne ou international.

Le tourisme national saisit le tourisme interne plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou émetteur. Le tourisme international interprète le tourisme récepteur plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou du tourisme émetteur, et les activités des visiteurs non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme récepteur.

En ce qui concerne l'impact sur la balance des paiements, le tourisme a des répercussions actives et passives sur la balance des paiements de chaque pays, et ne peut donc être classée en tourisme externe actif, quand il donne lieu à un afflux de devises étrangères et de la responsabilité du tourisme étranger quand il donne lieu une sortie de devises.

Le tourisme externe passif qui correspond à l'ensemble des voyages que les résidents d'un certain pays réalisent à l'étranger, est aussi appelé «de tourisme d'importation», tandis que le tourisme externe actif qui correspond à des voyages que les étrangers réalisent dans les pays qu'ils visitent, pouvant être désigné de «*tourisme d'exportation*».

En effet, la première cause par rapport aux résidents du pays A, la consommation de biens et services dans les pays visités équivalent à l'importation, et la deuxième cause un achat de biens et de services dans le pays A par les étrangers qui le visitent, équivalente à une exportation.

Selon la durée du séjour, pendant la réalisation d'un voyage, les visiteurs pourront se déplacer à un endroit où ils resteront pendant toute la durée de leur séjour sans arrêt au long du voyage, ou ils pourront visiter d'autres lieux faire des escales de durée variable. Ils pourront également se déplacer selon un itinéraire fixé au départ ou non, faisant des

arrêts à des certains endroits qu'ils ont choisi pour passer la nuit et dans d'autres, juste pour faire une petite visite.

Ainsi, les visiteurs peuvent avoir une destination unique pendant le voyage ou avoir deux ou plusieurs destinations. Cependant, le concept de destination doit être clarifié. En fait, les voyages ont seulement une origine mais il peut y avoir plus d'une destination en ce qui concerne, d'une part, tous les endroits visités peuvent être considérés comme des destinations, et d'autre part, dans de nombreux cas, un voyage ne dispose pas de destination spécifique, mais de plusieurs, comme c'est le cas des circuits touristiques. Quand une personne se déplace vers un certain pays pour visiter, pendant son voyage, plusieurs villes ou localités et passe une nuit ou plus dans chacune d'elles, elles sont toutes considérées des destinations pour cette personne.

En général, on peut comprendre comme une destination un endroit important visité pendant le voyage, dans le sens des lieux élus pour le voyage, pouvant se distinguer trois types de destinations (OMT, 1998). La destination principale qui coïncide au local ou pays où le visiteur reste plus longtemps que n'importe quel autre lieu ou le pays visité pendant le voyage, la destination de la distance maximum qui est le lieu visité plus loin de la résidence et, finalement, la destination motivante qui correspond au lieu qui est le préféré par le visiteur parmi tous ceux qu'ils visitent et sont la principale raison du voyage.

En fonction de la durée du séjour d'un touriste dans une certaine région, lieu ou pays, on peut alors distinguer entre le tourisme de passage et le tourisme de permanence. Le premier résulte des voyages effectués uniquement pendant le temps nécessaire pour atteindre un autre endroit ou pays, but du voyage. Le tourisme de permanence est organisé dans une ville ou dans un pays pour une durée variable, mais qui est plus que le temps que le visiteur reste dans un autre endroit ou pays pendant le voyage.

Actuellement, et tenant compte du degré de liberté administrative, il ya une tendance des pays à libérer de plus en plus les déplacements touristiques internationaux, mais cela n'a pas toujours été ainsi et tous ces pays maintiennent encore des restrictions ou des limitations plus ou moins intenses à ces mouvements.



Selon la liberté que les pays concèdent aux déplacements touristiques, on peut distinguer le tourisme dirigé ou conditionné du tourisme libre. Les réglementations en vigueur dans les pays, qu'ils soient émetteurs ou récepteurs, limitent la liberté de circulation des touristes ou leur accordent la liberté de mouvements.

Mais en réalité, il n'y a de pays qui accordent une pleine liberté de mouvement à tous les visiteurs ni des pays qui les empêchent totalement. En principe, il ya des pays qui accordent une plus grande liberté de mouvement et les pays qui conditionnent ces mouvements.

Selon l'organisation du voyage, quand une personne veut se déplacer dans son pays de résidence ou hors du même, celle-ci peut organiser son voyage de deux manières. La première manière est quand la personne choisit elle-même la ou les destinations qu'elle souhaite visiter en élaborant la conception de son propre voyage. La deuxième est quand elle se limite à acquérir, à travers une agence de voyage, un voyage déjà organisé.

Dans le premier cas, la personne ou le groupe de personnes qu'elle intègre fixe le programme et l'itinéraire du voyage qu'elle souhaite effectuer, celle-ci choisit le moyen de transport, le moyen de réservation du logement qu'elle sélectionne et définit la date à laquelle elle souhaite partir et revenir. On peut également modifier le programme qui a été initialement fixé et réserver ou non directement ou par l'intermédiaire d'un agent de voyages, ou on peut également configurer le programme et les services que l'on veut, avec plus ou moins de détails, et demander à une agence de voyage à entreprendre l'organisation du voyage à la personne ou groupe de personnes. Dans ce cas, on dit que le tourisme est individuel, une fois que ce sont les personnes qui, selon leurs goûts individuels ou en groupe qu'elles intègrent, déterminent librement le voyage.

Dans le second cas, un opérateur ou une agence de voyage propose à toute personne, sur paiement d'une certaine somme qui couvre l'ensemble du programme proposé la participation à un voyage vers une destination particulière, selon un calendrier fixé à l'avance pour tous ceux qui achètent ce voyage. Dans ce cas, il est dit que le tourisme est collectif, en groupe ou organisé (avec forfait).

Selon les raisons pour lesquelles les touristes se déplacent, il est possible d'identifier une variété de types de tourisme. Ainsi, les types de tourisme sont identifiés en même

temps, pour des raisons de voyage et par les caractéristiques des destinations et doivent toujours être couplées ensemble.

L'identification des différents types de tourisme nous permet d'évaluer l'adéquation de l'offre existante ou à développer, les motivations de la demande pouvant être conclu que le succès d'une destination peut dépendre de sa capacité à répondre à de diverses motivations.

En établissant la relation entre les motifs qui sont à l'origine de la plupart des mouvements et des caractéristiques des destinations on peut identifier les types de tourisme suivants: tourisme de loisir, tourisme de repos, tourisme culturel, tourisme ethnique, tourisme de nature, tourisme d'affaires et tourisme sportif.

En ce qui concerne le tourisme de loisir, il est à noter que ce type de tourisme a son origine dans la circulation des personnes pour des raisons de curiosité, profiter du paysage, les distractions que les grandes villes offrent pour échapper aux conditions météorologiques défavorables ou simplement «*embellir le bronzage*».

Certaines personnes trouvent du plaisir à voyager simplement en changeant de lieu pour d'autres raisons d'imitation. Ainsi, les destinations qui correspondent à ces raisons sont ceux qui offrent des plages, la beauté naturelle ou les grands centres urbains ou principale attraction.

En ce qui concerne le tourisme de repos, on peut voir que les mouvements inclus dans ce type de tourisme sont ceux qui ont dans son origine des raisons de relaxation physique et mentale, pour obtenir un avantage pour la santé de la reprise des tensions causées par le stress ou des déséquilibres psychologiques causés par le stress de la vie moderne ou de l'intensité du travail.

Pour les voyageurs qui se déplacent pour cette raison, le tourisme apparaît comme un facteur de récupération physique et mentale et cherche généralement les endroits calmes, comme le contact avec la nature, la campagne, les spas ou les lieux qui offrent la possibilité d'accéder à dispenser des soins physiques que les stations de santé modernes. On peut ici aussi inclure les croisières et les séjours à la montagne pour des raisons différentes à celles de pratiquer des sports de neige.

Actuellement, les personnes qui entrent dans ce type de tourisme constituent un important segment de marché provenant principalement de grands centres urbains qui ne dédaigne pas l'animation ou les activités sportives.

Certains auteurs établissent une différence entre le tourisme culturel et le tourisme historique, en réservant la première dans les relations entre les personnes atteintes avec des styles de vies anciens et le second, pour les attractions causées par les «*gloires du passé*» (SMITH, 1989, p.143)<sup>25</sup>.

Compte tenu de l'impossibilité de séparer la culture de l'histoire, y compris dans le tourisme culturel les voyages causés par le désir de voir de nouvelles choses, à accroître les connaissances, connaître les particularités et les habitudes des autres peuples, connaître des différentes cultures et civilisations, du passé et du présent, ou la satisfaction des besoins spirituels.

Centres culturels, musées, édifices religieux (cathédrales, mosquées, temples bouddhistes), les lieux où se sont développés dans le passé, les grandes civilisations du monde, les grands centres de pèlerinage, le pittoresque ou la culture paysanne sont les préférences des touristes qui se déplacent pour les raisons indiquées ci-dessus. On peut également inclure dans ce type de tourisme les voyages d'études.

Le tourisme ethnique est constitué par les voyages qui sont conçus pour observer les expressions culturelles et les modes de vie des peuples «*exotiques*», y compris des visites dans les maisons des indigènes, l'observation des danses et des cérémonies ainsi que la possibilité d'assister aux rituels (MCINTOSH *et al*, 1995, pp.263-271)<sup>26</sup>. En ce sens, le tourisme ethnique se réfère à la circulation des personnes pour établir contact avec des groupes de personnes ou de communautés qui se caractérisent par des modes de vie et de culture d'espèces exotiques ou très différents de celles qui se produisent dans les civilisations du type urbain, comme c'est le cas, par exemple, des esquimaux et des javanais.

---

<sup>25</sup> SMITH, V.L. – *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (Edition by Valene L. Smith), 1989, p.143.

<sup>26</sup> MCINTOSH *et al*. – *Tourism Principales, Practices, Philosophies*. Wiley, 1995, pp.263-271.

Toutefois, les motivations qui sont à l'origine de ces voyages sont fondamentalement culturelles et de ce fait, ces voyages font partie du tourisme culturel. Le tourisme ethnique est désigné par les voyages réservés pour visiter les amis et la famille (*Visiting Friends and Relatives* – VFR, dans la désignation anglo-saxon) pour participer dans la vie quotidienne avec les populations locales ou à visiter les lieux d'origine.

On inclut dans ce type de tourisme les voyages effectués dans le pays d'origine par les autochtones d'un pays, ou leurs descendants comme les résidents à l'étranger et qui, dans de nombreux cas, représentent un marché très important.

Les portugais et leurs descendants vivant à l'étranger constituent un vaste marché potentiel pour le Portugal avec une motivation pour visiter le pays plus fort que celui des citoyens des pays dans lesquels ils résident.

Pour ce type de tourisme, il est également important de mentionner que les frontières portugaises ne se réfèrent pas à la collecte systématique d'informations sur le mouvement des habitants résidents à l'étranger, il n'est donc pas possible d'évaluer l'importance qu'ils assument pour le tourisme portugais.

Le tourisme de nature se manifeste de deux manières différentes: le tourisme vert et de l'écotourisme (GRABURN, 1989, p.39)<sup>27</sup>. Le tourisme vert concerne les différents aspects de la terre, de la mer et du ciel avec son état de pureté. À son tour, le tourisme écologique ou écotourisme inclut le voyage dans les espaces naturels afin d'observer et de comprendre la nature et l'histoire naturelle de l'environnement, en prenant soin de maintenir inchangé l'intégrité de l'écosystème.

La motivation dominante réside dans la volonté du «*retour à la nature*» dans la contemplation de l'environnement naturel et l'évasion de l'environnement urbain. Les visiteurs apprécient traverser les montagnes et les forêts et observer les relations entre les gens et la terre. Ce type de tourisme comprend des visites ou des activités liées à l'agriculture, tels que la production de thé et de bétail exotique.

---

<sup>27</sup> GRABURN, N.H.H. – *Tourism: the Sacred Journey, Hosts and Guests, the Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (Edition by Valene L. Smith), 1989, p.39.

Les destinations typiques sont le *Grand Canyon* ou le *Yellostown Park*, aux EUA, les Pics d'Europe en Espagne, le Gerês au Portugal, le Pantanal au Brésil ou le Mont Blanc en France et en général tous les endroits qui permettent la photographie, l'alpinisme, le canoë, ainsi que toutes les activités liées à la nature ou l'observation de la flore et de la faune.

Les affaires et les professions ont entraîné le déplacement d'un grand nombre de personnes qui ont donné lieu à des mouvements touristiques importants d'une grande importance économique. Pour des raisons liées aux affaires et à l'exercice de professions, les gens se déplacent pour assister à des réunions, des conférences, des missions, des expositions ou des foires pour établir des contacts avec des entreprises ou réaliser des affaires et ces déplacements donnent lieu à des comportements de type touristique.

Les visites dans les principaux centres industriels, centres de recherche scientifique et technologique ou à la production agricole ou d'élevage donnent aussi lieu à d'importants mouvements touristiques.

Ce groupe regroupe les voyages organisés par les entreprises pour leurs salariés, ou sous forme de récompense (*incentive*), ou pour participer aux réunions de contact avec d'autres personnes qui travaillent dans des lieux ou des pays différents et les voyages qui servent pour effectuer des relations publiques et que, dans l'ensemble, se désigne de «*voyages de récompense*».

Les destinations privilégiées sont celles qui ont des centres de congrès et d'expositions et les grands centres urbains ou industriels.

Ce type de tourisme assume une importance accrue pour les locaux ou les pays visités par le fait que généralement, les voyages sont organisés en dehors des périodes de vacances et payés par des entreprises ou des institutions auxquelles appartiennent les voyageurs.

Les motivations sportives sont liées aux personnes de tous les âges et de toutes les couches sociales pour assister à des événements sportifs, tels que les tournois de football ou les courses olympiques, ou à la pratique de nombreux sports tels que le tennis, le golf ou le ski. Dans le premier cas, le sport apparaît comme un spectacle pour

que les voyageurs assument une attitude passive et dans le second, l'activité sportive résulte de la participation active d'un voyageur.

Le sport motive les déplacements qui servent pour assister à un spectacle lorsqu'il donne naissance à des courants touristiques mais ne permet pas que les destinations se structurent sur cette base. Cependant, quand le but est la participation à une activité sportive, celui-ci peut donner lieu à des destinations touristiques structurées en fonction du sport, tels que les centres de golf ou de ski.

Les tendances actuelles de la demande, dont la préférence pour des vacances actives prend une importance croissante exigent que le développement d'un centre touristique soit accompagné d'un équipement approprié pour la pratique des sports.

Il n'y a pas de barrières ou des séparations entre les différents types de tourisme qui viennent d'être mentionnés et beaucoup d'entre eux coexistent dans les mêmes destinations. D'une part, le même visiteur peut être mené au même moment, à se déplacer pour des raisons différentes et d'autre part, chaque destination offre plus ou moins de diversité d'attractions.

La diversité des motivations des visiteurs et des attractions des destinations mènent à établir des relations entre les différents types de tourisme. Chaque type de tourisme a sa propre échelle de valeurs et origine des courants touristiques, mais deux ou plusieurs types de tourisme peuvent être combinés sur le même voyage.

On peut également se déplacer à un endroit (destination touristique) et y être attirés par plus d'un type de tourisme. Par exemple, ceux qui visitent Lisbonne peuvent le faire, simultanément, pour visiter les monuments (tourisme culturel), jouer au golf (tourisme sportif) et visiter des amis ou la famille (ethnique).

Le concept de loisir ou aussi connu comme «*l'oisiveté*» vient de l'étymologie latine de «*l'otium*», qui signifie repos. Il est essentiel pour une bonne compréhension de la notion de loisir de distinguer le loisir du temps libre.

Le loisir est «*l'ensemble des occupations auxquelles l'individu peut se rendre volontairement, soit pour se reposer, soit pour s'amuser, pour se recréer ou pour développer sa formation désintéressé, sa*

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
*participation sociale volontaire ou libre, après s'être débarrassé de ses obligations professionnelles, familiales et sociales*» (DUMAZEDIER, 1988, p.34)<sup>28</sup>.

Le loisir est «*l'activité à laquelle les gens se livrent librement en dehors de leurs besoins et des obligations professionnelles, familiales et sociales, pour se détendre, s'amuser, accroître leurs connaissances et la participation sociale spontanée, libre exercice et la capacité créative*» (DUMAZEDIER, 1988, p.78). Par conséquent, on considère le loisir, bien que beaucoup ont tendance à l'appeler temps libre, toutes les activités avec la liberté de choix et de possibilités qui concernent des cas individuels et qui ne sont pas limités à un emploi formel et sont réalisées par des personnes, précisément le temps libre, le temps de loisirs, et le temps qui reste après avoir quitté le travail.

Le loisir ou temps libre est considéré comme la période de temps non soumise à des droits ou obligations. L'homme d'aujourd'hui a plus de temps libre que l'homme d'avant, même qu'il ne soit pas au courant. En pensant aux personnes qui effectuent un travail de quarante heures par semaine et 30 jours de vacances par an, celui-ci peut profiter d'un temps libre de 29,5%, en fonction du nombre total d'heures dans l'année.

Le temps de loisir est né du besoin humain d'être en mesure de divertir et d'essayer d'autres types d'occupations pour les jours où il ne travaille pas, ceci dit, le but du loisir vise à répondre à un repos du temps de travail.

Normalement, le loisir semble être lié à la pratique d'activités physiques, comme le football, le tennis, le basket, la gymnastique, mais aussi en ce qui concerne les activités culturelles comme aller au cinéma, lire un livre, regarder un match, se joindre à un groupe d'amis, ou tout simplement se coucher dans son lit pour se reposer et regarder la télévision.

Ainsi, le loisir est le temps que chaque personne a après son travail et études, dormir et effectuer d'autres besoins essentiels comme la nourriture, le shopping, prendre soin des membres de la famille, l'hygiène et le travail que l'on fait à la maison constituent des obligations professionnelles, familiales et sociales. Toutes les activités qui impliquent une obligation ou résultant d'un rapport de caractère compulsif, quelle que soit leur nature, ne font pas partie du loisir.

---

<sup>28</sup> DUMAZEDIER, J. – *Révolution Culturelle du Temps libre et Pratiques Touristiques*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques, 1988, pp.34 -78.

En ce sens, le temps de loisir est un temps ainsi que le travail avec des heures spécifiques à réaliser. Par exemple, le loisir se développe habituellement pendant les périodes où les gens ne sont même pas en train de travailler ou d'étudier. Par conséquent, les jours où l'on peut voir plus de gens en train de pratiquer des activités de loisirs sont le week-end, pendant la semaine après les heures de travail. Cette affirmation s'applique clairement aux gens qui ont ce qu'on appelle un travail de routine «*normal*», qui par convention est un travail du lundi au vendredi de 9 à 18 heures.

Il est étudié et prouvé que l'homme a besoin d'un peu de temps libre et de loisir pour se détendre et reposer l'esprit des problèmes. Sans aller plus loin nous assistons aujourd'hui à des conséquences terribles pour les personnes qui n'ont pas de temps libre pour se reposer: le stress et les maladies associées sont le meilleur reflet de ce manque de temps de loisir que nous nécessitons tous pour vivre, travailler et rester en bonne santé.

Par conséquent, le loisir s'oppose aux obligations. Selon Dumazedier (1988, p.52), «*il n'y a aucun doute que les activités suivantes sont classées comme opposition au loisir*». Ces activités, référencées par Dumazedier, sont le travail professionnel, le travail supplémentaire (connu aussi comme travail de complémentation) et les travaux domestiques (faire le ménage, la partie directement utilitaire pour l'élevage d'animaux destiné à la nourriture, au bricolage et au jardinage). Les activités de maintenance (repas, soins d'hygiène du corps, le sommeil). Les activités rituelles ou liées à des cérémonies, résultant en une obligation familiale, sociale ou spirituelle (visites officielles, anniversaires, réunions politiques, des services religieux). Les activités liées aux études intéressées (cercles et cours de préparation ou d'un examen scolaire ou professionnel).

Le loisir est exercé en marge des obligations sociales. Ce temps varie en fonction de la forme et de l'intensité du réglage individuel des exigences. Ainsi, il y a le temps libéré après l'accomplissement des obligations professionnelles, le temps-libre reste après toutes sortes d'obligations et le temps inoccupé de ceux qui n'ont pas d'occupations professionnelles.

D'un autre côté, le loisir a un ensemble de propriétés et caractéristiques, lesquelles compléteront une série de fonctions. Même si les caractéristiques sont présentes, il arrive ce que Dumazedier (1988, p.63) a appelé semi-loisir, à savoir une activité mixte où le loisir se combine avec une obligation institutionnelle. Cela arrive, par exemple,



quand un praticien de jardinage plante aussi quelques légumes pour leur alimentation ou lors de l'utilisation d'une habilité manuelle pour faire des réparations aux équipements domestiques.

Marcellino (1996, pp.30-46)<sup>29</sup> affirme qu'il n'y a pas de consensus sur ce qui est loisir parmi les spécialistes du sujet ou entre les techniciens travaillant dans ce domaine et beaucoup moins au niveau de la population générale. Le fait, qui apporte des difficultés à aborder le sujet, le calendrier des activités ainsi que sa diffusion indique également qu'il s'agit d'un terme chargé de préférences et de jugements de valeur.

L'auteur affirme que les différences marquées quant à la signification du mot loisir peuvent être observées même dans les conversations informelles. Une grande partie de la population associe toujours le loisir aux activités récréatives ou à des manifestations de masse, peut-être parce que le mot a été largement utilisé dans les promotions des établissements avec des activités destinées au grand public. Marcellino (1996) estime qu'à part du repos et de l'amusement il ya une autre possibilité de découvrir le loisir et, généralement, il n'est pas perceptible. Ainsi, l'auteur affirme que ce n'est pas possible comprendre le loisir seul, car il influence et est influencé par d'autres secteurs d'activité dans une relation dynamique. L'admission de l'importance du loisir dans la vie moderne signifie qu'il faut le considérer comme un temps privilégié pour l'expérience de valeurs qui contribuent à l'évolution morale et culturelle parce que ces changements sont nécessaires pour la mise en place d'un nouvel ordre social. Le mouvement écologique de jeunes et de femmes a soutenu beaucoup de leurs valeurs basées sur l'expérience et la revendication du temps de loisir.

Parmi les auteurs qui se consacrent à l'étude du loisir, deux lignes de pensée peuvent être identifiées en ce qui concerne sa conceptualisation. L'un d'entre eux est caractérisé par une intonation mise sur l'aspect de l'attitude, qui est, le loisir comme mode de vie et l'autre par l'accent mis sur l'aspect du temps, c'est à dire celui qui est libéré des obligations de travail, ou sans d'autres obligations (STOPPA, 1999, pp.163-175)<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> MARCELLINO, N.C. – *Políticas Públicas Setoriais de Lazer*. Campinas: Autores associados, 1996, pp.30-46.

<sup>30</sup> STOPPA, E.A. – *Empresa – A questão do lazer dos profissionais do lazer*. Campinas: Papyrus, 1999, pp.163-175.

Stoppa (1999) affirme que certains autres auteurs critiquent cette définition, considérant que la compréhension de Dumazedier à propos du loisir n'est pas satisfaisante. Stoppa (1999) dans son texte «*Repenser le loisir*», où elle tisse plusieurs considérations importantes dit que Dumazedier, pour tenter d'épuiser ce qu'il considère loisir, n'arrive pas à prendre en compte la dynamique sociale qui se trouve dans les démonstrations des activités de loisir.

Après avoir fait référence à des concepts importants pour mieux comprendre quelles sont les personnes qui peuvent être réellement considérées des touristes ainsi que les différents types de tourisme existants depuis le début de la création du tourisme comme une puissante activité économique au niveau mondial et les formes de loisir que l'on peut développer pendant le temps libre, il est maintenant important d'explorer en quoi consistent les voyages et les différentes étapes du voyage.

## 2 - Voyages

Selon Franck Michel (2004, p.1)<sup>31</sup>, «*le voyage en tant qu'expérience non ordinaire, devient rapidement une aventure extra-ordinaire. Ce qui signifie que tout est possible, du meilleur au pire des comportements, par exemple*». Appliqués au voyage, les trois séquences classiques s'articulent de la manière suivante: départ, séjour et retour. Une fois terminé, un périple se poursuit sans d'autres manières que le déplacement sur place. C'est un autre voyage qui commence, très différent selon qu'on soit touriste organisé fortuné ou nomade errant, par exemple.

Pour de nombreux jeunes, partir en voyage revient à passer un rite d'initiation qui les préparera ensuite à mieux affronter un monde de plus en plus perturbé et au destin incertain. Par ailleurs, il n'existe pas de voyage sans mythe du voyage préliminaire. Le voyage est aussi une école de la vie pour les uns, une étape vers la dérive ou une quête de survie pour les autres.

À l'autre extrême de notre société, les «Travailleurs», recoupant toute une palette de nomades du vide allant du routard au zonard, voyagent également comme d'autres travaillent, mais en quête du nécessaire pour vivre et surtout pour tenter de ne pas sombrer. Ainsi, par le biais du voyage, les premiers construisent leur avenir tandis que les seconds déconstruisent leur présent. Là où certains s'enrichissent du voyage, d'autres pourrissent dans les bas-fonds de la zone.

Les repères sociaux et culturels s'effondrent laissant un vide béant qui fragilise une identité souffrante déjà en proie au doute.

Selon Frank Michel (2004, p.2), «*si se ressourcer au loin n'est pas guérir ici, c'est déjà se soigner un peu et le choc culturel est souvent un choc traumatique*», un rite de passage incontournable pour une autre voie, sinon une autre vie. Le désir d'ailleurs se mue en besoin d'évasion marqué par une double volonté ou obsession, celle d'une séparation et celle d'une quête. Pourtant, le voyage d'abord initiatique devient rapidement thérapeutique, un peu de la même manière dont on passe du voyage au rite ou de l'essence des choses au sens des faits. Le voyage forme donc bien la jeunesse mais non sans des rites très précis et pas évidents pour tous.

---

<sup>31</sup> MICHEL, F. – *Désirs d'Ailleurs: Essai d'anthropologie des voyages*. Québec: Presses de L'UNI Laval, 2004, pp. 1-11.

Le mythe en voyage devient rite plus rapidement qu'on ne le croit souvent, il suffit d'observer les touristes-voyageurs s'empresse de faire de leur mieux pour «coller» au mythe avec le plus de réalisme possible pour se faire rien de tels que des rites de passage appropriés en voyage. Et au Voyage avec un grand «V» car le rituel c'est d'abord l'expérience réelle ou imaginaire du mythe, une fois sur le terrain, sur la plage ou à l'hôtel (MICHEL, 2004, p.2).

Illusion ou réalité, le voyage nous fait pénétrer dans un autre monde, plus ou moins voulu, désiré ou subi: «Voyager c'est fuir du monde sexué des adultes et sa propre finitude. C'est aussi garder l'illusion infantile du sentiment d'éternité et de toute-puissance» (AIRAULT, 1999, p. 21)<sup>32</sup>.

Selon Ortiz (1996, p.72)<sup>33</sup>, le voyage implique la séparation de l'individu de son lieu familiale, ensuite d'un séjour prolongé on the road, pour enfin le réintégrer dans sa propre maison, dans sa terre d'origine. En effet, on quitte un monde pour en découvrir tout un autre, entièrement nouveau et souvent déroutant. Le parallèle avec les rites d'initiation religieuse est saisissant: le néophyte, en religion comme en voyage, quitte son état d'avant profane et ordinaire, pour tenter d'être admis dans un monde sacré et extraordinaire, très éloigné de ses repères habituels, généralement confortables et sédentaires, souvent d'une grande banalité.

Le voyage intègre en son sein et au cours même de son déroulement la plupart des ingrédients des rites de passage, tels que le choc, la peur, la souffrance physique, l'épreuve psychologique, le rapport à la mort, la question de la survie, le moment de la transformation, le traumatisme et le basculement. Le voyageur rencontre en chemin les mêmes épreuves que celles que doit affronter l'anthropologue sur un «nouveau terrain». L'expérience du terrain opère la nécessaire mutation du voir en savoir. Le «terrain» du voyageur ou du chercheur qui peut parfois se révéler être un prétexte fort pratique ne résout pas tout, loin de là car si le «vécu» ne s'y colle pas, le «terrain» tant sacralisé n'est qu'un espace vague qui reste à défricher (CARATINI, 2004, p.35)<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> AIRAULT, R. – *De l'imprévu du voyage à l'usage du monde*. Paris: Psychiatrie française, Vol. 30, n°2, 1999, pp.20-28.

<sup>33</sup> ORTIZ, R. – *Le voyage, le populaire et l'autre*. Paris: L'Harmattan, 1996, pp.71-85.

<sup>34</sup> CARATINI, S. – *Les non-dits de l'anthropologie*. Paris: PUF, 2004, p.35.

Il n'existe pas de voyage sans mythe du voyage préliminaire. Si le voyage nous défait plus qu'il nous fait, comme nous le constatons avec Nicholas Bouvier (1992)<sup>35</sup>, il se construit et se fait avant notre départ. Parcourir les Atlas et rêver d'autres lieux, c'est déjà pleinement voyager. On s'invente un pays avant de s'y rendre et on imagine ses habitants avant de les rencontrer. La magie du voyage commence ainsi bien au-delà du simple acte de lacer les chaussures ou d'acheter son billet d'avion.

Arnold Van Gennep (1981)<sup>36</sup>, dans son étude classique sur les rites de passage publiée au début du siècle, relevait que le voyage est *«avant tout une quête initiatique dans le sens où s'en aller de chez soi relève déjà de l'ordre du sacré»*. Il voit dans le sacré non pas une valeur absolue mais une valeur indicative de situations données: *«Un homme qui vit chez lui vit dans le profane; il vit dans le sacré dès qu'il part en voyage et se trouve en qualité d'étranger à proximité d'un camp d'étrangers»*.

L'œuvre d'Arnold Van Gennep montre surtout que le voyage est propice à tous les débordements, ce en quoi il rejoint la guerre, la fête ou encore le jeu. Les différentes phases du voyage/tourisme correspondent aux rites de passage définis par Arnold Van Gennep, appliqués au voyage, sachant que les trois séquences s'articulent de la manière suivante: Séparation-coupure (préliminaires) = départ/Initiation-isolement (liminaires) = temps du voyage et du séjour/Réintégration - agrégation (post liminaires) = retour.

La séparation avec l'univers habituel plonge un moment le voyageur dans l'inconnu, accusant la rupture, et déjà annonciateur des premiers débordements. Même à l'intérieur de cette séquence, dans le cadre du voyage qui transporte le voyageur de son domicile à sa destination vacancière nous pouvons également remarquer trois sous-séquences relevant en quelque sorte des rites de passage : départ, vol et transit, arrivée. Dans l'univers et l'espace touristiques, l'individu est d'abord passager avant de devenir vacancier. Le voyage n'est finalement jamais autre chose qu'un passage de frontières et une succession de franchissements de seuils.

L'initiation est le temps du voyage et du séjour sur place, c'est un temps hors du temps et le moment privilégié de l'expérience non-ordinaire. C'est aussi le temps du voyage (ou des voyages, des déplacements) à l'intérieur du *«grand»* voyage; c'est une période

---

<sup>35</sup> BOUVIER, N. – *L'usage du monde*. Paris: Payot, 1992.

<sup>36</sup> VAN GENNEP, A. – *Les rites de passage*. Paris: Picard, 1981.

où l'on se laisse aller à être autre dans l'ailleurs, vivre, agir et manger autrement. C'est également plus facile à ce moment-là de partir à la rencontre de l'autre puisqu'on est soi-même plus vraiment soi et un peu autre, ce qui nous rapproche des autres hommes... Au cours de cette séquence, nous ne sommes plus tout à fait nous-mêmes et quittons temporairement nos habitudes mais aussi nos restrictions et nos codes de conduite en société. Tout nous semble soudainement possible puisqu'il n'y a plus de barrières, c'est la porte ouverte aux aventures les plus formidables comme aux excès les plus déplorables... C'est sur cette phase principale de tout voyage qu'il s'agit aujourd'hui de réfléchir pour instaurer, sinon imposer, une véritable éthique du voyage respectueux de la nature et des hommes.

La réintégration n'est pas toujours aisée. Quand on rentre à la maison, c'est d'abord le retour à la morale en revenant à la normale. C'est d'abord la réintégration sociale qui prime. Le voyageur a des passages à vide, voire une période de déprime, il n'est pas encore revenu tout en n'étant plus «là-bas»; c'est une nouvelle phase de transition qui ne se passe pas toujours comme on le souhaiterait: retourner travailler, retrouver ses collègues n'est pas chose évidente lorsque l'on a la tête ailleurs! Il n'est pas facile non plus de parler de son voyage aux gens restés sur place, y compris les plus proches. Car, fréquemment, ce qui apparaît essentiel ou exceptionnel au bourlingueur deviendra futile ou banal pour les écoutants... si ceux-là arrivent toutefois à faire l'effort d'écouter les aventures réelles ou imaginaires mais toujours imagées du voyageur retourné plus encore que revenu. Et, quand le voyageur opte pour une autre alternative que le retour chez lui, il lui arrive de changer du tout au tout: de lieu, de langue, de vêtements, voire de nom et de sexe même, c'est ce qu'on peut appeler avec Jean-Michel Belorgey (1989, pp.239-272)<sup>37</sup> les «*rituels de désertion et d'enracinement*».

Edgar Morin (1965, p.245)<sup>38</sup> parle également de «*rites de ressouvenance*» lorsque l'on refait le voyage à la maison: «*Fuguer, s'enfuir, s'évader, rompre, désertier ou larguer les amarres sont bien plutôt à comprendre comme des images prenant acte d'une autre dimension rituelle du tourisme: celle de la séparation préalable au rite corollaire d'initiation que constitue la phase d'exploration ou de découverte dans le voyage*».

---

<sup>37</sup> BELORGEY, J. M. – *La vraie vie est ailleurs: Histoire de ruptures avec l'Occident*. Paris: Lattès, 1989, pp.239-272.

<sup>38</sup> MORIN, E. – *Pour une politique de l'homme*. Paris: Seuil, 1965, pp.241-252.

Le voyage et son univers médiatique investissent le monde des gens qui ne voyagent pas de fait. Mais, à y regarder de plus près, on constate qu'ils sont de plus en plus nombreux à voyager par procuration, par personnes ou par supports interposés. Ces formes déformées de voyage immobile, additionnées aux voyages reconnus comme tels, sont en augmentation permanente; ils attestent de l'émergence d'une civilisation touristique à grande échelle (MICHEL, 2004, p.11).

Selon Mckean (1977, pp.93-94)<sup>39</sup>, le thème est celui de changement culturel imposé par l'arrivée des touristes, à partir des changements provoqués par l'intrusion d'un système externe émergent engendrent des dissonances au sein des cultures réceptrices plus fragiles, qui sont généralement destructeurs pour la population locale et qui conduisent à une homogénéisation culturelle, l'identité ethnique ou locale passant sous le contrôle d'un système plus développé, une bureaucratie multinationale et une économie basée sur la consommation.

Même si les impacts socioculturels recensés sont très nombreux et différents, il est possible de les regrouper autour d'une dizaine de thèmes principaux, tels que la communauté au sein d'un ensemble plus large qui la dépasse, la nature interpersonnelle des relations, les bases de l'organisation sociale (composition sexuelle et générationnelle, modification du type et de la taille de la famille, transformation d'une population rurale en population urbaine, etc.), le rythme de vie sociale au quotidien, la migration de la population, la division du travail et les changements opérés au niveau du travail féminin, la stratification sociale et professionnelle, les modifications des rapports de pouvoir et les déviations des coutumes et l'art (COHEN, 1984, p.385<sup>40</sup> ; PEARCE, 1986, p.41<sup>41</sup>).

---

<sup>39</sup> MCKEAN, P.F. – *Tourism, culture change and culture conservation in Bali*. La Haye, 1977, pp.93-94. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

<sup>40</sup> Op. cit. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

<sup>41</sup> Op. cit. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

L'ensemble de ces thèmes est traité dans un contexte de relations entre les différents groupes d'acteurs concernés, on retient aussi la dichotomie «*host and guest*» ou encore «*résident et touriste*» (MURPHY, 1984)<sup>42</sup>.

Nous pouvons alors établir trois catégories impliquées dans ce type d'impact (AFFELD, 1975, p.109)<sup>43</sup> comme le touriste lui-même, demandeur de services; le résident, offreur de services et organisateurs au plan local du système ; et, la relation touriste-résident. Il est communément admis que les individus, tout au long de leur vie, et indépendamment de leur société d'appartenance, changent de situation, d'activité et connaissent dès leur naissance une série quasi-continue d'«*exils*».

Chacun de ces changements s'accompagne d'une série d'actions, de motivations, d'expectatives, souvent normalisées, voire réglementées. Ces changements, ces passages (de l'enfance à l'adolescence par exemple), même s'ils ne sont pas absolument identiques au plan du détail, dès lors qu'ils ont le même objet vont utiliser des éléments, des mécanismes analogues pour atteindre leur but (circoncision, «*puesta de largo*», etc.). Ainsi, au cours de chacune de ces étapes, l'individu franchit de nouvelles limites, de nouvelles frontières qui le transforment lui et son environnement social et culturel.

D'une part, l'accès au statut de voyageur ne répond pas forcément à un motif précis et déterminé en toute conscience par l'individu lui-même, voyageur « utile » (MORAND, 1994, p.62)<sup>44</sup>, mais relève d'une labilité, d'un mode de vie et de consommation qui lui est extérieur et imposé. D'autre part, ce passage implique toujours la réalisation d'un cérémonial, d'une série de rites codifiés, une initiation de fait, rite de passage qui touche à l'altérité que l'on peut considérer comme un invariant anthropologique dans le cadre des grandes étapes de la vie d'un individu.

La finalité du processus de passage est de le détacher mentalement de sa vie de tous les jours pour le propulser dans une nouvelle condition, celle de touriste. En effet, s'agissant tout au moins du tourisme international, le passage de l'une à l'autre

---

<sup>42</sup> MURPHY, P.E. – *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen, 1984. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

<sup>43</sup> AFFELD, D. – Social aspects of the development of tourism. In *Planning and development of the tourist industry*. New York: United States, 1975, p.109. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

<sup>44</sup> MORAND, P. – *Le voyage, Monaco*. Ed. du Rocher, 1994, p.62.



condition ne s'effectue pas instantanément et implique que soient au préalable réalisées cinq étapes: processus de décision, conception du voyage, réalisation du voyage, processus de changement et l'expérience interculturelle (rencontre touristique, adaptation, compréhension, abandon de repères, métissage, apatridie), et retour à la société d'origine.

En ce qui concerne le processus de décision, si le voyage est introspectif et, comme volonté de savoir et de recherche du vrai «*a quelque chose de voyeuriste*» (LAPLANTINE, 1998, p.15)<sup>45</sup>, il ne conduit plus, aujourd'hui, sous la forme de la mobilité touristique à la gnose. Les voyages touristiques, en tant qu'illusion de dépaysement, de rencontre de l'Autre et de découverte de l'Ailleurs, sont instrumentalisés par les sociétés qui les produisent et les reproduisent.

Au cours de la première étape, l'individu (touriste en puissance) commence à penser ce qu'il veut faire au long de son voyage, à envisager la possibilité de visiter des lieux nouveaux, de pratiquer des activités différentes, de connaître des cultures étrangères à la sienne et aux traditions du local que celui-ci prétend visiter (sans pour autant qu'il soit obligatoirement question d'exotisme, il peut s'agir par exemple du besoin de connaissance du mode de vie d'habitants de sa propre région). Ainsi, aidé à la fois par les campagnes de communication des entreprises et des organisations touristiques et le «bouche à oreille» de touristes initiés, le touriste potentiel complète son information auprès d'agences de voyages, d'offices de tourisme et de plus en plus souvent d'internet et, ce faisant, se rapproche chaque fois davantage de la condition de touriste.

Dans la deuxième étape (Conception du voyage), le projet de voyage dès lors occupe une partie importante de son temps et le conditionne pour un abandon futur de sa quotidienneté. Dès lors, on peut considérer que se crée une séparation d'avec ses semblables, immédiate (comportement, routines quotidiennes) mais aussi à court terme (expectatives). Même s'il est «habité» par une mémoire collective qui structure sa vision du monde et qui est le résultat d'un imaginaire collectif puissant (CASTORIADIS, 1975)<sup>46</sup>, la culture et les normes sociales de son groupe social vont

---

<sup>45</sup> LAPLANTINE, F. – *Anthropologie de la maladie: Etude ethnologique des systèmes de représentations étiologiques et thérapeutiques dans les sociétés contemporaines*. Paris: Payot, 1998, p.15.

<sup>46</sup> CASTORIADIS, C. – *L'institution imaginaire de la société*. 1975.

être adaptées en vue d'être peu à peu remplacées par les nouvelles modalités de comportement attendues, ou à tout le moins imaginées, et éloigner, séparer l'individu de sa position dans son groupe social d'origine.

Au cours de cette étape, la perception de l'altérité promise peut osciller entre attirance et rejet, fascination et dénigrement comme pour confirmer le caractère kaléidoscopique du couple Altérité / Ailleurs pour le touriste.

Du point de vue de l'imaginaire, ces oppositions résultent de la multiplicité des sources d'images «virales». L'Ailleurs et l'Autre relèvent d'un imaginaire des valeurs, d'un imaginaire médiatique et d'un imaginaire expérientiel. L'imaginaire des valeurs renvoie, par exemple, aux valeurs orientales (spiritualité, non violence) pour l'Asie, à une certaine douceur de vivre (farniente, soleil, plage..) pour les îles. L'imaginaire médiatique fournit quant à lui, des images de contraste social (pauvreté et richesses ostentatoires), de contraste environnemental (nature hospitalière et dangereuse à la fois). Enfin, l'imaginaire expérientiel se nourrit d'expériences lues, vécues et/ou racontées, parfois liées à un imaginaire familial (missionnaire, aventurier, soldat, coopérant relevant de la généalogie familiale) et laisse entrevoir les aventures, les épreuves et les rencontres insolites et enrichissantes à vivre dans l'Ailleurs (AMIROU, 1993, pp.119-125)<sup>47</sup>.

Cette phase de séparation culmine au moment de l'abandon du milieu quotidien lorsque l'individu franchit la frontière physique pour entrer en pays étranger. Pendant la réalisation du voyage, au fur et à mesure qu'il pénètre le monde touristique, ce dernier va prendre le pas sur le quotidien, conditionner chacune de ses activités et contacts, organiser ses loisirs, aventures et découvertes. Au cours de cette étape, l'habitus de l'individu va être modifié pour présenter des caractéristiques socioculturelles ambiguës ou à tout le moins qui échappent aux classifications standard dont il relèverait dans son espace culturel d'origine. L'Autre, cet inconnu, génère peur et méfiance qui rendent plus difficile la rencontre.

L'expérience interculturelle amène de fait, à une rupture avec certains préjugés mais aussi certaines certitudes, fruits d'une longue période de rapports inégaux. Cette rupture

---

<sup>47</sup> AMIROU, R. – *Imaginaire touristique et sociabilités de voyage*. Traduction de Francisco Dias. Porto: Estratégias Criativas, 1993, pp.119-125.

est la condition *sine qua non* de la rencontre, et de sa magnitude va dépendre le niveau d'interpénétration de la rencontre. On peut distinguer plusieurs niveaux depuis la simple mise en présence, que l'on peut qualifier de rencontre touristique de base, rencontre dénuée de tout échange sur le plan interculturel, quantitativement la plus nombreuse, qui peut parfois évoluer vers une rencontre de type adaptation, voire compréhension pour aboutir à une créolisation voire une intégration, du métis au transfuge de Belorgey ou à une perte de repères sans compensation, sorte d'«apatridie» (BELORGEY, 2000, pp.10-13)<sup>48</sup>.

Dans la quatrième étape (processus de changement et l'expérience interculturelle), la rencontre et l'expérience de l'interculturalité ne va pas de soi et tous les voyageurs ne sont pas à même de profiter de l'occasion, de l'expérience d'un aller et retour entre deux territoires, deux cultures, deux manières d'appréhender la réalité au quotidien. Au cours d'un voyage qui dépasse la simple rencontre, il est possible d'observer un double franchissement du miroir de l'altérité et de la différence et le voyageur, comme l'anthropologue, peut passer de lui-même (structuration liée à sa propre culture) à l'Autre (déstructuration au travers de représentations préalables, compréhension) pour revenir, mais nous le verrons, pas toujours (créolisation, métissage, apatridie), à lui-même (restructuration par la mise en perspective de l'altérité). La rencontre touristique ou rencontre provoquée, mise en scène par la médiation de l'activité touristique, suppose une rupture, une ouverture dans le schéma relationnel routinier du touriste plus qu'une véritable mobilité physique «*Le sage a beau voyager, il ne change pas de demeure*» (proverbe chinois).

Il est facile de souligner avec David-Neel (1972)<sup>49</sup> qu'on peut parcourir de grandes distances, et les moyens modernes de transport nous y aident, donc se déplacer sans pour autant rencontrer l'autre, «*à l'étranger, on n'emporte pas ses habitudes ; sinon, on ne voyage pas, on ne fait que se déplacer*». Le sens du voyage est tout entier dans cette envie, ce besoin parfois de rencontre. Le voyageur est celui qui, à la manière de «*l'exode*» de Segalen, est attentif à l'interaction avec l'étranger et avec le milieu traversé «*pour faire une bonne rencontre touristique, il faut d'abord aimer les hommes*»

---

<sup>48</sup> BELORGEY, J.M. – *Transfuges, Voyages, ruptures et métamorphoses : des occidentaux en quête d'autres mondes*. Paris: Éditions Autrement, n° 66, Octobre 2000, pp.10-13.

<sup>49</sup> DAVID-NEEL, A. – *Le sortilège du mystère*. Éditions Plon, 1972.

(BASTIDE, 1948)<sup>50</sup> mais aussi peut-être avoir des «*dons particuliers*» (BASTIDE, 1971, p.232)<sup>51</sup>.

L'échange dans les interactions sociales durant le voyage sous l'angle de la théorie des échanges sociaux appliquée au tourisme met en évidence des rencontres asymétriques, au caractère déséquilibré, la rencontre «*peut constituer une opportunité pour des échanges gratifiants et satisfaisants ou bien, au contraire, stimuler et renforcer les élans d'exploration des amphitryons, en créant des méfiances et des ressentiments chez les visiteurs*» (SUTTON, 1967)<sup>52</sup>.

Cette asymétrie peut être perçue comme la cause des perceptions négatives des résidents concernant le tourisme (PEARCE, 1989)<sup>53</sup>, qui à partir de cette même théorie retrace une séquence type de rencontre touristique, tels que dans une première phase, l'initiation de l'échange qui vise la satisfaction des besoins (besoins/demande du touriste face aux ressources/offre des résidents), dans une deuxième phase, l'activation de l'échange qui vise l'obtention de bénéfices mutuels mais qui peut se solder par un déséquilibre plus ou moins prononcé, en fonction du mode d'application des principes de justice, de rationalité et de réciprocité et dans une troisième phase, l'évaluation de l'échange qui conditionne l'intensité de sa poursuite, selon qu'il est perçu de manière positive ou négative. Les touristes, mais aussi les populations d'accueil, peuvent cesser ou au contraire intensifier leurs interactions selon que le bilan coûts/avantages (économique, environnemental, socioculturel) est positif ou non. Ainsi, sur le plan culturel une demande forte des touristes peut être accueillie favorablement par la population locale lorsqu'elle y voit un moyen de valoriser une culture locale et parfois de préserver voire de «*ressusciter*» des traditions (BATAILLOU, 2007)<sup>54</sup>.

---

<sup>50</sup> BASTIDE, R. – *Introduction aux recherches sur l'interpénétration des civilisations*. Paris: Centre de Documentation universitaire, 1948.

<sup>51</sup> BASTIDE, R. – *Anthropologie appliquée*. Paris: Payot, 1971, p.232.

<sup>52</sup> SUTTON, W. A. – Travel and understanding: notes on the social structure of touring. In *International Journal of Comparative Sociology*, 8, 1967.

<sup>53</sup> PEARCE, D. – Spatial patterns of package tourism in Europe. In *Annals of Tourism Research*, 1987.

<sup>54</sup> BATAILLOU, C. – Tourisme et authenticité. In *Actes du colloque*, 3èmes Journées Académiques du Tourisme. Marrakech: Éditions PUP, 2007.

Toutes les mobilités touristiques ne donnent pour autant pas lieu à rencontre et les séjours carcéraux des touristes cénobites, institutions totales au sens de Goffman «*lieux de résidence ou de travail où un grand nombre d'individus, placés dans une même situation, coupés du monde extérieur pour une période relativement longue, mènent ensemble une vie recluse dont les modalités sont explicitement et rigoureusement réglées*» (GOFFMAN, 1968)<sup>55</sup>, sont là pour le prouve ce qui n'est pas toujours pour déplaire aux populations locales lorsqu'elles assument leur condition d'acteurs touristiques «professionnels», ne souhaitant pas mélanger le front office montré, «vendu» au public et le back office, espace intime et protégé (GOFFMAN, 1974)<sup>56</sup>.

La rencontre de type adaptation peut se limiter à l'acceptation de l'existence d'une diversité culturelle et sociale. Elle constitue un préalable à une ouverture sur un penser autrement à travers les interactions et les tensions générées par la rencontre, cela au prix d'un effort qui consiste pour le touriste à sacrifier un ensemble de préjugés et de croyances qu'il peut continuer à considérer justes mais qui, dans la rencontre interculturelle, s'avèrent inefficaces. En ce sens, l'expérience interculturelle suppose une activité cognitive, véritable interface entre l'expérience et la prise de conscience de celle-ci. Le touriste a l'occasion de s'intégrer dans l'organisation sociale du pays étranger et de faire l'expérience de l'hospitalité. Hospitalité qui va dépendre de la pression exercée par le tourisme sur la population d'accueil, du degré de cohésion de cette dernière et de son état de proxénie. On peut repérer ainsi au moins trois niveaux depuis l'hospitalité a minima (hostilité, degré de méfiance élevé) jusqu'à l'hospitalité active traduisant un véritable échange interculturel, en passant par l'hospitalité passive (échanges factices) (BATAILLOU, 2007).

Dans ce cadre, on peut considérer que «*cette expérience interculturelle si elle est aboutie, mobilise des intelligences spatiale, olfactive, visuelle, auditive et gustative*» (GARDNER, 1996)<sup>57</sup>. C'est l'occasion pour le touriste de se pénétrer de l'ambiance de la société d'accueil, de goûter la nourriture, de faire preuve de curiosité, de faire abstraction de toute peur et de manifester une capacité d'étonnement, de surprise, d'acceptation de l'imprévu voire de

---

<sup>55</sup> GOFFMAN, E. – *Asiles: étude sur la condition sociale des malades mentaux et autres reclus*. Paris: Éditions de Minuit, 1968.

<sup>56</sup> GOFFMAN, E. – *Les rites d'interaction*. Paris: Éditions de Minuit, 1974.

<sup>57</sup> GARDNER, H. – *Les intelligences multiples*. Paris: Éditions Retz, 1996.

l'improbable. Cependant, rien n'est jamais acquis et le contraire est aussi possible, qui peut aller du désintéressement lié à une simple paresse, à un rejet de l'Autre et de l'Ailleurs (AMIROU, 2007, pp.119-125).

On constate alors un repli du touriste sur un environnement mieux à même d'être maîtrisé, hôtel aseptisé (sécurisation recherchée aux plans de l'hébergement, de la restauration mais aussi de l'accès à un ensemble de services qui vont des soins corporels et esthétiques aux prestations culturelles, le tout « garanti conforme » aux normes occidentales), relations limitées aux autres touristes exclusivement, le plus souvent du même pays voire de la même région (ce que permettent, voire favorisent les séjours organisés). *«Connaissance de l'autre et non voyeurisme. La compréhension ne peut naître que de joies et de douleurs communes. La culture n'est en effet que le reflet de la vie... Encore faut-il la vivre. Saisir une civilisation en termes de destin est à ce prix. [...] C'est le devoir de l'historien, de l'ethnologue, du philosophe, d'en finir avec le temps des colloques, de sortir de ses musées et de ses bibliothèques pour aider l'homme à se découvrir un autre lui-même dans ces "vrais" voyages que sous-tend son imaginaire»* (MALAURIE, 1955)<sup>58</sup>.

La rencontre-compréhension traduit, au-delà de la simple acceptation et tolérance de la phase d'adaptation, la véritable reconnaissance de l'Autre dans sa différence. Il est ici réellement question d'une relation sociale intégrant les différentes logiques culturelles en présence, une véritable médiation interculturelle.

Les observations que nous avons pu effectuer nous permettent de dire que l'accès à ce stade de la rencontre suppose que soient remplies un certain nombre de conditions. Ces dernières tiennent, pour l'essentiel, à la durée et à la personnalité du touriste qui doit être capable d'adopter une intelligence nomade qui ne relève pas *«d'une démarche purement empirique... mais qui revendique une aptitude et une attitude à être en relation impliquant des qualités humaines... ayant comme alliée la tolérance, une souplesse d'esprit, la recherche d'un juste équilibre et une certaine humilité»*(MALAURIE, 1955). Cette intelligence nomade ou cette pensée métisse permet non seulement de mieux comprendre le monde mais aussi de mieux se connaître soi-même.

La durée tout d'abord est un élément déterminant qui conditionne la qualité de la relation interculturelle visée, en effet, il semble difficile d'envisager la création de liens

---

<sup>58</sup> MALAURIE, J. – *Derniers rois de Thulé*. Collection Terre Humaine: Éditions Plon, 1955.

réels et sincères dans le cadre d'une relation de passage (ponctuelle, courte durée).

*«L'exigence d'une durée peut cependant se combiner avec la notion de fidélité, ainsi cette condition sera satisfaite indifféremment par un séjour de longue durée ou par la répétition de courts séjours, ce qui sera le plus souvent le cas compte tenu des modalités de voyages observées le plus fréquemment»* (BATAILLOU, 2007).

La personnalité du touriste et plus particulièrement sa capacité à accepter une fragilisation sur le plan psychologique à travers l'abandon au moins provisoirement de ses habitudes, comportements, points de vue, est également un élément déterminant. *«Il ne s'agit de rien de moins pour lui que d'une tentative d'interprétation d'un registre, d'un univers culturel étranger à ses modes de pensée, le rapport au temps qui structure la vie du salarié occidental-touriste, par exemple»* (BATAILLOU, 2007).

L'accès à cette phase, même s'il suppose acquises les deux précédentes, n'est pas mécanique et traduit une hétérodoxie certaine. Le touriste ne voit plus l'Autre avec un regard judicieux, et ses codes, principes et comportements ne lui paraissent plus être une norme universelle à l'aune de laquelle il pourrait continuer à le mesurer. La gamme des comportements et des symboles qu'il utilise alors est d'une grande ampleur, et personne ne s'étonne par exemple, de ses assortiments de vêtements, chaussures, «justifiés» pour plus de commodité, de fraîcheur.

Ces manifestations vestimentaires peuvent paraître puériles, non réfléchies, mais ce n'est pas toujours le cas et il me semble important de prêter attention aux individus qui les vivent, fondamentalement, comme les prémisses d'une perte de repères tels le statut, le rôle et la position sociale, au contact du système social visité.

Il peut avoir deux conséquences : *«le touriste qui perd ses repères en adoptant ceux de la culture d'accueil devient «métis» voire transfuge; à l'inverse, si la perte de repères n'est pas compensée, il devient «apatride»»* (BATAILLOU, 2007).

L'acquisition des données culturelles et sociales dépend de l'implication de chaque individu et de ce fait, les temps chronologique et interculturel (dont la valence idiosyncrasique est très élevée), ne coïncident pas forcément. L'intégration suppose, au-delà d'une pluri-appartenance, un approfondissement, un enrichissement liés à une ténacité mêlée d'humilité *«quête incessante d'une perfection inaccessible»* (GUILLERMAZ,

1989, p.27)<sup>59</sup>, une véritable entéléchie. Il s'agit là d'une véritable conversion à une mutation culturelle, la logique étant dès lors pour Barbier (2004)<sup>60</sup> «non plus d'être ou ceci ou cela (de la culture A ou de la culture B), pas plus que d'être et ceci et cela (à la fois de la culture A et de la culture B) mais plutôt de n'être ni ceci ni cela (ni A ni B, mais d'une autre culture métis C), en train de s'inventer dans une aventure individuelle».

Les voyages et peut-être plus encore, les récits de voyage m'ont toujours passionné, et mes expériences répétées d'expatriation durant quinze ans peuvent trouver là une explication. Voyages d'exploration avant tout (en Afrique et au Moyen-Orient, tout particulièrement), mais aussi voyages à la recherche d'un dépassement à travers un exploit sportif dans des contrées et dans des conditions matérielles réputées difficiles, voyages littéraires également, Mérimée, Chateaubriand, Taine, Byron... Ces pratiques tournent autour de deux pulsions, la transgression et la transmutation. La transgression se caractérise par le scandale causé par l'attrait de l'Autre dans une proportion «passant celle que l'Occident dont ils étaient issus était en mesure de tolérer». La transmutation, de son côté, se manifeste dans l'abandon de l'attitude touristique conventionnelle qui se traduit par la volonté de ramener des souvenirs «typiques» attestant de la réalité du voyage et/ou à aider les populations rencontrées. Les *homo mobilis* transfuges visent «seulement» un bouleversement profond de leur personnalité (BELORGEY, 2000, p.13).

Ces voyageurs extraordinaires sont souvent animés par un désir de métamorphose telle que la décrivent la mythologie classique mais aussi plus près de nous les mythes contemporains de la mobilité sociale, de l'hybridation, de la créolisation voire des croyances en la transmigration des âmes. Pour les *homo mobilis* transfuges, le voyage n'est d'ailleurs pas systématiquement synonyme de déplacement, la recherche de l'Autre est un voyage avant tout hors de soi-même (BATAILLOU, 2007). On peut repérer une similitude dans les traits psychologiques de ces individus qui peuvent, pour l'essentiel, se regrouper autour d'une attitude dérèstique ou d'un déficit d'identité et d'un problème de statut social qui se matérialise par tout à la fois un désir de rupture et d'enrichissement.

---

<sup>59</sup> GUILLERMAZ, J. – *Une vie pour la Chine, Mémoires 1937-1989*. Paris: R. Laffont, 1989, p.27.

<sup>60</sup> BARBIER, R. – *L'approche transversale, l'écoute sensible en sciences humaines*. Paris: Anthropos, 2004.



Certains touristes, à l'image des apatrides perçoivent une absence de protection juridique de leurs libertés et de leurs intérêts. Cette perception d'une absence de droits garantis s'accompagne réciproquement d'une absence de devoirs qui peut s'illustrer à travers certains comportements a-civiques. On assiste à la suppression de nombreux tabous, peurs, interdictions ressentis dans le pays d'origine et conduisant dans le pays d'accueil à un abandon de l'obéissance aux «règles» et à la «moralité» Il en ainsi du non respect de normes pourtant intégrées et acceptées dans le pays d'origine telles que la protection de l'environnement, le respect des règles de voisinage, le paiement de taxes, le respect des droits des enfants (tourisme sexuel). Dès lors «l'infirme du national» (PACAUD, 1999)<sup>61</sup>, dépourvu de toute allégeance juridique, s'il représente dans un premier temps pour le pays qui l'accueille, un espoir de résolution de problèmes notamment sur le plan économique peut devenir une charge voire une menace et engendrer une réaction de rejet.

Le retour à la société d'origine n'est pas systématique, certaines personnes mettent à profit leurs vacances et les voyages qui les conditionnent, pour repérer un lieu où ils résideront plus tard, souvent à l'âge de la retraite, d'autres, nomades des temps modernes, resteront définitivement dans un des pays où les a conduits leur mobilité, leur errance. Le nomade devient alors sédentaire, ce qui montre si besoin en était que nomadisme et sédentarité ne s'excluent pas. D'ailleurs le véritable nomade (touareg, gitan...) voyage avec sa maison et finit par subir une véritable routine, nomadisme n'est pas tourisme, au sens de rupture (BATAILLOU, 2007).

Pourtant, la plupart reviendront, pour cela, il leur faut «... sauter à pieds joints par dessus les jours amers que l'on nomme retour» (MAILLART, 1934)<sup>62</sup>. Et même si leurs parents et leurs amis ne les voient pas différents, ils ne sont plus les mêmes qu'à leur départ, sans pouvoir souvent dire pourquoi. Ce changement et sa portée, ses conséquences sur la culture du pays de départ sont mal connues à ce jour.

L'étendue de ces changements est évidemment liée à la nature du voyage. Cependant même ceux qui n'auront pas choisi une route hors des circuits du tourisme de masse auront été marqué à partir souvent d'un marketing agressif par des images, des couleurs,

---

<sup>61</sup> PACAUD, C. – *Ni d'ici, ni d'ailleurs? Analyse du processus de construction sociale de l'apatridie*. Les cahiers du CERIEM, n°4. Rennes: Éditions EDERIEM, Mars 1999.

<sup>62</sup> MAILLART, E. – *Des Monts célestes aux sables rouges*. Paris: Editions Bernard Grasset, 1934.

des sensations qu'ils auront envie à leur retour de revivre, voire de faire partager. Ces nomades, qu'ils soient diserts, prolixes à la limite de l'égotisme, ou au contraire muets sur leur expérience, incompris ou au contraire porteurs d'un message, sont peu ou prou devenu des étrangers chez eux, à l'image d'Ulysse transformé par son voyage et qui, à son retour à Ithaque, est devenu un étranger, que seul son chien reconnaît (BATAILLOU, 2007).

La réadaptation dans un contexte postexilique peut être difficile et tous nous connaissons des cas où elle a été impossible. L'errant qui en a retiré la quiddité, s'est enrichi de son expérience, et subi une véritable transmutation qu'il peut payer par une nouvelle errance en n'étant ni d'ici ni de là-bas, tandis que celui qui parvient à se réadapter continuera son voyage à l'intérieur de lui-même et prolongera ses découvertes. Il faut d'ailleurs noter que c'est à travers ce retour que le voyage qui apparaît dans ce que nous avons développé supra, comme une désinsertion sociale, est en réalité aujourd'hui, devenue une sorte de norme qui participe de l'insertion. Et ce sont paradoxalement ceux qui ne partent pas qui peuvent être considérés comme le moins inséré socialement parce que marginalisés, stigmatisés dans leur différence à la norme de mobilité imposée socialement (BATAILLOU, 2007).

Après avoir parcouru la consistance des voyages et quelles sont les principales étapes avant, pendant et après la réalisation d'un voyage, il est pertinent d'étudier ce que sont les cultures et les traditions. En effet, le séjour du touriste et les activités qu'il pratique sont toujours directement ou indirectement influencés par les cultures et les traditions existantes dans le pays visité par les gens qui y résident.

### 3 – Cultures et traditions

En sociologie, la culture est définie comme ce qui est commun à un groupe d'individus et comme ce qui le soude. Ainsi, pour une institution internationale comme l'UNESCO: « Dans son sens le plus large, la culture peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances ». Ce «réservoir commun» évolue dans le temps par et dans les formes des échanges. Il se constitue en manières distinctes d'être, de penser, d'agir et de communiquer.

Par abus de langage, on utilise souvent le mot culture pour désigner presque exclusivement l'offre de pratiques et de services culturels dans les sociétés modernes, et en particulier dans le domaine des arts et des lettres.

La culture est «un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises et partagées par une pluralité de personnes, servent, d'une manière à la fois objective et symbolique, à constituer ces personnes en une collectivité particulière et distincte» (ROCHER, 1969, p.88)<sup>63</sup>.

Dans l'histoire, l'emploi du mot s'est progressivement élargi aux êtres humains. Le terme culte, d'étymologie voisine (latin *cultus*), est employé pour désigner l'hommage rendu à une divinité mais réfère également à l'action de cultiver, de soigner, de pratiquer un art.

Le mot culture est parfois employé dans un sens restreint pour désigner l'industrie des «biens culturels», c'est-à-dire les entreprises et activités de production, de distribution et de gestion de droits d'exploitation de spectacles et de contenus audio-visuels reproductibles. Ce secteur, sous l'effet du développement des technologies de l'information et de la communication, est en pleine transformation et son avenir fait l'objet de controverses politiques tendues.

De manière plus spécifique, en éthologie, la culture animale désigne tout comportement, habitude, savoir, système de sens (en anthropologie) appris par un individu biologique,

---

<sup>63</sup> ROCHER, G. – *La fin d'une religion? Monographie d'une paroisse canadienne-française*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal, 1969, p.88.

transmis socialement et non par héritage génétique de l'espèce à laquelle appartient cet individu. La culture se définit en ce sens comme un ensemble de connaissances transmis par des systèmes de croyance, par le raisonnement ou l'expérimentation, qui la développent au sein du comportement humain en relation avec la nature et le monde environnant. Elle comprend ainsi tout ce qui est considéré comme acquisition de l'espèce, indépendamment de son héritage instinctif, considéré comme naturel et inné. Ce mot reçoit alors des définitions différentes selon le contexte auquel on se réfère.

Mais la culture n'est pas réductible à son acception scientifique, car, comme l'indique la définition de l'UNESCO, elle concerne les valeurs à travers lesquelles nous choisissons aussi notre rapport à la science. En ce sens, elle relève davantage de la communauté politique des êtres humains que de l'espèce comme objet de science.

Il y a donc actuellement en français deux acceptions différentes pour le mot culture. D'une part, la culture individuelle de chacun, construction personnelle de ses connaissances donnant la culture générale et, d'une autre part, la culture d'un peuple, l'identité culturelle de ce peuple, la culture collective à laquelle on appartient.

Ces deux acceptions diffèrent en premier lieu par leur composante dynamique, une fois que la culture individuelle comporte une dimension d'élaboration, de construction (le terme «*bildung*» est généralement traduit en éducation), et donc par définition évolutive et individuelle et la culture collective correspond à une unité fixatrice d'identités, un repère de valeurs relié à une histoire, un art parfaitement inséré dans la collectivité; la culture collective n'évolue que très lentement, sa valeur est au contraire la stabilité figée dans le passé, le rappel à l'Histoire.

C'est dans cette dichotomie que ces deux significations peuvent s'opposer. La culture collective comporte une composante de rigidité pouvant s'opposer au développement des cultures individuelles, ou pouvant conduire à des contrecultures, concept qui est inimaginable avec le sens individuel, la connaissance ne pouvant être que positive.

La science, toujours en évolution, n'est de ce fait pas raccrochée au concept de culture individuelle, dans les acceptions populaires, alors qu'elle en est une des composantes principales dans la teneur initiale du terme.

Mais c'est par l'art et l'histoire que les deux concepts se rejoignent. La culture individuelle inclut la connaissance des arts et des cultures, celle des différentes cultures humaines, mais bien évidemment celle affiliée à la culture collective à laquelle l'individu s'apparente.

C'est là le point d'amalgame entre les deux acceptions : la culture individuelle est comprise comme connaissance de la culture collective dont on dépend. Fusionnant ainsi deux acceptions différentes, le terme culture tend actuellement, en France, vers un compromis dans son acception courante, où il désignerait essentiellement des connaissances liées aux arts et à l'Histoire, plus ou moins liées à une identité ethnique.

Les deux sens doivent cependant être analysés distinctement: la culture collective et la culture individuelle se recoupent en réalité, non seulement par leur homonymie, mais aussi par la filiation de l'espèce et de l'individu à une entité culturelle.

L'utilisation populaire du mot culture dans beaucoup de sociétés occidentales, permet de réaliser un classement de son caractère en fonction de croyance, de la consommation de biens ou de l'exercice d'activités considérées comme élitistes: la cuisine, l'art, et la musique par exemple.

Une représentation de la culture consiste à la regarder comme formée de quatre éléments qui sont «*transmis de génération en génération en apprenant*» les valeurs, les normes, les institutions et les artefacts.

En général, les archéologues se focalisent sur la culture matérielle, alors que l'anthropologie culturelle se focalise sur la culture symbolique, encore que les deux groupes s'intéressent aux relations entre ces deux dimensions. De plus, les anthropologues conçoivent le mot «*culture*» pour se référer non seulement à la consommation de biens, mais aussi au processus général qui produit de tels biens et leur donne une signification, et aux relations et pratiques sociales dans lesquelles de tels objets et processus sont imbriqués.

Les systèmes de valeurs comprennent des idées et des matériaux qui semblent importants dans la vie. Elles guident les croyances qui composent la culture en partie.

Il est possible de reconnaître des systèmes de valeur associés de préférence à des civilisations. Ainsi, dans ce qu'on appelle encore l'Occident, il semble que la conservation culturelle se préoccupe beaucoup de la question de la règle, de la mesure, de la loi physique ou sociale, alors qu'en Extrême-Orient, l'affaire la plus importante concerne l'identité dans le monde. Les valeurs des sociétés villageoises (comme en Afrique ou en Amérique latine) portent davantage sur l'équilibre entre l'homme et la nature, garanti par l'intercession des hommes-médecine. Les valeurs des sociétés nomades sont plutôt attachées à résoudre les problèmes des antagonismes inévitables entre groupes sur le territoire commun.

Les normes sont constituées par les attentes sur la façon dont les personnes doivent se comporter dans des diverses situations. Chaque culture a des méthodes, appelées sanctions, pour imposer ses normes. Les sanctions varient avec l'importance de la norme. Les normes qu'une société impose formellement ont le statut de lois.

Depuis le Traité de Maastricht certains aspects de la culture font maintenant partie des responsabilités de l'Union européenne, dans le cadre des principes de subsidiarité. En particulier, l'Union européenne doit veiller à l'application de la politique linguistique européenne, qui pose certaines difficultés de mise en œuvre.

Les artefacts (choses ou aspects de la culture matérielle) décrivent des valeurs et des normes d'une culture.

La culture est aussi indissociable du patrimoine artistique, au sens où elle est un rattachement à des valeurs traditionnelles. Cet aspect de la culture est beaucoup plus marqué en Europe et en Asie, qu'en Amérique et surtout aux États-Unis, pour des raisons historiques évidentes.

Lorsqu'on parle de patrimoine, on pense le plus souvent au patrimoine bâti et à l'architecture, mais c'est aussi la sculpture, la peinture, le vitrail, la musique, la littérature, le folklore et la langue. Depuis plusieurs années, l'UNESCO a développé un programme en direction du patrimoine immatériel pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel avec trois actions clés (UNESCO, 2003: article 2)<sup>64</sup>. La liste du patrimoine immatériel nécessitant une sauvegarde urgente. La Liste représentative du

---

<sup>64</sup> UNESCO – *Intangible heritage domains in the 2003 Convention*. UNESCO, 2003: article 2.

patrimoine culturel immatériel de l'humanité (Géants et dragons processionnels de France et de Belgique ou en Italie, le «Canto a tenore» qui est un chant pastoral sarde). Le Registre de bonnes pratiques de sauvegarde.

La langue est probablement, dans les sociétés humaines, ce qui permet le mieux de véhiculer une culture, tant orale qu'écrite. Le multilinguisme est, au moins officiellement, reconnu dans la politique linguistique de l'Union européenne, comme portant une valeur de diversité culturelle.

Dans la définition que donne l'UNESCO du patrimoine culturel immatériel, la diversité culturelle apparaît comme un élément déterminant: *«Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine»* (UNESCO, 2003 : article 2).

La mondialisation a fait intervenir des enjeux culturels considérables. Après la fin de la guerre froide, on assiste ainsi parfois à ce que l'on appelle un choc des civilisations.

Le développement de la culture de masse depuis les années 1930, dans le sillage de l'américanisation, a favorisé des modes de consommation et de production qui ne sont plus forcément aujourd'hui compatibles avec les contraintes sociétales contemporaines.

Ce changement de conception du patrimoine n'est pas sans avoir de conséquence sur les représentations sociales et la psychologie sociale des communautés, puisque les traditions vivantes et documentaires sont reconnues au même titre que les monuments et œuvres d'art du passé.

La disparition d'une culture n'est donc pas nécessairement la mort d'un organisme, mais le passage à une autre configuration conversationnelle; l'abandon de certaines métaphores collectives pour d'autres. L'analogie avec l'évolution des formes vivantes demeure intéressante et fructueuse car, comme les cultures langagières humaines, les espèces biologiques sont les produits d'une histoire: elles ne meurent pas comme les organismes, mais se transforment.

Il est possible que la culture mondiale en formation réduise la richesse des possibilités des milliers de cultures encore existantes, mais elle pourra difficilement absorber dans un modèle unique les différentes passions fondamentales dont elle est le lieu d'expression, non seulement dans l'art ou la religion, mais aussi dans l'activité pratique et dans le débat politique.

Ainsi, les cultures de différents groupes sociaux (culture populaire, par exemple) peuvent comporter des formes de connaissances plus variées ou plus particulières. Par rapport à ces formes de culture, la culture générale est le fond de culture minimal que devrait posséder un individu pour pouvoir s'intégrer dans la société.

L'invention des traditions est essentiellement un processus de formalisation et de ritualisation caractérisé par la référence au passé, ne serait-ce que par le biais d'une répétition imposée. Le processus réel de création de tels complexes rituels et symboliques n'a pas été étudié convenablement par les historiens (HOBSBAWM, 1995)<sup>65</sup>.

Les traditions qui semblent anciennes ou se proclament comme telles ont souvent une origine très récente et sont parfois inventées. L'expression «*tradition inventée*» est utilisée dans un sens large, mais non pour autant imprécis (HOBSBAWM, 1995, p.2). Elle inclut à la fois les «*traditions*» qui ont été effectivement inventée, construites et instituées de façon très officielle et celles qui émergent de manière plus indistincte au cours d'une période brève et datable, peut être quelques années à peine, et s'établissent d'elles-mêmes avec une grande rapidité.

Les traditions inventées désignent l'ensemble de pratiques de nature rituelle et symbolique qui sont normalement gouvernées par des règles ouvertement ou implicitement acceptée et qui cherchent à inculquer certaines valeurs et normes de comportement par la répétition, ce qui impliquent automatiquement une continuité avec le passé. Ce qui fait que là où c'est possible elles tentent habituellement d'établir une continuité avec un passé historique.

---

<sup>65</sup> HOBSBAWM, E. – *Inventer des traditions*. Enquête, 1995, pp.171 – 189. Mis en ligne en Juillet 2013. Consultable en <http://www.enquete.revues.org/319>.



C'est le contraste entre le changement permanent, l'innovation du monde moderne et la tentative de structurer au moins certaines parties de la vie sociale comme immuables et invariants qui rend l'invention de la tradition si intéressantes pour les historiens des deux derniers siècles.

La tradition, en ce sens, doit être clairement distinguée de la coutume qui domine les sociétés dites traditionnelles. L'objet et la caractéristique des traditions, y compris des traditions inventées, c'est l'invariabilité. Le passé, réel ou fictif, auquel elles se réfèrent, impliquent des pratiques stables, formalisées de façon normative, se prêtant à la répétition. Dans les sociétés traditionnelles, la coutume a la double fonction du moteur et du volant. Elle n'exclut pas, jusqu'à un certain point, l'innovation et le changement, quoique de toute évidence l'exigence d'un changement qui soit en apparence compatible avec ce qui le précède, voire identique à lui, lui impose des limites substantielles. Donc, elle donne à tout changement désiré ou à toute résistance à l'innovation la sanction d'un précédent, d'une continuité sociale et d'une loi naturelle telle qu'elle s'exprime dans l'histoire.

La coutume ne peut se permettre d'être invariable, car même dans les sociétés traditionnelles, la vie ne l'est pas. Le droit coutumier ou la loi commune montre qui précède. La coutume est ce que font les juges, la tradition est la perruque, la robe et les autres attirails formels, les pratiques ritualisées qui entourent la substance de leur action. Le déclin de la coutume change inévitablement la tradition dans laquelle elle est habituellement imbriquée.

Une seconde distinction doit être faite entre la tradition, telle que nous l'entendons et la convention ou la routine qui n'a pas de fonction symbolique ou rituelle significative en tant que telle, même si elle peut en acquérir un accessoirement. Il est évident que toute pratique sociale qui a besoin d'être effectuée de façon répétitive, va tendre par commodité et efficacité, à développer un ensemble de telles conventions et routines, lesquelles vont être formalisées dans l'intention de faire connaître la pratique en question aux nouveaux pratiquants. Ceci s'applique à des pratiques sans précédent, qu'à celles qui sont depuis longtemps familières.

De tels réseaux de conventions et de routines ne sont pas des traditions inventées tant que leurs fonctions restent techniques plutôt qu'idéologiques. Ils sont conçus pour

faciliter des opérations pratiques facilement identifiables. Ils sont habituellement modifiés ou abandonnés pour s'accorder à des besoins pratiques qui changent, en tenant toujours compte de l'inertie que toute pratique acquiert avec le temps ainsi que de la résistance émotionnelle à toute innovation des gens qui lui sont attachés. Il en est de même des règles reconnues des jeux ou d'autres modèles d'interaction sociale, là où elles existent, ou de toute norme établie de façon pragmatique. Donc, lorsque ces règles sont combinées avec la tradition, la différence est facilement observable.

Nous ne pouvons négliger la rupture dans la continuité qui peut parfois être visible même dans les topos traditionnels d'une antiquité authentique (LLOYD, 1969, pp.134-138)<sup>66</sup>. Une telle rupture est également visible dans les mouvements qui se décrivent eux-mêmes comme traditionnalistes et qui séduisent des groupes qui sont considérés par tous comme les dépositaires de la continuité historique et de la tradition, tels que les paysans (LEWIS, 1978, pp.119-143)<sup>67</sup>.

En effet, l'apparition même de mouvements de défense ou de renaissance des traditions, traditionnalistes ou autres, indique une telle rupture. Communs parmi les intellectuels depuis les romantiques, de tels mouvements ne peuvent jamais développer ou même préserver un passé vivant, mais ils sont condamnés à devenir une «*tradition inventée*». D'un autre côté, la force et l'adaptabilité des traditions authentiques ne sont pas à confondre avec «*l'invention de la tradition*». Là où les vieilles méthodes sont vivantes, les traditions n'ont besoin d'être ni renouvelées ni inventées (RANGER, 1993, pp.73-109)<sup>68</sup>.

Pourtant, on peut supposer que là où elles sont inventées, c'est souvent non parce que les vieux modèles ne sont plus valables ou viables, mais parce que délibérément ils ne sont plus utilisés ou adaptés. L'inadaptation à long terme des modèles préindustriels à une société transformée jusqu'à certain point ne fait pas de doute, mais elle ne doit pas

---

<sup>66</sup> LLOYD, A.L. – *Folk song in England* [1967]. London: Lawrence and Wishart, 1969, pp.134-138.

<sup>67</sup> LEWIS, G. – *The peasantry, Rural Change and Conservative Agrarianism. Lower Austria at the Turn of the Century*. Past and Present, 1978, pp.119-143.

<sup>68</sup> RANGER, T. – *The invention of Tradition Revisited. The Case of Colonial Africa*. London: Macmillan, 1993, pp.73-109.

être confondu avec les problèmes issus du rejet à court terme de vieux modèles par ceux qui les voyaient comme des obstacles au progrès.

Cela n'a pas empêché les innovateurs d'engendrer leurs propres traditions inventées, les pratiques de la franc-maçonnerie en sont un bon exemple, sachant que *«dans les traditions d'origine française, les membres de la loge présentent à tour de rôle, pendant la tenue, des travaux de réflexion symboliques, philosophiques, sociaux ou d'actualité nommés morceaux d'architecture ou plus communément «planches» qui sont ensuite discutés au sein de la loge. Dans les traditions d'origine britannique, ces exposés, lorsqu'ils existent, sont le plus souvent présentés en dehors des tenues rituelles»* (DACHEZ, 2003)<sup>69</sup>. Néanmoins, une hostilité générale à l'irrationalisme, à la superstition et aux pratiques coutumières qui rappelaient des temps obscurs, même si elles ne provenaient pas réellement de ceux-ci, faisait de ces innovateurs des croyants passionnés en la vérité des Lumières, c'est le cas des libéraux, des socialistes et des communistes, insensibles aux traditions anciennes ou nouvelles, comme c'est le cas *«des socialistes qui se retrouvèrent avec un Premier Mai annuel sans presque savoir comment; les nationaux-socialistes exploitèrent de telles occasions avec zèle et raffinement liturgique, en manipulant consciemment les symboles»* (HOBSBAWM, 1995).

En admettant que les traditions inventées *«communautaristes»* représentent le type élémentaire, leur nature reste à étudier. L'anthropologie peut aider à élucider les différences, s'il y en a, entre les pratiques traditionnelles inventées et les pratiques anciennes. Dans ce cas, les rites de passage sont normalement inscrits dans les traditions de groupes particuliers, ce n'était pas habituellement le cas de celles qui furent conçus pour des pseudo-communautés très vastes, probablement parce que ces traditions affirmaient leur caractère immuable et éternel, du moins depuis la fondation de la communauté. Cependant, aussi bien les nouveaux régimes politiques que les mouvements innovateurs pouvaient s'efforcer de rechercher leurs propres équivalents par rapport aux rites traditionnels de passage associés à la religion.

On peut donc observer une nette différence entre les pratiques anciennes et les pratiques inventées. Les premières étaient des pratiques sociales spécifiques, solidement établies, les suivantes tendaient à être assez indéterminées et vagues quant à la nature des

---

<sup>69</sup> DACHEZ, R. – *Histoire de la Franc-maçonnerie Française*. Paris: Presses Universitaires de France, 2003.

valeurs, des droits et des obligations qu'elles inculquaient pour appartenir au groupe:  
*«patriotisme», «loyauté», «devoir», «jouer le jeu», «l'esprit d'école»,* et ainsi de suite.

Ceci dit, l'étude de l'invention de la tradition est interdisciplinaire. C'est un champ d'étude qui rassemble aussi bien les historiens, les anthropologues sociaux que toute une variété d'autres chercheurs en sciences humaines et qui ne peut être convenablement poursuivi sans une telle collaboration.

Après avoir effectué une synthèse des notions de cultures et traditions, il est important de savoir que ces notions sont liées aux mobilités touristiques, à savoir la mise en tourisme des cultures et traditions y compris celles que l'on invente ou réinvente, ce qui pose la question de l'authenticité.

Ceci dit, le tourisme international est, aujourd'hui, un phénomène de masse, son évolution depuis les années 60 peut s'expliquer notamment par l'amélioration des moyens de transport et la baisse relative de leurs coûts, la diminution du temps de travail et l'augmentation du pouvoir d'achat, les progrès de la médecine et la sécurisation médiatisée de nombreux espaces géographiques.

Fait de civilisation, le tourisme est un *«rituel expressif»*, un ensemble de pratiques codées exutoires à une vie considérée souvent comme contraignante et peu valorisante de la société occidentale comme nous le rappelle Alain Laurent (1973)<sup>70</sup> *«Tout se passe en effet comme si les vacances assumaient une fonction à l'échelle de la société globale, ou plutôt un ensemble de fonctions permettant à cette société urbaine et industrielle de se régler sur un mode homéostatique»*. Autrement dit, parce qu'elles jouent un rôle de récompense et de soupape, et par suite d'intégration, les vacances concourent à rendre plus ou moins supportable le monde dans lequel nous vivons, à maintenir du même coût la société globale en l'état, d'où la légitimité du recours au concept cybernétique d'homéostasie.

Lié au cycle annuel du travail mais aussi aux étapes de la vie, notamment mariage et départ à la retraite mais également entrée dans la vie adulte, promotion professionnelle, etc., le tourisme semble avoir pour motivation essentielle la jouissance dans l'Ailleurs et la rencontre de l'Autre. A l'instar d'autres consommations culturelles, *«on se fait un*

---

<sup>70</sup> LAURENT, A. – *Libérez les vacances?* Seuil: Paris, 1973.

*pays*» comme on se fait une toile ou un livre dans une volonté non dissimulée de s'approprier quelque chose sans apporter quoique ce soit en échange (on ne voyage plus, on se déplace). En ce sens, le tourisme peut apparaître aux yeux des populations autochtones comme une forme de néocolonialisme, dans le prolongement des relations asymétriques antérieures avec des pays économiquement plus développés.

Dans ce contexte, la recherche, la quête de l'authenticité peut apparaître de prime abord comme une tentative alternative où une volonté de découverte des populations indigènes, de leurs valeurs, de leur culture est le principal attrait. Le concept d'authenticité est abordé dans cette étude sous l'angle des relations entre les touristes et les communautés locales à partir des travaux du réseau ANT-ARQ (Amérique latine), des principes définis dans la Déclaration de Manille de 1980<sup>71</sup>, la Charte d'ICOMOS de 1999 et la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle (2001), en privilégiant les travaux de Dean Mac Cannell<sup>72</sup>. Ce dernier voit dans le tourisme un rituel central, un paradigme du mode de vie de toute société moderne et complexe ce qui amène à une réorganisation de l'offre autour des 3 «E» (*Entertainment, Excitement, Education*) en opposition au modèle traditionnel des 4 «S» (*Sea, Sex, Sand and Sun*) (MACCANNELL, 1976)<sup>73</sup>.

Le touriste se déplace dans le but d'expérimenter des « *interactions authentiques* » avec d'autres individus qui lui permettent de connaître leur vie quotidienne dans un contexte différent. De fait, la conservation des attributs de certains groupes ethniques peut s'expliquer dans le cadre de l'interaction avec les touristes. La récupération de la mémoire qui est ainsi opérée, mémoire de douleur, de souffrance, d'impuissance mais

---

<sup>71</sup> Déclaration de Manille (OMT, 1980): « *Le droit à l'utilisation du loisir et en particulier le droit d'accès aux vacances et à la liberté du voyage et du tourisme, conséquence naturelle du droit au travail, sont reconnus comme éléments d'épanouissement de la personne humaine par la Déclaration universelle des droits de l'homme ainsi que par la législation de très nombreux Etats. Il entraîne pour la Société le devoir de créer pour l'ensemble des citoyens les meilleures conditions pratiques d'accès effectif et sans discrimination à ce type d'activité. Un tel effort doit être conçu en harmonie avec les priorités, institutions et traditions de chaque pays en particulier.* ».

<sup>72</sup> MACCANNELL, D. – *Turismo e identidad cultural*, in TODOROV et al., *Cruce de culturas y mestizaje cultural*. Barcelona: Júcar, 1988.

<sup>73</sup> MACCANNELL, D. – *Staged Authenticity in The Tourist. A new Theory of a leisure class*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press, 1976.

aussi de solidarité, devient source d'identité, et par là même souvent de résistance face à certaines menaces de contrôle par des groupes sociaux dominants.

Ces derniers réclament un mode d'authenticité qui ne se définit que par son degré de relation avec le sens qu'eux-mêmes donnent à l'authenticité, l'objet authentique doit être proposé par un vendeur authentique et issu d'un mode de production authentique.

Dès lors, la constatation de l'absence d'authenticité ou son corollaire, la présence d'un indigène trop identique dans sa manière de penser, de s'habiller d'adopter les mêmes objets symboliques, dérange le touriste, c'est le classique effet SQUANTO décrit par Clifford (1999)<sup>74</sup>. Squanto était l'indien qui accueillit les émigrants en 1620 à Plymouth, Massachusetts et les aida à affronter les dures conditions de vie durant leur premier hiver sur le sol américain...et qui parlait et se comportait comme un anglais de bonne «souche». La principale conséquence de l'effet Squanto n'est pas tant l'étonnement somme toute normal, lié à la perception d'une anomalie mais plutôt la difficulté éprouvée par le touriste à assimiler, à trouver une explication rationnelle, satisfaisante et en même temps sécurisante au fait que l'indigène qu'il découvre ne correspond pas du tout à la représentation attendue du local dans sa différence fondamentale avec lui-même (BATAILLOU, 2007).

En ce sens, le tourisme ethnique rassure dans sa promesse de rencontre avec de vrais indigènes, le touriste peut y trouver une garantie à sa quête de l'Autre et de l'Ailleurs et éviter de se poser des questions dérangeantes sur d'éventuelles hybridations culturelles et plus fondamentalement sur le processus de construction des identités.

Ainsi, la quête d'authenticité, telle que nous l'avons présentée, a tendance à s'inscrire essentiellement dans un contexte de multi culturalité et à répondre à un système de représentations sociales, à un certain imaginaire des touristes quant aux groupes indigènes, que ces derniers partagent et, il faut le souligner, utilisent en retour pour classer et ainsi simplifier les relations envers des touristes si nombreux et aux cultures si diverses qu'elles imposent cette catégorisation réductrice. *«Cette attitude est, le plus souvent de manière inconsciente, typique d'une discrimination ethnique, d'une absence de reconnaissance réelle, d'un mépris vis-à-vis d'individus sur la base de leur appartenance à un groupe social stigmatisé*

---

<sup>74</sup> CLIFFORD, J. – *Culturas viajeras en Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa, 1999.

*culturellement, on peut parfois constater qu'elle est aussi le support, conscient cette fois, de discours racistes utilisés par des groupes sociaux pour parler de «race» et d'infériorité de certains peuples ou communautés sans mentionner la «race» ni même suggérer l'infériorité» (BATAILLOU, 2007).*

L'emploi du terme culture est alors utilisé systématiquement en substitution de celui de «race», il s'agit alors d'une forme de racisme culturel (BRETIN, 1992)<sup>75</sup> (BALIBAR, 1991)<sup>76</sup> dont on retrouve des manifestations dans de nombreux mouvements sociaux depuis le phénomène «NIMBY» (Not In My Back Yard) jusqu'aux mouvements ethniques qui caractérisent l'univers urbain de l'Angleterre et des Etats-Unis notamment.

Par ailleurs, partie intégrante de la vie de nombreuses communautés locales, le tourisme, tout particulièrement à travers une de ses manifestations, la quête d'authenticité, est un des facteurs de la construction d'identités collectives, conçues sur le plan relationnel et non essentialiste. Barth (1976)<sup>77</sup> souligne à cet effet que «*la conservation des groupes ethniques implique non seulement des critères et des signes d'identification mais aussi des structures d'interaction qui permettent la persistance de différences culturelles*». Le langage mais aussi la tenue vestimentaire ou encore les valeurs morales retenues pour juger certaines situations sont des signes distinctifs d'identité de l'indigène (mais du touriste aussi) dans la confrontation avec des personnes étrangères, de nature relationnelle et dont le pouvoir explicatif se limite à l'interaction avec l'Autre.

Ainsi, les cultures locales sont les principales sources d'identité personnelle, elles sont le cœur de l'identification primaire qui nous permet d'accéder à d'autres paradigmes d'identification secondaire. Les identités nationales, au contraire, sont des constructions sociales qui répondent à des contraintes de cohésion interne des Etats-nation. L'Etat est le mécanisme de médiation d'un ensemble de processus sociaux, il n'est plus que rarement l'expression d'une volonté collective et d'une identité nationale ontologiquement préexistante, au contraire, il construit l'identité nationale à travers

---

<sup>75</sup> BRETIN, H. – *Contraception: quel choix pour quelle vie? Récits de femmes paroles de médecins*. Paris: INSERM, 1992.

<sup>76</sup> BALIBAR, E. – *Is There a "Neo-racism"?* New York: Verso, 1991.

<sup>77</sup> BARTH, F. – *Introducción en Los grupos étnicos y sus fronteras, Fonde de Cultura Económica*. México, 1976.

l'éducation publique, la promotion d'une langue qui garantisse une communication pluriculturelle, une culture (traditions, le plus souvent inventées, mythes fondateurs, folklore) qui assure une homogénéité de valeurs, et une histoire qui permette une identification de sujets différents avec un passé commun. Il est important de souligner ici que la langue et l'histoire imposées sont celles de la culture hégémonique et que c'est ainsi que se met en œuvre la colonisation de l'imaginaire social des cultures secondaires. Or, si l'identité culturelle amène un «*ancrage pour l'auto identification [des personnes] et l'assurance d'une appartenance stable...*» (BATAILLOU, 2007), cela suppose aussi que l'auto estime de l'individu est liée à l'estime dont bénéficie son groupe ethnique ou national. Si une culture ne jouit pas d'un respect général, la dignité et le respect de ses membres vis-à-vis d'eux-mêmes seront menacés. La création d'une culture homogène par l'Etat national soumet, gomme graduellement, les dimensions ethniques et régionales pour aboutir à une identité nationale, la communauté imaginée d'Anderson (1983)<sup>78</sup> et c'est paradoxalement le tourisme dans sa quête d'authenticité qui permet, au moins en apparence de «ressusciter» les cultures locales/régionales.

Il faut ici préciser que la distinction faite communément entre identités individuelles et collectives ne nous semble pas pertinente. En effet, Berger et Luckmann (1968)<sup>79</sup> ont montré que toute identité est individuelle et qu'il ne faut pas confondre le caractère collectif d'une nation ou d'un groupe ethnique avec le concept d'identité collective. Si l'on admet que l'identité primaire de l'être humain est sa nature intrinsèque, fondée sur le potentiel humain universel, les identités culturelles sont des identités secondaires. «*...Du point de vue démocratique, l'identité ethnique d'une personne ne constitue pas son identité primaire, et pour important que soit le respect de la diversité dans les sociétés démocratiques multiculturelles, l'identité ethnique n'est pas la base de la reconnaissance d'une même valeur et de droits égaux. Elever l'identité ethnique, qui n'est que secondaire, à un rang égal voire supérieur à l'identité universelle d'une personne affaiblit les bases du libéralisme et ouvre les portes à l'intolérance*» (BATAILLOU, 2007). Ainsi, l'attitude qui, relevant des thèses multi culturalistes, ressuscite une identité pour mieux l'empêcher d'évoluer, et fige l'Autre dans sa livrée

---

<sup>78</sup> ANDERSON, B. – *Imagined Communities*. London: Verso, 1983.

<sup>79</sup> BERGER; LUCKMANN – *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1968.



de bon sauvage, en valorisant à l'excès les différences, partant les identités secondaires est pernicieuse, conduit à une impasse au plan de la communication interculturelle.

En effet, le respect des identités primaires, traits communs de l'espèce humaine, doit passer avant le respect des identités secondaires (culturelles et de genre notamment). La tolérance est avant tout respect de la différence, la reconnaissance, moteur de l'interculturalité, y ajoute l'appréciation. A la différence de la tolérance, la reconnaissance suppose la compréhension de l'Autre, en se mettant à sa place. La compréhension est elle-même non seulement cognitive mais affective, fondée sur l'empathie, difficile d'éprouver de l'empathie pour son prochain et de le mépriser. L'identité des individus est conditionnée par la reconnaissance ou le mépris manifesté par les Autres. La fausse reconnaissance ou le manque de reconnaissance des identités culturelles peut être une forme d'oppression. C'est le cas des politiques multiculturelles qui appliquent aux cultures les principes d'écologie culturelle, *«la protection des traditions et des formes de vie que représentent les identités doit bénéficier en dernier recours, à la reconnaissance de ses membres, elle ne doit en aucun cas être entendue comme une protection administrative des espèces. Le point de vue écologique de la conservation des espèces ne peut être appliqué aux cultures. Les traditions culturelles et les formes de vie qui les animent se perpétuent par le fait qu'elles conviennent à ceux qui les adoptent et les intègrent dans leurs structures de personnalité, c'est-à-dire parce qu'elles motivent leur appropriation productive et leur poursuite»* (BATAILLOU, 2007).

En conséquence, lorsque la quête d'authenticité favorise en retour la restauration, la conservation et la récréation fictive des attributs ethniques de certains groupes et reconstruit une ethnicité à partir de formes conservées et récupérées pour le divertissement d'autres groupes ethniques, le folklore vient se substituer à la culture et en s'insérant dans le cadre de l'organisation touristique opère une mystification.

Ainsi, en dehors de l'aspect pécuniaire, il semble difficile de penser que la rencontre *«touriste-indigène»* puisse toujours donner lieu à un quelconque enrichissement et que la quête de l'authenticité soit satisfaite. Cependant, et pour autant qu'elle obéisse à une démarche respectueuse d'interculturalité, seule garante de l'exercice de l'autonomie, et du libre choix par les individus de leurs traditions, elle peut participer positivement à la construction par les acteurs de leur propre identité. Tandis que lorsqu'elle se place dans le camp de la multiculturalité et de l'écologie culturelle qui ignorent l'importance du droit à l'autodétermination culturelle, à la confrontation nécessaire des individus avec

leur propre culture et celle des Autres, elle devient un obstacle à l'exercice de l'autocritique sociale comme condition d'une auto transformation culturelle potentielle.

Le tourisme n'est-il pas au fond comme le soutenait Roland Barthes (1957)<sup>80</sup> «une activité inauthentique, frivole et superficielle, caractéristique des pseudo événements de la société capitaliste moderne?»

Après avoir abordé les concepts de touristes, tourisms, loisirs, voyages, cultures et traditions dans ce premier chapitre et leur étroite relation aux mobilités touristiques, à savoir la mise en tourisme des cultures et traditions y compris celles que l'on invente ou réinvente, nous ferons un état de la situation actuelle.

---

<sup>80</sup> BARTHES, R. – *Mythologies*. Paris: Seuil, 1957.

## **B/ La situation actuelle**

Dans ce deuxième point, nous allons étudier la situation actuelle qui se réfère au *sight-seeing*: l'offre et la demande touristique, ainsi que le tourisme de nature.

### **1 – Le sight-seeing: l'offre et la demande touristique**

Le *sight-seeing* correspond au tourisme manipulé par l'offre et la demande touristique. Le secteur du tourisme génère des activités économiques directes et indirectes non négligeables mais est paradoxalement peu étudié en intelligence économique et territoriale. C'est avant tout un objet sociologique, géographique voire culturel (PITTE, 2006<sup>81</sup> ; URBAIN, 2002<sup>82</sup>). Ce secteur peut pourtant devenir un levier essentiel à la compétitivité d'un pays et contribuer à son rayonnement international (OCDE, 2006, pp.141-149)<sup>83</sup>.

L'offre touristique d'une destination, à savoir que se soit un pays, une région ou une localité, est toujours composé d'un large éventail d'éléments, plus ou moins diverses. La diversité des éléments qui la constituent dépend du degré d'intégration atteint dans le développement et le potentiel offert par la destination.

Cependant, dans tous les cas, toute destination doit avoir une offre composée d'un minimum de composantes sans lesquelles il ne pourra pas satisfaire la demande. (CUNHA, 2003, p.131).

Les principales composantes de l'offre touristique sont les ressources touristiques et les infrastructures. Les ressources touristiques (naturelles ou créés par l'homme) sont une composante fondamentale de l'offre. Les éléments de base inclus dans cette catégorie sont, d'un côté, le climat, la flore et la faune, le paysage, les plages et les montagnes qui s'incluent dans les ressources naturelles et d'autre part, l'art, l'histoire, les monuments, parcs thématiques, qui comprennent les ressources créées par l'homme.

Les infrastructures sont fondamentales pour le succès et l'équilibre du développement

---

<sup>81</sup> PITTE, J.R. – *Géographie culturelle*. Paris: Fayard, 2006.

<sup>82</sup> URBAIN, J.D. – *L'idiot du voyage, Histoire de touriste*. Paris: Collection Petite bibliothèque Payot, 2002.

<sup>83</sup> OCDE – Tourism, globalization, social externalities and domestic welfare. In *Research in International Business and Finance*, vol. 18, 2006, pp.141-149.

du tourisme mais cela exige des investissements importants. Les superstructures sont formées par des équipements qui répondent directement aux besoins de la demande touristique, tels qu'hébergements, restaurants, loisirs et amusements, commerces, entre autres. Elles constituent la composante commerciale de l'offre touristique et que son importance seront discutés en détail plus tard. L'accessibilité et les transports sont composés par des voies d'accès ainsi que les moyens de transport et de son organisation. L'hospitalité et l'hôte, l'esprit d'hospitalité, courtoisie, respect, et le désir de servir, ainsi que l'atmosphère, la propreté, l'information et les conditions créées pour accueillir les visiteurs, sont une composante importante de la demande touristique.

Le développement de l'hospitalité est l'un des facteurs les plus importants pour le tourisme et pour en faire une destination plus attrayante. L'attitude favorable envers les visiteurs peut être créé et développé par des programmes d'information publique et de publicité tels que: «*Le soleil de notre sympathie*», «*le Portugal à bras ouverts*», soulignant d'une part, les attitudes qui favorisent la relation avec les visiteurs et, d'autre part, l'importance que le tourisme a sur la vie des résidents.

La croissance continue des voyages commencé après la Seconde Guerre mondiale en raison de l'augmentation du niveau de vie et le développement du transport signifie que la composante du système de tourisme, le plus étudié et qui mérite plus d'attention des analystes et de l'opinion publique, soit la demande touristique. L'effort et l'importance attribuée à cette composante conduit à la demande qui sera identifié avec le tourisme et souvent quand on parle de tourisme et quand on souligne son évolution, nous prenons comme seule référence la demande. Pour beaucoup, le tourisme et la demande touristique sont encore synonymes qui, bien sûr, conduit à une vision erronée et partiel de l'activité, mais reflète la primauté que les mouvements touristiques ont atteint.

Du point de vue économique, le terme *demande touristique* traduit de diverses quantités de biens et de services que les visiteurs, résidents et non-résidents acquièrent un moment donné. Ainsi, la demande touristique est l'ensemble des biens et services que les gens qui se déplacent acquièrent pour faire leur voyage, exprimée en termes de quantité. Ainsi, la demande touristique actuelle prend des formes différentes selon le point de vue que nous accordons.

Fondamentalement, la demande touristique peut assumer des formes physiques, monétaires, géographiques et globales. Dans son expression physique, la demande touristique se traduit concrètement, par la circulation des personnes conformément à la définition du visiteur. En conséquence, elle est donnée par le nombre de personnes qui se déplacent à des endroits différents de ceux où ils résident et où ils mènent leurs activités professionnelles rémunérées.

Par conséquent, la demande physique est constituée par les flux touristiques qui sont évalués par les arrivées aux frontières de chaque pays et par les nuitées dans des logements, soit à partir de leur propre pays ou à l'étranger. Par exemple, si chaque année entrent au Portugal 28 millions de visiteurs, nous disons que la demande étrangère, du point de vue physique se compose de 28 millions de visiteurs (CUNHA, 2003, p.242). À cette demande, nous allons évidemment ajouter le nombre de visiteurs qui, résidant dans le pays, déplacent à l'intérieur du pays pour obtenir la demande physique totale du pays. Toutefois, ce nombre n'est pas connu à cause de l'absence de données. Dans son expression monétaire, la demande touristique est donnée par la valeur de toutes les consommations effectuées par les visiteurs d'origine externe et interne, c'est à dire, la valeur des quantités des biens et services qu'ils achètent à cause de leurs mouvements et qui sont évalués par les recettes touristiques. Ce sont toutes les dépenses réalisées par les visiteurs à cause du voyage qui constituent la demande monétaire.

Ainsi, la demande touristique monétaire au Portugal est donnée par la somme des recettes touristiques de la source externe avec le montant des dépenses effectuées par les résidents au Portugal au cours de leur Voyage dans le pays. Par exemple: si les recettes touristiques au Portugal, de change, sont 6212 millions d'euros, en y ajoutant les revenus provenant de la consommation des résidents dans le pays, lors du déplacement de l'intérieur de la même période, on obtient la demande monétaire globale. Par conséquent, la demande touristique monétaire d'un pays n'est pas identifiée avec le chiffre d'affaires externe, étant toujours de loin supérieure à celles-ci (CUNHA, 2003, p.242).

Du point de vue géographique, la demande touristique exprime les origines et les destinations. Celle-ci définit les endroits où s'engendrent les mouvements touristiques (origines) et les endroits où elles sont traitées afin de satisfaire leurs besoins (destinations). Celle-ci traduit les aspects directionnels des flux touristiques et

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
détermine les zones ou les pays qui la génèrent et endroits ou pays auxquels ils sont destinés.

L'importance de son analyse réside dans le fait de permettre déterminer comment la façon comme se rompt la demande touristique d'un pays du point de vue de l'espace ainsi que des pays ou des lieux où il est originaire et les principales voies d'entrée.

À l'échelle nationale interne, la demande globale d'un pays se mesure par le taux de départ qui exprime la participation de la population dans les voyages. Comme nous l'avons vu, le taux de départ est donné par le rapport entre la population de ce pays qui passe des vacances et sa population totale et détermine la propension à voyager de cette population.

Dans cette perspective, la demande touristique globale provenant d'un pays est la demande qui y est créé, que ce soit pour voyager à l'étranger ou dans le pays même. Toutefois, une partie de cette demande qui voyage à l'étranger ne consomme pas les biens et services dans leur pays, mais dans ceux où ils vont, et il doit donc être exclu quand il s'agit de l'évaluation de la demande intérieure d'un pays.

Comme par rapport à un pays donné, il ya une demande touristique de ses habitants et une demande des produits touristiques produits dans ce pays, il est nécessaire de faire la distinction suivante: la demande touristique globale des résidents d'un pays est constitué par l'ensemble de ceux qui partent en vacances, peu importe l'endroit où il va être , que se soit dans le pays de résidence ou à l'étranger, cependant, la demande globale du pays est composé de résidents qui partent en vacances à l'intérieur du pays additionnée de la demande des non-résidents, ce qui correspond à la demande touristique intérieure .

Quelque soit la forme présentée, on peut également envisager deux grands groupes de la demande touristique. La demande effective qui est constituée par le nombre de personnes qui, dans une période déterminée, participe dans une activité touristique, en d'autres termes qui voyagent pour des raisons touristiques. La demande potentielle qui est la proportion de la population qui, à un moment donné, ne se déplace pas pour une raison quelconque, mais qui a la possibilité de voyager dans un avenir quand il y a des changements de circonstances qui, dans la période considérée, ont empêché l'achèvement du voyage.

L'analyse de la demande touristique et de son évolution au cours des dernières décennies révèle certaines caractéristiques qui sont communes à la plupart des pays et des situations qui peuvent être présentés comme une indication de leurs particularités. En effet, il peut être conclu que, en général, la demande touristique se caractérise par sa croissance soutenue, par son hétérogénéité et sa concentration.

L'évolution constante vers la croissance est une caractéristique générale de la demande touristique qui correspond à une expansion globale et universelle. Au cours des cinq dernières décennies, il ya eu des périodes d'accélération des taux de croissance de la demande touristique internationale ainsi que l'enregistrement d'assouplissements significatifs, mais la tendance générale était toujours le développement. On trouvera difficilement une autre activité qui a gardé une si longue période de croissance malgré les moments de sérieuses difficultés économiques et sociales, politiques et monétaires qui affectent profondément les relations économiques et le commerce international.

L'hétérogénéité est la deuxième caractéristique qui peut pointer vers la demande touristique, sachant que les raisons pour lesquelles les gens voyagent (motivations) sont extrêmement diverses et conduisent à des situations différentes.

Les gens se déplacent pour des raisons de nature purement personnelle (psychologiques) comme pour des raisons sociales (d'imitation, d'affirmation sociale) ou pour des raisons professionnelles (qui font des affaires, participation à des conférences) et familiales (visite à des amis et des parents) et beaucoup d'autres.

La gamme de raisons tend à augmenter et constamment il surgit d'autres raisons pour lesquelles les gens voyagent, ce qui entraîne à une grande variété de types de tourisme et produits. La troisième caractéristique de la demande touristique est sa concentration. En effet, la demande touristique est concentrée dans le temps, dans l'espace et dans les attractifs.

La concentration dans le temps au niveau de chaque destination, pendant quelques mois de l'année, au cours desquels se produisent des courants touristiques plus élevés, ce qui conduit au phénomène de la saisonnalité, dans les conditions actuelles, est inhérente au tourisme. Dans la plupart des destinations touristiques, la répartition de la demande touristique sur l'année est très inégale menant à des périodes de forte demande (haute saison) et des périodes de faible demande (basse saison).

La concentration dans l'espace surgit quand la demande touristique est fortement concentrée dans l'espace, que ce soit en termes de destinations. L'Europe est la région du monde avec la plus forte concentration, non seulement en termes de destination ainsi que d'origine.

Malgré la grande diversité des motifs du voyage, la concentration dans certaines destinations se révèle quand la demande touristique demeure fortement concentrée dans les attractions touristiques. La mer, les montagnes et les grandes villes, où se situent les grands centres culturels, concentrent les attractions les plus recherchés par les touristes et se dirige vers les plus forts courants touristiques. Au cours des dernières années, en particulier depuis les années 80, on a connu une fragmentation croissante de la demande, conduisant à une plus grande segmentation avec la création consécutive de nouveaux et plus diversifiés produits touristiques, mais les attractions touristiques qui attirent le plus grand nombre de touristes continuent à être les trois mentionnés ci-dessus, bien qu'il y a une tendance marquée vers la diversification de la croissance du tourisme d'affaires et de tourisme thématique.

Avec la mondialisation, la demande touristique a connu de fortes mutations, les touristes tenant de plus en plus, par le voyage, à se distinguer et à faire montre d'originalité voire d'engagement. Le choix des produits est ainsi devenu très vaste et le spectre des destinations sans cesse plus ouvert. Mis à part les obstacles à la mobilité liés à la distance, aux formalités administratives (visas), aux facteurs géopolitiques (terrorisme, crises politiques) et sanitaires (vaccins, épidémies), les perspectives de développement du tourisme semblent quasi-illimitées. Cette nouvelle donnée impose aux destinations et aux territoires une sérieuse remise en cause. Pour s'en convaincre, il suffit d'un côté de regarder combien le Maroc ou la Turquie peinent à sortir du cercle vicieux des vacances à bas prix. De l'autre côté, la mise en tourisme des pays en transition (Chine, Europe de l'Est) sur des niches rémunératrices (tourisme d'affaires, thermalisme, JO), montre que ces pays peuvent entrer en concurrence frontale avec les pays occidentaux. Œuvrer à la visibilité et à la lisibilité des destinations touristiques semble donc être l'enjeu de toute politique d'attractivité.

On entend par attractivité touristique le fait, pour une destination, d'attirer des touristes. La qualité de cette attractivité est révélée non seulement par le nombre d'entrées mais aussi par la durée des séjours et surtout des dépenses générées par ces touristes dans le



Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
respect de l'environnement socioéconomique de l'espace mis en tourisme. En d'autres termes, une destination attractive voit son tourisme intérieur s'accroître.

On ne peut concevoir de destination attractive sans acteurs du tourisme compétitifs. Ainsi, dans un contexte international hautement concurrentiel, il est légitime de réfléchir aux moyens dont les acteurs du tourisme pourraient se doter afin de renforcer leur compétitivité/attractivité. A l'évidence aucun d'entre eux (entreprises, collectivités territoriales) ne peut y prétendre de façon isolée.

L'attractivité d'un territoire repose sur trois piliers - le tissu productif, le tissu résidentiel et le tissu touristique - qui sont inégalement valorisés puisque le tourisme est souvent négligé ce qui n'est pas le cas du volet économique et productif (DIACT, 2005)<sup>84</sup>. En effet, un territoire est dit attractif s'il est capable d'attirer des entreprises et des capitaux (quelle qu'en soit la provenance) à des fins productives et des populations à des fins résidentielles. L'attractivité touristique est plus complexe car elle concerne à la fois les populations nomades (les touristes en résidence) et les entreprises touristiques pour l'essentiel productrices de services. Néanmoins, l'attractivité d'une destination, c'est-à-dire de tout territoire à vocation touristique, ne doit pas être dissociée de la problématique générale de l'attractivité d'un territoire.

Les destinations qui attirent des touristes capitalisent sur des richesses et œuvrent à leur valorisation. La littérature retient que le statut de destination attractive découle de l'imbrication de plusieurs éléments repérables tant du côté de l'offre que celui de la demande (CROUCH & RITCHIE, 1999, pp.1-7<sup>85</sup>; DWYER & KIM, 2003<sup>86</sup>; ENRIGHT & NEWTON, 2004, pp.777-788<sup>87</sup>). Une destination attractive répond à quatre attributs majeurs.

---

<sup>84</sup> DIACT – *L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomérations et de pays*. Les notes de l'Observatoire, 2005. Mis en ligne en Avril 2005. Consultable en [http://www.projetdeterritoire.com/Documents/notes\\_obs/not\\_obs\\_attractiv\\_0405.pdf](http://www.projetdeterritoire.com/Documents/notes_obs/not_obs_attractiv_0405.pdf).

<sup>85</sup> CROUCH, G.; RITCHIE, B. – *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. Tourism Management, 2000, pp.1-7.

<sup>86</sup> DWYER, L.; KIM, C. – *Destination Competitiveness: A Model and Determinants*. Current Issues in Tourism, 2003.

<sup>87</sup> ENRIGHT, M.J.; NEWTON, J. - *Tourism Destination Competitiveness: a Quantitative Approach*. In *Tourism Management*. 2004, pp.777-788.

Premièrement, elle possède un portefeuille de ressources naturelles et/ou créées assimilable à un avantage comparatif. Les ressources *naturelles* comprennent tous les atouts relatifs aux espaces touristiques et aux paysages, au patrimoine historique, artistique, culturel et naturel. Elles revêtent souvent un caractère unique, authentique et, de surcroît, difficilement reproductible. Ces ressources servent de fondement à la spécialisation thématique des acteurs et d'une destination (tourisme de montagne, urbain, thermal, rural, littoral, culturel, d'affaires, ...). A ces dotations naturelles, il convient d'ajouter les ressources humaines qui constituent un facteur essentiel pour la mise en valeur et l'exploitation des ressources naturelles et l'accueil des touristes. Les infrastructures et les capitaux affectés à la construction et la mise en exploitation des actifs touristiques constituent, pour leur part, des facteurs essentiels à la valorisation des ressources (infrastructures, transports, hébergements, aménagements des lieux de séjour et des sites). Le travail comme le capital n'ont pas le caractère figé et donné des dotations naturelles ; ils sont créés et constituent potentiellement un levier d'action pour favoriser la compétitivité des acteurs. Ainsi, les ressources constituent la base sur laquelle les acteurs vont pouvoir valoriser les acquis et avantages touristiques, voire parvenir à les renouveler.

Deuxièmement, une destination doit être en mesure d'élaborer *une politique de compétitivité* orientée création de valeur ajoutée. Le prix, couplé à la qualité du service rendu, devenant un élément distinctif de la compétition internationale, une destination attractive doit asseoir cette politique sur une *industrie touristique structurée et concurrentielle*. L'enjeu est de valoriser l'avantage comparatif auprès des touristes et de mobiliser les acteurs du tourisme en faveur de cet objectif par l'adaptation dynamique de l'offre à la demande (BUHALIS, 2000, p.106<sup>88</sup> ; CRACCOLICI & NYJKAMP, 2005<sup>89</sup>). De nature essentiellement qualitative, cette dimension dépend des acteurs en présence et en particulier de l'innovation intégrée dans la production de leurs services (TIC), de leur capacité à différencier et à créer des produits touristiques originaux ou renouvelés, de la fiabilité des infrastructures, de la qualité des ressources humaines, de

---

<sup>88</sup> BUHALIS, D. - Marketing the Competitive Destination of the Future. In *Tourism Management*. 2000, pp.97-116.

<sup>89</sup> CRACCOLICI, M.F.; NIJKAMP, P. – *Competition among Tourist Destination. An Application of Data Envelopment Analysis to Italian Provinces*. Tourism and Regional Development: New Pathways, Ashgate, Aldershot, UK, 2005.

la politique des pouvoirs publics (par exemple en matière de préservation des ressources naturelles et touristiques, de planification régionale) et, le cas échéant, des taux de change. Elle implique une coopération étroite entre les acteurs privés et publics.

Troisièmement, la destination doit pouvoir bénéficier d'un support institutionnel et gouvernemental en amont et en aval, capable de renforcer l'image touristique de la destination, d'encadrer juridiquement la profession, de fixer les normes qualitatives, et de soutenir voire de susciter les manifestations de grande ampleur, comme par exemple, les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde. Plus généralement il convient de veiller à ce que le système éducatif soit capable de former de la main d'œuvre adaptée aux besoins spécifiques du secteur afin de renforcer le capital humain.

Enfin, la destination doit rencontrer une demande touristique forte et ciblée ayant une dimension nationale et internationale, cette dernière permettant d'engranger des dépenses touristiques apparentées à des exportations. Ces attributs constituent une grille ouverte dans laquelle de nombreux éléments sont juxtaposés. Or la difficulté consiste à structurer les interactions en présence.

Le tourisme est un secteur économique particulièrement dynamique, qui est dans un processus de reconfiguration forte, ainsi la grande segmentation a fait en sorte que la demande ait acquis un rôle particulièrement important dans l'élaboration des produits touristiques (BLASCO et al, 2009)<sup>90</sup>.

Selon CROUCH & RITCHIE (1999) et DWYER & KIM (2003), l'attractivité résulte de la mise en tourisme de ressources *via* l'activité des acteurs du secteur du tourisme et leurs orientations managériales. Ces auteurs fournissent une bonne photographie des acquis et potentiels mais ils ne s'intéressent pas à la nature des savoirs et ressources mobilisés pour faire émerger cette attractivité.

Le statut de destination attractive impose de considérer le tourisme comme une activité génératrice de surplus et de synergies en totale symbiose avec l'environnement culturel et socio économique local. Aucun concept, hormis le *cluster*, n'est capable de combler ces exigences.

---

<sup>90</sup> BLASCO, D.; GUIA, J.; PRATS, LI.; SAEZ, M. – Clusters turísticos en Cataluña. Una propuesta de organización turística del territorio. In *Principales tendencias de investigación en turismo*, 2009. Ferrari, G.; Mondéjar, J.; Mondéjar, J. A.; Vargas, M. (eds.). Septem ediciones.

Le concept de *cluster* est défini comme «*a geographic concentration of interconnected companies and institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities, une concentration géographique d'entreprises et d'institutions interreliées dans un domaine particulier, partageant des traits communs et des complémentarités*» (PORTER, 1998, p.78)<sup>91</sup>. L'auteur reprend une idée ancienne développée par Marshall (1890)<sup>92</sup> sur les districts industriels, par Perroux (1961, p.314)<sup>93</sup> sur les pôles de développement et de croissance. COOKE (2001, p.121)<sup>94</sup> insiste sur les relations verticales et horizontales du *cluster*. Le *cluster* industriel est souvent associé à la présence d'activités de grande envergure. Ceci-dit, cette lecture est particulièrement adaptée au tourisme (Michael, 2003, p.137)<sup>95</sup>, secteur composé par une variété d'activités souvent portée par des petites et moyennes structures. Par ailleurs, le *cluster* de tourisme présente une différence majeure par rapport aux *clusters* industriels. Il est attiré par les activités de services et doit accueillir le touriste pour que ce dernier puisse consommer son « produit ». Le *cluster* de tourisme est ancré au territoire et doit sa force à son immobilité géographique. Il est générateur de sens et d'image.

La littérature sur les *clusters* dans le tourisme se développe depuis peu. De caractère essentiellement descriptif, les études peuvent être classées en deux familles : la remise en tourisme d'une destination dont l'attractivité s'érode, et la mise en tourisme d'une destination nouvelle, souvent, mais pas exclusivement, dans un pays en transition.

Le *cluster* de tourisme renforce la visibilité externe et la lisibilité interne d'une destination. La visibilité externe consiste à donner une image thématique de la destination et s'adresse à la demande. La lisibilité interne consiste à fédérer la constellation d'acteurs regroupés géographiquement, souvent d'un seul point de vue fonctionnel. Sa raison d'être est sa capacité à valoriser les interactions en transformant

---

<sup>91</sup> PORTER, M. – *Clusters and competition: new agenda for companies, governments and Institutions*. Boston: Harvard Business Review Press, 1998, p.78.

<sup>92</sup> MARSHALL, A. – *Principles of economics*. An Introductory volume, Book 4, Chapter 10, 1890. Mis en ligne en Septembre 2003. Consultable en <http://www.socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/prin/index.html>.

<sup>93</sup> PERROUX, F. – *L'économie du XXème siècle*. Paris: PUF, 1961, pp.307-320.

<sup>94</sup> COOKE, P. – *Knowledge economies: clusters, learning and co-operative advantage*. London: Routledge, 2001, p.121.

<sup>95</sup> MICHAEL, E. – Tourism micro-clusters. In *Tourism Economics*, vol 9, 2003, pp.133-145.

la succession d'actions isolées en actions concertées et intégrées. C'est ainsi que le *cluster* ajoute de la valeur à l'avantage comparatif et est à l'origine de la constitution d'une communauté de pratiques articulée autour d'une culture régionale et de savoirs localisés (FORSMAN & SOLITANDER, 2003)<sup>96</sup>. Cette co-production raisonnée revêt une valeur informationnelle essentielle. Les résultats peuvent néanmoins varier selon que le cluster a été formé ou non sur une base spontanée.

Un cluster construit cherche à comprendre les logiques productives locales, les innovations, et plus généralement les relations socio-économiques en présence capables de donner corps à l'émergence d'un capital social basé sur des réseaux (CAMAGNI, 2005)<sup>97</sup>. Il vise la visibilité et la lisibilité, tandis que le cluster spontané est plus axé sur la seule visibilité.

Le contexte actuel de l'augmentation progressive et de la complexité des écosystèmes d'affaires, l'augmentation des besoins du marché, ainsi que «fouetter» la crise économique et financière sont les principales raisons pour lesquelles les entreprises doivent être prêts à faire face à des scénarios futurs incertains pour l'activité touristique, en particulier dans toutes les destinations plus matures (BLASCO et al, 2010, p.12)<sup>98</sup>.

En outre, dans le contexte de l'analyse critique des destinations actuelles, il est essentiel d'acquérir une connaissance approfondie sur la propension ou assistance ainsi que le *cluster* des entreprises qui constituent des destinations touristiques (BLASCO et al, 2010, p.12).

L'attractivité construite autour d'un cluster de tourisme est le fruit d'un processus de mise en synergie d'acteurs hétérogènes. C'est aussi un résultat repérable par un nombre d'indicateurs de performances. La constitution de l'écosystème d'affaires est la résultante de la mise en place d'une chaîne de valeur destinée à proposer une offre intégrée de services aux touristes. L'attractivité d'une destination est portée par la

---

<sup>96</sup> FORSMAN, M.; SOLITANDER, N. – *Network Knowledge versus cluster knowledge: the gordian knot of knowledge transfert concepts*. Working Paper 494: Swedish school of economics and business administration, 2003.

<sup>97</sup> CAMAGNI, R. – Attractivité et compétitivité: un binôme à repenser. In *Territoires 2030*. Mis en ligne en Septembre 2005. Consultable en [http://www.diact.gouv.fr/Datar\\_Site/\\$FILE/CAMAGNI2.pdf](http://www.diact.gouv.fr/Datar_Site/$FILE/CAMAGNI2.pdf).

<sup>98</sup> BLASCO, D.; GUIA, J.; PRATS, Ll. – La organización turística del territorio en la frontera. In *Teoria y Praxis*, 8, 2010, pp. 9 – 23.

compétitivité des acteurs et par leur engagement à moyen-long terme dans la valorisation du portefeuille de ressources.

Compte tenu de l'évolution de la demande et d'un positionnement croissant sur des niches et micromarchés, le *cluster* de tourisme apparaît comme le support pertinent de l'attractivité d'une destination. Etant donné que le *cluster* de tourisme présente des avantages institutionnels et organisationnels en fondant la visibilité externe et la lisibilité interne de la destination, à l'évidence, le *cluster* est une nécessité conceptuelle dans un monde complexe, ouvert à l'international et fait d'interactions variées entre des acteurs polymorphes. Donc, la destination touristique est une construction, une mise en réseau et non une collection d'acteurs juxtaposés.

Ainsi, afin de répondre à la croissance du marché depuis ces dernières années, le secteur du tourisme a ouvert ses portes à une multitude de services diversifiés dans le but d'adapter son offre aux nouveaux, ou déjà existants, besoin des consommateurs.

Ces demandes sont de plus en plus nombreuses et différenciables. Les entreprises se devaient donc d'élargir leurs offres de voyages, vu qu'une demande à multiples facettes. Depuis quelques années, le marché du tourisme s'est intensifié. Cet accroissement marque l'augmentation et la variation des besoins des consommateurs. L'ouverture à la concurrence est aussi un facteur clé de la diversification des demandes des clients. Ces demandes sont nombreuses et divergentes. Elles peuvent s'apparenter à un besoin de relaxation, où les vacanciers seront guidé par l'organisation du club de vacances et leurs activités seront à l'attente de leurs recherches: piscine, soirée, jeux organisés et spectacles.

Certaines personnes vont recherchés des cures, comme le spa. De plus en plus de consommateurs recherchent à présent l'aventure; pratiquer du sport tout en découvrant des nouveaux environnements et paysages, comme par exemple les raides en canoë kayak, ou encore la traversé du désert.

D'autres clients vont eux, rechercher le coté culturel que peuvent offrir certaines agences de voyages. Ils pourront ainsi découvrir les différentes cultures des pays étrangers en dégustant la gastronomie typique de ces pays, l'hospitalité des résidants ou tout en visitant des musées ou des temples. Des consommateurs se

tourneront vers du tourisme équitable, ou encore d'autres vers des séjours libres. Un paramètre important reste bien évidemment le prix. En fonction de leurs moyens, les consommateurs s'intéresseront à tel ou tel société de voyages.

Dans le cas des petites villes, l'offre touristique se réfère aux traditions et aux coutumes des régions ainsi qu'au type de tourisme que celles-ci offrent, à leurs gastronomies et à leurs patrimoines. La demande touristique a souvent avoir avec ce que les petites villes peuvent offrir. A savoir que le tourisme est souvent un facteur très important pour le développement local des petites villes.

Suite au *sight-seeing*: l'offre et la demande touristique, nous aborderons le deuxième et dernier sujet de ce point, concernant le tourisme de nature.

## 2 – Le tourisme de nature

Selon le Tourisme du Portugal, IP (2013)<sup>99</sup>, le Portugal est une destination choisie par excellence pour pratiquer le Tourisme de Nature (TN), ayant un vaste patrimoine naturel.

Le Portugal a une énorme variété de paysages et une grande densité d'habitats naturels, avec des conditions qui permettent la réalisation de programmes d'observation des aves dans des différents habitats et avec un grand nombre d'espèces, dont, les habitats de montagne, estuaires, escarpes, forêts de chênes-lièges, les lagunes côtières, les plaines de céréales.

Il convient de noter que environ 21% du territoire portugais est composé de zones classifiées avec beaucoup de valeurs naturelles et de biodiversité en termes de flore, de la faune et de la qualité des paysages et de l'environnement, avec une offre d'activités d'animation touristique adaptée aux différents segments du TN.

L'approximation du Portugal avec les marchés européens émetteurs et le climat amène pendant toute l'année, permettent que, pendant toutes les périodes ce soit possible réaliser un vaste ensemble d'activités à l'air libre, et la sécurité de la destination touristique sont aussi des aspects importants pour l'offre du TN.

Les saveurs de la gastronomie, l'offre hôtelière, le bon accueil et la sympathie des personnes constituent également les valeurs qui définissent l'excellence du Portugal comme une destination de TN.

En accord avec les données statistiques fournies par le registre national des agents d'animation touristique, dans le troisième trimestre de 2012<sup>100</sup>, il y avait presque quatre cents agents enregistrés avec la reconnaissance pour pratiquer des activités de TN.

La reconnaissance des ensembles touristiques et des agents d'activités touristiques tels que le tourisme de nature, fonctionne comme un «timbre» de bonnes pratiques

---

<sup>99</sup> TURISMO DE PORTUGAL, IP – *Turismo de natureza*. Mis en ligne en Mai 2013. Consultable en <http://www.icnf.pt/portal/turnatur/tn>.

<sup>100</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA - *Registo nacional dos agentes de animação turística: terceiro trimestre 2012*. Mis en ligne en Octobre 2012. Consultable en <http://www.ine.pt>.



environnementales et le code de conduite par lequel ces entités s'engagent à appartenir, étant autorisés à l'utilisation d'un logo indicatif de cette spécificité.

En Octobre 2012, cinq ensembles touristiques ont été reconnus dans des lieux de grande valeur naturelle et paysagère.

Le TN a été créé en 1998, avec la publication de la résolution du Conseil de ministres n° 112/98, du 25 Août. La création du Programme National du Tourisme de Nature (PNTN) c'est fait à partir d'un protocole célébré le 12 Mars 1998 entre le ministère de l'économie et le ministère de l'environnement, conte tenu de la résolution du Conseil de Ministres n° 102/96, du 8 Juillet, qui a comme but établir des mesures concrètes pour le développement durable des zones protégées, desquelles on réfère l'aide à des pratiques touristiques de récréation et de loisir non nocives pour l'environnement et pour l'encadrement légal pour l'utilisation touristique de maisons traditionnelles récupérées qui n'étaient pas encore abrégées par la législation.

Cette loi crée le PNTN - qui vise à réglementer ces activités, le réseau national de l'AP<sup>101</sup>, d'une façon environnementale, sociale, culturelle et économique, en sensibilisant le tourisme, les populations locales et d'autres organisations intéressées; en promouvant la mise en place de structures appropriées; et la création d'une législation spécifique, notamment sur la base des vecteurs suivants: conservation de la nature; développement local; qualification de l'offre touristique; et la diversification de l'activité touristique.

Selon le décret-loi n. ° 56/2002 du 11 Mars 2002, le TN est entendu comme *«le produit touristique comprenant les établissements, les activités et les services de logements et d'animation touristique environnementale réalisés et rendus dans les zones intégrées du Réseau National des Zones Protégées (RNAP) [...] Le TN développe selon de différents types d'hébergement [...] celui-ci conçoit les maisons et les établissements touristiques de TER»* (SANTOS, C. ; CABRAL, M., 2005, p.18)<sup>102</sup>.

---

<sup>101</sup> Zones classifiées à l'abri du Décret-loi n° 19/93, du 23 Janvier, et d'autres diplômes légaux applicables.

<sup>102</sup> SANTOS, C.; CABRAL, M. – *Guia para o investidor em turismo de natureza*. Bensafrim: Edition Vicentina – Associação para o desenvolvimento do Sudoeste, 2005, pp.10-105.

Étant donné que le tourisme a toujours besoin d'un espace physique (naturel et culturel) pour son développement, puisque c'est ce qui prévoient les attractions pour les touristes, sa mise en œuvre doit être fondée sur des critères de durabilité, par conséquent, face à ces deux raisons, le PNTN a été créé (Tourisme du Portugal, 2013).

L'importance des valeurs naturelles, touristiques et culturelles uniques inhérentes au territoire des zones protégées (AP) et à la demande croissante de ces lieux pour les activités de récréation et de loisir en contact direct avec la nature et les cultures locales font sorte que ces espaces soient constitués que de nouvelles destinations touristiques.

Dix ans après la création du PNTN, le concept de TN a été redéfini. Selon le nouveau cadre juridique pour les établissements touristiques et les activités d'animation touristique, on considère le TN une activité touristique résultant dans des zones classées ou d'autres avec des valeurs naturelles, il est reconnu comme tel par l'Institut pour la Conservation de la Nature et des Forêts (ICNF), IP.

Il est ainsi reconnu le potentiel qui consolidera l'image du Portugal en tant que destination touristique de qualité, avec de nouveaux types de destinations pour des nouveaux types de demande. D'autre part, les AP sont vues comme unique en termes de patrimoine naturel et culturel et devrait être clairement reliées à des activités de loisir liées au contact avec la nature et les cultures locales.

Le TN est défini comme un produit touristique qui rassemble les établissements, les activités, l'hébergement et les services environnementaux de divertissement entrepris et livrés dans les zones intégrés du RNAP. Le tourisme de nature est développé selon différents types d'hébergement, d'activités et de services complémentaires d'animation environnementale, permettant contempler et apprécier le patrimoine naturel, l'architecture, le paysage et le culturel, en vue d'offrir un produit touristique intégré et diversifié.

Selon l'ICNF (2015)<sup>103</sup>, la RNAP est constituée par 44 AP au Portugal Continental. Dans la région du Nord du Portugal, il y a 12 AP, entre lesquelles un parc national et quatre parcs naturels, à savoir le Parc National de la Peneda-Gerês, le Parc

---

<sup>103</sup> INSTITUTO DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DAS FLORESTAS – *Áreas Protegidas da RNAP e respetivo diploma de criação*. Mis en ligne en Février 2015. Consultable en <http://www.icnf.pt/portal/ap>.

Naturel de Montesinho, le Parque Naturel du Litoral Norte, le Parque Naturel du Alvão, le Parque Naturel du Douro Internacional. Il y existe aussi trois paysages protégés, un paysage protégé régional, étant celui-ci le Paysage Protégé Régional du Litoral de Vila do Conde et la Réserve Ornithologique de Mindelo, une zone protégée privée, connue comme la Zone Protégée Privée Faia Brava et deux réserves naturelles, étant celles-ci la Réserve Naturelle Locale de l'Estuaire du Douro et la Réserve Naturelle des Dunes de São Jacinto. Il est aussi important de faire référence au fait que notre étude de cas se trouve localisé au près de ces AP, sachant que les touristes qui cherchent la ville de Fafe pour y passer un séjour de vacances peuvent en profiter pour visiter toutes ces AP.

Il convient de noter que les maisons de nature et l'animation environnementale sont des classifications qui s'appliquent uniquement aux zones protégées, tandis que les services d'hébergement dans le TER peuvent exister à l'intérieur ou à l'extérieur de ces mêmes zones. Dans ce dernier cas, arrêtons-nous seulement sur son encadrement dans le tourisme de nature, ceci-dit, dans les AP.

Le tourisme dans les AP est présenté comme un secteur clé pour le développement de ces zones, où le tissu économique et productif présente, généralement, de nombreuses faiblesses. Une activité à la hausse dans ces domaines est précisément la diversité de services d'hébergement.

Selon le tableau qui se suit, le TN intègre des différents services et des types de tourisme qui s'y incorporent.

**Tableau n°2: Services du tourisme de nature**

Hébergements	Tourisme en Espace Rural (TER)	Etablissements touristiques en Espace Rural	Parques de camping rural
			Hôtels ruraux
		Tourisme d'habitation	
		Tourisme rural	
		Agrotourisme	
		Tourisme de village	
		Maisons de champ	
		Maisons d'abris	

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

	Maisons de Nature	Centres d'accueil
		Maisons de scape
Animation environnemental	Animation	
	Interprétation environnemental	
	Sports de nature	

Source: SANTOS, C. ; CABRAL, M., 2005, p.10

Les services d'hébergements dans les AP présentent, indiscutablement, un rôle prioritaire dans le développement rural, dans la mesure en ce qui permet la diversification de l'offre par rapport aux activités des explorations agricoles, en contribuant pour une augmentation de revenus pour les agriculteurs, à savoir que c'est grâce à la modalité de l'agrotourisme. Ces services contribuent aussi pour la création, manutention et consolidation de postes de travail, une fois que ceux-ci collaborent directement pour l'apparition de services complémentaires dans le secteur d'animation, transport de touristes e aide pour le fonctionnement de l'hébergement (blanchisseries, entreprises de nettoyage, entreprises de *catering*, restauration, entre autres). Ces services attirent les touristes vers des territoires affaiblis, favorisent et promouvent l'émergence de diverses initiatives culturelles, où on inclue l'artisanat local et les festivals sur la base de l'histoire et de la tradition, permettant le développement de ces petites localités. Ces services assurent également la maintenance et le développement des valeurs sociales et culturelles des communautés d'accueil et d'accroître leur auto-estime.

Toute cette dynamique peut contribuer à une prise de conscience accrue parmi les emplacements d'actifs, qui peuvent faire pression sur les autorités compétentes pour la récupération du patrimoine historique, naturel et culturel.

Socialement, les femmes et les personnes âgées sentent leur rôle accru, dans la mesure où ils véhiculent un ensemble de savoir-faire apprécié et valorisé par ceux qui préfèrent ce type de logement, fournissant une demande touristique peu saisonnière, comme base de piliers tels que la culture, le patrimoine et l'animation environnementale. Enfin, ils permettent également la récupération et l'utilisation du patrimoine de l'État désactivé.

Les facteurs associés à la croissance de la demande des services de logement dans les zones rurales sont les niveaux élevés d'éducation de la population; l'intérêt de plus en

plus claire du patrimoine; l'importance accordée aux loisirs; l'amélioration des infrastructures d'accès aux zones considérées comme «moins accessibles»; une plus grande sensibilité par rapport à la nature et à l'écologie; la valeur attribuée aux ressources gastronomiques locales; la recherche de tranquillité et l'évasion du rythme de la ville; la demande pour une proposition personnalisée, contrairement à l'offre pour «les masses»; et le phénomène de mode.

Les caractéristiques déterminantes pour le succès du TER sont l'intérêt du paysage; la spécificité de la faune et de la flore; la relation entre la rugosité de l'ensemble des constructions et les matériaux utilisés (relation tradition versus modernité); les intérêts culturels de la région environnante; la proximité des centres de population; les conditions pour pratiquer des activités de sport et de loisirs; la qualité des installations, l'équipement et les services de réception; et un bon accès. Les services d'hébergement d'excellence dans les AP correspondent aux foyers et aux établissements dans le TER et aux maisons de nature. Ainsi, les établissements de TER seront considérés TN que dans le cas d'être situés dans une AP.

Après avoir fait référence au TN, il est important initier un nouveau chapitre qui concerne les approximations conceptuelles quant au développement local des petites villes. Dans une première phase de ce deuxième chapitre, nous irons aborder deux concepts très importants pour pouvoir comprendre le déroulé de cette thèse, à savoir le concept des petites villes et du développement local.

## **Chapitre II – Approximations conceptuelles quant au développement local des petites et moyennes villes**

Dans ce deuxième chapitre, nous aborderons tout d'abord quelques concepts relatifs aux petites et moyennes villes, étant donné que le cas d'étude peut être considéré comme une ville moyenne, une fois que l'on ajoute son agglomération.

Dans une deuxième phase, nous aborderons le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié: le Plan Stratégique National du Tourisme (PENT), faisant référence à l'importance du PENT pour le Portugal et ses stratégies, à l'importance d'autres documents pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe, comme c'est le cas du «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020» et «NORD 2020» et, finalement, nous aborderons le Plan Municipal du Tourisme (PMT) de la ville de Fafe.

Dans une troisième et dernière phase de ce deuxième chapitre, nous élaborerons un bilan de recherche avec les tendances et les opportunités existantes.

### **A/ Les concepts**

Dans ce premier point, nous allons aborder les concepts des petites et moyennes villes et du développement local, afin de pouvoir parvenir à notre cas en particulier.

#### **1 – Les petites et moyennes villes**

Les petites et moyennes villes ont un rôle essentiel à jouer dans le développement des territoires. Renforcer leurs fonctions de ville-centre, dans une logique d'intercommunalité, maintenir la cohésion sociale, améliorer qualitativement leur offre de services sur l'ensemble des espaces qu'elles animent, constituent leurs objectifs prioritaires.

Les petites et moyennes villes sont des pôles de services publics à conforter: l'école, parfois le collège, la poste, et des pôles de distribution, tels que le café, les commerces

de bouche de détail, la ou les supérettes, autant de lieux indispensables à la vie des territoires (ESPARRE, 2005, p.21)<sup>104</sup>.

Elles font partie intégrante d'un système urbain hiérarchique qui organise le territoire national : à ce titre, leur évolution dépend de ce système et de sa structure qui peut suivre une évolution homothétique pour toutes les villes, mais elle peut aussi avoir sa propre dynamique sous l'effet de ruptures internes ou de chocs exogènes. Il en résulte que si leur trajectoire s'inscrit dans des temps longs, des mouvements parfois importants peuvent affecter certaines d'entre elles.

Celles-ci occupent une place essentielle dans la hiérarchie urbaine. En quelque sorte elles ont un rôle primordial de relais entre les agglomérations et le semis plus ou moins clair des communes rurales.

Entre la polarisation (des activités et des hommes) sur des agglomérations qui, par leurs effets de débordement, absorbante les petites villes dans un périurbain qui s'étale et la désertification du rural profond qui en résulte, les petites villes se trouvent dans des situations très contrastées mais aussi stratégiques. En effet, il s'agit aussi bien de lier des partenariats coopératifs avec les échelons urbains supérieurs que d'organiser une offre de services pour un territoire plus ou moins vaste dont elles assurent la centralité, procurant les emplois et les services de proximité (GUESNIER *et al.*, 2005,p.5)<sup>105</sup>.

Les petites et moyennes villes couvrent une réalité qui va des petits bourgs ruraux jusqu'aux centres administratifs, commerciaux et éducatifs des villes moyennes. Elles constituent le socle de notre pyramide urbaine et, comme tous les socles, elles assurent la solidité de ses assises.

Elles sont dynamiques parce qu'elles animent des territoires dynamiques. Elles savent capter et faire fructifier les ressources productives et sociales locales, tout en travaillant

---

<sup>104</sup> ESPARRE, S. – Les pôles de compétitivité et le développement des petites villes: des bénéfices partagés. In *Petites villes et développement économique: Stratégies, Projets, Outils*. Autun: APVF, 2005, pp. 3 – 78.

<sup>105</sup> GUESNIER, B.; LEMIAGNAN, C.; MARCHAIS, J.L. – La galaxie des petites villes: Evolution démographique et socio-économique. In *Petites villes et développement économique: Stratégies, Projets, Outils*. Autun: Associations des Petites Villes de France (APVF), 2005, pp. 8-87.

sur les champs les plus divers, tels que l'industrie mécanique, la transformation agro-alimentaire, l'artisanat et le tourisme.

Avec la mondialisation les possibilités de relations entre les villes de différentes tailles sont remis à zéro, en rupture avec la fixité de la structure hiérarchique urbaine. Ce processus en plus de causer un fort impact sur l'économie, la politique, la culture et la société, reflète aussi sur l'organisation de l'espace.

En d'autres termes, la mondialisation a un impact, quoique de manière inégale, sur les formes, les fonctions et les agents sociaux, les changeant à un degré plus ou moins grand et, finalement, les remplacer complètement. Il s'agit d'une restructuration de l'espace qui se manifeste dans le niveau le plus général, la récréation des différences entre les régions et les centres urbains, ainsi que les joints entre eux et entre les centres (CORREA, 1999 p.44)<sup>106</sup>.

Dans de telles circonstances, les petites et moyennes villes déterminent le côté moins moderne du processus d'accès à la technologie et la modernité parce que même si en même temps, le processus de mondialisation agit différemment dans le temps et l'espace, où les grandes villes concentrent finalement plus de forces motrices. Cependant, le fait est que, avec un meilleur accès aux ressources produites par la modernité et technologie, les obstacles de distance et communication sont revitalisés, de sorte que les informations, produits et services peuvent être plus facilement achetés dans les petites et moyennes villes.

En général, il ya eu un changement dans le profil des petites et moyennes villes, comme un meilleur accès à la connaissance et à l'éducation, ouvrant des frontières à une plus grande intégration et la formation des professionnels spécialisés dans les petites villes. Ce type de villes sont maintenant insérées dans le procès de production immédiat, il est élargi le rôle politique, avec les fonctions de contrôle de l'activité économique, non seulement dans l'imposition de la production locale, mais entrer dans un réseau qui dépasse les intérêts locaux. Cependant, malgré ce changement dans le rôle politique des petites et moyennes villes, au niveau local, la plupart de ce pouvoir politique est exercé.

---

<sup>106</sup> CORREA, R. L. – Globalização e reestruturação da rede urbana: uma notificação acerca das pequenas cidades. In *Território*, Rio de Janeiro, n.6, 1999, pp.43-53.



La ville locale, est souvent le lieu de la réglementation qui se fait dans le champ. C'est là que sont fabriqués les procédures bureaucratiques, les achats, les finances, les affaires, l'embauche, la formation la plus variée, etc. Malgré les limitations connues sur l'accès à l'information et à la technologie dans les petites et moyennes villes rurales, la situation actuelle est déjà beaucoup moins importante qu'elle ne l'était dans le passé. Pour le moment, le domaine devient différencié, passant par un processus qui fait en sorte que de plus en plus cet espace se charge de la science, doté de la modernité et de la mécanisation (SANTOS, 1993, p.57)<sup>107</sup>.

Les nombreuses petites et moyennes villes ont pris forme en conformité avec l'évolution du temps, les changements de l'espace, l'économie et le système mondial. Les spécialités ont été créées, générant des centres, mais en eux-mêmes, les coutumes et les caractéristiques de l'histoire, configurant un important réservoir de main-d'œuvre gardé. En outre, de nombreuses petites et moyennes villes assument la fonction centralisée dans une région, parfois même le remplacement et/ou chevauchant, la centralité de métropoles régionales, soit par la distance ou par le manque d'intégration de ces villes dans la région en question. Dans ce processus d'évolution, les villes locales s'urbanisent, dans un rythme singulier, mais continu.

Le processus général d'urbanisation est un phénomène multiple, différencié et multidimensionnel de caractère global et cette mondialité traverse même les petites villes (DAMIANI, 2006, p.144)<sup>108</sup>. Ainsi, nous avons conscience de l'importance et de la richesse de l'étude des petites villes dans la compréhension de l'espace urbain. En plus de représenter souvent la centralité plus abordable d'une région et de nombreux points de l'intrigue du réseau urbain, plusieurs d'entre eux sont devenus participatives dans l'économie mondiale, à travers du processus de spécialisation, et tout ce processus de modernisation de nombreuses petites villes. Dans de nombreux cas il y a encore la préservation des coutumes et traditions, des caractéristiques de plus en plus réprimés dans les grandes et moyennes villes.

---

<sup>107</sup> SANTOS, M. – *O urbanismo brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 1993, p.57.

<sup>108</sup> DAMIANI, A. L. – As pequenas e médias cidades no processo da globalização. In *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: CLACSO, 2006, p.144. Mis en ligne en Novembre 2007. Consultable en <http://www.bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/08damiani.pdf>.

Programme de Doctorat en Tourisme

Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Après avoir fait une analyse sur les concepts des petites et moyennes villes, il est important analysé le développement local, en quoi est-ce que celui-ci consiste et qu'est-ce que ce concept à avoir avec les petites et moyennes villes.

## 2 – Le développement local

Le concept de développement local a été critiqué et rénové par de nombreux auteurs au fil des années. Une étape importante devient, en 1990, le rapport mondial du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), ce rapport met que l'Indice de Développement Humain (IDH), tend à relativiser le Produit National Brut (PNB) par habitant comme mesure universelle du développement et a un fort sens symbolique (MILANI, 2005)<sup>109</sup>.

Le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire d'«échelle» locale à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources matérielles et immatérielles. Cette notion désigne à la fois une posture vis-à-vis de la question du développement, une méthode pour le développement des territoires locaux ainsi qu'un cadre d'analyse de ses ressorts (GREFFE, 2002, p.199)<sup>110</sup>.

Le concept de développement local a commencé à prendre de l'importance dans le débat sur les modèles de développement, en particulier après la reconnaissance du phénomène de la mondialisation (PECQUEUR, 2000, p.132)<sup>111</sup>.

La mondialisation peut être comprise comme un processus d'expansion et d'intégration des marchés, où les marchés moins concurrentiels sont intégrés dans les marchés les plus concurrentiels sur une base subordonnée, ou alors ceux-ci sont tout simplement exclus.

La mondialisation est le résultat dynamique de progrès de la révolution scientifique et technologique et le développement des technologies de l'information dans une vitesse jamais connu auparavant, ce qui a permis de briser des paradigmes dans les concepts de

---

<sup>109</sup> MILANI, C. – Théories du Capital Social e du Développement Local: Leçons à partir de l'expérience de Pintadas. In *Capital social, participation politique et développement local: auteurs de la société civile et politique du développement local dans la Bahia*. Bahia, Brésil: École de l'Administration de l'UFBA, 2005.

<sup>110</sup> GREFFE, X. – *Le développement local*. Editions de l'Aube: DATAR, 2002, p.199.

<sup>111</sup> PECQUEUR, B. – *Le développement local*. Syros: Alternatives Economiques, 2000, p.132.

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
temps et d'espace, ainsi que plusieurs autres changements d'ordre économique, social et culturelle (BENKO *et al.*, 2007, p. 564)<sup>112</sup>.

La question du développement local est liée à l'affirmation d'une identité territoriale, avec la reconnaissance d'éléments distinctifs, d'une propre réputation et d'une singularité qui distingue et différencie le territoire. Le développement local résulte d'un effort pour identifier, reconnaître et valoriser les ressources locales; pour exploiter et développer les potentialités, les vocations, les opportunités, les avantages comparatifs et concurrentiels de chaque territoire.

Le concept de développement local a été élaboré dans une critique du phénomène de l'exclusion sociale, qui a été aggravée par l'environnement de la mondialisation. En ce sens, le développement local se veut inclusif et durable en vue de s'affirmer comme une alternative aux modèles traditionnels, qui ont prouvé concentrateurs de richesse et dévastant l'environnement.

Par conséquent, le concept de développement local a adopté des approches multisectorielles qui évitent les modèles économiques basés sur une seule spécialisation du territoire, et a donc considéré que la diversité est un élément essentiel de la durabilité (COLLETIS, *et al.*, 1990, p.132)<sup>113</sup>.

Le développement est produit par et pour les gens. Ce n'est pas un résultat automatique de la croissance économique. Celui-ci résulte des relations humaines, du désir, de la volonté, des choix que les gens peuvent faire pour atteindre une meilleure qualité de vie. Le développement dépend de la participation des personnes, de la décision du peuple à assumer la condition des sujets sociaux. C'est ce que nous appelons le «leadership». Il n'y a pas de développement local sans «leadership» local.

Celui-ci exige un partenariat dans les relations entre l'État, le marché et la société. L'État visé ici comme l'ensemble des institutions gouvernementales, est un élément essentiel dans la promotion du développement, cependant, bien que nécessaire, n'est pas

---

<sup>112</sup> BENKO, G., LIPIETZ, A. – *La richesse des régions: la nouvelle géographie socio-économique*. PUF, 2007, p.564.

<sup>113</sup> COLLETIS, G. *et al.* – *Les Systèmes Industriels Localisées en Europe*. Grenoble: Université des sciences sociales, 1990, p.132.

suffisante. Même que l'État ait les meilleures politiques publiques pour la promotion du développement, celui-ci ne peut pas remplacer le marché et la société.

Le marché, appelé ici comme l'ensemble des institutions économiques, en particulier les entreprises, peut être considéré comme le principal élément de l'équation du développement, mais est incapable de renoncer à l'action réglementaire et provenu de l'État. L'histoire montre que le marché sans régulation et de contrôle social, n'a pas été en mesure de faire un modèle de développement inclusif et durable.

La société, appelée ici comme l'ensemble de l'organisation sociale et la représentation, aussi appelé "les institutions de la société civile», est un autre élément clé de l'équation du développement, il a la mission d'effectuer un contrôle public, si l'État est le marché à la défense du bien commun, c'est à dire, le bien-être et la qualité de vie pour tous. Il y aura le développement local sans avoir à construire des formes de partenariat entre les gouvernements, les entreprises et les organisations de représentation sociale.

C'est ainsi que l'approche en termes de développement local conduit à considérer que le développement ne découle pas seulement de la valeur économique des activités et qu'il ne relève pas seulement des systèmes organisés de production et des institutions centralisées mais est aussi lié à de petites initiatives localisées, à la mobilisation de la population locale autour de projets utilisant des ressources locales. Pour certains, cette approche s'inscrit dans une perspective humaniste qui considère que l'Homme doit être replacé au centre du fonctionnement économique. Partant les tenants de cette approche considèrent que le développement ne correspond pas seulement à la progression exponentielle des biens et des services produits mais doit aussi permettre la prise en compte des besoins immatériels, sociaux, culturels et psychologiques des personnes considérées à l'échelle de leur lieu de vie.

D'un point de vue opérationnel, le développement local s'appuie sur des méthodes qui mobilisent généralement trois principaux éléments: l'élaboration d'outils de production d'informations et de connaissances afin d'identifier les ressources du territoire (exemple: diagnostic de territoire); la mise en place d'outils de concertation, de mobilisation et de coopération entre acteurs visant à valoriser les ressources en question et, si nécessaire, à en développer de nouvelles (ex: forums, groupes de travail, etc.) et,

finalement, l'élaboration et la mise en œuvre de projets grâce à un système plus ou moins formalisé de gestion et de prise de décisions.

Cependant, le développement local relève d'une posture de nature politique dont découlent des méthodes et des actions de certains travaux scientifiques, en économie et en géographie, permettant de justifier cette approche d'un point de vue théorique.

Dans les années 1970, ce concept a été utilisé par des économistes italiens (BECATTINI, 1987)<sup>114</sup> pour décrire l'organisation industrielle de la Troisième Italie (Italie du Centre et du Nord-est). En France, cette analyse a suscité l'intérêt de certains économistes qui ont proposé la notion de systèmes industriels localisés pour décrire l'organisation économique de territoires comme le Choletais (textile). Afin d'élargir le champ de l'analyse aux autres secteurs économiques, ils ont ultérieurement proposé la notion de système productif localisé (SPL).

En géographie, c'est la notion de «milieu innovateur» qui peut constituer une base théorique pour le développement local. Selon AYDALOT (1986, p.361)<sup>115</sup>, il existerait des «milieux» plus ou moins propices au développement selon la nature des relations que les entreprises entretiennent avec leur territoire d'insertion. Un «milieu innovateur» est celui où les entreprises développent des réseaux d'échanges et de coopérations et mobilisent les ressources humaines et matérielles de leur territoire. Ainsi, la notion de «milieu innovateur» permet d'analyser les facteurs de développement économique d'un territoire.

Ces deux approches ont en commun de considérer l'espace non pas comme un simple morceau de sol mais comme un ensemble de rapports techniques, économiques ou sociaux, plus ou moins riches en interactions et donnant inégalement lieu à des processus d'apprentissages collectifs.

Par conséquent, elles s'intéressent aux territoires dans leur dimension géographique (localisation, topographie, paysage, climat, «densités» et répartitions de la population, présence et qualité des ressources du milieu...), culturelle (comportements, savoirs,

---

<sup>114</sup> BECATTINI, G. – *Mercato e Forze locali, Il distretto industriale*. Bologna: Il Mulino, 1987.

<sup>115</sup> AYDALOT, P. – *Milieux innovateurs en Europe*. Paris: GREMI, 1986, p.361.

coutumes qui modèlent une société et sur lesquels se fonde un sentiment d'appartenance) et sociale (constitution d'un réseau de relations territoriales et support des initiatives locales). L'analyse de ses dimensions permet de fournir des explications quant aux différences de développement des territoires (TEISSERENC, 2002, p.231)<sup>116</sup>.

Le développement est le résultat produit par des choix conscients qui élargissent les possibilités de réalisation d'un avenir désiré. Donc, il exige une planification participative et une gestion partagée. La participation et l'engagement des personnes atteintes de la construction de leur propre avenir dépendent de leur engagement et responsabilité dans la planification et dans la gestion des projets et des activités qui peuvent contribuer à la réalisation de son plan de développement.

Il dépend de l'attitude entrepreneuriale, c'est à dire, la pro activité, la capacité d'effectuer, pour y arriver. L'entrepreneuriat est né de l'estime de soi et la confiance en soi des personnes. Les entrepreneurs sont seulement des gens qui croient en eux-mêmes, la capacité de rêver et de réaliser leurs rêves. Il n'y aura pas de développement local sans des mesures initiatives à la culture entrepreneuriale.

Celui-ci exige une coopération. Cela représente un changement de paradigme majeur. Nous apprenons très tôt que la nature est un environnement concurrentiel, dominé par la loi du plus fort. Une fois appris, par analogie, que, tout comme dans la nature, la concurrence prévaut également dans la société, l'ensemble du processus de socialisation et d'éducation est basé sur le paradigme de la concurrence.

La concurrence existe. Elle est un produit direct de la rareté. Lorsque nous ne sommes pas en mesure de produire une situation d'abondance, nous sommes obligés de disputer les ressources qui soutiennent la vie. Apparemment, nos désirs sont illimités et comme nos ressources sont limitées, nous serons toujours condamnés à vivre avec la rareté et donc la concurrence. Tout cela est vrai, mais ce n'est qu'une partie de la vérité.

---

<sup>116</sup> TEISSERENC, P. – *Les politiques de développement local*. Paris: Économica, 2002, p.231.

## **B/ Le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié**

Au fil du temps, le tourisme est venu à avoir une importance véritablement stratégique pour l'économie portugaise, avec la capacité de créer de la richesse et de l'emploi. À l'échelle nationale, le gouvernement et le secteur des entreprises ont investi de plus en plus dans le tourisme, il y a eu donc un besoin de créer un plan avec les mêmes lignes directrices pour toutes les parties prenantes du secteur du tourisme. D'où la nécessité d'analyser l'importance du PENT pour le Portugal et ses stratégies, ainsi que d'autres documents, comme «EUROPE 2020», «PORTUGAL 2020», «NORTE «2020» et le PMT de la ville de Fafe.

### **1 - L'importance du PENT pour le Portugal et ses stratégies**

Ce chapitre nous semble pertinent parce qu'il caractérise et présente des solutions pour le développement et la durabilité du tourisme au Portugal. Dans ce contexte, il est intéressant d'analyser le PENT, créé en 2006, la première version, avec une révision en 2011 et une autre en 2013, car celui-ci a été considéré comme un instrument clé pour le développement du secteur du tourisme au Portugal et a été suivi par les gestionnaires du tourisme. Il est connu que ce plan est basé sur l'importance de maintenir un tourisme durable au Portugal, en montrant une série de produits stratégiques qui sont à la base de la réussite de ce secteur.

Selon la revue "Plan Stratégique National du Tourisme: Pour le développement du tourisme au Portugal" Manuel Pinho, ancien Ministre de l'Économie, de l'Innovation et du Développement (MEID, 2008, p.1)<sup>117</sup>, a considéré que le PENT s'est traduit dans des stratégies fondamentales pour la durabilité du secteur de tourisme, au Portugal. La création du PENT a exigé la mobilisation des consultants de haut niveau, tels que, le Secrétaire d'État du Tourisme, Bernardo Trindade et le Président du Tourisme du Portugal, Luís Patrão.

---

<sup>117</sup> MINISTÉRIO DA ECONOMIA, DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO (MEID) – Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do turismo em Portugal. In *Turismo de Portugal, IP*. Lisboa: Pré&Press, 2008, pp.1-7.



Il est important de dire que jusqu'en 2015, le PENT servira de base à la concrétisation d'actions pour la croissance durable du Tourisme National et il orientera l'activité de l'entité publique central du secteur, le Tourisme du Portugal.

Selon l'information obtenue par le MEID (2008), l'importance du PENT pour le Portugal se base dans la vision stratégique qui est possible présentée sous la forme de trois aspects essentiels: faire en sorte que le Portugal soit l'une des destinations de plus grande croissance dans l'Europe, présentant une proposition de valeur fondamental dans des caractéristiques particulières et innovatrices du pays; développer le tourisme à travers la qualification et compétitivité de l'offre, ayant en attention l'excellence environnementale et urbanistique, par la formation des ressources humaines et par la modernisation entreprenante des entités publiques; et, finalement attribuer au tourisme une importance croissante dans l'économie, en le constituant comme un des moteurs du développement social, économique et environnemental, autant au niveau régional comme au niveau national.

L'ancien Ministre de l'Économie et de l'Emploi, Álvaro Santos Pereira, a présenté, à Lisbonne, le nouveau Plan Stratégique National du Tourisme (PENT). *«Cette révision fera que le PENT soit un plan avec des objectifs plus clairs, réalistes et orientés pour les résultats»*, a affirmé le Ministre, en ajoutant que le nouveau Plan sera *«tourné exclusivement pour le succès du tourisme portugais»* et pour *«la création de valeur et pour le développement de l'économie»* (MEID, 2011, p.5)<sup>118</sup>.

Soulignant que le renouvellement du PENT sera pris *«sans grever davantage le contribuable»*, mais en *«utilisant uniquement des moyens existants»*, Álvaro Santos Pereira a également déclaré: *«Le tourisme portugais renforce cette évaluation par les plus qualifiés, entrepreneurs mieux préparés pour répondre aux problèmes, entreprises fortifiées à soutenir la concurrence dans les marchés internationaux»*, ceci-dit, *«avec une plus grande capacité à attirer des visiteurs au pays»*. (MEID, 2011, p.5).

En utilisant les différentes contributions recueillies auprès des acteurs clés, le nouveau PENT trace des objectifs plus réalistes et adaptés à la situation économique actuelle du Portugal, en se concentrant sur des objectifs et des actions concrètes dans un délai de trois ans, de 2013 à

---

<sup>118</sup> MINISTÉRIO DA ECONOMIA, DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO (MEID) – Plano Estratégico Nacional do Turismo: Proposta para revisão no horizonte 2015. In *Turismo de Portugal*. Lisboa: Pré&Press, 2011, pp. 5-52.

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
2015. Contrairement au plan précédent, le nouveau PENT fournit soit une surveillance constante, soit une évaluation, achevée dans les trois années qui sont en vigueur.

Englobant 10 produits stratégiques à sept destinations différentes, le nouveau PENT inclut des circuits touristiques religieux et culturels, le tourisme de santé, de courts séjours dans la ville, le tourisme d'affaires, tourisme de nature, la gastronomie et le vin, le golf, le tourisme nautique, le tourisme résidentiel, et le soleil et la mer.

Les nouveaux marchés de croissance tels que la France, le Brésil, la Pologne et la Russie sont sur la voie d'être couverts par le nouveau PENT, ainsi que la revitalisation des marchés déjà bien informés du Pays tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne ou les Pays-Bas. Des nouveaux publics à inciter comme la Scandinavie, l'Italie, l'Irlande, l'Asie, l'Amérique du Nord et l'Amérique latine sont également en train d'être étudié.

Le Portugal et l'Espagne représentent des marchés avec un intérêt particulier, car ils sont les bases stables de l'occupation, capables de générer des revenus toute l'année. Le segment des pays de langue lusophone est aussi très important, compte tenu de l'affinité culturelle avec le pays et a une taille de plus de cinq millions de personnes qu'ils ont.

Le tourisme représente 9% du PIB et 8% de l'emploi au Portugal. En 2012, seulement entre Janvier et Juillet, ce secteur était responsable de l'entrée de 2,8 milliards d'euros dans l'économie portugaise. Il est, alors, à partir de ces aspects fondamentaux qui se régit la vision stratégique du PENT pour le Portugal, vision valide jusqu'en 2015 (MEID 2011, p.18).

La proposition de valeur appliquée au Portugal met enjeu la combinaison d'éléments contrastés et qualificatifs du pays. Les éléments de différenciation constituent les ressources touristiques qui distinguent le Portugal d'autres destinations concurrentes dans la façon dont les ressources touristiques répondent aux motivations des touristes qui recherchent le Portugal comme destination principale. Ces facteurs de différenciation sont le climat et la lumière; l'histoire; la culture et la tradition; l'hospitalité; et la diversité concentrée.

Les éléments qualificatifs sont essentiels pour qualifier le Portugal dans la gamme d'options des touristes, ceci dit, par son authenticité moderne, par sa sécurité et, enfin, par son excellence dans la relation qualité/prix.

Les objectifs doivent posséder deux caractéristiques, c'est à dire qu'ils doivent être réalisables et doivent être marqués dans le temps. Les objectifs du PENT pour le Portugal se décomposent en quatre points de base, qui sont, selon le MEID, que le Portugal doit venir à avoir une croissance annuelle du nombre de touristes internationaux au-dessus des 5%, dépassant les 20 millions de touristes en 2015 et les revenus au-dessus des 9%, dépassant le seuil des 15 milliards d'euros en 2015, soit plus du double du chiffre d'affaires actuel; Portugal doit donner à Lisbonne, à l'Algarve et à Porto une contribution plus importante à la croissance absolue, mais doit aussi atteindre un meilleur équilibre entre toutes les régions; le Portugal est venu à avoir une croissance annuelle du tourisme interne dans l'ordre des 2,5%, pour atteindre 6,307 milliards d'euros, équivalent à 11% du PIB, la promotion du développement durable des régions et des pôles et la lutte contre la saisonnalité; le Portugal doit accroître la contribution du tourisme dans l'économie, s'imposer comme l'un des principaux moteurs de la croissance de l'économie portugaise, car il prévoit pour 2015 une contribution positive au développement économique du pays, représentant plus de 15% de PIB et 15% de l'emploi national. Ces objectifs du PENT finissent dépendre la situation qui se passe au Portugal jusqu'à présent et ce qui ira probablement arriver d'ici 2015.

Dans tous les axes de développement définis dans le PENT, il est possible observer des changements positifs à la suite de l'effort conjoint des pouvoirs publics et des différents acteurs. Ainsi, le tourisme a connu un fort investissement des acteurs publics et privés liés les uns aux autres, dans le but de suivre les nouvelles tendances de la demande internationale et la qualification de l'offre elle-même dans les régions et les destinations. Cet investissement a été réalisé pour les différentes composantes de l'offre touristique, et il y a eu une orientation claire sur l'amélioration de sa qualité.

En termes d'infrastructures et d'équipements y a eu un effort de qualification de l'équipement et du patrimoine publique avec intérêt touristique ainsi que l'offre hôtelière. En particulier, au cours des dernières années on a assisté à l'ouverture d'un ensemble important d'unités de quatre et cinq étoiles, dans tout le pays, mais surtout dans le Nord, à Lisbonne et à l'Algarve. Il est maintenant important travailler pour monétiser correctement ces investissements.

Depuis l'introduction du PENT en 2007, le tourisme national a considérablement évolué, étant lancées les bases pour sa croissance et pour son développement durable.

En dépit des changements dans le secteur du tourisme au Portugal et dans le monde entier par le biais des récents changements dans l'environnement macro-économique mondial, le PENT s'est imposé comme un important directeur de la ligne commune pour le tourisme au Portugal, en se prenant comme une référence pour le développement du secteur.

Le niveau de l'internalisation des priorités définies par les agents du secteur a également permis un alignement des efforts des acteurs publics et privés, et sa présence a également été assurée dans les instruments de la politique publique. Dans ce contexte, le Pôle de Compétitivité et Technologie (PCT) Tourisme 2015 a été créé, permettant d'assurer l'alignement entre les programmes d'incitation du Cadre de Référence Stratégique National (QREN) et les priorités de développement du tourisme national définies dans le PENT.

Le PCT Tourisme 2015 a un plan d'investissement ambitieux focalisé dans la stimulation de la compétitivité des entreprises; dans le développement de l'offre d'une façon sélective; et dans le renforcement de l'attractivité du Portugal comme une destination touristique.

Le tourisme interne s'est développé d'une façon durable depuis la création du PENT avec les touristes à augmenter d'environ 800 000 nuitées par environ 1,4 millions de personnes entre 2006 et 2010 (MEID, 2011, p.15). Ce facteur, tel que prévu dans le précédent PENT, a potentialisé le développement des régions et des pôles dans un contexte économique difficile. Cette situation, d'autre part, en 2009 a conduit à une détérioration de la performance du tourisme externe, empêchant que les objectifs mondiaux fixés initialement soient été atteints.

Le tourisme externe a donc augmenté le poids des marchés du développement et de la diversification du tourisme national, grâce à la croissance absolue du nombre de nuitées causés par ces marchés vérifiées jusqu'en 2008, après avoir dérivé ce résultat aussi de la chute dans les quatre principaux marchés étrangers émetteurs de touristes vers le Portugal. Dans ces marchés stratégiques, le nombre de nuitées a diminué, principalement en raison de la rétraction du *outbound* vérifié dans ces marchés entre 2007 et 2009, en raison de la crise économique mondiale et de la rupture des changes dans certains marchés importants pour le Portugal. (MEID, 2011, p.15).

Les agents du secteur ont lancé un certain nombre d'initiatives pour le développement et la structuration de l'offre des produits touristiques, avec de différents niveaux de mise en œuvre à travers des produits et des régions. Les zones les plus consolidées du point de vue organisationnel, bien sûr, ont un plus haut degré d'évolution dans ce domaine. Dans ce contexte, les autorités régionales du tourisme dont le nouveau cadre juridique a été approuvé en 2008 et qui ont un rôle fondamental dans la mobilisation des ressources pour le développement de produits touristiques, ont progressivement assumé ce rôle, ainsi que les acteurs privés.

Le Tourisme du Portugal, quant à lui, a développé son rôle de soutien et de suivi du travail effectué par les autorités régionales, en vue d'intégration du même dans la stratégie globale définie pour le pays (MEID, 2011, p.16).

Selon les responsables de la création du PENT, la mise en œuvre du développement stratégique nécessite de la rigueur, de l'innovation et de la productivité de la part du gouvernement et du secteur privé. La dynamique des accessibilités a été l'un des principaux axes opérationnels définis dans le PENT, une fois que le Tourisme du Portugal a développé des efforts efficaces dans ce domaine en collaboration avec les ANA-Aéroports et avec les Agences Régionales de Promotion Touristique (ARPT).

Trois ans après la mise en plan d'orientation pour le secteur du tourisme au Portugal et, après le lancement du programme d'initiative, le solde a montré l'adoption de 37 nouvelles routes vers le Portugal. Ces mêmes itinéraires ont autorisé capté 61 vols hebdomadaires supplémentaires en hiver et 113 vols en été, jusqu'en Octobre 2010 (MEID, 2011, p.17). La mise en œuvre du PENT est structurée autour de cinq domaines d'action, basé à onze projets. Les principaux domaines d'activité sont le territoire: les destinations et les produits; les marques et les marchés; la classification des ressources; la distribution et la commercialisation; et, enfin, l'innovation et la connaissance.

Ces cinq axes agissent en conformité avec onze projets, qui sont les produits; les destinations et les pôles; les interventions dans des zones d'intérêt touristique (ZIT), tels que la planification de la ville, l'environnement et le paysage; le développement de contenus distinctifs et innovateurs; les événements; les accessibilités aériennes; les marques, la promotion et la distribution; le programme de qualité; l'excellence du

Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
capital humain; la connaissance et l'innovation; l'efficacité de la relation État-Société; et la modernisation entrepreneuruse.

Les lignes du développement stratégique concentrent onze aspects, tels que les marchés émetteurs; les produits stratégiques; les régions; les pôles de développement; les accessibilités aériennes; les événements; l'enrichissement de l'offre; la qualité urbaine, environnemental et paysagiste; la qualité du service et des ressources humaines; la promotion et la distribution; et enfin, l'efficacité et la modernisation de la performance des acteurs publics et privés.

En ce qui concerne les marchés émetteurs, il est important de souligner qu'il existe un intérêt de la part des créateurs du PENT à investir sur le captage de touristes de vingt marchés émetteurs internationales et dans le développement du tourisme national.

En ce qui concerne les régions, il ya un besoin de développer des offres distinctives par les régions, conformément à la proposition de valeur de la destination du Portugal, en capitalisant sur la vocation naturelle de chaque région et en développant certains facteurs de qualification.

Par rapport aux pôles de développement, il convient de noter que cette ligne de développement stratégique est de développer six nouveaux centres touristiques qui seront utilisés pour diversifier l'offre touristique au Portugal et mettre en œuvre des modèles de développement durable.

Concernant les accessibilités aériennes, celles-ci sont utilisées pour améliorer et renforcer les accessibilités aériennes avec les villes et les régions qui ont un plus grand potentiel touristique dans chaque marché émetteur.

Les événements sont basés sur une ligne de développement stratégique qui vise à favoriser un calendrier national d'évènements pour assurer la réputation de la destination et l'enrichissement de l'expérience du touriste.

En ce qui concerne l'enrichissement de l'offre, cette ligne de développement stratégique concerne le développement et l'innovation de contenus différents de l'offre touristique nationale.

La ligne de développement stratégique, intitulé qualité urbaine, environnementale et paysagiste est d'en faire un élément clé du produit touristique pour valoriser et qualifier la destination Portugal.

La qualité du service et des ressources humaines se résume à l'idée d'améliorer la qualité du tourisme portugais au long des vrais moments d'interaction avec les touristes, en mettant en œuvre un système de qualité touristique, de formation et la valorisation des ressources humaines.

En ce qui concerne la promotion et la distribution, son objectif est de mettre en œuvre une approche novatrice, ciblée et par marché émetteur, donnant davantage importance sur Internet, en promouvant une gestion proactive de la relation avec des opérateurs touristiques et des journalistes et, enfin, la destination Portugal est définie comme une priorité.

Enfin, en ce qui concerne l'efficacité et la modernisation de la performance des acteurs publics et privés, ce qui tend à faciliter l'interaction entre les entreprises et l'Etat de promouvoir la diffusion des connaissances du secteur du tourisme, de stimuler la recherche, le développement, la modernisation et l'adoption de pratiques innovantes par les entreprises.

Après la sélection des dix produits stratégiques, les créateurs du PENT ont eu en attention les pôles touristiques, où ces dix produits pourraient être mis en pratique. Ainsi, six pôles touristiques, par leur contenu spécifique et unique, justifient sa création dans le développement du tourisme national, couvrant tous les pôles, à savoir, le Douro, la Serra da Estrela, l'Ouest, l'Alqueva, la côte de l'Alentejo et Porto Santo, à Madère. La création de certains de ces pôles de développement du tourisme international se justifie, les pôles les plus attractifs au niveau international sont le Douro, l'Ouest, la côte de l'Alentejo et Porto Santo, à Madère.

Le Douro se situe dans la région du Nord du Portugal et est composé par une aire classifiée par comme patrimoine mondial et par les villes les plus proches, sachant que sa création a comme objectif principal la capitalisation du potentiel touristique de la région du «*Alto Douro Vinhateiro*». Les produits stratégiques qui peuvent être développés dans le Douro sont le «*touring* culturel et paysagiste», la «*gastronomie et vin*» et le «*tourisme de nature*». Le pôle du Douro est dirigé à la fois pour le tourisme

national et pour le tourisme international. En ce qui concerne le Douro, ce pôle touristique peut être très bénéfique pour notre étude de cas, même s'il se situe, géographiquement, un peu éloigné de la ville de Fafe car il y a beaucoup de touristes qui préfèrent rester dans des villes de l'intérieur de la région et en profiter pour visiter et connaître d'autres attractifs en plus du Douro.

Après avoir analysé le PENT et ses stratégies, il est important et pertinent évaluer les insuffisances, les incohérences et en tirer les conclusions pour notre recherche, ainsi que voir en quoi est-ce que le PENT est pertinent pour le cas de Fafe, pour ensuite analyser l'importance d'autres documents pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe.

La nouvelle perception de la relation entre le tourisme et le développement et les avantages respectifs ont fait en sorte que l'OMT est développée des outils pour soutenir l'applicabilité des critères de durabilité dans la planification, développement et gestion du tourisme, tels que les plans de développement du tourisme durable et de l'Agenda 21 (MONJARDINO, 2009)<sup>119</sup>.

Sur la base de ces décisions internationales et selon le Tourisme du Portugal (2013)<sup>120</sup>, le tourisme est un secteur économique stratégique dans lequel le Portugal trouve de grands avantages concurrentiels par rapport aux autres pays, et par conséquent, pourrait être une force motrice de l'économie, en raison de sa capacité de créer de la richesse et de l'emploi.

Le PENT résume les conclusions du diagnostic, les objectifs et le développement stratégique pour le secteur du tourisme (TOURISME DU PORTUGAL, 2007, p.5)<sup>121</sup>, il définit une stratégie d'intervention dans le secteur du tourisme présentant les perspectives de croissance inhérentes qui, effectivement, constituent une opportunité

---

<sup>119</sup> MONJARDINO, I. – Indicadores de Sustentabilidade do Turismo nos Açores: o papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao Turismo na Região. In *15.º Congresso da APDR – Redes de Desenvolvimento Regional*. Cabo Verde: Praia, 2009, pp. 1-34.

<sup>120</sup> TOURISME DU PORTUGAL – *Plano Estratégico Nacional do Turismo Horizonte 2013-2015: Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2015*. 2013, pp.1-70. Mis en ligne en Décembre 2013. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt>.

<sup>121</sup> TOURISME DU PORTUGAL - *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. 2007, pp.1-7. Mis en ligne en 2007. Consultable en: <http://www.turismodeportugal.pt>.



pour le pays, qui doit répondre à la forte concurrence et à la demande sophistiquée, avec la mise en valeur de ce qui le distingue d'autres pays.

Une mise en valeur dans le secteur du tourisme doit être basée sur les ressources de différenciation et permettre divers produits touristiques pour ceux qui veulent connaître et passer quelque temps dans une région. Selon la 1ère édition du PENT (TOURISME DU PORTUGAL, 2007, p.5) et la nouvelle révision de ce même Plan (TOURISME DU Portugal, 2013, p.7), le Portugal se distingue des autres pays par le biais d'éléments différenciateurs comme: le climat et la lumière: des températures douces toute l'année et peu de précipitations en dehors de la saison d'hiver; nombre élevé de jours et d'heures de lumière ensoleillées; histoire, culture et tradition: forte préservation des traditions (fêtes, costumes régionaux, processions, musique traditionnelle, festivals, traditions académiques, Fado); lien avec l'Atlantique / Découvertes; Hospitalité: relations profondes (de caractère portugais doux, affable, chaleureux, communicatif, la réceptivité aux étrangers); gastronomie et vins; qualité des installations touristiques et qualité du service; diversité concentrée: *Country Resort (Atlantic Beach*, plaine, forêt, ruralité, ville, golf, casinos); multiplicité de l'influence des cultures (Celtes, Romains, Arabes, et, dans le cas de la ville de Fafe, les Brésiliens); multiplicité des sous-cultures régionales, telles que le Minho et Douro, dans le cas de la région du Nord.

En ce qui concerne les produits stratégiques du PENT, la nouvelle révision montre pour chacun d'eux, un projet dans lequel la stratégie sous-jacente doit investir et quelles sont les activités qui doivent être développées pour attirer et répondre à la demande des touristes. Ce sont: soleil et mer - qualification du produit et enrichissement de la proposition de valeur; circuits touristiques - renforcer le développement d'expériences touristiques qui mettent en valeur la diversité du patrimoine culturel, religieux et naturel; *city breaks* - améliorer les centralités touristiques et enrichir l'offre; tourisme d'affaires - promouvoir l'offre des services et d'infrastructures; golf - encourager la promotion du Portugal comme une destination de golf de classe mondiale; tourisme de nature – qualifier les ressources et les agents dans des segments à fort potentiel de différenciation; tourisme nautique - développer l'offre d'activités nautiques; tourisme résidentiel - promouvoir l'offre existante et de faciliter l'accès à l'information par des citoyens étrangers; tourisme de santé - faire du Portugal une destination d'excellence internationale pour le produit; gastronomie et vin - enrichir l'expérience touristique à

travers de la gastronomie et des vins nationaux (TOURISME DU PORTUGAL, 2013, pp.62-70).

Dans les différentes versions de PENT, plusieurs aspects qui réservent l'importance du développement durable du tourisme dans le pays dans une logique de performance locale ont été présentés. En ce sens, la 1ère édition du PENT (TOURISME DU PORTUGAL, 2007) défend le renforcement des accessibilités et des infrastructures, car ils peuvent attirer plus de touristes (ex.: liens directs entre les principaux aéroports du pays et marchés émetteurs, pour réduire la saisonnalité); la réalisation de 1 - 2 événements médiatiques par décennie pour concevoir le pays et apporter les touristes, non seulement dans l'année de l'événement, comme dans les années suivantes; l'organisation et la promotion d'un calendrier national d'événements de renommée internationale, et les événements réguliers pour aider à retenir le touriste; l'animation locale des principales zones touristiques; agir au niveau de la richesse de l'offre, ayant comme préoccupation le développement de contenus traditionnels portugais pour assurer la différenciation de l'offre touristique et d'expériences distinctes aux touristes; le marketing de l'offre muséologique et monumentale avec des horaires d'ouverture adaptés; le renfort du concept de richesse de la gastronomie portugaise, en créant des plats de référence; la modernisation de l'offre hôtelière. Il ya une faible présence des chaînes internationales de cinq étoiles par rapport à l'offre hôtelière au Portugal, étant celle-ci dominé surtout par des groupes locaux occupant les pensions, le deuxième type d'hébergement plus réservé; la mise en valeur sur la qualité urbaine, environnementale et paysagiste; la création d'un programme d'excellence de formation touristique, avec le développement de l'expertise dans le domaine, par exemple. Le fait que l'emploi dans le tourisme soit considéré comme temporaire signifie qu'il y a peu d'investissement dans la formation et dans la qualification, qui à son tour, réduit la qualité du service.

Il est évident que, en analysant deux des objectifs existant dans la première version du PENT, ceux qui ne connaissent pas la situation portugaise peuvent mettre en plein discrédit ce document, en plein moment de crise économique dans laquelle se trouve l'Europe, il est tout à fait déraisonnable réussir qu'un si petit pays comme le Portugal arrive à doubler le nombre de touristes et des recettes en une décennie, alors qu'en fait, il y a eu une stagnation au cours de la décennie, ou encore en relation avec les méga-événements, dont le but était la «captation de 1-2 méga-événements sur dix années», ici

il reste bien clair aussi qu'ils ne sont pas nécessaires dix ans pour organiser des événements comme une EXPO 98 ou comme un EURO 2004.

Cependant, huit ans après, le Tourisme du Portugal fixe de nouveaux objectifs et de nouvelles lignes d'action pour le secteur du tourisme, de 2013 à 2015. La révision proposée en 2011 du PENT a eu comme première ligne fondamentale la durabilité comme un modèle de développement, dans lequel il y a une mise en valeur dans un tourisme durable, à travers des chaînes de valeur liées, promouvant l'économie locale, préservant l'environnement et générant des pratiques environnementales par les agents, afin que le tourisme puisse aussi être un moyen de créer de la valeur et de la qualité de vie (TOURISME DU PORTUGAL, 2011)<sup>122</sup>.

Néanmoins, un grand nombre des objectifs présentés dans ce PENT de 2011 étaient irréalistes et il y a eu la nécessité de revoir et d'encadrer la réalité du tourisme au Portugal dans un nouveau contexte mondial. Ainsi, il y a eu une nouvelle révision du PENT en 2013, ayant les changements suivants de contexte dans le tourisme au Portugal: changements économiques au sein de l'instabilité économique et financière européenne; modifications du profil du consommateur, qui rationalise la consommation et, donc, achète avec plus de prudence, même s'il existe une plus grande difficulté de loyauté; ainsi, selon le PENT, il faut mieux connaître les nouveaux consommateurs et la concurrence, et miser sur un tourisme créatif; les changements en termes de modèles d'affaires et des technologies de l'information, qui mettent en évidence le phénomène des réseaux sociaux et des applications mobiles. Le PENT recommande un effort accru, notamment par les PME, pour répondre à ces défis; les effets de la concurrence, avec de nouveaux concurrents et de nouvelles stratégies plus agressives de la part des destinations traditionnelles, avec des prix plus compétitifs et l'innovation de produits (TOURISME DU PORTUGAL, 2013).

Il est vrai aussi que si le PENT était 100% viable, il aurait été inutile de modifier certains aspects de ce plan par le Tourisme du Portugal et par le Ministère de l'Economie et de l'Emploi, Ministère avec cette désignation à l'époque en question. Il y a eu, en effet, une révision du PENT en 2012, pour qu'il soit viable pendant la période 2013 - 2015. *«La réalité a montré que la définition des objectifs réalisés dans*

---

<sup>122</sup> TOURISME DU PORTUGAL - *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Propostas para revisão no horizonte 2015 – versão 2.0*. Mis en ligne en 2011. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt>.

*l'autorisation du PENT en 2007 n'a pas été réaliste, car les résultats ont été beaucoup inférieurs que ce qu'il était prévu»* (TOURISME DU PORTUGAL, 2013). Nous savons aussi que *«l'instabilité économique et financière de l'Europe, qui gère aujourd'hui plus de 85% des nuitées internationales au Portugal et la croissance du PIB, l'emploi et le revenu disponible conseille également la projection plus prudente des fluxes touristiques»* (TOURISME DU PORTUGAL, 2013).

Malgré tous les changements, la nouvelle révision du PENT, en 2013, n'oublie pas l'importance de définir une stratégie visant à prévenir les impacts négatifs du tourisme à de différents niveaux: la durabilité du développement des régions et des collectivités locales à travers de la promotion de l'entrepreneuriat et de l'interaction entre la population locale et les activités productives; la durabilité économique à travers de la qualification des ressources humaines et du produit; engagement envers l'innovation et un plan de gestion de saisonnalité; urbanisme à travers de la préservation et de l'amélioration de l'authenticité et du patrimoine et intervention dans les espaces publics et extérieurs; durabilité de l'environnement à travers de la rationalisation et valorisation des ressources naturelles et du patrimoine naturel; paysages naturels et culturels, avec son engagement à offrir au visiteur une activité globale de l'expérience grâce à l'articulation d'une relation entre le touriste et l'espace, la région et les communautés dans son entourage (TOURISME DU PORTUGAL, 2013).

Même en ce qui concerne le programme des destinations touristiques, la nouvelle révision du PENT révèle, une fois de plus, la nécessité de développer les destinations touristiques durables, de sorte que le tourisme devienne un moyen d'améliorer la qualité de vie dans les communautés, réduire les disparités régionales, et que le pari sur les zones rurales naturelles, tout en offrant la différenciation, contribue à atténuer la saisonnalité.

Tout en reconnaissant que ce Plan présente un ensemble d'intentions et de considérations intéressantes, le PENT n'approfondit pas et ne réalise pas la plupart d'entre elles et ne présente pas de solutions pratiques aux principaux problèmes rencontrés par le secteur du tourisme. Le PENT peut être considéré comme étant trop subjectif et brouillé des réalités, pouvant même se révéler encore un autre élément perturbateur parmi les acteurs du secteur, il est peu mobilisateur et donc dépourvu de contenu pratique et vision prospective de l'avenir.

Les questions fondamentales, y compris celles relatives à la compétitivité du tourisme ne sont pas inclus, tels que le transport aérien, la qualification de l'offre publique de tourisme, la promotion touristique, le marketing et les ventes, la gestion des aéroports, la distribution et l'importance de nouveaux canaux de commercialisation et, surtout, la nécessité de son articulation et l'interconnexion avec l'offre.

Les objectifs surlignés sont trop vagues et peu précis, ne définissant pas quelles sont les actions à développer dans le court et moyen terme pour atteindre les objectifs, en plus de ne pas identifier ni les sources de financement ni les dispositions financières pour la mise en œuvre de chacun des programmes et projets énumérés, ni définir les grandes orientations, qui sous-entend un plan de cette nature.

Malgré que le PENT consacre une politique de développement durable qui se préoccupe avec les aspects économiques, sociaux et environnementaux, et en conformité avec Remoaldo *et al.* (2012)<sup>123</sup>, qui cite un expert du tourisme de la Commission de Coordination et de Développement Régional du Nord (CCDR-N) et coordinateur de l'Agenda Régional du Tourisme, le PENT, entre autres aspects, ne réussit pas à définir une vision au niveau régional qui fournisse une structure organisationnelle et promeuve une meilleure performance dans chaque zone définie. Ainsi, la complexité du tourisme exige un plan qui articule le tourisme avec d'autres domaines, tels que le patrimoine, l'environnement ou les infrastructures.

L'intention de capitaliser la société en vue de sa restructuration, grâce à un rééchelonnement de ses dettes, est impossible de réaliser sans la création de mécanismes financiers appropriés.

Selon la Confédération du Tourisme Portugais (CTP) (ESTEVEES, 2013)<sup>124</sup>, les objectifs énoncés dans la proposition actuelle de révision du PENT sont trop ambitieux. D'autre part, la CTP (2013) comprend encore être une erreur de ne pas avoir été considérée ni

---

<sup>123</sup> REMOALDO, P.; RIBEIRO, J.; VAREIRO, L.; MOTA, M. – *Planning considerations about tourism in the Minho-Lima region (Northwest of Portugal)*. In PARIKSHAT SINGH MANHAS – Sustainable and responsible Tourism: Trends, Practices and Cases. New Delhi: Prentice Hall India, 2012, pp. 108–123.

<sup>124</sup> ESTEVES, C.T. – *CTP critica metas da atual proposta de revisão do PENT*. In *PUBLITURIS*, 2013. Mis en ligne en Février 2013. Consultable en <http://www.publituris.pt/2013/02/05/ctp-critica-metas-da-atual-proposta-de-revisao-do-pent/>.

*comprise «toute référence à la programmation financière 2014-2020, qui intègre la nouvelle politique de cohésion, à un moment où les priorités stratégiques de développement régional sont en réflexion».*

Il faut prendre en compte que le tourisme est lié au développement des nations et, dans le cas du Portugal, qu'il a été présenté comme l'un des moteurs économiques du pays, en dépit de la situation économique et sociale actuelle. Pour cette raison, le tourisme fait partie du Ministère de l'Economie qui définit des objectifs clairs pour rendre ce concept une activité économique rentable.

Cependant, la mise en valeur du tourisme doit être fondée sur la durabilité et considérant également les effets négatifs causés par l'interaction entre les communautés locales, les touristes et l'environnement. Voilà pourquoi toutes les versions du PENT présentent des considérations sur l'importance de l'existence d'un équilibre entre la croissance, le développement et la durabilité, fondée également sur les théories prônées par les grandes organisations internationales du secteur touristique.

Dans le cas du Portugal, les objectifs énoncés ont été constamment changés en raison des données, des chiffres et des valeurs qui se tournent rapidement dépassés, avec le contexte global et national à changer rapidement. Il est donc essentiel de renforcer l'idée de la nécessité d'une croissance équilibrée et d'un engagement de toutes les parties prenantes (gouvernements, entreprises et agents locaux) afin d'éviter des conséquences négatives, telles que les phénomènes d'acculturation et l'accélération de changements, sachant que la trajectoire future passe par savoir donner une réponse de façon durable aux nouveaux défis.

Dans notre étude de cas, qui est, la ville de Fafe au Portugal, il est devenu important d'analyser le PENT, malgré toutes les insuffisances et incohérences observées au long de toutes ces années de révision et reformulation, dans le sens d'explorer en profondeur le produit stratégique «TN», en tenant compte du fait que ce type de tourisme est le plus recherché et développé à Fafe. Cependant, il est encore à souligner que l'ensemble de ce plan a des aspects qui aident à inclure le tourisme comme facteur de développement local et de le rendre durable, en réduisant à son tour, la saisonnalité. Il est devenu, donc, pertinent étudier et explorer le PENT ainsi que d'autres documents considérés importants pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe.

## **2 – L'importance d'autres documents pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe**

Il existe d'autres documents plus récents, créés par la Commission Européenne, par le Gouvernement du Portugal et par la Commission de Coordination et Développement Régional du Nord (CCDR-N), tels que «EUROPE 2020»<sup>125</sup>, «PORTUGAL 2020»<sup>126</sup> et «NORTE 2020»<sup>127</sup>, qui vise à créer une croissance intelligente, durable et inclusive, autant au niveau européen, comme au niveau du Portugal ou encore au niveau de la région du Nord, dans ce cas concret.

En ce qui concerne le document «EUROPE 2020», il a été créé par la Commission Européenne et a été lancé en 2010 pour les dix prochaines années. Dans ce document, nous pouvons trouver la «Stratégie Europe 2020» qui «vise à créer une croissance intelligente, durable et inclusive» et consiste en une «Stratégie pour l'Union Européenne» qui vise à «surmonter la crise et créer les conditions d'une économie plus compétitive et créative d'emplois» (Commission Européenne, 2014, p.3).

En ce qui concerne une croissance intelligente, cela ne peut être considéré ainsi que parmi l'investissement dans l'éducation, la recherche et l'innovation. La croissance durable donne la priorité à la transition vers une économie de faible teneur en carbone et une industrie plus compétitive. Quant à la croissance inclusive, nous devons accorder une attention particulière à la création d'emplois et à la réduction de la pauvreté.

La «Stratégie Europe 2020» a cinq objectifs principaux, et selon la Commission Européenne (2014, p.3), ceux-ci sont, tout d'abord, l'emploi doit augmenter à 75% le taux d'emploi entre les âges de 20 et 64 ans, ce qui serait très bénéfique pour les européens, si cela se concrétise, cela signifierait que le taux de chômage baisserait considérablement, et donc le Portugal bénéficierait également de ce fait. Comme

---

<sup>125</sup> COMISSÃO EUROPEIA – *EUROPA 2020: A estratégia europeia de crescimento*. Bruxelas: Phovoir, 2014, pp.3-12. Mis en ligne en 2014. Consultable en [http://ec.europa.eu/europa2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europa2020/index_pt.htm).

<sup>126</sup> GOVERNO DE PORTUGAL – *PORTUGAL 2020 – Acordo de parceria 2014-2020*. Lisboa, 2014, pp.75-315. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en <http://www.portugal.gov.pt/media/1489775/20140730%20Acordo%20Parceria%20UE.pdf>.

<sup>127</sup> CCDR-N – *NORTE 2020: Estratégia Regional de Especialização Inteligente*. Editora Gabinete de Marketing e Comunicação da CCDR-N, 2014, pp.11-136. Mis en ligne en Novembre 2014. Consultable en [http://www.2ccdr-n.pt/fotos/editor2/norte2020/2014-11-27\\_norte2020\\_ris3\\_gmc.pdf](http://www.2ccdr-n.pt/fotos/editor2/norte2020/2014-11-27_norte2020_ris3_gmc.pdf).

deuxième objectif, l'investigation a été présentée et celle-ci devrait augmenter à 3% de l'investissement Produit Intérieur Brut (PIB) dans l'Investigation et le Développement (I&D), qui est seulement possible avec le soutien financier du secteur public et, par conséquent, le déficit budgétaire irait baisser de quelques points de pourcentage. En ce qui concerne les changements climatiques et l'énergie, dont la fonction principale est de réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20% en tenant compte des niveaux enregistrés en 1990, car il ya une préoccupation croissante pour préserver l'environnement et tous les nouveaux équipements ont tendance à être créé avec une attention particulière sur le changement climatique et l'énergie. En ce qui concerne ce troisième objectif, il est également prévu d'obtenir 20% de l'énergie provenant de sources renouvelables et une augmentation de 20% de l'efficacité énergétique. Le quatrième objectif se réfère à l'éducation, à partir de laquelle il est destiné à réduire les taux de d'abandon scolaire au-dessous de 10%, ce qui nous semble un facteur très important, car même si nous vivons dans le XXIe siècle, il y a encore beaucoup de gens qui sont incapable d'assister à l'enseignement dit obligatoire et d'autres doivent abandonner l'école très tôt en raison de difficultés financières au sein de leurs familles pour de diverses raisons et qui les obligent à entrer dans le monde du travail plus tôt que prévu. Cet objectif vise également à augmenter à au moins 40% la proportion de personnes entre 30 et 34 ans a avoir un diplôme universitaire. Ce deuxième aspect de cet objectif nous mène à croire que l'on défend plus que jamais l'obtention d'un cursus supérieur pour les européens, cependant, nous devons être conscients que beaucoup de gens de cet âge n'ont pas toujours assez d'expérience professionnelle vis-à-vis des employeurs pour exercer des fonctions au sein de leurs entreprises, même ayant les connaissances scientifiques, et, en tant que tel, il serait intéressant de créer ici aussi des mesures qui peuvent soutenir ce noyau de la population européenne. Le dernier objectif référant à la pauvreté et à l'exclusion sociale est destiné à réduire d'au moins 20 millions le nombre de personnes à risque ou en situation de pauvreté ou d'exclusion sociale. Le dernier objectif réglerait déjà de nombreux cas dans toute l'Europe et, nous l'espérons, aussi au Portugal.

Pour être en mesure d'atteindre ces objectifs, il existe le Fonds Social Européen (FSE), qui est un instrument financier qui soutient les personnes à améliorer leurs niveaux d'éducation et de qualification. Il est également intéressant de noter que, depuis sa création en 1957, par le Traité de Rome, jusqu'à aujourd'hui, le FSE a aidé



Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

d'innombrables européens à obtenir des emplois, à acquérir de nouvelles compétences et à trouver de meilleurs emplois.

Portugal, en tant que membre de l'Union Européenne (UE) est un bénéficiaire de ce fonds et a comme but contribué à la cohésion économique et social européenne. Autant en Europe comme au Portugal, le FSE joue un rôle important dans le développement national, à travers du fort soutien étendu aux politiques publiques de l'éducation, la formation, l'emploi et l'inclusion sociale. Le document «EUROPE 2020» devient intéressant, puisque nos investisseurs portugais, dans ce cas particulier, nous faisons référence au secteur du tourisme, font de plus en plus recours aux fonds fournis par la Commission Européenne, tels que le FSE ou le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER), pour devenir des entrepreneurs touristiques, comme on peut le voir en ce qui concerne le secteur privé à Fafe (cf. tableau n°14 de la page n° 135).

Ainsi, le défi du FSE, à l'avenir, est de continuer, de façon décisive, à contribuer au développement du pays, à travers de l'appui solide aux différentes variantes observées auparavant (Commission Européenne, 2014, p.12).

Le document «PORTUGAL 2020», créé en Juillet 2014, est un accord de partenariat que le Portugal a proposé à la Commission Européenne. Ce document adopte des principes de programmation de la «Stratégie Europe 2020» et consacre la politique de développement économique, sociale, environnementale et territoriale qui a l'intention de stimuler la croissance et la création d'emplois dans les années à venir, au Portugal.

«PORTUGAL 2020» définit également les opérations, les investissements et les priorités de financement nécessaires pour promouvoir dans notre pays la croissance intelligente, durable et inclusive et la réalisation des objectifs de «l'EUROPE 2020» (Gouvernement du Portugal, 2014, p.3).

Il convient également de noter que le programme «PORTUGAL 2020» vise à réaliser un cercle vertueux où la croissance, l'emploi et la réduction de la pauvreté auront des résultats décisifs dans l'équilibre continue des comptes publics, dans la réduction de la dette et du déficit, dans l'évolution favorable des balances commerciales et des paiements et pour surmonter les effets sociaux et régionaux de la crise. Cela signifie que, avec ce programme, le Gouvernement du Portugal a l'intention de lutter contre les diverses lacunes qui ont été présentés au fil des ans, au niveau national, régional et

local. Dans le cas des petites localités, ce programme peut contribuer à un développement durable local à divers niveaux, tels que le tourisme, qui contribue de manière significative à la croissance économique, à travers de la création de plusieurs entreprises appartenant à l'industrie touristique.

En ce qui concerne le cas de Fafe, nous pouvons comparer quelques villes avec celle-ci afin d'observer les ressemblances qui existent au niveau de l'aire géographique, de la population résidente, de la localisation géographique, de la région du tourisme à laquelle elles appartiennent, du nombre total de nuitées par an, de la permanence moyenne des touristes et des attractifs touristiques existants dans ces villes.

Les villes que nous avons l'intention de comparer avec Fafe sont Felgueiras, Marco de Canaveses, Vila Real et Vila Verde.

Relativement à l'aire géographique et à la population résidente dans ces cinq villes, nous pouvons observer les données dans le tableau qui se suit:

**Tableau n°3: Aire géographique et population résidente en 2013 à Fafe et dans des villes comparables**

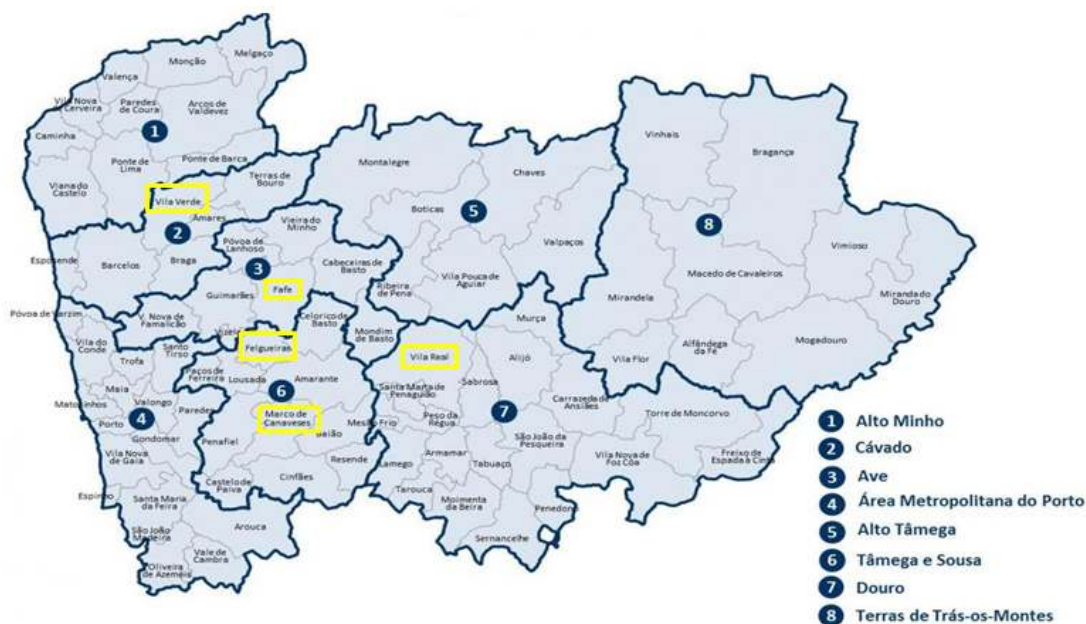
	Aire géographique (Km <sup>2</sup> )	Population résidente
Fafe	210,08	49 945
Felgueiras	115,74	57 673
Marco de Canaveses	201,89	52 966
Vila Real	378,80	51 009
Vila Verde	220,70	47 888

Source: CCDR-N, 2014<sup>128</sup>

Nous pouvons également référer que ces cinq villes appartiennent à la région de tourisme «Porto et Nord» et que celles-ci se situent toutes au Nord du Douro, comme nous pouvons l'observer dans la figure qui se suit:

<sup>128</sup> CCDR-N – *Indicadores demográficos*. Mis en ligne en Août 2014. Consultable en <http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/indicadores-regionais>.

**Figure n°1: Carte de la région du Nord du Portugal**



Source: CCDR-N, 2014<sup>129</sup>

Relativement au nombre total de nuitées par an et à la permanence moyenne des touristes à Fafe, Felgueiras, Marco de Canaveses, Vila Real et Vila Verde nous avons analysé les données attribuées par la CCDR-N, entre 2009 et 2013, comme nous pouvons l’observer dans les tableaux et graphiques qui se suivent:

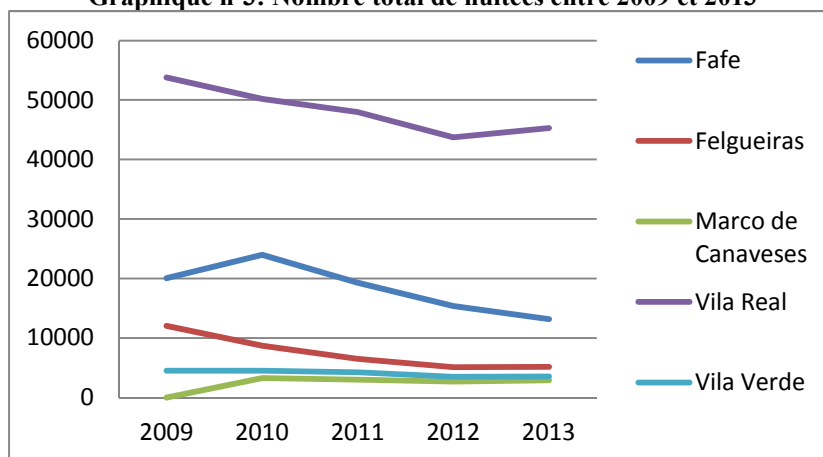
**Tableau n°4: Nombre total de nuitées entre 2009 et 2013**

	2009	2010	2011	2012	2013
Fafe	20 045	23 954	19 313	15 343	13 180
Felgueiras	12 051	8 689	6 485	5 091	5 157
Marco de Canaveses	Il n’y avait pas d’établissements	3 253	2 981	2 642	2 864
Vila Real	53 782	50 168	47 990	43 724	45 265
Vila Verde	4 484	4 468	4 245	3 487	3 552

Source: CCDR-N, 2014

<sup>129</sup> CCDR-N – NUTS III – Regulamento (UE) n° 868/2014 da Comissão, de 8 de Agosto de 2014. Mis en ligne en Août 2014. Consultable en <http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/apresentacao>.

**Graphique n°3: Nombre total de nuitées entre 2009 et 2013**



Source: CCDR-N, 2014

En ce qui concerne le nombre total de nuitées dans ces cinq villes, nous pouvons observer qu'entre 2009 et 2013, la ville qui a enregistré un plus grand nombre de nuitées a été Vila Real et Fafe a été la deuxième ville avec une demande touristique élevée. Nous pouvons observer ensuite Felgueiras, Vila Verde et Marco de Canaveses.

Nous pouvons aussi observer qu'il ya eu des variations significatives et des descentes dans le nombre de nuitées entre 2009 et 2012, en ce qui concerne Felgueiras, Marco de Canaveses, Vila Real et Vila Verde et une montée généreuse en 2013. Ces données se donne au fait de la crise économique européenne qui s'est fait sentir au long de ces années, commençant essentiellement en 2010.

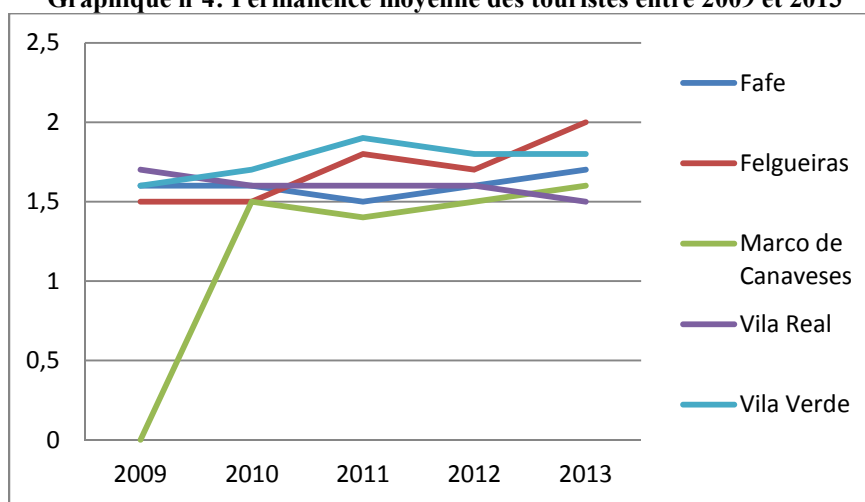
Cependant en ce qui concerne la ville de Fafe, il y a eu là une augmentation du nombre de nuitées entre 2009 et 2010 au contraire des autres quatre villes et entre 2010 et 2012, le scénario a été le même dans les cinq villes, le nombre de nuitées a descendu considérablement dû au fait de la situation économique existante à ce moment là et qui s'est fait sentir non seulement dans le pays comme aussi dans les petites et moyennes villes de l'intérieur de la région du Nord.

**Tableau n°5: Permanence moyenne des touristes entre 2009 et 2013**

	2009	2010	2011	2012	2013
Fafe	1,6	1,6	1,5	1,6	1,6
Felgueiras	1,5	1,5	1,8	1,7	2,0
Marco de Canaveses	Il n'y avait pas d'établissements	1,4	1,5	1,5	1,6
Vila Real	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5
Vila Verde	1,6	1,7	1,9	1,8	1,8

Source: CCDR-N, 2014

**Graphique n°4: Permanence moyenne des touristes entre 2009 et 2013**



Source: CCDR-N, 2014

La permanence moyenne des touristes entre 2009 et 2013 varie dans ces cinq villes et au long des cinq ans entre 1,4 jours et 2 jours. La ville où les touristes ont passé plus de jours a été Felgueiras et ce fait s'est passé en 2013.

Vila Verde a été la ville qui a comptabilisé une moyenne assez élevée en ce qui concerne la permanence moyenne dans cette ville entre 2008 et 2013. Fafe, Marco de Canaveses et Vila Real ont enregistré une permanence moyenne des touristes entre 1,4 et 1,7 jours. Ce qui signifie que même si le nombre de nuitées a eu tendance à diminuer, la permanence moyenne des touristes a stabilisé et même augmenté dans la plupart des villes comme nous pouvons l'observer dans le tableau et graphique élaboré auparavant.

Au niveau des attractifs touristiques, toutes ces villes divulguent la gastronomie, l'artisanat, les musées, les lieux de loisir et de récréation, les événements qui se réalisent dans ces villes ainsi que l'hôtellerie qui y existent à travers des sites officiels des Mairies sur Internet, étant celui-ci le moyen de promotion et divulgation exclusif de

Nous pouvons donc conclure que toutes ces villes sont ressemblantes et comparables, comme nous l'avons identifié auparavant, au niveau de l'aire géographique, de la population résidente, de la localisation géographique, de la région du tourisme à laquelle elles appartiennent, du nombre total de nuitées par an, de la permanence moyenne des touristes et des attractifs touristiques existants dans ces villes, ainsi qu'à travers des moyens de promotion et de divulgation, qui sont uniquement les sites officiels des Mairies, pour ce qui respecte les moyens de communication du secteur publique. En ce qui concerne les moyens de communication du secteur privé, et en particulier dans l'hôtellerie, il existe des sites particuliers qui divulguent les hôtels comme nous pourrions avoir l'opportunité de le voir postérieurement (cf. 3<sup>ème</sup> paragraphe, p.129).

En ce qui concerne l'industrie du tourisme, il est connu que, au niveau national, le Tourisme de Nature est considéré important autant dans la stratégie nationale pour la conservation de la nature et la biodiversité, comme dans le Plan Stratégique National du Tourisme (PENT) (2013-2015), qui assume que ce type de tourisme fait partie des dix produits stratégiques pour le développement du tourisme au Portugal. Cependant, le PENT 2013-2015 stipule que «le Tourisme de Nature au Portugal, présente des déficits d'infrastructure, de services, de l'expérience et savoir-faire (*know-how*) et la compétitivité des entreprises opérant dans ce domaine» (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014, p.79).

Malgré la limitation de l'intervention imposée par la nécessité de protéger les valeurs naturelles, le programme «PORTUGAL 2020» stipule que *«il est favorable de lancer un pari de valorisation des services des écosystèmes associés à leurs zones protégées et au domaines du «Réseau Natura 2000» et promouvoir simultanément la gestion de ces zones, la durabilité des activités économiques directes et connexes, et sa contribution au développement régional, notamment à travers de la création d'emplois»* (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014, p.80).

En ce qui concerne les objectifs thématiques du domaine, la durabilité et l'utilisation efficace des ressources, il convient de noter l'objectif thématique n ° 6, du programme «PORTUGAL 2020», qui vise à «préserver et protéger l'environnement et promouvoir l'utilisation efficace des ressources» (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014,

p.159). Dans cet objectif thématique, il existe une priorité d'investissement, pertinente dans cette étude, qui préconise «la conservation, la protection, la promotion et le développement du patrimoine naturel et culturel» et vise à *«promouvoir l'affirmation des régions comme destinations touristiques à travers le développement du patrimoine naturel et culturel»*. Compte tenu de cet objectif, nous pouvons donner des exemples des principales actions, comme c'est le cas de *«la valorisation et promotion des biens historiques et culturels d'intérêt touristique élevé, tels que les monuments et les musées; la formation des agents de gestion des biens culturels et naturels pour valoriser économiquement ces mêmes biens; la promotion touristique des territoires de haute valeur naturelle, culturelle et paysagiste; le développement de projets d'animation et des événements culturels qui ont le potentiel d'attirer les fluxes touristiques; l'organisation et promotion d'événements culturels ayant un impact international et promotion du patrimoine culturel maritime qui font la promotion des services des écosystèmes culturels»* (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014, p.173).

Le programme «PORTUGAL 2020» défend que les interventions de promotion et de développement du patrimoine culturel doivent être correctement encadrées dans les stratégies de promotion du tourisme. Le soutien à l'expansion, la rénovation, la réhabilitation ou la construction de nouvelles infrastructures culturelles sera conditionnée à la cartographie des nécessités d'intervention, à être soumis par la Commission Européenne. Il convient également de noter que seuls seront financés les projets d'animation et la programmation culturelle ou l'organisation d'événements, dès qu'ils présentent du potentiel pour attirer les fluxes touristiques, étant d'initiative des entités publiques et qui soient encadrées dans une stratégie de promotion touristique (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014, p.180).

Il est également intéressant de noter que le programme «PORTUGAL 2020» vise à renforcer les mécanismes de coopération et d'association pour la compétitivité des Petites et Moyennes Entreprises (PME) et des structures productives, y compris le tourisme, dans les zones rurales, notamment en améliorant l'accès aux marchés locaux, contribuant aussi à stimuler l'emploi et favoriser la mobilité de la main-d'œuvre, en particulier, chez les jeunes (GOUVERNEMENT DU PORTUGAL, 2014, p.315).

Le programme «NORTE 2020» apparaît en réponse et en continuité à l'agenda «EUROPE 2020» et a été préparé par la CCDR-N. Ce document vise à présenter une

stratégie régionale pour la spécialisation intelligente, résultant de diagnostics potentiels et d'un exercice de construction collective et partagée par les acteurs de la région, menant à une nouvelle vision régionale pour 2020 (CCDR-N, 2014, p. 11).

Les Etats membres de l'Union européenne ont adopté le 17 juin 2010 la Stratégie 2020 qui vise à stimuler *«une croissance intelligente, durable et inclusive, et la cohésion économique, sociale et territoriale»*.

La politique de cohésion de l'Union européenne contribue fortement à la transformation de la structuration économique du territoire. Pour la programmation 2014-2020, le Programme Opérationnel (PO) de la Région répond à la stratégie de l'Union européenne Europe 2020.

La Commission européenne a proposé de classer les régions des Etats membres par catégories. La Région du Nord du Portugal appartient à la catégorie des régions en transition et bénéficie à ce titre d'aides européennes importantes via les Fonds Européens Structurels d'Investissement (FESI).

La volonté de la région du Nord est d'atteindre les objectifs fixés par l'UE en favorisant une mise en œuvre rigoureuse et efficace des programmes européens ainsi qu'une consommation optimale des crédits européens. La Région assume désormais le rôle d'autorité de gestion des fonds européens du PO régional FEDER-FSE et FEADER pour la période 2014-2020, sachant que l'État assume le rôle d'autorité de gestion sur le volet national du FSE.

En ce qui concerne le cas de la ville de Fafe, la vocation entrepreneuriale est moins développée parmi les habitants de la ville avec un tissu d'entreprises faible par rapport à l'importance de la population. Ce déficit tend toutefois à se résorber grâce notamment au développement du statut d'auto-entrepreneur et à des politiques régionales favorisant l'esprit d'entreprendre. Par ailleurs, les entreprises régionales ont une taille insuffisante pour jouer un rôle significatif sur les marchés internationaux. Cependant, la ville soutient la création de nouvelles PME dans plusieurs secteurs, dont le tourisme, à travers de l'appui établi pour aider les entrepreneurs dans les candidatures aux différents fonds afin de pouvoir investir dans le secteur, surtout au niveau de l'hôtellerie, comme nous pouvons l'observer dans le tableau n°14 de la page n° 135, référent à l'investissement privé et publique de développement du secteur hôtelier dans la ville de



Fafe.

La prévision de la Commission Européenne basée dans ces cinq objectifs stipulés (l'emploi doit augmenter à 75% le taux d'emploi entre les âges de 20 et 64 ans; l'investissement doit augmenter à 3% de l'investissement du PIB dans la R&D; réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20% en tenant compte des niveaux enregistrés en 1990, obtenir 20% de l'énergie provenant de sources renouvelables et une augmentation de 20% de l'efficacité énergétique; l'éducation, pour réduire les taux d'abandon scolaire au-dessous de 10% et augmenter à au moins 40% la proportion de personnes entre 30 et 34 ans à avoir un diplôme universitaire; pauvreté et l'exclusion sociale est destinée à réduire d'au moins 20 millions le nombre de personnes à risque ou en situation de pauvreté ou d'exclusion sociale) se réfère autant au niveau national comme au niveau régional et donc avec la collaboration locale. Dans ce cas précis, les villes appartenant à la région du Nord du Portugal doivent coopérer pour atteindre ces objectifs et donc la ville de Fafe. Nous pouvons donc faire une comparaison entre le Portugal, la région du Nord et la ville de Fafe sur les données basées dans les cinq objectifs de la Commission Européenne.

En ce qui concerne le premier objectif, nous pouvons vérifier l'évolution de l'emploi entre 2008 et 2015 et faire une extrapolation pour 2020 comme nous pouvons le vérifier dans le tableau qui se suit:

**Tableau n°6: Taux d'emploi de la population entre les 20 et 64 ans entre 2008 et 2015**

	<b>Portugal</b>	<b>Nord</b>	<b>Fafe</b>
<b>2008</b>	73,1%	71%	76,3%
<b>2009</b>	71,1%	69%	60,3%
<b>2010</b>	70,3%	68,2%	62,9%
<b>2011</b>	68,8%	68%	61,8%
<b>2012</b>	66,3%	65,2%	53,8%
<b>2013</b>	65,4%	63,3%	63,4%
<b>2014</b>	67,6%	65,3%	68,6%
<b>2015</b>	64,2%	61,4%	75,7%

Source: EUROSTAT<sup>130</sup>, INE<sup>131</sup>, IEFP<sup>132</sup>, 2016

<sup>130</sup> EUROSTAT – *Taux d'emploi – série EFT Taux d'emploi par sexe, âge et nationalité (%)*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ec.europa.eu/eurostat/data/database>.

<sup>131</sup> INE – *Taxa de emprego da população entre os 20 e os 64 anos na Região Norte*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE>.

<sup>132</sup> IEFP – *Taxa de emprego da população entre os 20 e os 64 anos em Fafe*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.iefp.pt>.

En faisant une extrapolation de ces données, à partir de plusieurs variables utilisées dans plusieurs études, dont l'étude du «Centro de Estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa», coordonné par Roberto Carneiro (2011, p.127)<sup>133</sup>, nous avons pu calculer à travers de la formule qui se suit les taux d'emploi prévus au Portugal, dans la région du Nord et dans la ville de Fafe de la population entre les 20 et 64 ans pour l'année 2020, étant celle-ci la suivante:

$$\text{Taux de Chômage} = (\text{Population Active} - \text{Emploi}) : \text{Population active}$$

Nous pouvons donc observer à partir de cette formule élaborée à partir de nombreuses variables qu'en 2020, le Portugal pourra atteindre un taux d'emploi d'environ 63,1%, dans la région du Nord, nous pourrions observer un taux d'emploi d'environ 60,1% et dans la ville de Fafe, nous prévoyons un taux d'emploi de 77,9% de la population entre les 20 et 64 ans.

Par rapport au deuxième objectif de la Commission Européenne, nous pouvons observer l'investissement du PIB dans la R&D, en 2013, au Portugal, dans la région du Nord et dans la ville de Fafe, à travers du tableau qui se suit:

**Tableau n°7: Investissement du PIB dans la R&D en 2013**

<b>Portugal</b>	<b>Nord</b>	<b>Fafe</b>
1,33%	1,39%	1,37%

Source: INE, 2013<sup>134</sup>

Sachant que l'objectif pour 2020 est qu'il y est un investissement de 3% dans la R&D et après avoir observé les données dans le tableau, nous pouvons affirmer, qu'en 2013, ni le Portugal, ni la région du Nord ni la ville de Fafe ont réussi à atteindre au moins la moitié de ce taux de pourcentage, cela dit, il sera certainement plus difficile que le Portugal réussissent les 3% de l'investissement dans la R&D formulé par la Commission Européenne.

<sup>133</sup> CARNEIRO, R. – Portugal 2020 – Antecipação das necessidades de qualificações e competências. Faculdade de Ciências Humanas – Universidade Católica Portuguesa: Centro de estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa, 2011, pp. 124-127. Mis en ligne en Décembre 2011. Consultable en <http://www.poatfse.qren.pt/upload/docs/Diversos/ESTUDOS/Relat%C3%B3rio%20Final%20portugal%202020.pdf>.

<sup>134</sup> INE – *Peso do investimento em I&D no PIB em 2013*. Mis en ligne en Décembre 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

En relation au troisième objectif de la Commission Européenne, disant respect aux émissions totales de Gaz à Effet de Serre (GEE), nous savons qu'au Portugal, entre 1990 et 2012, il y a eu une augmentation de seulement 13,1%, sachant que l'objectif défini par le Protocole de Quioto était d'une augmentation de 27%, entre 2008 et 2012<sup>135</sup>.

En accord avec l'inventaire national d'émissions de 2012, relatif à l'année de 2010, les émissions de GEE, sans comptabiliser les émissions de changement de l'utilisation du sol et des forêts, représentaient une augmentation de 16,8% face à l'année de 1990.

Le secteur d'énergie, incluant les transports, s'est maintenu en 2010 comme le principal secteur responsable des émissions de GEE, représentant 70,8% des émissions nationales et présentant une augmentation face à l'année de 1990 de presque 21%.

Entre 2012 et 2014, il y a eu une descente significative des émissions de GEE au Portugal, comme nous pouvons l'observer dans le tableau qui se suit:

**Tableau n°8: Émissions de GEE au Portugal entre 2012 et 2014**

	M T de CO <sub>2</sub>	% de GEE face à 1990
2012	71 947	+15%
2013	65 071	+ 4%
2014	61 362	- 1,5%

Source: EUROSTAT, 2015<sup>136</sup>

Comme nous pouvons observer dans le tableau ci-dessus, il y a une augmentation des émissions de GEE au Portugal, en 2012, de 15% face à l'année de 1990. En 2013, nous avons observé une augmentation de 4 % face à 1990, cependant, il y a eu une diminution de 11% des émissions de GEE comparativement à 2012. Finalement, en 2014, il y a eu une descente de 1,5% des émissions de GEE face à 1990 et une diminution de 5,5% par rapport à l'année de 2013. Nous pouvons observer que le Portugal doit faire encore de grands efforts pour pouvoir atteindre l'objectif de la

<sup>135</sup> ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DO AMBIENTE – *Roteiro Nacional de Baixo Carbono 2050*. Mis en ligne en Décembre 2012. Consultable en [https://www.apambiente.pt/zdata/destaques/2012/rnbc\\_completo\\_2050\\_v04.pdf](https://www.apambiente.pt/zdata/destaques/2012/rnbc_completo_2050_v04.pdf).

<sup>136</sup> EUROSTAT – *Emissões de Gás com Efeito de Estufa – GEE*. Mis en ligne en Mai 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
Commission Européenne qui est de réduire de 20% les émissions de GEE face à l'année de 1990.

Nous ne pouvons pas préciser les valeurs exacts d'émissions de GEE dans la région du Nord et dans la ville de Fafe mais nous pouvons affirmer qu'autant dans le Nord comme dans la ville de Fafe il ya de plus en plus d'espaces vert et qu'il le jour de l'environnement qui fait en sorte que les voitures ne circulent pas au long de cette journée dans une grande partie de la région et de la ville, ayant plusieurs rues fermées.

En ce qui concerne le deuxième et troisième point de cet objectif: obtenir 20% de l'énergie provenant de sources renouvelables et une augmentation de 20% de l'efficacité énergétique, en 2015, la production d'électricité à partir de sources renouvelables a été responsable pour 50,4% du total produit au Portugal, sachant que les restants 49,6% d'origine fossile, ce qui met en évidence la position de leader des énergies renouvelables dans la production de l'électricité au Portugal.

Malgré la rupture de 14,5% dans la production de l'électricité renouvelable en 2015 face à 2014, principalement parce que l'année 2015 a été une année hydrologique faible (74% de la moyenne), l'électricité renouvelable a maintenu sa position de premier plan et a enregistré des étapes importantes en termes d'énergie solaire et éolienne. Nous pouvons ici faire référence que les énergies renouvelables prédominantes dans la région du Nord et à Fafe sont la solaire et l'éolienne, même si l'énergie hydrique soit aussi en train de s'étendre dans la région du Nord depuis la mi-2013.

L'énergie éolienne a été celle qui a eu une plus grande contribution dans le mix national avec 22,5%, suivie de l'énergie hydrique avec 19,1% et de la biomasse de 5,1% de la production solaire. L'énergie solaire photovoltaïque a enregistré une plus grande augmentation en termes de puissance installée, dans l'ordre de 10%. Cependant, sa contribution de seulement 1,6% dans le mix national est encore faible face au potentiel national (SÁ DA COSTA, 2001)<sup>137</sup>.

En ce qui se répercute au quatrième objectif référent à l'éducation, pour réduire les taux d'abandon scolaire au-dessous de 10%, à travers des «CENSOS 2011», étude faite tout

---

<sup>137</sup> SÁ DA COSTA, A. – *Balanço das renováveis em 2016*. Mis en ligne en Janvier 2016. Consultable en <https://www.ambienteonline.pt/canal/detalhe/columnista-antonio-sa-da-costa-energias-renovaveis-janeiro-2016>.

les dix ans dans le pays, nous pouvons vérifier dans le tableau qui se suit la situation du Portugal, de la région du Nord et de la ville de Fafe.

**Tableau n°9: Taux d'abandon scolaire**

Portugal	Nord	Fafe
1,65%	1,53%	1,97%

Source: INE, 2015<sup>138</sup>

En ce qui se destine à augmenter à au moins 40% la proportion de personnes entre 30 et 34 ans à avoir un diplôme universitaire, les chiffres ont presque dupliqués dans la dernière décennie au Portugal, de 14,9% pour 29,2% et ont plus que dupliqué dans la région du Nord, de 12% pour 30,7%, entre 2003 et 2013 (CCDR-N, 2014, p.14)<sup>139</sup>. Cependant, après un ralentissement dans l'augmentation de la fréquentation de l'enseignement supérieur, nous pouvons observer une réduction du nombre d'inscrit dans les dernières années, étant l'objectif tracé de 40% par la Commission Européenne particulièrement difficile d'atteindre, exigeant des réponses dans de plusieurs secteurs.

En ce qui concerne les chiffres enregistrés, en 2015, au Portugal et dans la région du Nord de la proportion de personnes entre 30 et 34 ans à avoir un diplôme universitaire, nous pouvons observer qu'il y a un taux de 32,7% au Portugal et un taux de 30,3% dans la région du Nord (INE, 2016)<sup>140</sup>. En ce qui concerne ce taux dans la ville de Fafe, nous avons pu obtenir la valeur relative à l'année 2012/2013 qui est 4,7%, un taux très bas en comparaison avec le Portugal et la région du Nord (INE, 2014)<sup>141</sup>.

Finalement, en ce qui concerne le dernier objectif stipulé par la Commission Européenne pour 2020, relatif à la pauvreté et à l'exclusion social et selon la «RTP

<sup>138</sup> INE – *Taxa de abandono escolar – CENSOS 2011*. Mis en ligne en Aout 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

<sup>139</sup> CCDR-N – *Programa Operacional Regional do Norte 2014-2020*. Porto, pp. 1-454. Mis en ligne en Janvier 2014. Consultable en [http://www.ccdr-n.pt/sites/default/files/ficheiros\\_ccdrn\\_po\\_norte2020.pdf](http://www.ccdr-n.pt/sites/default/files/ficheiros_ccdrn_po_norte2020.pdf).

<sup>140</sup> INE – *Taxa de escolaridade do nível de ensino superior da população residente entre os 30 e 34 anos*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ine.pt>.

<sup>141</sup> INE – *Taxa de escolarização no ensino superior*. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en <https://www.ine.pt>.

*Notícias*» (2014)<sup>142</sup>, le Portugal a été le pays de l'UE où le risque de pauvreté et d'exclusion sociale a le plus augmenté en 2014, tout de suite après la Grèce. Les données qui se trouvent dans le Rapport de la Crise de la Caritas Europe 2015, révèlent qu'après avoir passé six ans depuis le début de la Crise, en 2008, il y a 25 millions de personnes au chômage et 120 millions de personnes en risque de pauvreté et d'exclusion sociale en Europe.

Le rapport sur «l'augmentation de la pauvreté et des différences – modèles sociaux justes sont nécessaires», divulgué en Février 2015 par le Conseil Européen a analysé les taux de chômage, les niveaux de pauvreté et d'exclusion sociale, le statut des services publics, la confiance dans les institutions et la cohésion sociale, dans les sept pays de l'UE plus affectés par la Crise – Portugal, Chypre, Grèce, Irlande, Italie, Roumanie et Espagne.

Le document qui a été présenté par le Secrétaire-général de la Caritas Europe met en évidence que le Portugal, avec une augmentation de 2,1%, a été le pays qui a eu une plus grande montée du taux du risque de pauvreté et d'exclusion sociale en 2014, avec la Grèce en deuxième position avec une montée du taux de 1,1%.

Une donnée importante est que le Portugal, malgré toute l'austérité et tous les sacrifices qui lui ont été demandé, a la deuxième dette publique plus élevée en comparaison avec le PIB (128%), tout de suite après la Grèce (174,9%), a affirmé la Caritas portugaise.

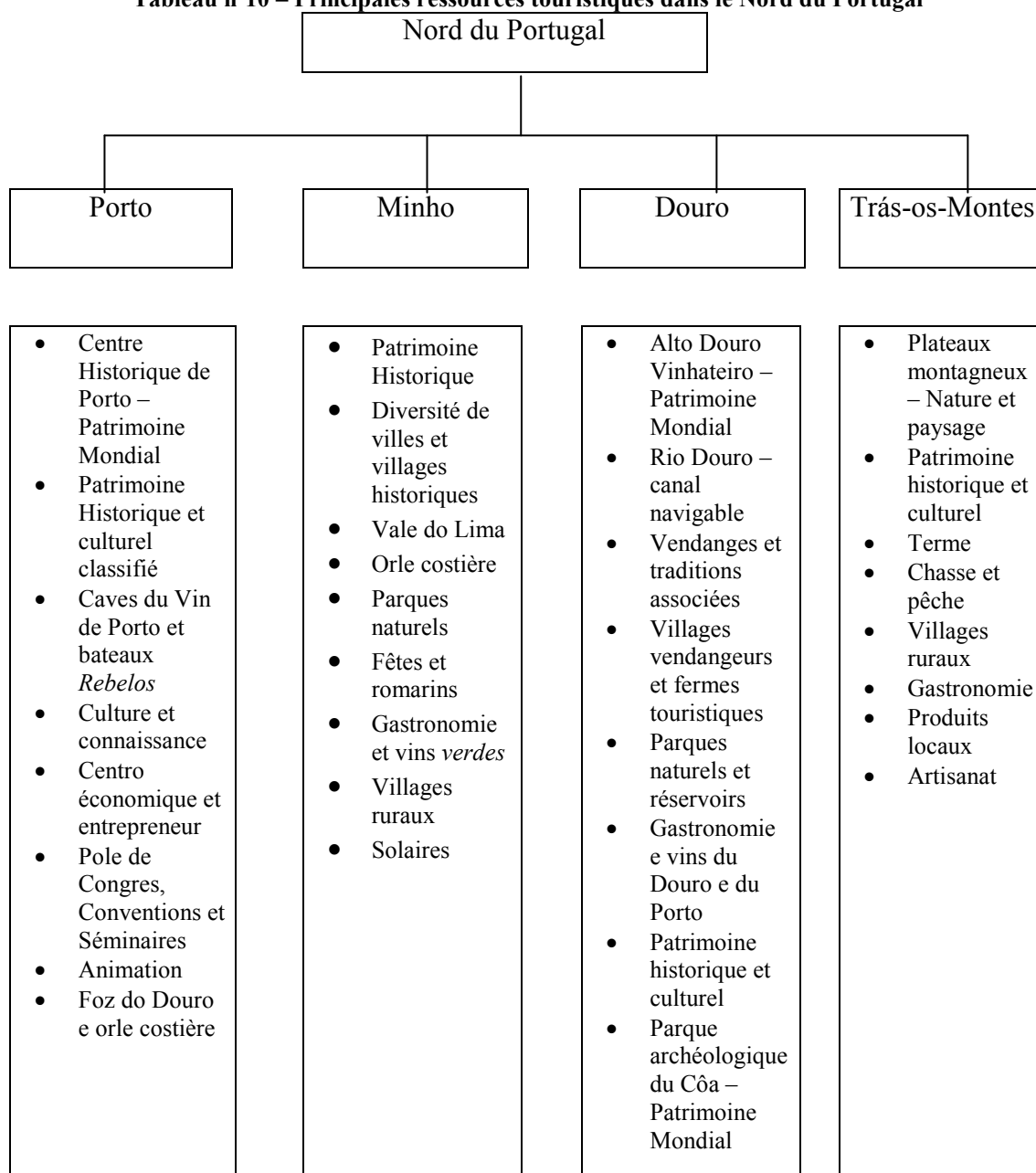
En ce qui concerne la région du Nord du Portugal et la ville de Fafe, l'État aide à combattre la pauvreté et l'exclusion sociale à travers des fonds fournis par la Commission Européenne et à travers du Revenu d'Insertion Sociale (RIS) fourni par l'Assurance Sociale portugaise aux personnes qui présentent des conditions défavorables et qui n'arrivent pas à trouvé un emploi.

En ce qui concerne les services du tourisme de ce programme, nous pouvons souligner que la «Région du Nord montre un potentiel économique important pour le cluster d'une diversité relative aux activités économiques», ceci au niveau des activités touristiques, comme nous pouvons l'observer dans la figure qui se suit (CCDR-N, 2004, p.107):

---

<sup>142</sup> RTP NOTÍCIAS – *Risco de pobreza e de exclusão social aumentou em 2014*. Mis en ligne en Avril 2015. Consultable en [http://www.rtp.pt/noticias/pais/risco-de-pobreza-e-exclusao-social-aumentou-em-2014\\_n822429](http://www.rtp.pt/noticias/pais/risco-de-pobreza-e-exclusao-social-aumentou-em-2014_n822429).

**Tableau n°10 – Principales ressources touristiques dans le Nord du Portugal**



Source: CCDR-N – *NORTE* 2020, 2014, p.107

Ici, il est pertinent de noter que l'étude de cas en question, qui est, la ville de Fafe appartient à la région du Minho et a beaucoup de ces ressources déclarées, comme dans le cas des festivités, de la gastronomie et du vin *verde* et en ce qui concerne cette ressources touristique, nous pouvons donner une attention particulière aux «*Quintas Verde Lima*», dont la principale société de production, de distribution et d'exportation de Vin *Verde* est situé à Fafe. Les villages ruraux environnants à la ville ont des maisons de tourisme rural et des solaires, tels que le «Solaire da *Luz*», qui est actuellement en pleine rénovation.

Nous pouvons également mentionner que la région du Nord dispose d'un capital symbolique qui peut être décrit sous forme de résumé, sur quatre domaines clés, qui sont, selon le CCDR-N (2004, p.108), une destination d'excellence et d'authenticité historique et culturelle au niveau national et international, soutenue par les lieux classés comme Patrimoine de l'Humanité - Axe du Patrimoine Mondial - et par le vaste et riche patrimoine historique et culturel, à la fois tangible et intangible existant dans toute la région; une destination de tourisme de vin présentant de l'intérêt international, avec la culture du vin et de la vigne et d'un environnement touristique aux multiples facettes, comme c'est le cas des Vins Verdes ou de la région viticole du Douro, où ils produisent des vins du Douro et de Porto et où ils organisent chaque année, la récolte collectif dirigé à la participation active des touristes; une destination de Tourisme de Nature et Tourisme en Espace Rural, avec de l'expression ibérique et européenne, basée sur un réseau d'aires protégées et rurale, la nature et la valeur du paysage, comme dans notre étude de cas en question, dans lequel la pratique en vigueur du Tourisme de Nature à travers d'activités touristiques qui sont directement liées avec la nature comme c'est le cas des randonnées, du *slide*, de l'escalade, de la descente en rappel, parmi beaucoup d'autres déjà mentionnés auparavant; et enfin une destination touristique de Santé et bien-être, basée sur un élément unique et différenciant - l'eau minérale naturelle - et l'innovation et la modernisation du réseau de spas régional, comme dans le cas des «Termes de São Vicente» ou des «Termes des Taipas» qui se situe très près de Fafe, en termes géographiques, et qui peuvent bénéficier la ville en termes touristique. Le Tourisme d'Affaires ou le Tourisme Nautique sont aussi importants pour le développement du tourisme régional et peuvent être correctement travaillés par la municipalité pour promouvoir le développement local de la ville, à travers de l'organisation de conférences, séminaires ou colloques.

En plus du capital symbolique inhérent à la région du Nord, nous devons également souligner le rôle essentiel des infrastructures pour l'arrivée des visiteurs dans la région, en plus d'un bon accès routier, il y a encore l'Aéroport International Francisco Sá Carneiro, à Porto et le Port Touristique de Leixões, récemment réadapté.

Le programme «NORTE 2020» préconise la formation dans l'hôtellerie et tourisme dans la région, afin que nous puissions avoir des professionnels ayant reçu une formation adéquate pour fournir un service avec professionnalisme pour les touristes qui veulent



visiter la région et pour qu'ils soient correctement acheminés vers les lieux et activités d'intérêt touristique, dans le but de fidéliser les touristes qui cherchent la région du Nord pour passer leurs vacances.

En ce qui concerne la partie d'entrepreneuriat, la structure économique diversifiée fournit l'orientation des activités économiques pertinentes telles que les Technologies d'Information et Communication (TIC) les activités culturelles et créatives et des activités de santé dans l'évaluation du capital symbolique existant. On peut dire aussi qu'il ya une pertinence claire des services spécialisés du tourisme, où on observe une croissance remarquable, surtout à Porto, ce qui signifie que la municipalité et les acteurs du secteur privé de Fafe puissent planifier des stratégies pour la divulgation de la ville et faire en sorte que les touristes qui visitent et cherchent Porto puissent se sentir curieux pour connaître la ville de notre étude de cas.

Il est important de réitérer, comme dans de nombreux autres secteurs, qu'également dans le secteur du tourisme, les TIC jouent un rôle très important, à la fois en termes de la promotion des destinations touristiques, comme en termes de distribution et de commercialisation de l'offre touristique. Dans ce cas, la région dispose d'entreprises avec savoir-faire (*know-how*) et une expérience avérée en matière des TIC, étant le principal lien entre les agents touristiques et le secteur d'entrepreneuriat des TIC comme une zone de développement potentiel (CCDR-N, 2014, pp.111 - 112). Dans notre étude de cas, la ville de Fafe, les TIC sont aussi très importantes afin de donner à connaître, à travers des sites, les établissements hôteliers, les restaurants, les entreprises de divertissement ou encore les musées. Nous pouvons donc observer quelques exemples de ces sites: <http://www.dmanuelresidencial.com>; <http://www.quintadominhoto.com>; <http://www.sossegodalata.com>; <http://www.casadoermo.com>; <http://www.facebook.com/adegapopularfafe?fret=ts>; <https://www.facebook.com/adegadofrutuoso>; <http://www.rilhadas.com/restauracaocasa-de-cancelo>; <http://www.rilhadas.com>; <http://www.restauradoresdagranja>; <http://www.geira.pt/mimprensa>; <http://www.geira.pt/mautomovel>; <http://www.museu-emigrantes.org>.

Les industries créatives sont aussi un domaine qui s'affirme dans le Nord, et celles-ci jouent un rôle clé dans la promotion du tourisme culturel dans la région, comme le sont les suivants exemples: l'Initiative de la Capitale Européenne de la Culture - Guimarães

2012 - une initiative qui est venue bénéficier énormément le tourisme dans cette ville et de susciter une grande curiosité des touristes, pouvant cela être très bénéfique pour notre étude de cas, étant que Fafe puisse essayer de faire des accords avec les villes voisines de plus grand intérêt touristique ou les événements en équipements structurants tels que celui de «*Serralves*» et de la «*Casa da Música*».

En termes de Tourisme Nautique, les compagnies de croisière touristique dans le fleuve Douro, ainsi que d'autres sociétés opérant dans les lagunes et dans la côte atlantique du Nord du Portugal, sont des agents qui permettent potentialiser le tourisme régional ainsi que l'industrie des équipements et des machineries, liés à la navigation de récréation et de loisir. Dans Fafe, nous pouvons voir ce genre de tourisme dans le «*Barragem de Queimadela*», à travers d'activités telles que le canoë-kayak.

Nous pouvons aussi mentionner qu'en plus d'avoir des infrastructures en bon état au niveau des accessibilités internes et externes, la région du Nord a également des infrastructures et des entreprises qui permettent de bonnes conditions pour la mobilité, en particulier l'Aéroport International Francisco Sá Carneiro, les opérateurs de transports publics, les opérateurs de location de voitures et les opérateurs fluviaux (CCDR-N, 2014, p.112).

Le CCDR-N (2014, pp.112-114) vise également à identifier quelques-unes des tendances clés, soulignant leur impact sur le tourisme, en vue de la création d'une action rationnelle des atouts territoriaux, de la base d'entrepreneuriat, des utilisateurs et des tendances, et évaluer la viabilité économique du profil de spécialisation régionale à proposé. Par conséquent, les principales tendances que le CCDR-N met en valeur sont, d'une part, une population vieillissante, une fois que l'espérance de vie moyenne a tendance à augmenter en raison de l'amélioration des conditions des services de santé et des soins médicaux et que le taux de naissance a tendance à diminuer. Cette tendance a un impact sur le tourisme, car elle donne lieu à un type de tourisme désigné de «Tourisme Sénior», qui est un segment qui a une plus grande disponibilité pour voyager, enregistrant des séjours plus longs par rapport à d'autres segments de marché et présentant un niveau plus exigeant en termes de qualité des services offerts. Cette situation tend à impliquer un besoin de restructuration et d'adaptation de l'offre touristique. Deuxièmement, nous avons comme tendance la réduction de la composition des familles qui signifie qu'il ya une augmentation des revenus des familles pour le

tourisme / loisirs et aussi l'augmentation des vacances de courte durée (short break - l'un des dix produits stratégiques présenté dans le PENT, à la fois dans la première version comme dans sa révision en 2012). Troisièmement, nous avons l'augmentation du prix du pétrole qui a un impact direct sur l'économie mondiale et, à l'égard de l'industrie du tourisme, est nocif à la fois pour le transport aérien et pour le routier. Enfin, nous avons le développement des économies émergentes, en particulier les pays du BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) qui favorise l'augmentation de la demande des marchés émergents sur les marchés internationaux et la classe moyenne qui se trouve en pleine expansion dans les économies émergentes.

En ce qui concerne les tendances au niveau touristique, il existe le «consommateur vert» qui a une plus grande sensibilité aux questions d'environnement et aux cultures locales, conscient des questions de justice sociale, plus indépendant, plus informé et conscient de ces décisions, il préfère les itinéraires plutôt souples, il évalue les produits touristiques avec du temps, il cherche les expériences avec de l'authenticité et est motivé par l'apprentissage et l'épanouissement. En ce qui concerne le niveau de la distribution touristique, il y a essentiellement un changement dans les chaînes de distribution touristique, une fois que l'Internet joue un rôle central dans la promotion et la commercialisation des produits et services touristiques.

Respectant le transport aérien, il est possible de vérifier l'augmentation de l'offre en termes de compagnies low-cost et, par conséquent, la demande touristique a aussi augmenté vis-à-vis des low-cost, ce qui est possible de vérifier à travers du tableau et graphique qui se suivent:

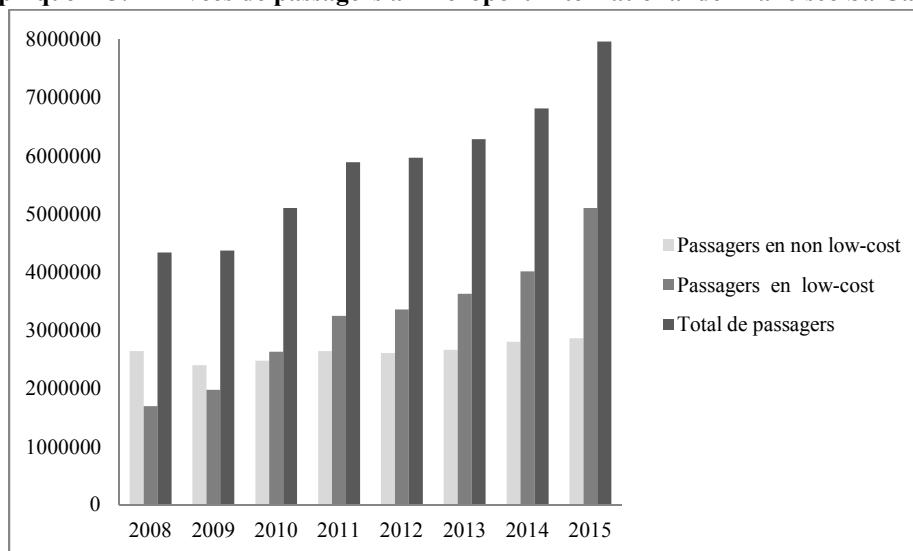
**Tableau n°11: Arrivées de passagers à l'Aéroport International de Francisco Sá Carneiro entre 2008 et 2015**

Année	Total de passagers	Passagers en low-cost	Passagers en non low-cost
2008	4 335 820	1 695 431	2 640 389
2009	4 368 260	1 972 711	2 395 549
2010	5 100 965	2 628 116	2 472 849
2011	5 885 998	3 247 188	2 638 810
2012	5 962 446	3 353 932	2 608 514

2013	6 282 256	3 623 134	2 659 122
2014	6 812 196	4 011 861	2 800 335
2015	7 961 660	5 100 503	2 861 157

Source: ANA – Aeroporto do Porto, 2016<sup>143</sup>

**Graphique n°5: Arrivées de passagers à l’Aéroport International de Francisco Sá Carneiro**



Source: ANA – Aeroporto do Porto, 2016

Avec cette augmentation de l’offre et de la demande, il y a plus de facilités pour que les touristes puissent visiter le Portugal, mais surtout la région du Nord, en arrivant directement à Aéroport International de Francisco Sá Carneiro, ce qui peut constituer un avantage pour la ville de Fafe, car celle-ci peut recevoir les touristes et les visiteurs qui ont l’intention de la visiter, mais aussi de se faire connaître à travers des grands centres voisins qui ont un fort potentiel touristique, comme c’est le cas de Porto, Braga ou encore Guimarães.

Nous soulignons également la croissance des croisières au niveau mondial et par rapport à la région du Nord, il est important de noter ici que le Terminal de Croisière Touristique de Leixões (Porto) a été créé récemment et qu’il tend à apporter encore plus de touristes dans la région du Nord. Une autre tendance concerne les nouvelles technologies, comme c’est le cas de l’Internet et des TIC, comme il y a une augmentation de l’utilisation de ces outils et dans la communication dans l’industrie des

<sup>143</sup> ANA – AEROPORTO DO PORTO – *Chegadas do número total de passageiros ao Aeroporto Internacional Francisco Sá Carneiro em companhias low-cost e não low-cost, entre 2008 e 2015.* Porto, 2016.

voyages et tourisme, y compris au niveau de la promotion, de la réalisation des services touristiques et au niveau du partage de l'information et de l'expérience, ce qui rend le touriste d'aujourd'hui aime être correctement informé sur la destination qu'il veut connaître et cela est aussi possible à travers des témoignages d'autres touristes qui ont visité ces mêmes destinations. Ainsi, nous pouvons souligner le rôle important des réseaux sociaux, comme *Facebook*, *Youtube*, *Twitter* ou *Trip Advisor* qui constituent les principaux réseaux de recherche d'informations sur une destination ou service touristique. Dans ce cas, les acteurs publics et privés devraient renforcer leurs stratégies de marketing et de promotion, online, afin de faire valoir leurs produits et services touristiques dans un monde globalisé et online.

Nous pouvons donc conclure que le tourisme est caractérisé comme une activité transversale, avec une forte incidence du territoire, couvrant une multitude d'agents touristiques et qui traverse un certain nombre de secteurs qui dépendent de sa durabilité économique, sociale et environnementale. Une articulation des initiatives et des projets est alors nécessaire. Le tourisme comprend une grande variété d'acteurs, ce qui lui donne une nature à multiples facettes et transversal, alors, aussi complexe au niveau de sa planification et de son organisation. Ce qui signifie que l'un des principaux défis qui se colloque au tourisme est la coordination nécessaire.

Ainsi, le tourisme est une activité de variété qui compte articuler et potentialiser, en vue d'une croissance intelligente du tourisme régional, ce qui se tourne possible à travers des aides financières attribuées par la Commission Européenne comme le FSE, le FEDER, le FEADER (Fond Européen Agricole de Développement Rural) ou encore l'OE (Budget d'État) aux agents du tourisme du secteur privé au Portugal et dans la région du Nord, comme c'est le cas de l'activité touristique plus récente, plus précisément, entre 2008 et 2014, comme nous pouvons l'observer dans les tableaux qui se suivent:

**Tableau n°12: Investissement public dans le secteur privé du tourisme au Portugal (2008 - 2014)**

Régions du Portugal	Pourcentage des fonds européens
Porto et Nord	35,2%
Centre	29,7%
Lisboa et Tejo	1,5%
Alentejo	23,7%
Algarve	10%

Source: TOURISME DU PORTUGAL, 2015<sup>144</sup>

**Tableau n°13: Investissement public dans le secteur privé du tourisme dans la Région «Porto et Nord» (2008 - 2014)**

Activités touristiques	Nombre de projets	Montant en euros	Pourcentage
Établissement hôtelier	84	356 815 800	69,3%
TER	34	32 910 800	6,4%
Restauration	53	9 234 100	1,8%
Agences de voyages	17	3 950 600	0,8%
Animation touristique	35	106 434 400	20,7%
Autres activités	5	5 901 400	1,1%
<b>Total</b>	<b>228</b>	<b>515 247 100</b>	<b>100%</b>

Source: TOURISME DU PORTUGAL, 2015

En ce qui concerne la ville de Fafe, les acteurs privés du secteur touristique référés dans notre étude ont fait également appel aux aides financières attribuées par la Commission Européenne et ont investi aussi part du coût total du projet.

Cependant, en ce qui concerne le «Solar da Luz», qui se trouve actuellement en reconstruction, le responsable a opté pour faire un investissement privé et n'a pas voulu recourir aux fonds de la Commission Européenne.

Nous pourrions observer dans le tableau qui se suit le coût total de chaque établissement ainsi que l'investissement privé et l'investissement public, qui dans ces cas

<sup>144</sup>TOURISME DU PORTUGAL – *TURISMO 2020: Plano de ação para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Guimarães: Turismo de Portugal, 2015, pp. 12-38. Mis en ligne en Avril 2015. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/apresentacoes/Documents/Turismo-2020-Norte.pdf>.

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
 particuliers, a été attribué par le FEADER et l'OE.

**Tableau n°14: Investissement privé et public du développement du secteur hôtelier dans la ville de Fafe**

Établissements hôteliers	Coût total (Montant en euros)	Investissement privé (Montant en euros)	Investissement public (Montant en euros)
Quinta do Minhoto	299 000, 00	135 407, 06	165 592, 94
Casa de Campo Sossego da lata	299 678, 04	132 234, 32	167 443, 72
Casas do Campo Moinhos (Complexe touristique de Rilhadas)	292 190, 00	116 876, 00	175 314, 00
Casas do Ermo	298 498, 09	136 100, 12	162 397, 97
Solar da Luz	En reconstruction sans valeur actuelle	-	0

Source: Institut de Financement Agricole et de Pêche (IFAP), 2015<sup>145</sup>

Ainsi, le défi du FSE, à l'avenir, est de continuer, de façon décisive, à contribuer au développement du pays, à travers de l'appui solide aux différentes variantes observées auparavant (COMMISSION EUROPÉENNE, 2014, p.12).

Après avoir analysé ces trois documents dans le contexte du secteur du tourisme en général et en particulier, il est intéressant d'analyser le PMT de la ville de Fafe.

<sup>145</sup> IFAP – Desenvolvimento de atividades turísticas e de lazer. In *PRODER (Programme de Développement Rural)*. Mis en ligne en Juillet 2015. Consultable en <http://www.proder.pt/conteudo.aspx?menuid=2107>.

### 3 - Le plan municipal du tourisme de la ville de Fafe

La ville de Fafe appartient à la région du Nord du Portugal, au district Braga et au comté Fafe. Selon le recensement de 2011, cette ville compte 50 633 habitants (INE, 2011)<sup>146</sup>. La devise de Fafe est «Com Fafe ninguém fanfe!» (Personne ne peut rivaliser avec les gens de Fafe!).

Le conseil de la mairie est composé du président et de huit conseillers et est l'organe exécutif collégial du conseil, élu par les citoyens électeurs inscrits dans cette région.

**Figure n°2: Mairie de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014<sup>147</sup>

Le plan Municipal du Tourisme de la ville de Fafe relève des décrets de loi du Gouvernement et a été adapté par la Mairie et comporte huit articles qui traitent des intérêts, des contraintes, des interdictions, de la constructibilité, de la construction de clôtures, des opérations d'attribution, de la construction des ensembles et villages touristiques et de la construction pour habitation liés à l'action touristique, comme il est possible d'observer dans le tableau qui suit:

**Tableau n°15: Zones d'Intérêt Touristique (ZIT) et/ou Patrimonial**

Art.º 69º - Intérêt	1 - Dans la planification, les zones d'interaction touristique identifiées sont les suivantes: ZIT; Zones de Chasse Touristique. 2 - Dans la planification des contraintes, la «zone d'intérêt pour la conservation de l'avifaune» est identifiée comme une zone d'intérêt Patrimonial délimitée par SNPRCN.
---------------------	---

<sup>146</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Recenseamento da cidade de Fafe em 2011*. Mis en ligne en Février 2012. Consultable en <http://www.ine.pt>.

<sup>147</sup> MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe*. Mis en ligne en Septembre 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.



Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Art.° 70° - Contraintes	<p>1 - L'utilisation et les interventions dans les ZIT sont objet de contraintes générales de ce Règlement et aussi aux empêchements spécifiques de ce chapitre.</p> <p>2 - Les empêchements spécifiques de ce chapitre pourront aussi être appliqués aux zones d'encadrement visuel, à délimiter au long des parcours d'intérêt touristique et des parcours sportifs, définis dans la planification d'aménagement ou dans le futur.</p> <p>3 - Les zones d'encadrement sont délimitées par les axes des parcours signalisés jusqu'à une distance maximum de 200 m de l'axe.</p>
Art.° 71° - Interdictions	<p>Dans les ZIT, les actions suivantes sont interdites:</p> <p>Changements de la morphologie du terrain et actions de destruction du revêtement végétal, excepte quand celle-ci correspond à l'action préparatrice d'autres qui se trouvent réellement autorisés, licenciés ou approuvés par les organes compétents;</p> <p>L'abandon de débris ou dépôts de matériaux;</p> <p>La pratique du camping et de caravaning dans des endroits désignés à celle-ci par la Mairie;</p> <p>Le placement de panneaux publicitaires, sauf dans le cas de la signalisation d'approximation des installations d'intérêt touristique;</p> <p>La construction d'unités industrielles en dehors des agglomérés, sauf lorsqu'elles se rapportent à l'exploitation des ressources géologiques et aux secteurs de l'agriculture, de l'élevage et de la sylviculture et correctement justifiés.</p>
Art.° 72° - Constructibilité	<p>1 - La construction dans les agglomérés n. ° 9, 53, 99, 111, 112, 114, 115, 117, 119, 121, 149, 176, 177, 179, 207, 209, 212, 223 e 229 se fera en accords avec l'établi dans Titre III, Chapitre III.</p> <p>2 - La construction dans les restants agglomérés des ZIT, cela dit dans les agglomérés ruraux sélectionnés, se fera en accords avec l'établi dans l'Article 19° et dans le Titre III, Chapitre III.</p>
Art.° 73° - Construction de clôtures	<p>1 - Hors des agglomérés, la hauteur maximum, le matériel et le type de construction de nouvelles clôtures, pourront être conditionnées par des critères d'aménagement paysager et/ ou écologique correctement justifiés.</p>
Art.° 74° - Opérations d'attribution	<p>1 - Hors des agglomérés, les opérations d'attribution ne sont pas autorisés pour des fins résidentielles ou industrielles sauf dans les conditions prévues dans les Articles 38° e 45°.</p>

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

<p>Art.º 75º - Construction des Ensembles et Villages Touristiques</p>	<p>Hors des agglomérés, la construction des ensembles et villages touristiques et des établissements d'animations, culturels et sportifs d'intérêt sont autorisés pour le tourisme dès que sa finalité soit justifiée et que cumulativement répond aux contraintes suivantes:</p> <p>Localisation non intégrée dans la Réserve Agricole National (RAN) et/ou Entité Régional du Nord (REN);</p> <p>Localisation adéquate aux objectifs généraux de planification et de développement touristique du PDM;</p> <p>Dimension, conditions morphologiques du terrain et exposition solaire appropriées;</p> <p>Qualité architectonique et adéquate intégration paysagère.</p>
<p>Art.º 76º - Construction pour Habitation</p>	<p>1 - Aux fins de l'octroi de licences, les habitations unifamiliales ou à double isolation à l'extérieur des agglomérés sont subdivisés en logement pour une utilisation des habitations permanentes et pour une utilisation temporaire ou touristique.</p> <p>2 - La localisation des habitations d'utilisation permanente en parcelles isolées hors des agglomérés devra correspondre à l'une des situations suivantes:</p> <p>Se localiser, hors de la RAN e/ou REN, a moins de 250 m du périmètre d'un des agglomérés délimités dans le Plan Spatial dès qu'elle ne présente plus de disponibilité de terrain à l'intérieur;</p> <p>Se localiser en exploration agricole, agro-élevage ou agro-forestier, hors de la RAN e/ou REN avec une aire non inférieur a 2 hectares ou économiquement viable et se destiner à une résidence du propriétaire ou titulaire des droits d'exploration, ainsi que les travailleurs permanents de l'exploration;</p> <p>Prendre soin de la reconstruction, récupération ou réhabilitation de constructions traditionnelles dès qu'elle se respecte.</p>

Source : Mairie de Fafe, 2014<sup>148</sup>

Après avoir observé le PMT de la ville de Fafe, l'analyse que l'on peut faire au sujet de celui-ci est qu'au sujet des intérêts dans la planification, les zones d'interaction touristique identifiées sont les ZIT et les Zones de Chasse Touristique. Dans la planification des contraintes, la «zone d'intérêt pour la conservation de l'avifaune» est identifiée comme une zone d'intérêt Patrimonial délimitée par le Service National des Parques, Réserves et Conservation de la Nature (SNPRCN).

<sup>148</sup> MAIRIE DE FAFE – *Plan Municipal de Tourisme de la ville de Fafe*. Mis en ligne en Décembre 2013. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

En ce qui concerne les contraintes, celles-ci ont à voir avec l'utilisation et les interventions dans les ZIT car elles sont objet de contraintes générales de ce Règlement et aussi aux empêchements spécifiques de ce chapitre. On peut aussi affirmer que les empêchements spécifiques de ce chapitre pourront aussi être appliqués aux zones d'encadrement visuel, à délimiter au long des parcours d'intérêt touristique et des parcours sportifs, définis dans la planification d'aménagement ou dans le futur et que les zones d'encadrement sont délimitées par les axes des parcours signalisés jusqu'à une distance maximum de 200 m de l'axe.

Il existe également des interdictions dans les ZIT par rapport à quelques actions. Il est interdit faire des changements de la morphologie du terrain et actions de destruction du revêtement végétal, excepte quand celle-ci correspond à l'action préparatrice d'autres qui se trouvent réellement autorisés, licenciés ou approuvés par les organes compétents. Il ne peut y avoir d'abandon de débris ou dépôts de matériaux. On ne peut pas pratiquer du camping et du caravaning dans des endroits qui ne soient pas autorisés par la Mairie. Le placement de panneaux publicitaires est également interdit, sauf dans le cas de la signalisation d'approximation des installations d'intérêt touristique. La construction d'unités industrielles en dehors des agglomérés est strictement interdite, sauf lorsqu'elles se rapportent à l'exploitation des ressources géologiques et aux secteurs de l'agriculture, de l'élevage et de la sylviculture et correctement justifiés.

La constructibilité peut s'effectuer dans certaines agglomérations en accord établi avec le décret-loi du PMT de la ville de Fafe. La construction dans les restants agglomérés des ZIT, cela dit dans les agglomérés ruraux sélectionnés, se fera en accords avec l'établi dans le décret-loi sélectionné.

La construction des clôtures est possible hors des agglomérés, l'hauteur maximum, le matériel et le type de construction de nouvelles clôtures, pourront être conditionnées par des critères d'aménagement paysager et/ ou écologique correctement justifiés.

Les opérations d'attribution sont seulement possibles hors des agglomérés, mais elles ne sont pas autorisées pour des fins résidentielles ou industrielles sauf dans les conditions prévues dans le décret-loi destiné à cet item.

En ce qui contemple la construction des ensembles et villages touristiques et des établissements d'animation, culturels et sportifs d'intérêts hors des agglomérés, celle-ci est autorisée pour le tourisme dès que sa finalité soit justifiée et que cumulativement répond à la localisation non intégrée dans la Réserve Agricole National (RAN) et/ou Entité Régional du Nord (REN); à la localisation adéquate aux objectifs généraux de planification et de développement touristique du PDM; à la dimension, aux conditions morphologiques du terrain et à l'exposition solaire appropriées; et, finalement, à la qualité architectonique et adéquate intégration paysagère.

La construction pour habitation se réfère aux fins de l'octroi de licences, les habitations unifamiliales ou à double isolation à l'extérieur des agglomérés sont subdivisés en logement pour une utilisation des habitations permanentes et pour une utilisation temporaire ou touristique.

La localisation des habitations d'utilisation permanente en parcelles isolées hors des agglomérés devra correspondre à l'une des situations suivantes: se localiser, hors de la RAN e/ou REN, a moins de 250 m du périmètre d'un des agglomérés délimités dans le Plan Spatial dès qu'elle ne présente plus de disponibilité de terrain à l'intérieur; se localiser en exploration agricole, agro-élevage ou agro-forestier, hors de la RAN e/ou REN avec une aire non inférieur a 2 hectares ou économiquement viable et se destiner à une résidence du propriétaire ou titulaire des droits d'exploration, ainsi que les travailleurs permanents de l'exploration; et prendre soin de la reconstruction, récupération ou réhabilitation de constructions traditionnelles dès qu'elle se respecte.

Après avoir abordé, dans ce deuxième chapitre, les concepts des petites villes et du développement local, nous avons étudié le cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié: le Plan National Stratégique du Tourisme (PENT), ainsi que son importance et ses stratégies, terminant ce point avec l'analyse du Plan Municipal du Tourisme de la ville de Fafe. Il est donc important de passer au point suivant relatif aux tendances et opportunités dégagées par le bilan de notre recherche.

## **C/ Bilan de recherche: tendances et opportunités**

Dans ce dernier point, concernant le bilan de recherche, nous avons l'intention de faire référence aux tendances et aux opportunités que l'on peut retirer de cette première partie de notre recherche.

La réduction du taux de natalité et l'augmentation de l'espérance de vie ont contribué à accentuer la tendance du vieillissement de la population. Selon les projections réalisées par l'Eurostat (DELLOITE, 2010)<sup>149</sup>, dans la période entre 2010 et 2030, la population de l'Union européenne (27 pays) devra enregistrer une augmentation à un Taux de Croissance Annuel Moyen (TCMA) de 0,2%, tandis que la population de plus de 65 ans devrait croître à un TCMA de 1,7%. En conséquence, on estime une augmentation de la représentativité de la population âgée de plus de 65 ans, et il est prévu qu'en 2010, ce groupe d'âge représente environ 17,4% (86,9 millions de personnes) de la population totale de l'Union européenne (27 pays), alors que, en 2030, il est prévu que ce nombre arrive à 23,6% (122,7 millions de personnes). Dans le cas de la population portugaise, les données de la même publication estime que, en 2010, 17,8% de la population a été âgée de 65 ans ou plus, alors que, en 2030, le groupe d'âge représentera environ 23,3% de la population totale, ce qui se traduit par un TCMA pour ce groupe d'âge, d'environ 1,4% par an.

La participation croissante des femmes dans la vie professionnelle et par conséquent le retard de la naissance du premier enfant ont contribué à la baisse des taux de natalité et à la réduction de la dimension de la famille.

Un autre facteur qui illustre cette tendance est le nombre croissant de personnes vivant seules, surtout en Europe. La famille traditionnelle, jusqu'à il ya peu de temps en arrière, considérée comme le public cible de Voyage de loisirs, est en train d'être remplacée par des segments constitués par des personnes seules, les couples sans enfants, les parents célibataires et les divorcés.

---

<sup>149</sup> DELLOITE CONSULTORES – *Getting ready for the future? Present decisions future impacts*, Associação de Turismo de Lisboa – Plano Estratégico 2011-2014. Mis en ligne en Septembre 2010. Consultable en [http://www.visitlisboa.com/getdoc/2d96a472-47a7-408c-a606-977c0f7ab032/ATL-Plano\\_Estrategico-2011-2014.aspx](http://www.visitlisboa.com/getdoc/2d96a472-47a7-408c-a606-977c0f7ab032/ATL-Plano_Estrategico-2011-2014.aspx).

Ces facteurs se traduisent, dans la plupart des cas, dans l'augmentation du revenu disponible des familles et dans l'augmentation du pouvoir d'achat, ce qui conduit à une demande croissante pour les produits de luxe, les produits spécialisés et de courts trajets, à tout moment de l'année.

Selon une publication de l'*European Travel Commission*<sup>150</sup> en 2013, l'économie européenne présente des signes de récupération, même légers. Contrairement aux prévisions antérieures, la reprise économique ne s'est pas concrétisée à la fin de 2009, en partie en raison de la stabilisation du système bancaire qui a eu lieu à un rythme plus lent que prévu, après avoir été reportée pour 2010.

D'autre part, l'augmentation potentielle du déficit budgétaire et la dette publique de certains pays de l'UE peut conduire à l'instabilité des systèmes macro-économiques de l'Union monétaire (taux de change et taux d'intérêt), la prévention de la reprise de l'économie mondiale à un rythme souhaité.

En accord avec *The Economist Intelligence Unit*<sup>151</sup>, le taux de croissance du PIB réel portugais entre 2010 et 2014 devrait augmenter de 1,2%, en estimant qu'en 2010 celui-ci aurait dû rester à 0,3%. En 2014, le taux de croissance du PIB réel portugais (1,5%) devra être plus faible que celui qui a été enregistré dans l'UE (2,0%) et dans le monde (3,1%).

La situation économique défavorable récente a conduit à la faillite de nombreuses entreprises et, par conséquent, à une augmentation du chômage. Structurellement, l'augmentation de l'innovation technologique a permis de plus en plus le remplacement du facteur humain par des machines, ce qui conduit souvent à une performance plus efficace, ce qui fait en sorte que le taux de chômage continue à connaître des niveaux élevés.

---

<sup>150</sup> EUROPEAN TRAVEL COMMISSION – Destination Europe 2020 : A long-term strategy for Europe as a tourism destination. In *Destination Europe 2020*. Mis en ligne en Novembre 2013. Consultable en <http://www.etc-corporate.org/?page=destination-europe-2020>.

<sup>151</sup> THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT – EIU global forecast - US weakness drags down global growth. In *The Economist Intelligence Unit*. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en <http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=1992024983&Country=Portugal&topic=Economy&subtopic=Forecast>.

L'intensification des flux migratoires a également contribué à l'augmentation du chômage, qui crée une pression sur le marché du travail.

À la suite de l'adoption de politiques visant à accroître la production et l'utilisation des énergies alternatives, renouvelables et propres, ainsi que la sensibilisation croissante des consommateurs sur les impacts environnementaux, l'Organisation des Pays Exportateurs de Pétrole (OPEP) estime que dans les années à venir la demande de pétrole des pays développés de l'OCDE verra à subir une contraction.

Toutefois, la demande de pétrole des pays en développement (non membres de l'OCDE), devrait continuer à augmenter, étant donné que c'est une ressource indispensable pour soutenir sa croissance économique. La situation économique défavorable a contribué à une baisse de la demande mondiale de pétrole en 2009 et a entraîné à une diminution de la production. Néanmoins, la reprise économique devrait contrarier cette tendance, et l'OPEP prédit que la demande pour cette fonctionnalité suive le même chemin, faisant comme prévision une croissance de la production d'environ 1,1%.

Ainsi, en général, les entités du secteur anticipent une augmentation de la demande mondiale pour cette fonctionnalité, sachant que l'*Economist Intelligence Unit*<sup>152</sup> prévoit que le prix de cette commodité augmente à un taux de croissance annuelle moyen de 6,2% entre 2009 et 2014, cette projection qui se concrétise aura un impact sur l'ensemble de l'économie, en particulier sur les transports aériens.

Avant que l'économie mondiale présente des signes négatifs, on assistait à une tendance transversale à de nombreux secteurs de l'économie, y compris le tourisme, pour que la demande et l'offre convergent autour des principes de la durabilité environnementale. Il est prévu que la stabilisation des indicateurs macroéconomiques et le thème de la durabilité de l'environnement soient une fois de plus l'un des moteurs du développement du secteur du tourisme. Le secteur aura tendance à développer des produits environnementalement durables qui introduisent des activités de plein air, en profitant d'une réduction des coûts, de l'expansion des entreprises et de l'amélioration de ses résultats d'exploitation.

---

<sup>152</sup> THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT – Domestic demand collapses in the second quarter. In *The Economist Intelligence Unit*. Mis en ligne en Septembre 2012. Consultable en <http://country.eiu.com/Portugal/ArticleList/Analysis/Economy>.

L'intensification des niveaux de la concurrence enregistrée dans le secteur du tourisme est une tendance difficile à décrire par le seul facteur prix, de sorte que les acteurs du marché ont tendance à investir dans le capital humain comme un facteur important du service. Cet investissement permettra de renforcer le tourisme comme une industrie des uns aux autres et de distinguer les acteurs sur le terrain pour la qualité de leur service et par le niveau de satisfaction fournis au visiteur.

Actuellement, le consommateur ne se satisfait pas avec une seule période de vacances, dans un seul endroit. Le touriste est désireux de découvrir des nouveaux endroits, en optant pour partager leurs vacances tout au long de l'année et profiter les week-ends pour faire de petites sorties, qui peuvent combiner le loisir au repos.

Cette tendance prend forme principalement dans la réduction de la durée moyenne du séjour et dans le nombre croissant de vols effectués par les compagnies *low cost*, qui encourage le développement du produit stratégique touristique «*City Break*», qui est identifié comme le produit de tourisme avec le potentiel de croissance le plus élevé dans les années à venir. Ainsi, le succès des destinations urbaines et donc, le produit «*City Break*» dépendra de la construction d'une offre complète et intégrée, basée sur l'offre de produits touristiques diversifiés qui complètent et enrichissent l'expérience du touriste.

Selon l'Institut National de Statistiques (INE)<sup>153</sup>, en 2009, tous les pays européens ont montré une diminution du revenu par chambre disponible (RevPAR). Au niveau européen, cet indicateur a diminué de 19,2% entre Janvier et Septembre 2009, de 72 à 58 euros. Les principaux facteurs qui ont contribué à la croissance négative du RevPAR en Europe sont liés à la réduction du prix de vente moyen par chambre et à la diminution du taux d'occupation moyen (-12,3% et -5,2 % sur la période considérée, respectivement).

Des facteurs économiques, des campagnes internes ou le manque de temps et la disponibilité de prendre des vacances en dehors du pays de résidence, ont conduit beaucoup de gens à choisir de passer leurs vacances dans leur propre pays et d'autres de ne pas prendre des vacances. Cette tendance se reflète également dans le nombre de nuitées enregistrées au Portugal par les touristes nationaux.

---

<sup>153</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – Estatísticas do Turismo 2010. In INE. Mis en ligne en Mai 2010. Consultable en <http://www.ine.pt>.



Mis à part un moyen important de recueillir des informations sur les destinations, il y a aussi la préférence pour l'utilisation d'Internet pour réserver le Voyage, ce qui est venu à augmenter (variation de 8,9% de 2008 à 2009), au contraire de la demande des agences de voyages (variation de -8,6%, pour la même période, dans la réservation des voyages pour la destination de Lisbonne), il est prévu que dans quelques années, les agences de voyages en ligne dominent le marché.

Malgré cette tendance, aux États-Unis, les agences de voyages traditionnelles récupèrent le marché, sachant que de nombreux clients préfèrent ne pas passer du temps à chercher et à comparer les prix, une tendance qui peut s'étendre à l'Europe dans les années à venir.

Il a également été vérifié la réduction des voyages organisés, face à la performance des voyages individuels, organisés et marqués par les touristes eux-mêmes, sans l'intervention d'intermédiaires dans le choix des destinations et des produits. D'autre part, il est également intéressant de mentionner la tendance croissante à la pratique de réservation de dernière minute, c'est à dire, le report des décisions d'achat à la recherche de la meilleure offre, pour qui l'Internet facilite les choses car elle permet de garder une trace des transactions et des offres plus attrayantes.

Dans une tentative pour résoudre le problème de «manque de temps» ou simplement le besoin croissant d'être proche et connecté avec les gens que l'on a plus d'affinités, les intérêts, les idées et les aspirations en commun, l'activité touristique opte pour de plus en plus être accompagné dans ses voyages et/ou prolonger le séjour pour quelques jours de plus, profitant du déplacement en affaires pour la pratique du loisir.

En outre d'un voyage d'affaires, le tourisme profite pour connaître et vivre l'endroit, malgré le peu de temps dont il dispose, contribuant à l'augmentation de la demande d'autres produits touristiques, tels que le «*City Break*» et le «*Touring* culturel et paysagiste».

Les consommateurs sont de plus en plus informés, plus exigeants, mais avec moins de temps, d'attention et de confiance, et, au cours des dernières années, ils ont montré le désir d'être considérés et traités individuellement et de se sentir spéciaux. L'amélioration de l'accès à l'information et à la découverte d'autres réalités, alimentée par la

prolifération des médias en général et d'Internet, en particulier, a grandement contribué à ce changement dans les habitudes de consommation.

Au cours des dernières décennies, le développement technologique et les transports, ainsi que la réduction du temps libre, ont stimulé le contournement des gens des centres urbains, en évitant le stress et la confusion du jour le jour. En revanche, ces gens recherchent la qualité, une offre variée et ciblée, où ils trouvent des produits sur mesure (le désir de vivre des expériences «sur mesure») et en fonction de leur pouvoir d'achat. Cette tendance nécessite de l'ajustement de l'offre et de la disponibilité de produits différenciés et innovateurs.

La mondialisation, les changements dans les habitudes de consommation et l'émergence de nouveaux segments de la demande nécessitent de réinventer la marque et/ou conçoivent des marques tactiques en fonction des différents segments de la demande et des facteurs les plus appréciés par les touristes. D'autre part, la marque est associée à un sentiment de confiance, dans un contexte où le consommateur a moins de temps, il est donc nécessaire d'assurer la confiance dans le produit et/ou service par un facteur de différenciation, dans ce cas, la marque. Ceci dit, les touristes fidèles à la marque ont tendance à avoir de plus longs séjours et plus de dépenses.

Pendant ce temps, les touristes d'affaires et/ou de loisirs sont en train de montrer une attention accrue dans le choix de la destination, la compagnie aérienne et l'établissement hôtelier, entre autres, donc les programmes de fidélité sont présentés comme un moyen de minimiser de plus en plus les effets négatifs de la concurrence.

Couplé avec certaines des tendances déjà perceptibles, comme les loisirs, les entreprises et l'augmentation du nombre de courts séjours combinés, la préférence croissante pour les compagnies aériennes low cost se pose. Ces compagnies aériennes ont gagné la confiance des consommateurs, en augmentant le nombre de connexions qu'elles réalisent et à travers de l'amélioration de la qualité de service à un prix inférieur. En parallèle, à moyen terme, cette tendance, couplée avec l'évolution technologique et la préférence croissante des consommateurs pour des itinéraires directs, tend à diminuer l'importance des grands aéroports.

L'émergence de ces entreprises a créé la possibilité de voyager à de nouveaux groupes de consommateurs, ayant un impact positif sur la demande mondiale du tourisme. Au Portugal, ANA - Aéroports du Portugal<sup>154</sup> a noté, de 2008 à 2009, une baisse du trafic de passagers dans les compagnies aériennes comme *TAP*, *Iberia* et *Air France*. Contrairement à ceux-ci, les compagnies aériennes low cost comme *Easyjet* et *Ryanair* ont connu une augmentation importante du trafic de passagers, dans l'ordre de 12,2% et 29,7%, respectivement, pour la même période.

Au cours des dernières années, la tendance d'abandon des modèles de développement du tourisme basé sur le tourisme indifférencié et l'engagement croissant des acteurs du secteur en offres orientées pour le tourisme segmenté est visible, en particulier pour le golf, le tourisme d'affaires, de santé et de bien-être, entre autres. Le tourisme segmenté apparaît comme une forme de différenciation face à la concurrence et une importante source d'avantages concurrentiels.

Les produits touristiques sectoriels nécessitent, généralement, d'un investissement initial élevé et d'un haut niveau de qualification des ressources humaines. Pourtant, un modèle de développement basé sur ce type de tourisme se traduit par une plus grande rentabilité à long terme, ainsi qu'une plus grande fidélisation du touriste et de stabilité de la destination touristique. D'autre part, ce type de tourisme présente une demande de segments spécifiques, avec des dépenses moyennes par touriste généralement plus élevés que dans le tourisme indifférencié, mais aussi avec des niveaux d'exigence plus élevés. En outre, l'évolution de l'offre touristique s'est concrétisée dans la création de nouveaux produits touristiques comme un moyen de répondre à de nouvelles niches de marché, de plus en plus segmenté et avec des caractéristiques spécifiques. C'est le cas du segment des jeunes entre 25 et 34 ans, avec un pouvoir d'achat élevé, et qui cherchent à voyager pour profiter des fêtes et de la vie nocturne.

Le vieillissement progressif de la population, en raison de l'augmentation de l'espérance de vie associée au faible taux de natalité, peut être considéré comme une opportunité pour la transformation de l'industrie du tourisme.

Ce groupe d'âge a atteint la plupart du temps, les principaux objectifs de vie, fournissant

---

<sup>154</sup> ANA – Aeroportos de Portugal – Evolução do tráfego aéreo entre 2008 e 2009. In *Confederação do Turismo Português*. Mise en ligne en Juin 2010. Consultable en <http://www.confederacaoturismoportugues.pt/downloads/get/id/235>.

du temps et des ressources financières nécessaires pour la réalisation des voyages. Ce segment, avec une plus longue période de temps disponible pour les loisirs, est également responsable de la forte croissance associée au tourisme résidentiel.

De nouveaux segments touristiques et des changements dans les segments de touristes traditionnels ont été identifiés, il est prévu des répercussions importantes sur la demande touristique future. Tout d'abord, un nouveau segment de marché, appelé marché «*Silver Age*», composé de personnes qui, en 2020, auront entre 50 et 70 ans, et grâce aux progrès de la science sont plus actifs et en meilleure santé, auront des revenus plus élevés que la génération précédente, et de chercher à profiter de plusieurs périodes de vacances, se présentant comme un segment très attractif pour le secteur du tourisme.

D'autre part, les groupes ethniques de touristes apparaissent comme un résultat de la migration croissante mondiale, avec un impact sur l'augmentation du nombre de voyages dans le but de visiter des amis et la famille. Il est encore possible d'identifier les changements dans le profil de l'entreprise touristique, mettant en évidence l'émergence de deux nouveaux segments: les professionnels itinérants et les cadres internationaux. Enfin, il y a la génération «*X-tra* d'argent à dépenser», âgés entre 30 et 40 ans, et qui se caractérisent par voyager et dépenser plus que les générations précédentes.

Des outils tels que *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, *Trip Advisor*, *Lonely Planet* et *Second Life* sont largement utilisés dans la communication entre les individus et les groupes professionnels, à la fois entre eux et dans les relations qu'ils établissent avec les clients potentiels. Ces canaux sont également l'un des principaux moyens utilisés pour obtenir des renseignements sur une destination touristique et un moyen de plus en plus important pour la communication de l'industrie du tourisme qui se dirige directement au consommateur final.

Le partage de l'information offerte par ces réseaux, en particulier sur la qualité des infrastructures et sur les expériences d'autres personnes, est d'une importance dans le processus de prise de décision. Ainsi, les acteurs touristiques repensent leurs stratégies de marketing en ligne, l'introduction de nouveaux outils, y compris la géolocalisation et les technologies sociales (partage de photos, vidéos et avis) afin d'influencer sur le partage d'expériences entre les touristes.

La géolocalisation, en permettant d'organiser l'information liée à un lieu particulier, est de plus en plus utilisée dans la planification de voyages par les touristes, en permettant de connaître les établissements touristiques, l'environnement et les activités complémentaires existantes dans la destination touristique.

Ainsi, il est essentiel que la commercialisation des acteurs touristiques implique les opinions des touristes, afin qu'ils partagent leur expérience dans la destination, en créant des plateformes Web interactives, où le client joue un rôle central et actif. Le Tourisme du Portugal (2013)<sup>155</sup> souligne trois tendances clés dans le secteur du tourisme, tels que, Internet, réseaux mobiles et sociaux; changement dans la structure de la demande, de plus en plus dominé par le «*Smart Shopper*»; et la valorisation de l'authenticité des destinations. Ces trois tendances ont conduit à la redéfinition d'une stratégie de communication qui renforce l'investissement dans le marketing numérique et redéfinit le modèle d'intervention sur les marchés.

L'Internet est une tendance depuis longtemps installée dans le secteur du tourisme, étant l'importance des moyens numériques transversaux à toutes les étapes du processus de sélection des vacances. La croissante possibilité d'accéder à Internet à tout moment et n'importe où associée à l'offre de nouveaux équipements mobiles et à la possibilité de concevoir des applications spécifiques augmente l'activité touristique potentielle réalisée par le site des communications électroniques.

Aussi les réseaux sociaux ont assumé un rôle de plus en plus important comme moyen de diffusion et l'échange d'expériences et de recommandations entre les touristes. Les nouveaux médias numériques, en potentialisant l'interactivité, permettent de connaître le profil et les motivations des consommateurs et adapter les processus d'approvisionnement et de gestion et vendre en fonction de cette connaissance.

Le Tourisme du Portugal accompagne cette tendance de plus grande proximité par rapport aux touristes, en mettant l'accent sur sa stratégie de communication, le support en ligne, et en reconnaissant que les *reviews*, les *posts*, les *comments* et les *likes* sont des

---

<sup>155</sup> TURISMO DE PORTUGAL – *Três tendências fundamentais no setor de turismo*. Mis en ligne en Décembre 2013. Consultable en <http://www.ambitur.pt/site/news.asp?news=29036>.

aspects à considérer lors de l'évaluation du retour sur les investissements de communication.

En ce qui concerne la seconde tendance, le comportement de réservation de voyages traditionnellement motivé par le désir est maintenant, dans de nombreuses situations, motivé par l'opportunité (*Smart Shopper*). En ce sens, jusqu'à la facilité de comparaison détaillée de l'offre, les objectifs ont tendance à être facilement remplacé par la concurrence. Les touristes qui cherchent à monétiser leurs frais de déplacement, mais pas si cela signifie être disponible pour accepter les destinations, les produits et les services de moindre qualité - améliorent le facteur prix comme facteur de décision.

La stratégie de communication du Tourisme du Portugal passe précisément pour assurer sa présence dans toutes les étapes du processus de décision d'achat, de la collecte initiale recherche/information, effectuée principalement par le biais des moteurs de recherche, aux étapes de la recherche d'opportunités et de la mise en œuvre de la réservation faite dans le partage d'informations sur les destinations touristiques dans les opérateurs en ligne, des sites *Web* des sites des compagnies aériennes.

En ce qui concerne la troisième tendance - la valorisation de l'authenticité de la destination, les touristes sont de plus en plus à la recherche d'un voyage qui leur apporte de l'enrichissement personnel et des expériences plus authentiques. Les destinations sont eux-mêmes dans cette prédisposition une occasion d'améliorer leur compétitivité grâce à l'affirmation et à la différenciation. Des facteurs tels que le temps et la lumière, l'histoire, la culture et la tradition, l'hospitalité et la diversité concentrée contribuent à différencier le Portugal de la concurrence.

Cependant, l'expérience de la destination Portugal devient unique et difficile à reproduire par d'autres destinations où vécu selon les valeurs essentielles du Portugal en tant que destination touristique, impossible à mettre en évidence les aspects tangibles de notre offre touristique, mais essentiel dans la définition de son identité.

Le renforcement de la compréhension par rapport aux autres et l'acceptation de la différence comme un facteur essentiel de la complémentarité entre les peuples sont des valeurs qui sont présentes dans les aspects quotidiens de notre culture et reflètent notre

façon d'être: une culture ouverte sur le monde, à l'écoute, capable d'improviser et de concilier les différences.

En réponse à cette tendance du touriste en quête d'authenticité et de se concentrer sur l'expérience, le Tourisme du Portugal a l'intention d'inclure dans sa stratégie de communication des projets d'activation de marque qui offrent un contact avec les aspects plus intangibles du tourisme tout en communiquant les plusieurs aspects qui différencient encore plus la destination.

Selon un article paru dans une émission de télévision appelée «Image de marque» (2012)<sup>156</sup>, l'avenir apporte de nouvelles routes pour le tourisme mondial et une croissance de 2% à 3% par an. Selon certains experts nationaux et internationaux du secteur, au niveau des marchés, les tendances sont les pays émergents, comme la Chine et la Russie à envoyer le plus grand nombre de touristes en Europe dans les années à venir.

Une opportunité pour les opérateurs et les pays qui connaissent leurs produits répondent aux besoins de cette nouvelle demande. Le Portugal, dont l'image en tant que destination touristique n'a pas été affectée par la crise économique, selon le baromètre de l'Institut de Planification du Tourisme et de Développement (IPDT), peut tirer parti de leurs valences culturelles pour se positionner avec pertinence auprès de cette nouvelle demande.

Le gouvernement affirme qu'il est au courant de ces tendances et opportunités et qu'il vient à investir dans des initiatives et des projets que la plupart des nombres d'arrivées, celui-ci veut conquérir des revenus grâce à des niches avec un pouvoir d'achat élevé. Pour le Gouvernement, le secteur du tourisme est le point d'ancrage pour le développement de l'économie portugaise, et, en 2011, ce secteur comptait d'environ 10% du PIB et de l'emploi national.

Dans la refonte de l'offre nationale aux nouveaux segments de marché, le Portugal est en train d'investir dans le surf. Le secteur se déplace, selon l'entité régulatrice du surf au Portugal. Il s'agit d'un produit qui ne semble pas avoir de basse saison et se présente

---

<sup>156</sup> AMARO, C. – *Imagens de marca*. Mis en ligne en Novembre 2012. Consultable en <http://imagensdemarca.sapo.pt/emissoes/tv/turismo-tendencias-e-oportunidades>.

comme une opportunité pour le Tourisme du Portugal, qui fait partie de la nouvelle politique de promotion, plus ciblée sur les «produits spécifiques».

Selon les experts de macro-tendances dans le tourisme, ainsi que le segment low cost, le luxe continue de croître et de se réinventer en tant que segment. Aujourd'hui, l'expérience de l'exclusivité, fait toute la différence dans une offre qui est bien au-delà du concept 5 étoiles. Une réalité que le Portugal a voulu approfondir avec le groupe Sana, avec l'inauguration de sa première unité de luxe au Portugal.

Quelques unions et quelques fusions entre des grands groupes hôteliers sont aussi dans l'actualité du secteur. Les analystes du tourisme disent aussi que l'une des leçons que cette crise a amené a été la valeur du partenariat. La promotion de nouvelles marques dans le secteur de l'hôtellerie, comme l'*Altis Blue & Green* qui unie les groupes portugais *Amorim Altis Hôtels* et le Groupe *Lágrimas* avec Alexandre de Almeida qui ont créé la marque *Thema*.

Cruz (2014)<sup>157</sup> déclare que le Portugal a été élu comme la meilleure destination touristique en 2013, et il est prévu que la même chose se produise en 2014, puisqu'il a été considéré comme l'une des destinations les plus convoitées. Les raisons qui font que cette tendance ne cesse de croître sont faciles à comprendre, car il y a le climat, la gastronomie et la culture. Ce qui n'est pas toujours facile et immédiat, c'est de savoir quel est le type de touriste qui visite le Portugal.

Il est important de connaître et d'analyser le profil démographique du client idéal de l'hôtel pour définir une stratégie de marketing personnalisé. Anticiper les besoins, les désirs, les motivations et les attentes des clients, sera arrivé à offrir quelque chose qui les satisfasse et les motive à revenir. Le Portugal doit faire appel à toutes sortes de touristes, ce qui n'a jamais été facile. Toutefois, les hôteliers peuvent dépasser toutes les attentes et captiver les voyageurs de tout le monde.

Les chiffres publiés par l'INE<sup>158</sup> ont déclaré que le Portugal a augmenté dans l'hôtellerie

---

<sup>157</sup> CRUZ, D. – *Marketing Digital Hotelaria: Já conhece as tendências do Turismo em Portugal para 2014*. Mis en ligne en Mars 2014. Consultable en <http://info.hotelbuzz.pt/blog-marketing-digital-hotelaria/ja-conhece-as-tendencias-do-turismo-em-portugal-para-2014>.

<sup>158</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Conta Satélite do Turismo*. Mis en ligne en Mars 2013. Consultable en <http://www.ine.pt>.



portugaise en 2013 face à l'année précédente et les établissements hôteliers ont accueilli 14,4 millions de visiteurs en 2013, ce qui représente une augmentation de 4,2% par rapport à 2012 et en ce qui concerne les nuitées, l'hôtellerie portugaise a augmenté de 5,2% en 2013 face à l'année précédente, sachant que le nombre total a atteint 41,7 millions de nuitées.

Ce comportement est principalement dû à la contribution du marché étranger puisque le nombre de nuitées passées par des non-résidents a augmenté de 8% en 2013 et les nuitées des résidents ont montré une légère diminution de 0,9% par rapport à 2012. Le marché externe a montré une augmentation substantielle en 2013 dans des touristes venus de France, d'Espagne, des États-Unis, du Royaume-Uni et de l'Allemagne.

Du nord au sud, le Portugal se distingue par les touristes qui ont un large éventail de gastronomie et vins, des villes historiques, des paysages à couper le souffle, l'hospitalité, le beau temps et a été élu par les «*World Travel Awards*» comme la meilleure destination pour le golf. Cependant, il y a des destinations préférées des touristes, ceux-ci étant, Lisbonne, l'Algarve et Porto.

Lisbonne a été distingué comme la meilleure destination pour un «*city-break*» en Europe, la capitale portugaise remportant pour la troisième fois au cours des cinq dernières années, le prix des «*World Travel Awards*»<sup>159</sup>. Il y a beaucoup de raisons pour lesquelles Lisbonne, reçoit de nombreux touristes. Les principales raisons sont la vie nocturne, la bonne gastronomie, les fêtes populaires, les plages et les musées.

L'Algarve a été considéré comme la meilleure destination de plage européenne, par le biais du prix des «*World Travel Awards*»<sup>160</sup>. Les régions qui ont reçu plus de touristes étrangers ont été à Portimão, Albufeira et Vilamoura. Cependant, il ya quelque chose que ces lieux ont en commun, comme beaucoup d'autres, ils sont capables de répondre à la grande joie des touristes, tel que les plages, les hôtels de luxe, la gastronomie et vins,

---

<sup>159</sup> WORLD TRAVEL AWARDS – *Lisboa eleita Melhor cidade europeia para o produto «City Break» para escapadelas*. Mis en ligne en Septembre 2013. Consultable en <http://expresso.sapo.pt/lisboa-eleita-melhor-cidade-europeia-para-escapadelas=f828491>.

<sup>160</sup> WORLD TRAVEL AWARDS – *Algarve eleito melhor destino de praia*. Mis en ligne en Août 2013. Consultable en <http://www.oceanicogolf.com/pt/noticias/portugal-wins-europes-leading-beach-destination-at-wta.html>.

Porto a été élu meilleure destination européenne en 2014<sup>161</sup>, un concours visant à choisir les meilleures destinations en Europe. L' «*Invicta*», en 2012, a obtenu le même titre, et maintenant a été de nouveau élu par la réputation et l'excellence en tant que destination touristique, ayant comme principales attractions le vin de porto, les monuments, la vie nocturne, la vieille ville (zone de *Ribeirinha*) et la gastronomie (la *Francesinha*).

Selon un rapport d'étude fait par l'INVICTA en 2014<sup>162</sup> sur «La satisfaction des touristes», composé de 834 entrevues à des touristes qui ont passé leurs vacances au Portugal, 70% des touristes d'Espagne et du Brésil ont visité Lisbonne, au contraire de l'Algarve qui est plus visité par les hollandais et les anglais. Les destinations de Porto et de Madère sont également mises en évidence par les voyageurs en provenance d'Allemagne, du Brésil et de l'Espagne. Cependant, la satisfaction des vacances dans le pays a un bilan plutôt positif, sachant que 92% des touristes disent qu'ils ont été satisfaits à une échelle globale; 42% des touristes ont eu des vacances avec une satisfaction au-dessus de la moyenne; et, enfin, 91% révèlent qu'ils veulent revenir au cours des trois prochaines années.

C'est à travers de ces tendances et opportunités que l'on a observé dans ce dernier point de ce deuxième chapitre qu'il est possible de faire référence au cas de la ville de Fafe comme on pourra le voir dans une deuxième partie de ce travail.

---

<sup>161</sup> INVICTA – *Porto eleito melhor cidade europeia em 2014*. Mis en ligne en Février 2014. Consultable en <http://www.noticiasominuto.com/pais/173851/porto-eleito-melhor-destino-europeu-para-2014>.

<sup>162</sup> INVICTA – *Relatório de estudo sobre a Satisfação dos turistas em 2014*. Mis en ligne en Mars 2014. Consultable en <http://info.hotelbuzz.pt/blog-marketing-digital-hotelaria/ja-conhece-as-tendencias-do-turismo-em-portugal-para-2014>.

## **Partie 2: Effets des activités touristiques sur le développement local de la ville de Fafe**

Dans cette deuxième partie de notre recherche, nous avons l'intention de faire une étude, d'une part sur l'histoire de la ville de Fafe, au niveau de la culture et des traditions, ainsi qu'au niveau de la gastronomie et de l'artisanat.

D'autre part, nous allons analyser les effets des activités touristiques sur le développement local de la ville de Fafe, à l'aide d'une analyse de données sur l'évolution du tourisme à Fafe entre 2008 et 2013, ainsi que d'un diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe, une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces).

Nous terminerons cette deuxième partie avec les préconisations/recommandations tirées de cette étude de cas: la ville de Fafe.

### **Chapitre I – La ville de Fafe**

Dans ce premier chapitre, nous avons l'intention, dans un premier point, de connaître la ville de Fafe, à travers de son histoire, en abordant, d'une part, les cultures et les traditions ainsi que, d'autre part, les références à la gastronomie et à l'artisanat.

Dans un deuxième point, nous réaliserons un diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe, à travers l'analyse des données de l'évolution du tourisme de la ville de Fafe pendant une durée de temps déterminée, entre 2008 et 2013, et à travers d'une analyse SWOT, abordant le tourisme de nature et en déterminant quelles sont les forces et les faiblesses, les opportunités et les menaces de cette ville en question.

Dans un troisième point, nous avons l'intention de révéler quelles sont les recommandations et les implications que nous avons l'intention d'apporter pour une amélioration par rapport au développement du secteur du tourisme, afin que celui-ci soit présenté à notre étude de cas, la ville de Fafe, comme un facteur de développement local.

## **A/ Fafe et son histoire**

La ville de Fafe se situe au Nord du Portugal, dans la province du Minho, district de Braga (Mairie de Fafe, 2014)<sup>163</sup>. Cette ville est entourée de plusieurs villes d'intérêt touristique, d'entre lesquelles Guimarães, Braga et Porto. Guimarães a été élue Capitale Européenne de la Culture en 2012, par l'Union Européenne (UE) et Patrimoine de l'Humanité en 2001, par l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO).

En ce qui concerne la ville de Braga, capitale de district, le tourisme religieux est un type de tourisme très pratiqué dans la ville dû au Sanctuaire du «*Bom Jesus*», ainsi que le tourisme culturel, dû essentiellement à la richesse culturelle du Centre Historique de cette ville et qui ainsi se tourne très attractif du point de vue des touristes.

Fafe se situe aussi très près, en termes géographiques, de la ville de Porto, laquelle a évolué considérablement au long de ces dernières années au niveau du tourisme, vu que celle-ci a été considérée deux années consécutives la ville européenne d'élection des touristes. Cette ville est de plus en plus recherchée par les touristes nationaux et surtout étrangers dû à de divers facteurs en termes d'offre touristique que Porto disponibilise mais aussi dû à la grande variété d'offre de compagnies aériennes «*low-cost*» qui aide à ce que le produit stratégique «*short break*» soit de plus en plus utilisé, et dans ce cas concret, pratiqué.

Ces villes font en sorte que Fafe puisse aussi être considérée une ville d'intérêt touristique vis-à-vis des touristes. Pour que cela puisse arriver, Fafe doit s'unir à ces villes, en ce qui concerne les stratégies touristiques, et faire en sorte que ceux qui visitent ces villes soit attirés par l'offre touristique existante à Fafe, à travers des ressources naturelles et du patrimoine, mais aussi à travers de l'hospitalité et la gentillesse des résidents locaux.

Il est aussi important de faire référence qu'au niveau du tourisme, la ville de Fafe appartient à la Région de Tourisme «Porto e Norte», une région en grande expansion au long de ces dernières années. Cette expansion a été possible grâce au développement

---

<sup>163</sup> MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe actuellement*. Mis en ligne en mars 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
touristique réalisé par les agents du secteur publique et du secteur privé dans la  
promotion, divulgation et marketing et de l'offre touristique des principales ressources  
touristiques, autant au niveau naturel, comme au niveau du patrimoine.

**Figure n°3: Localisation géographique de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014<sup>164</sup>

Fafe est une ville avec des origines très anciennes. De cette façon, des peuples comme les Lusitains et les Romains ont laissé des marques importantes, qui sont dorénavant des points attrayants pour les visiteurs. Fafe est une petite zone mais avec une valeur ajoutée en terme d'attractivité car elle a de nombreux monuments et des espaces verts agréables.

Fafe est également connu sous la devise «*Personne ne peut rivaliser avec les gens de Fafe!*» qui est apparu, il ya de nombreuses années, quand la justice a été rendue en faveur du Vicomte de «Moreira do Rei». A cette époque, comme aujourd'hui, la devise provoque un sourire de sympathie pour tous les habitants de Fafe. C'est peut-être à cause de cela et parce que c'est une petite ville qui accueille si bien les visiteurs que Fafe était et est toujours considéré comme le «*Salon de Visites du Minho*».

<sup>164</sup> MAIRIE DE FAFE – *Localisation géographique de Fafe*. Mis en ligne en Janvier 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

**Figure n°4: La ville de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014<sup>165</sup>

Fafe est considérée une ville récente, cependant, à titre de règlement celle-ci a existé depuis le XIIIème siècle, en qualité de paroisse dans la municipalité de Montelongo. Cette paroisse, à un âge précoce, a commencé son développement. Ainsi, en 1836, celle-ci est devenue le siège du comté et s'élève quatre ans plus tard à la catégorie de ville, ayant dès lors la désignation de Fafe. Ce nom de lieu apparaît comme par hommage aux deux familles les plus puissantes de la région (Egas Fafe et Dom Fafes Seraphim).

Au cours du siècle suivant sa population a augmenté. Le village vit à base de l'industrie textile, de l'agriculture et des services. En 1980, il y avait déjà 48 000 habitants, 36 paroisses et c'était un village bien développé, passant ensuite à la catégorie de ville<sup>166</sup>.

**Figure n°5: Les gens de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Fafe est dorénavant une région relativement développée, mais qui maintient dans la mémoire son passé et ses origines, ce qui fait en sorte que cette ville soit riche au niveau de sa culture et de ses traditions.

---

<sup>165</sup> MAIRIE DE FAFE – *Photos de la ville de Fafe auparavant*. Mis en ligne en Février 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

<sup>166</sup> MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe auparavant*. Mis en ligne en Février 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

## 1 – Culture et traditions

La «justice de Fafe» est l'un des plus grands symboles de référence, bien que controversé de cette ville et pour beaucoup, le vrai "ex-libris" de Fafe. En tant que tel, celui-ci ne pouvait manquer d'être un monument évocateur de cette tradition, qui dirige le pays d'un côté à l'autre, associé au nom de Fafe et ce qui se passe autour de la ville.

Le symbole de la justice est basé sur une célèbre légende, avec plusieurs versions. La version la plus répandue de la propagande depuis le début de ce siècle a fait l'objet d'un long poème d'Inocêncio Carneiro de Sá. À l'époque, les conflits étaient résolus à travers d'un duel, devenu inévitable. L'offensé devait choisir les armes. Et quand tout le monde pensait qu'il irait préférer des épées ou des fusils, comme c'est ce qui était considéré normal à l'époque, le Vicomte s'est présenté à la rencontre armé de deux bâtons robustes. Le marquis ne savait pas gérer une telle arme.

Et donc quand le duel a commencé, le Vicomte, étant considéré l'homme de l'art du jeu du bâton, traditionnelle dans cette région, a tellement frappé son rival, comme le poète a écrit «il a mis ses reins dans un paquet». En riant et avant l'événement, les participants ne se sont pas retenu et ont crié en chœur: «Vive la justice de Fafe !» (Mairie de Fafe, 2014, p.5)<sup>167</sup>.

Figure n°6: Monument de la Justice de Fafe



Source: Mairie de Fafe, 2014<sup>168</sup>

L'histoire de la ville de Fafe se fonde avec une terre de montagnes, de vallées et de fleuves, connue comme le «salon de visites du Minho». La vue panoramique au sommet

<sup>167</sup> MAIRIE DE FAFE – La légende de Fafe. In *Descubra Fafe, turismo acessível*, 2014, pp.5-77. Mis en ligne en Septembre 2014. Consultable en <http://static.cm-fafe.pt/camara-municipal-de-fafe/52/146318/revista-web-final.pdf>.

<sup>168</sup> MAIRIE DE FAFE – *Photo de la statue de la justice de Fafe*, 2014. Mis en ligne en Novembre 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

du Mont de Sainte Marinha à Freitas, où la légende garantit qu'il existe une maure enchantée, gardienne de trésors cachés (BASTOS, D.; FERNANDES, J.P., 2014, p.96)<sup>169</sup>.

Les ressources culturelles de la commune de Fafe peuvent être regroupées autour du patrimoine matériel, immatériel et industriel. En ce qui concerne le patrimoine matériel, nous pouvons référencier l'exploitation de l'agriculture, les vestiges de présence humaine dès la préhistoire, les monuments religieux, les monuments d'intérêt touristique comme le musée régional de l'automobile de Fafe, le musée hydroélectrique de Santa Rita, le musée de la presse et le musée des migrations et des communautés, qui se réfère à nos retournés brésiliens qui ont laissé beaucoup de leur œuvres dans la commune, d'où le nom d'architecture brésilienne. Dans le patrimoine matériel, nous pouvons aussi observer des monuments et lieux de loisir, comme le cinéma-théâtre reconstruit ou le Jardin du Calvaire.

La dureté du granit marque la rudesse du paysage du «Alto de Morgair», le point le plus élevé du territoire municipal, endroit où la rivière Vizela prend sa source à environ 900 mètres. Cette rivière affluent du fleuve Ave qui baigne les communes de Fafe, Felgueiras, Guimarães, Vizela et Santo Tirso au long de presque 40 kilomètres. La fertilité de ses eaux a donné lieu à l'établissement de communautés humaines dans le territoire, à l'apparition de l'agriculture et à l'émergence des premières industries, comme par exemple, l'industrie textile et du fer.

L'identité rurale de Fafe est encore une réalité dans certains villages de la commune où subsiste une agriculture d'exploitation familiale et de petite propriété, appuyée sur l'utilisation de techniques rudimentaires, les travaux agricoles sont effectués à l'aide de bovins.

---

<sup>169</sup> BASTOS, D.; FERNANDES, J.P. – *Fafe – História, Memória e património*. Amarante: Converso – editores e livreiros, 2014, pp. 96 – 294.





Source: Mairie de Fafe, 2014

Avec des traditions anciennes à Fafe, la culture de la vigne forme un paysage typique. Celle-ci est singularisée par un système de palissage qui couvre les chemins et dans «la vigne de enforcado», des vignes que les viculteurs laissent s'accrocher aux arbres, ainsi les vendanges exigent l'utilisation de longues échelles pour vendanger.

**Figure n°8: Échelles pour vendanger**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Depuis très longtemps, avec des produits tels que la laine et le lait, l'exploitation de petites plantations agricoles est l'une des principales sources de subsistance pour les communautés rurales. Dans certains villages, la vie de la communauté était régie par la «vezeira», une ancienne tradition selon laquelle les propriétaires des animaux pâturaient un troupeau commun, à tour de rôle.

Dans plusieurs villages de la commune, les agriculteurs accommodent encore la paille dans les meules de foin. Attachées autour d'un bâton, les traditionnelles meules de paille, en tant que témoignages de la culture du maïs, conservent le fourrage qui est distribué aux animaux en hiver.

Les dépôts d'épis sont des constructions rurales typiques des fermes qui démontrent l'importance de la culture du maïs, céréale qui a marqué profondément la vie rurale, le cycle agricole et la cuisine traditionnelle.

**Figure n°9: Dépôts d'épis**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Les moulins à eau sont situés sur les rives des rivières ou des ruisseaux pour moulinner les céréales illustrent la mosaïque de l'identité rurale de Fafe. Etant disséminés sur tout le territoire de la commune, ces moulins démontrent la notable sagesse et la technique populaires dans le potentiel d'exploitation des entourages.

**Figure n°10: Moulin à eau de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Près d'un cours d'eau, le moulin à foulon, une meunerie qui battait et échaudait la laine afin de rendre le tissu plus compact, montre l'importance que la transformation de la laine avait au sein des communautés locales depuis les temps anciens.

Le moulin d'Aboim, l'unique moulin à vent de la commune, a été construit dans les années 1920 et a été abandonné quelques années plus tard. Reconstitué en 2008, sa récupération dans le cadre du Musée du moulin et des habitants d'Aboim, souligne l'importance de la valorisation du patrimoine culturel sur le renforcement de l'identité locale et sur le développement de la communauté.

**Figure n°11: Moulin à vent de Aboim**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le municipe dispose de vestiges de pressoirs traditionnels où les olives produites étaient transformées en huile en utilisant la force motrice de l'eau pour leur production. Ingrédient essentiel dans la cuisine, l'huile d'olive était aussi utilisée comme baume ou lubrifiant des engins agricoles.

**Figure n°12: Vestiges de pressoirs d'olives de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Encadrés dans une économie agricole de subsistance avec une grande dépendance de la production animale, les pigeonniers traditionnels, habitats de nidification pour pigeons, avaient comme principale fonction la production de viande, comme complément de l'activité agricole.

**Figure n°13: Pigeonnier traditionnel**



Source: Mairie de Fafe, 2014

La zone de chênes de Fafe est l'une des plantations les plus abondantes de l'Europe, ayant favorisé l'existence des industries artisanales du charbon végétal et l'écorce principalement à Aboim et à Varzea Cova où, tirés par des bœufs ou des vaches, les

tanins de l'écorce étaient vendus à des tanneries de Porto et de Guimarães après avoir été séchés et broyés.

Les valeurs naturelles de la commune continuent à projeter le nom de Fafe, qui s'affirme sur la scène nationale et mondiale comme une zone unique pour les rallyes, comme par exemple, le rallye du Portugal. La célèbre «Maison du rocher», construite dans les roches granitiques, épaissit la singularité intemporelle de la Serre de Fafe, qui, depuis le début du XXème siècle, arbitre l'un des plus grands parcs éoliens au Portugal.

**Figure n°14: Maison du rocher**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le territoire présente des traces d'occupation humaine dès la préhistoire comme le prouvent plusieurs nécropoles mégalithiques qui ont survécu surtout dans le nord du territoire municipal. Elles étaient surtout localisées sur des plateaux montagneux où peuvent encore être trouvés des tumules ou tombes funéraires de petites chambres recouvertes de terre.

Les traces probables d'un dolmen préhistorique dans la localité de Cruz Nova à Pedraído révèlent l'occupation humaine intense et ancestrale de la montagne de Fafe. Cette sépulture est un petit monument mégalithique constitué à l'origine par un tumulus.

Situé sur un versant de la rivière Vizela, le «Castro de Santo Ovídio», classé comme propriété d'intérêt public, est un hameau fortifié romanisé de l'Age du Fer qui marque l'emplacement des premières résidences de permanence construites dans le territoire communal actuel.

**Figure n°15: Castro de Saint Ovídio**



Source: Mairie de Fafe, 2014

La statue de guerre découverte pendant la deuxième moitié du XXème siècle dans le «Castro de Santo Ovídio» semble représenter la condition de héros d'un guerrier galicien-lusitanien.

**Figure n°16: Guerrier galicien-lusitanien de Saint Ovídio**



Source: Mairie de Fafe, 2014

À São Gens, on peut encore trouver des gravures rupestres incrustées sur une dalle de granit. Ces sculptures présentent des fossettes creusées dans la surface de la roche et à l'une des extrémités, un cercle avec une croix en relief, chronologiquement situé entre la période Néo-Chalcolithique et le Moyen-âge.

La tradition orale comme preuve d'un récit fondateur est une réalité bien présente à Ribeiros, où la légende du «ver à sept têtes» défend que ce monstre tuait les personnes et les animaux pour se nourrir. Un jour, en invoquant la Sainte Marie de Ribeiros, quelqu'un de la «maison de Paços» a réussi à abattre ce monstre, où l'on peut aujourd'hui y observer une statue représentant cet animal.

**Figure n°17: Ver à sept têtes**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Dans la paroisse de Travassós, deux tombes creusées dans la roche se situent dans le bois des Pias. Celles-ci semblent remonter au Moyen-Âge, ainsi que celles de la Cerca à São Gens, ce qui fait en sorte qu'elles peuvent être liées au Culte de Mithra – religion hellénistique dont le symbole était le taureau, utilisé dans les sacrifices à la divinité et qui a considérablement attiré les légionnaires romains (CARVALHO, 2009, p.2)<sup>170</sup>.

**Figure n°18: Tombes creusées dans la roche**



Source: Mairie de Fafe, 2014

À Serafão, à côté de la chapelle de *São Gonçalo* à Vila Nova, un des saints les plus populaires du nord du Portugal, on y trouve une ancienne croix, emblème public et symbole du sacré de la deuxième moitié du XVIIème siècle.

**Figure n°19: Ancienne croix**



Source: Mairie de Fafe, 2014

<sup>170</sup> CARVALHO, A.M.R. – O Culto de Mitra e as sepulturas escavadas na rocha. In *ACAFE on-line*, n°2, 2009, p.2.



Les tombeaux à l'intérieur de l'église paroissiale témoignent de la sépulture des chevaliers qui ont gouverné l'administration locale médiévale et qui avaient l'honneur et le privilège de défendre le château de Guimarães, berceau de la nationalité portugaise, avec les hommes libres de l'ancienne commune de Monte Longo. L'église paroissiale, monument religieux à partir duquel le centre urbain de Fafe a été étendu, a reçu, au crépuscule du XVIIIème siècle, les deux tours et la façade baroque qui la caractérise. L'intérieur du temple, bas et large, se distingue que par ses autels harmonieux, l'un d'eux un retable en sculpture du style *Rococo*.

**Figure n°20: Église Paroissiale de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Soutenue par les brésiliens bienfaiteurs à la fin du XXème siècle, l'Église Nouvelle de Saint Joseph a été sacré en 1961. Dans les années 1930, les travaux du temple de lignes majestueuses et d'esthétique gothique ont procédé sur la base de la conception de l'architecte suisse Ernesto Korrodi, qui a balisé l'emploi des murs de l'abside, du corps et des colonnes des tronçons des trois bas côtés (MONTEIRO, 2004, p.19)<sup>171</sup>.

**Figure n°21: Église Nouvelle de Saint Joseph**



Source: Mairie de Fafe, 2014

<sup>171</sup> MONTEIRO, M. – Fafe dos “Brasileiros” (1860-1930). In *Perspetiva Histórica e Patrimonial*. Fafe: Empresa do Diário do Minho, 2004, pp.19-33.

Dans la petite chapelle dédiée à Saint Mamede, dans la localité de Bastelo, à Várzea Cova, a lieu le 15 Août de chaque année un pèlerinage en honneur du Saint Patron des nourrices. La fête remonte à un ancien culte agraire de la fertilité.

Construite dans le deuxième quart du XIIIème siècle, l'église paroissiale s'agrège dans l'architecture romane rurale du Nord-Ouest péninsulaire. Le temple, petit et robuste, qui se développe en plan longitudinal, avec une façade principale déchirée au centre avec un arc en anse de panier et tympan avec relief d'*Agnus Dei*, est classé comme un monument d'intérêt national (CAPELA, 2001)<sup>172</sup>.

**Figure n°22: Église romane de Arões**



Source: Mairie de Fafe, 2014

La maison «Casa do Santo Velho», propriété d'intérêt public, date sa construction de deux étages avec la chapelle à une extrémité, du XIIème siècle. Dans la seconde moitié du XIXème siècle, son propriétaire, José Leite Pinto Saldanha de Castro, noble de la maison royale, a fait construire une autre maison, qu'il a nommé «Casa do Santo Novo». C'est ici qu'aujourd'hui fonctionne la «Casa Municipal da Cultura de Fafe» - Maison Municipale de la Culture de Fafe.

---

<sup>172</sup> CAPELA, J.V. – *Fafe nas Memórias Paroquiais de 1758*. Fafe: Câmara Municipal de Fafe, 2001.





Source: Mairie de Fafe, 2014

Fafe a prévalu depuis les années 80 indéniablement l'un des emplacements de choix du sport automobile dans le pays. Les sections émotionnelles de Lameirinha et Luilhas, avec les deux fameux sauts et le spectacle du Confurco, ont tourné la commune dans un contexte de coopération de point de référence fondamental de preuves motorisé, atteignant Fafe la catégorie de «cathédrale du rally».

Les conditions naturelles exceptionnelles de classifications et à la poursuite des investissements réalisés par la municipalité depuis près de deux décennies dans le sport automobile, à la promotion du tourisme dans la commune, Fafe a été choisie pour la création du Musée Régional de l'Automobile.

Avoir au Portugal un grand nombre de copies d'automobiles anciennes est rare donc les espaces du musée peuvent, de forme organisée, être accessibles au grand public et aux amateurs du sport automobile en particulier. D'où l'importance de l'existence de ce Musée à Fafe qui est sans doute la «cathédrale» du sport du pays, de renommée nationale et internationale pour relier la preuve la plus importante de l'année civile automobile du pays.

Le Musée Régional de l'Automobile est le troisième musée du genre dans le pays et est installé avec la dignité que les voitures avec de l'histoire méritent. Cette structure du musée révèle un intérêt éducatif, culturel, social et touristique pour Fafe et pour la région. Ainsi, l'objectif de ce musée est la diffusion et l'exploitation des anciennes voitures, étant un pôle d'attraction locale et de la mémoire et de l'histoire des véhicules à moteur.

**Figure n°24: Musée Régional de l'Automobile de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Située dans l'édifice du XIXème siècle de la «Casa do Santo Novo», la Maison Municipale de la Culture a logé au cours du troisième quart du XXème siècle le collège municipal de l'école industrielle et commerciale de Fafe. Le manoir de lignes horizontales d'inspiration brésilienne, affecté à des fins culturelles depuis 1984, accueille aujourd'hui le Musée de la Presse et le Musée des Migrations et des communautés.

**Figure n°25: Maison du Saint Nouveau**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Construit au XVIIème siècle, le manoir de style baroque des Paredes, titulaire de la marque «Solares de Portugal», intègre une ferme et un parc, entouré d'un jardin romantique avec des fontaines, des bassins ornementaux et un petit lac d'eau courante.

**Figure n°26: Maison des Parois**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le solaire ou «Casa da Quintã da Luz» a été construit vers la fin du XVIIème siècle par les «Fidalgos da Luz». Celui-ci se fait remarquer monumentalement par ses pilastres doubles dans les angles et par le blason sur la porte d'entrée. Classé comme bien d'intérêt municipal, le petit palais comprend également une chapelle et une terrasse frontière. Celui-ci a été vendu, en 2015, à un particulier, dont l'investissement pour sa manutention est privé, une fois que le propriétaire n'a pas recouru aux fonds d'investissements communautaires.

**Figure n°27: Solaire da Luz**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le manoir ensoleillé de Ermo a été fait construire au XVIIIème siècle par D. Rosendo Lopes de Castro, capitaine de l'Ordre de Malte et du Saint Sépulcre de Saint Jean de Jérusalem, a logé, en 1860, l'écrivain Camilo Castelo Branco. Dans son livre «Memórias do Cárcere», le romancier nommerait la Maison du Ermo, propriété d'intérêt municipal, comme étant situé dans le point moins poétique et triste de la Carte Monde (HERCULANO, 1867)<sup>173</sup>.

**Figure n°28: Maison du Ermo**



Source: Mairie de Fafe, 2014

L'hôpital de Saint Joseph a été inauguré le 19 Mars 1863, jour de la fête liturgique du Saint Patron, et est considéré patrimoine matériel et immatériel de la «Santa Casa da

<sup>173</sup> HERCULANO, A. – *Portugalliae Monumenta Historica: o saeculo octavo post christum usque ad quintumdecimum*. Lisboa: Academia Scientiarum, 1867.

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
Misericórdia de Fafe» par testament des fondateurs brésiliens bienfaiteurs, a été conçu sur le modèle architectural de l'hôpital de la Beneficence Portugaise du Rio de Janeiro (MONTEIRO, 2004, p.19).

**Figure n°29: Hôpital Saint Joseph**



Source: Mairie de Fafe, 2014

L'école «Conde de Ferreira», le plus ancien établissement scolaire doit sa construction au brésilien de la ville de Porto, Joaquim Ferreira dos Santos. Nom du comte Ferreira qui a fait don à l'État portugais d'une somme considérable pour la construction de plus d'une centaine d'écoles primaires dans tout le pays (MONTEIRO, 2004, p.20).

**Figure n°30: École Conde de Ferreira**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Située aux alentours de la rivière Bugio, l'ancienne usine du même nom, dont les machines à filer ont été fournis par l'entreprise «John Hertherington & Sons», de Manchester, a été fondé en 1873 par le brésilien José Florêncio Soares. Dans la deuxième moitié du XXème siècle, spécialisée dans les flanelles et dans les castorines, l'usine a donné de l'emploi à plus de cinq cents personnes (MONTEIRO, 2004, p.21).

Fondé en 1877 pour les filles pauvres et laissé en héritage par le brésilien António Joaquim Vieira Montenegro, l'ancien asile de l'enfance desvalide adjacent à l'asile des invalides de Saint Antoine a été construit en 1905 par le brésilien Manuel Baptista

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
Maia. Jusqu'à la deuxième moitié du XXème siècle, avec l'établissement des invalides, il a soigné des enfants et des personnes âgées à Fafe (MONTEIRO, 2004, p.28).

**Figure n°31: Asile de l'enfance desvalide**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le *Club Fafense*, espace centenaire de sociabilité, est installé dans une des maisons de référence de l'architecture brésilienne. Avec une façade richement ornementée recouverte en plate-bande de taille, dans cette maison, construite dans le centre de la ville en 1882, on peut encore observer les carrelages jaunes, verts et bleus, symboles du Brésil (MONTEIRO, 2004, p.30).

**Figure n°32: Club Fafense**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Fondés en 1890, les pompiers volontaires de Fafe ont pu compter sur la générosité des brésiliens de «torna viagem», dont les donations ont aidé à l'acquisition des premières voitures de la corporation. Un des véhicules les plus anciens, daté de 1927, est exposé dans la collection du Musée Régional de l'Automobile de Fafe.

L'actuel archive municipal où a été installé l'ancien «Grémio» de l'agriculture de Fafe dans les années 1960-70, la maison gentilhomme verticale du début du XXème siècle possède des caractéristiques singulières de l'architecture des brésiliens de «torna viagem»: façade large et plâtrée, panneaux de tuiles, jardin tropical, grande porte en fer, de vastes salles, un escalier en bois, les plafonds en stuc et une lucarne emblématique.

**Figure n°33: Archive Municipal de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Située dans la rue António Saldanha, la dignité de la maison gentilhommière, de dessin brésilien, de l'ancien avocat monarchique Florêncio Monteiro Vieira de Castro, chef du Parti Progressiste à Fafe, a contribué pour que, entre 1906 et 1907, les deux réceptions locales au Roi Charles I s'y soient réalisées.

**Figure n°34: Maison gentilhommière**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le petit palais du style art nouveau, annexe au Centre de l'emploi de Fafe a été fait construire en 1912 par Manuel Rodrigues Alves, originaire de la ville de Porto. Édifié en maçonnerie, bois et fer forgé, l'édifice est une copie authentique de l'architecture du début du XXème siècle.

**Figure n°35: Petit palais de l'art nouveau**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le théâtre-cinéma, récemment acquis et restauré par la municipalité, qui l'a accouplé à l'académie de musique José Atalaya, a été érigé par l'industriel José Summavielle Soares en 1923. Avec sa façade insolite et sa découpe harmonieuse, le théâtre-cinéma a été la scène d'enthousiastes sessions d'opposition à l'État Nouveau et des premiers comices des parties politiques à Fafe.

**Figure n°36: Théâtre-cinéma de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Prévu en 1913 par le maître tisserand allemand Teodor Fisher comme résidence de l'administration de la Compagnie de tissus et filages de Fafe, le petit palais, classé d'intérêt municipal, a absorbé des caractéristiques de l'architecture européenne du début du XXème siècle. Ce petit palais a été acheté par un particulier, tel que le «Solaire da luz», en 2014, et sert de résidence principale du propriétaire.



**Figure n°37: Compagnie de tissus et filages de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Le jardin du calvaire, dont la construction a été achevée en 1892, est due au brésilien commandeur Albino de Oliveira Guimarães, couvre un emplacement privilégié dans le centre ville (MONTEIRO, 2004, p.31).

Caractérisé par la plantation d'arbres feuillus, un lac curviligne avec un point et un kiosque à musique du style art nouveau, le jardin du calvaire demeure un espace public de culture, de loisir et de récréation.

**Figure n°38: Jardin du Calvaire**



Source: Mairie de Fafe, 2014

En ce qui concerne le patrimoine immatériel, nous pouvons salienter les pèlerinages religieux ainsi que les cultes, les foires franches, qui ont comme but représenter la ruralité d'autrefois, et le folklore.

Le pèlerinage en l'honneur de Notre-Dame d'Antime, aussi dénommé de «Miséricorde» ou «Soleil», est la plus grande et la plus connue des festivités locales. A l'origine, il s'agissait d'un culte solaire ancestral ou d'un rituel de fertilité adapté au symbolisme chrétien. Cette fête religieuse a lieu tous les ans, pendant le deuxième weekend du mois de Juillet.



**Figure n°39: Pèlerinage de Notre-Dame d'Antime**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Dans la petite localité de Lagoa, démarquée par les villages d'Aboim e Várzea Cova, il y a le culte de «Notre Dame des Neiges» qui attire chaque année, le dernier vendredi du mois d'août, des milliers de personnes incitées par le rituel de «retirer le diable» du corps. Pour réussir cet effet, le prêtre met la Sainte sur la tête des pèlerins ou alors les pèlerins peuvent le faire à eux-même.

**Figure n°40: Culte de Notre Dame des Neiges**



Source: Mairie de Fafe, 2014

L'origine des foires actuelles remonte au XVIIème siècle (par disposition du roi Jean V: 1689/1750), bien que les premières données en détail apparaissent dans la première moitié du XVIIIème siècle, dans la monographie du Père Jean de Sousa Homem.

La Foire Franche du 16 et 17 mai est toujours une attraction touristique populaire, qui se répète chaque année, avec deux numéros obligatoires et inévitables - le concours de l'élevage de bétail et les courses de chevaux. Tout cela, à mélanger avec les pyrotechniques, groupes folkloriques, accordéons et groupes de musique, illustrent la foire, caractérisée par sa grande vitalité.

Pour garder les caractéristiques qui perdurent au cours des dernières décennies, les foires franches seront adaptées aux temps nouveaux, survivant comme un espace de réalisation sociale nécessaire et cyclique.

La Foire Franche du 16 mai, une des manifestations populaires les plus démonstratives de Fafe, coïncidant avec le jour férié municipal, maintient dans le concours d'élevage et dans la course de chevaux, une des caractéristiques les plus marquantes de la ruralité d'autrefois.

**Figure n°41: Foires Franches à Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Les chants, les danses et les costumes traditionnels du folklore du Minho, synonyme d'une culture populaire fondamentalement liée au milieu rural, aux foires et aux festivités sont préservés et diffusés par divers groupes folkloriques de la commune.

**Figure n°42: Folklore de Fafe**



Source: Mairie de Fafe, 2014

En ce qui concerne le patrimoine industriel, la ville de Fafe compte avec l'usine du fer, la centrale hydroélectrique de Santa Rita et le barrage de Queimadela, qui est aussi utilisé comme lieu de loisir avec la réalisation d'activités de tourisme d'aventure.

Installée dans une chute d'eau dans la rivière *Ferro*, l'ancienne Compagnie de tissus et filages de Fafe, référence de l'industrialisation textile du municipe, a été fondée en 1887 par le brésilien José Ribeiro Vieira de Castro. Populairement connue comme «Fábrica de Ferro», dans la deuxième moitié du XXème siècle, cette usine occupe dans ces amples sections plus d'un millier de travailleurs.

**Figure n°43: Usine du fer**



Source: Mairie de Fafe, 2014

L'ancienne centrale hydroélectrique de Sainte Rita est située sur la rive gauche de la rivière Vizela et a été construite par la Compagnie portugaise de l'électricité Siemens. Celle-ci a mis, en 1914, la ville de Fafe, à la fine pointe nationale de l'électrification et du progrès.

**Figure n°44: Centrale hydroélectrique de Sainte Rita**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Avec un corps de 30 mètres de hauteur qui permet le stockage d'un million et demi de mètres cubes d'eau, le barrage de Queimadela fut achevé en 1993. En plus de permettre l'utilisation du potentiel hydraulique de la rivière Vizela, le projet admet l'approvisionnement en eau au municipale mais fonctionne aussi comme un espace de dynamisation d'activités touristiques et de loisir.

**Figure n°45: Barrage de Queimadela**



Source: Mairie de Fafe, 2014

Après avoir présenté et abordé les cultures et traditions de la commune de Fafe, il est aussi important faire référence à la gastronomie de Fafe qui fait en sorte que la ville soit connue par ses bonnes saveurs ainsi qu'à son artisanat qui, encore au jour d'aujourd'hui est pratiqué dans quelques villages de la commune par les artisans.

## 2 - Gastronomie et artisanat

La gastronomie de Fafe est très riche et varié en saveurs. La ville a même réalisé le premier festival gastronomique du veau rôti, en Février 2014, pendant un weekend. Les plats typiques et qui font en sorte que les touristes cherchent la localité de Fafe pour sa gastronomie sont le veau rôti, l'agneau rôti, la morue au musicien, le riz au coc sur le plancher, la soupe dorée au goût de Fafe, les cavacas de Arões, le pão-de-ló de Fornelos et les biscuits régionaux (Mairie de Fafe, 2014)<sup>174</sup>.

**Figure n°46: Veau rôti et agneau rôti**



Source: Mairie de Fafe, 2014

**Figure n°47: Morue au musicien et riz au coc sur le plancher**



Source: Mairie de Fafe, 2014

**Figure n°48: Soupe dorée au goût de Fafe et cavacas de Arões**



Source: Mairie de Fafe, 2014

---

<sup>174</sup> MAIRIE DE FAFE – *La gastronomie typique de Fafe*. Mis en ligne en Juin 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

**Figure n°49: Pão-de-ló de Fornelos et biscuits régionaux**



Source: Mairie de Fafe, 2014

La commune de Fafe est aussi très riche au niveau de l'artisanat. Nous pouvons y trouver le travail de la laine, de la paille, du lin et du fer (Mairie de Fafe, 2014)<sup>175</sup>.

Le travail de la laine existe dans le territoire depuis l'antiquité. À Estorãos, on y trouve encore des personnes qui travaillent avec la roue traditionnelle pour filer la laine qui est utilisée pour fabriquer des chaussettes en laine pure, idéales pour l'hiver.

**Figure n°50: Travail de laine**



Source: Mairie de Fafe, 2014

A Travassós, nous y trouvons encore des artisans qui utilisent la paille comme matière première pour transformer les tresses en chapeaux, en paniers et pour le transport et le stockage des produits agricoles. Autrefois, ces chapeaux servaient de protections contre le soleil pour les agriculteurs et les paniers étaient utilisés pendant les vendanges pour garder les raisins.

**Figure n°51 – Artisanat de paille**



Source: Mairie de Fafe, 2014

---

<sup>175</sup> MAIRIE DE FAFE – L'artisanat typique de Fafe. Mis en ligne en Juin 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

La tradition de la culture, du filage et du tissage du lin, largement utilisé pour les vêtements et pour l'usage domestique, a toujours existé dans le municipe. Au XIXème siècle, la production locale de travaux en lin a donné origine à la foire du lin qui se réalisait chaque année dans la ville de Fafe.

**Figure n°52: Culture du lin**



Source: Mairie de Fafe, 2014

L'activité de forgeron, métier en voie de disparition mais qui a eu un rôle important dans la société rurale, résiste encore à Cepães grâce aux artisans qui forgent le fer principalement pour la fabrication des outils agricoles.

**Figure n°53: Activité de forgeron**



Source: Mairie de Fafe, 2014

En plus des événements et d'autres attractions, dans l'ensemble du patrimoine naturel et culturel de la région, la structure et la capacité de l'offre touristique peuvent être classés en termes d'hôtellerie, restaurants, entreprises de divertissement, activités touristiques et musées.

En ce qui concerne l'hôtellerie dans la ville de Fafe, on peut dire que ce secteur a augmenté rapidement, puisque certaines personnes ont appelé aux aides et aux fonds monétaires fournis à l'État par la Commission Européenne pour devenir entrepreneurs dans le secteur du tourisme. En plus de ceux qui existent depuis quelques années, tels que la chaîne hôtelières «*Comfort Inn*» et la Résidentiel «*Don Manuel*», il est également possible de trouver à l'heure actuelle, dans le secteur privé, des hébergements touristiques plus récents, tels que la «*Quinta do Minhoto*», les «*Casas do Ermo*», la «*Casa de Campo Sossego da Lata*» ou les «*Casas de Campo Moinhos*», appartenant au complexe touristique de Rilhadas. En dehors de ces endroits, nous pouvons en trouver



beaucoup d'autres, cependant, ceux-ci sont les plus recherchés par les touristes nationaux et étrangers. Il convient également de noter un autre type d'hébergement, mentionné auparavant, étant celui-ci le «Parque de Camping de Queimadela», appartenant au secteur public.

En ce qui concerne la restauration, et tel que j'ai décrit dans cette thèse, dans le point relatif à la «Gastronomie et artisanat», la gastronomie est l'un des aspects fondamentaux qui fait en sorte à ce que les touristes se sentent attirés par la ville, tels que le «veau rôti», plat qui a inspiré le «festival du veau rôti» qui a eu lieu pour la première fois en 2014 et qui s'est maintenant répété en 2015, ou encore «l'agneau rôti», parmi beaucoup d'autres plats d'élection. Ces plats sont confectionnés dans la plupart des restaurants à Fafe, cependant, les plus populaires sont la «*Adega Popular*», la «*Casa do Cancelo*», la «*Adega Regional de São Frutuoso*» ou, encore le restaurant «*Pinto da Costa*».

En ce qui concerne les entreprises de divertissement à Fafe, nous pouvons en observer deux du secteur privé qui sont exclusivement axés sur les activités de loisirs et récréatives, telles que le «Complexe Touristique de Rilhadas» et les «Restaurateurs de la Granja». En ce qui concerne le «Complexe Touristique de Rilhadas», et sachant que celui-ci a été considéré le premier *countryside* du pays, il offre aux touristes un large éventail de produits tels que la piste de kart, le terrain de golf, les piscines, le terrain de football, de tennis, volley de plage, le parcours aventure qui inclut l'escalade, descente en rappel, le *slide*, les ponts flottants, le tir, le *paintball* et la toile. En dehors de ces activités, ce complexe propose également des randonnées, le canoë, le cyclisme et le VTT. Relativement à l'entreprise des «Restaurateurs de la Granja», celle-ci fonctionne en partenariat avec l'Entreprise Municipale du Tourisme (NATURFAFE), puisque cette entreprise est celle qui prépare et organise toutes les randonnées divulguées par la NATURFAFE. En dehors de ces entreprises, nous pouvons observer qu'il existe des lieux, de la responsabilité du secteur public et du secteur privé, où nous pouvons réaliser un certain nombre d'activités de plein air, comme c'est le cas du «Barrage de Queimadela», le «Parque de la ville», le parc aquatique et des espaces naturels de récréation et de loisir, tels que les plages fluviales et les jardins de la ville.

Quant aux musées, et en tenant compte de la dimension de la ville de Fafe, nous pouvons dire que cette ville a une quantité considérable de musées, dont certains sont déjà assez anciens et d'autres plus récents. Nous pouvons alors observer le «Musée



hydroélectrique de Santa Rita» (1914), le «Musée de la Presse» (1994), le «Musée Régional de l'Automobile» (1997), le «Musée des Migrations et des Communautés» (2001), le «Musée du Moulin et des habitants d'Aboim» (2008) et le «Musée Écorce de Chêne»(2014). Le «Musée hydroélectrique de Santa Rita» est basé sur la centrale hydroélectrique de Santa Rita, sachant que cette œuvre de grand impact social à l'époque a permis le fournissement d'un réseau électrique de service public à la ville de Fafe. Dans le «Musée de la Presse» font partie des machineries et des équipements nécessaires pour la composition et l'impression sur la perspective d'une évolution de la lecture du travail typographique, du manuel à la composition mécanique. Le «Musée Régional de l'Automobile» a été le troisième de ce genre à être construit dans le pays. La diffusion et l'utilisation de voitures anciennes sont un pôle d'attraction locale, tandis que la mémoire et l'histoire des véhicules contrôlés y sont également représentées. Le «Musée des Migrations et des Communautés» fonde son existence sur l'étude, la conservation et la communication des expressions matérielles et symboliques de l'univers migratoire. Le «Musée du Moulin et des habitants d'Aboim» est survenue après le rassemblement des du village pour recueillir des souvenirs et des objets. Dans sa reconstruction, seuls les matériaux et les techniques traditionnels ont été utilisés. Il convient également de noter que ce musée a, à la disposition des visiteurs, des activités éducatives et des visites guidées. Enfin, et à l'égard du «Musée Écorce de Chêne», le plus récent à Fafe, celui-ci possède un moulin d'écorce de chêne, une pièce unique, venue du «Musée Agricole du Entre Douro et Minho».

Suite à ce premier point, nous avons l'intention d'aborder le diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe, en élaborant une analyse de quelques données importantes entre 2008 et 2013 et en effectuant une analyse SWOT afin d'analyser les forces et les faiblesses ainsi que les opportunités et les menaces relatives à notre cas pratique.

## **B/Diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe**

Dans ce deuxième point, nous avons l'intention d'élaborer un diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe à travers, dans un premier moment, d'une analyse de données qui ont avoir avec l'évolution du tourisme et du développement local de la ville de Fafe, entre 2008 et 2015, cédées par le Département de Tourisme de la Mairie de Fafe et par l'Entreprise Municipale du Tourisme de Fafe.

En ce qui concerne les questions respectives aux Foires Franches, nous avons eu l'opportunité d'avoir les réponses, une fois que la Coopérative des Producteurs Agricoles de Fafe (COFAFE), gérée par Dr. Teixeira Alves, nous a disponibilisé l'information demandée. Relativement aux Foires Franches, il est important de référé que le responsable de la COFAFE nous a fourni les données entre 2008 et 2014 et les données de 2015 nous ont été fournis par l'Entreprise Municipale du Tourisme, une fois que la gestion de cet évènement a laissé d'être élaborée par la COFAFE et a passé à être faite par l'Entreprise Municipale du Tourisme qui elle a laissé d'existé, ayant été incorporé, en 2015, dans le Département Municipal du Tourisme de la Mairie de Fafe, tout en maintenant les postes de travail des collaborateurs de l'Entreprise Municipale du Tourisme.

Dans un deuxième moment, nous irons élaborer une analyse SWOT, dans laquelle nous irons aborder les forces et les faiblesses de notre étude de cas ainsi que les opportunités et les menaces.

### **1 - Analyse de données sur l'évolution du tourisme entre 2008 et 2015**

Dans un premier temps, nous avons élaboré un questionnaire et l'avons proposé au responsable du Département du Tourisme de la Mairie de Fafe (Dr. Pompeu Martins), à la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme (Dra. Sílvia Fernandes), ainsi qu'au responsable de la Coopérative des Producteurs Agricoles de Fafe (Dr. Teixeira Alves).

Dans un deuxième temps, nous avons réalisé un entretien avec Dr. Pompeu Martins qui a eu l'amabilité de parler de la situation actuelle et de ce que la Mairie de Fafe a

L'intention de faire au niveau du tourisme pour un développement local soutenable de la ville, d'un point de vue politique.

Le questionnaire est composé de quinze questions, concernant l'investissement financier de l'État Portugais et de la Mairie pour aider à l'évolution du tourisme de la ville de Fafe, ainsi que les coûts que la ville a supporté et les bénéfices que le secteur du tourisme a apporté pour le développement local de cette ville.

En ce qui concerne la première question, celle-ci se réfère au budget disponibilisé par la Mairie pour le développement du tourisme à Fafe, entre 2008 et 2013. La responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous a répondu que le budget disponible pour la gestion et promotion des équipements municipaux et pour l'organisation d'évènements, pendant cette période, a été d'environ 2 630 000 euros, ne sachant pas exactement le montant annuel, nous avons fait une estimation annuelle, dont le résultat est d'environ 526 000 euros par an. Entre 2014 et 2015, il y a eu un investissement d'environ 1 060 000 euros et faisant là aussi une estimative annuelle, le résultat est de 530 000 euros, légèrement supérieur qu'entre 2008 et 2013. Par rapport à cette première question, il n'a pas été possible de consulter les bilans d'activités publiés par la Commune chaque année, une fois que ces bilans ne sont pas publiés. Donc, les données qui nous ont été fournies par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme ne sont pas liées annuellement au public et c'est donc grâce au montant total des périodes en question que nous avons pu faire un calcul pour pouvoir obtenir une estimation d'un montant annuel.

La deuxième question a été réalisée afin de savoir quel a été l'investissement en publicité et marketing effectué avec le budget disponible pour le développement du tourisme (première question), entre 2008 et 2013. La réponse qui nous a été donnée par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous réfère que le montant a été appliqué ponctuellement en conformité avec les nécessités des évènements et des équipements, au long de cette période de temps, ce qui signifie qu'il n'y a pas eu un investissement direct en publicité et marketing. Le même s'est succédé entre 2014 et 2015. Le Municipale de Fafe continue sans avoir une stratégie de marketing élaborée. L'unique promotion de la ville est le site officiel de la Mairie existant sur Internet. Cette

réponse nous permet d'affirmer qu'il y a là une faiblesse présente, pour que le tourisme soit considéré un facteur de développement local dans la ville de Fafe.

La troisième question se réfère aux Foires Franches, qui se réalisent tous les ans pendant quelques jours, cependant le jour le plus important de ces foires est le 16 mai, jour du férié municipal de la ville de Fafe, et qui attirent des milliers de personnes au long de ces jours. Le 16 mai est vraiment considéré un jour férié, une fois que la plupart du commerce local est fermé au long de toute cette journée et que les gens qui travaillent à Fafe ne travaillent pas ce jour là. Cette question a été posée afin de savoir quel a été l'investissement que la Mairie a eu avec les Foires Franches, entre 2008 et 2011. La réponse qui nous a été donnée par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme est que l'investissement fait par la Mairie est d'environ 45 000 euros par an, cependant l'entité responsable de la réalisation et de l'organisation des Foires Franches est la COFAFE et c'est donc à partir des réponses qui nous ont été fourni par le responsable de la COFAFE, Dr. Teixeira Alves, que nous avons pu voir quel a été l'investissement que la COFAFE a eu avec les Foires Franches, quel a été le nombre d'expositeurs et quel a été le nombre de visiteurs entre 2011 et 2015 comme nous pouvons l'observer dans le tableau qui se suit, relatif aux Foires Franches.

**Tableau n°16: Foires Franches entre 2011 et 2015 dans la ville de Fafe**

Année	Investissement	Nombre total d'expositeurs	Nombre total de visiteurs
2011	45 000€	74	28 000
2012	67 000€	82	32 000
2013	80 000€	93	30 000
2014	85 000€	86	36 000
2015	75 000€	73	27 000

Source: COFAFE, 2016<sup>176</sup>; Mairie de Fafe, 2016<sup>177</sup>

Selon le tableau effectué ci-dessus, nous pouvons observer que l'année qui a enregistré l'investissement le plus élevé a été l'année de 2014, avec 85 000€, sachant que celle-ci a

<sup>176</sup> COFAFE – *Investissement, nombre total d'expositeurs et nombre total de visiteurs entre 2011 et 2014*. Fafe, 2016.

<sup>177</sup> MAIRIE DE FAFE – *Investissement, nombre total d'expositeurs et nombre total de visiteurs en 2015*. Fafe, 2016.

été la dernière année dont l'organisation des Foires Franches appartenait à la COFAFE. Celle-ci a été aussi l'année qui a enregistré le plus grand nombre de visiteurs au long de la réalisation de cette foire, avec 36 000 visiteurs. En 2011, l'évènement a compté avec un investissement de 45 000€, 74 expositeurs et 28 000 visiteurs. Celle-ci a été l'année qui a eu un investissement plus faible au long des cinq années analysées dans ce tableau. En 2012, il y a eu un investissement de 67 000€, 82 expositeurs et 32 000 visiteurs. En 2013, il y a eu là le plus grand nombre d'expositeurs, avec presque une centaine, plus précisément, 93 expositeurs. L'investissement a été de 80 000€ et il y a eu 30 000 visiteurs. Cependant, en 2014, il y a eu 86 expositeurs mais ils occupaient 106 espaces. Celle-ci a été l'année qui a compté avec un plus grand nombre d'espaces occupés. En 2015, il y a eu un investissement de 75 000€, le nombre total d'expositeurs a été de 73 et il y a eu à peine 27 000 visiteurs au long de cet évènement.

Nous savons que l'année 2014 a marqué la fin de l'organisation faite par la COFAFE et étant celle-ci été la dernière année que cette entité privé a organisé les Foires Franches, nous pouvons voir que celle-ci a eu un plus grand nombre de visiteurs ainsi qu'un plus grand nombre d'espaces occupés par les expositeurs. Celle-ci a aussi été l'année qui a enregistré un solde positif face aux années précédentes, selon le directeur de la COFAFE, Dr. Teixeira Alves.

En 2015, l'organisation des Foires Franches a commencé à être prise en main par le Département de Tourisme de la ville de Fafe. Cette année là, il y eu un investissement de moins de 10 000€ face à l'année antérieur afin de réduire les coûts municipaux, cependant, il y eu aussi une grande réduction dans le nombre de visiteurs, sachant que les Foires Franches ont compté à peine avec 27 000 visiteurs. Celle-ci a été l'année qui a compté avec le nombre le plus faible de visiteurs, entre 2011 et 2015.

La prochaine question qui a été réalisée se réfère aux dépenses moyennes de chaque visiteur des Foires Franches, entre 2008 et 2015. Ce que la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous a répondu est que cette situation ne s'applique pas à eux car l'entité responsable pour l'organisation de cet évènement a été la COFAFE entre 2008 et 2014. Cette question n'est pas considérée viable une fois que ce n'est pas possible savoir quelle est la dépense moyenne de chaque visiteur. L'unique dépense des visiteurs que l'on peut annalisé a été les 0,50 euros qu'ils payaient pour avoir accès aux

expositeurs, entre 2008 et 2014, car, en 2015, l'entité responsable pour l'organisation de cet évènement a été la Mairie et celle-ci n'a pas fait payé d'entrées car elle est considérée une entité sans buts lucratifs.

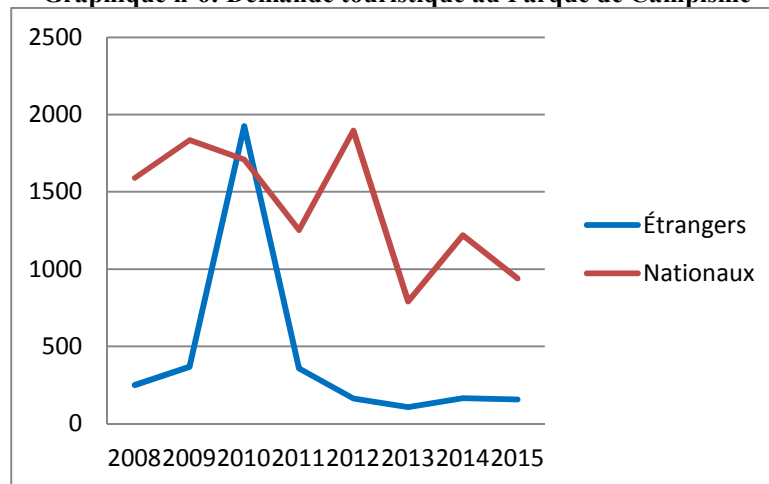
La cinquième question concerne le bénéfice que les Foires Franches ont apporté à la Mairie, entre 2008 et 2015 et encore une fois la réponse qui nous a été attribuée est que cela ne s'applique pas à la Mairie jusqu'en 2014 car l'entité responsable est la COFAFE et l'information qui nous a été donnée par le responsable de la COFAFE a été que le solde a toujours été positif, du moindre de 2008 jusqu'en 2014. En 2015, la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous a affirmé qu'il n'y a pas eu de bénéfice car c'est une entité sans buts lucratifs.

La sixième question est relative à l'investissement que la Mairie a eu avec le Parc de Camping et le Barrage de Queimadela, deux locaux très importants au niveau du secteur du tourisme à Fafe, entre 2008 et 2013. La réponse qui nous a été fournie par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme est que cela ne s'applique pas à la Mairie, une fois que les investissements de la Mairie ne sont ni prévus ni organisés isolément. Le même s'est succédé en 2014 et en 2015.

La septième question est relative à la demande touristique ainsi que les dépenses quotidiennes moyennes des touristes au Parc de Camping et au Barrage de Queimadela, entre 2008 et 2013. La réponse que la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous a donnée relativement au Barrage de Queimadela est que cela ne s'applique pas car l'entité considère que comme le touriste n'a rien payé pour profiter du Barrage, il n'y a pas de dépenses quotidiennes moyennes mais il y a une demande touristique. Respectivement au Parc de Camping, nous savons, grâce à la réponse de la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme, qu'en 2008, la demande touristique a correspondu à 1840 touristes, sachant que 251 touristes étaient étrangers et que le restant correspondait aux touristes nationaux, soit 1589 portugais et la dépense quotidienne moyenne de ces touristes, pendant cette même année est de 31,25 euros. En 2009, il y a eu 2203 touristes qui ont recherché ce parc de camping, 369 étrangers et 1834 nationaux et leur dépense quotidienne moyenne a été de 23,26 euros. En 2010, il y a eu un total de 3632 touristes, soit 1925 touristes étrangers et 1707 touristes nationaux et la dépense quotidienne moyenne était de 31,91 euros. En 2011, il y a eu 1609

touristes, dont 357 touristes étaient étrangers et 1252 étaient nationaux et la dépense quotidienne moyenne a été de 28,12 euros. En 2012, il y eu 2061 touristes, soit 164 étrangers et 1897 nationaux et la dépense quotidienne moyenne a été de 30,95 euros. En 2013, il y a eu seulement un total de 897 touristes, dont 107 étrangers et 790 nationaux et la dépense quotidienne moyenne a été de 25, 51 euros. Le nombre total de touristes, en 2014, a été de 1306, dont 166 étaient étrangers et 1220 nationaux et la dépense quotidienne moyenne a été de 30, 03€. Finalement, en 2015, il y a eu un total de 1095 touristes, dont 156 étrangers et 939 nationaux et la dépense quotidienne moyenne de chaque touriste est de 32, 97€. Nous pouvons donc observer ces nombres dans les graphiques qui se suivent, puis les analyser.

**Graphique n°6: Demande touristique au Parque de Campisme**

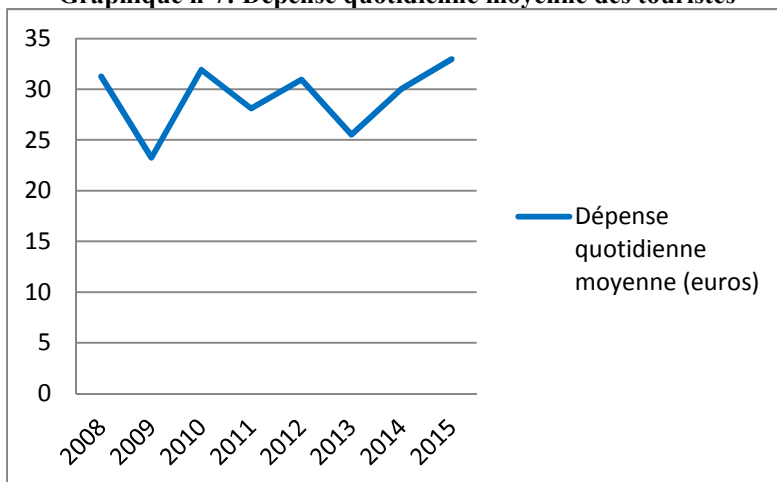


Source: Entreprise Municipale du Tourisme, 2014<sup>178</sup>

L'année qui a enregistré un plus grand nombre de touristes a été l'année de 2010 (3632 touristes). Les années de 2009 et de 2012 ont aussi enregistré un nombre total de touristes assez élevé. Cependant, les années de 2008, 2011 et 2013 ont enregistré un faible nombre total de touristes mais, 2013, a été l'année plus faible par rapport à la demande touristique (897 touristes). En 2014, il y a eu à nouveau une augmentation du nombre total de touristes, sachant qu'il y a eu 1 220 touristes. Finalement, en 2015, il y a eu une diminution du nombre total de touristes, sachant qu'il y a eu un nombre total de 1095 touristes. Il y a eu donc une amélioration de la demande touristique vis-à-vis du Parque de Campisme ces deux dernières années.

<sup>178</sup> ENTREPRISE MUNICIPALE DU TOURISME – Réponses au questionnaire élaboré pour la réalisation de l'analyse de données secondaires. Fafe, 2014.

**Graphique n°7: Dépense quotidienne moyenne des touristes**



Source: Entreprise Municipale du Tourisme, 2014

À travers de ce graphique, nous pouvons constater qu'il y a eu quelques variations au long de ces années et l'année de 2015 a été l'année où nous avons enregistré une dépense quotidienne moyenne plus élevée (32,97 euros). Les années de 2008, 2010, 2012 et de 2014 ont aussi enregistré des dépenses quotidiennes moyennes élevées. Les années de 2009, 2011 et 2013 ont été des années plus faibles au niveau des dépenses quotidiennes moyennes.

La huitième question a été posée afin de savoir quel a été le bénéfice que la Mairie a eu, entre 2008 et 2015, avec le Parc de Camping et avec le Barrage de Queimadela. La réponse que nous avons réussi à avoir à travers de la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme est que cela ne s'applique pas aux missions des mairies car se sont des entités à but non lucratif.

La neuvième question se réfère au rallye du Portugal. Nous avons demandé pourquoi est-ce que le rallye n'a pas été réalisé pendant quelques temps à Fafe. Ce qui nous a été répondu par le responsable du Département du Tourisme de la Mairie est que celui-ci n'a ni été réalisé à Fafe ni au Portugal à cause de questions qui ne sont pas connues par cette entité publique. Dans cette même question, nous avons demandé pourquoi est-ce que le rallye du Portugal a laissé d'être réalisé à Fafe et a passé à être réalisé à l'Algarve. Ce que la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme nous a répondu est que cela ne s'applique pas car l'entité responsable de l'évènement est l'Automobile Club du Portugal (ACP). L'ACP a affirmé que cet évènement a laissé de se réaliser au Portugal pendant un certain temps pour des questions de sécurité et,



postérieurement, il a laissé de se réaliser dans la région du Nord et, par conséquent, dans la ville de Fafe, étant été celle-ci une option de l'organisation.

À partir de 2012, cet évènement sportif a commencé à se réaliser à nouveaux dans la région du Nord et, à Fafe, une fois que cette commune a l'une des étapes la plus recherché par les amants de cet évènement sportif connu mondialement.

La dixième question est par rapport à l'investissement que la Mairie a eu avec la réalisation du rallye à Fafe et quelles ont été les recettes ramenées à Fafe, entre 2008 et 2015. La réponse qui nous a été donné est que l'investissement qui a été fait, entre 2012 et 2013 a été d'environ 200 000 euros par an. Entre 2014 et 2015, celui-ci a été d'environ 250 000 euros par an. Par rapport aux recettes, ce qui nous a été répondu est que cela ne s'applique pas aux missions des mairies, étant donné que ce sont des entités sans buts lucratifs.

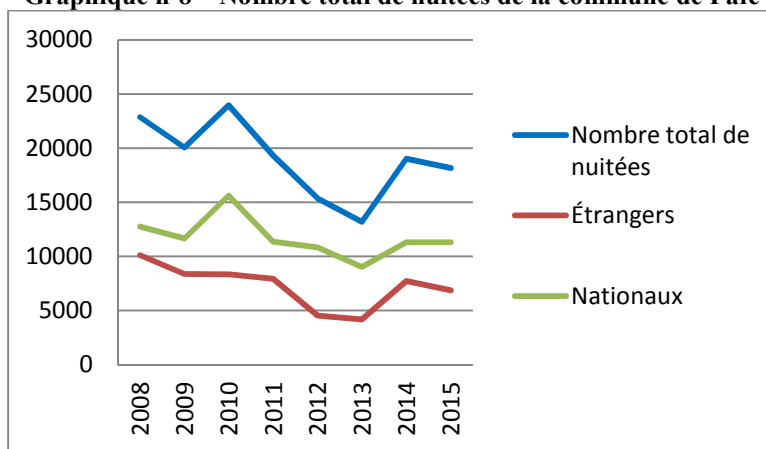
La onzième question se réfère au *Tour* du Portugal en vélo. Cette question a été posée afin de savoir quel a été le coût que la Mairie de Fafe a eu avec le *Tour* du Portugal, entre 2008 et 2015. La réponse qui nous a été donnée par le responsable du Département du Tourisme de la Mairie est que le coût est d'environ 200 000 euros au long de ces sept années.

La douzième question qui a été posée est de savoir quel est le retour que la Mairie de Fafe a eu avec le *Tour* du Portugal, entre 2008 et 2015. La réponse qui nous a été faculté par le responsable du Département du Tourisme de la Mairie a été que le *Tour* favorise la promotion télévisée en *prime time* pendant une après-midi, faisant en sorte que la ville soit connue au niveau national et même au niveau international. Dans la ville de Fafe, les établissements hôteliers épuisent les nuitées et les restaurants et cafés sont pleins au long de cette journée.

La treizième question se réfère au nombre de nuitées qui a été enregistré dans la commune de Fafe entre 2008 et 2013. Ce qui nous a été répondu par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme de Fafe est que le nombre total de nuitées pendant cette période est de 114 702 nuitées. En 2008, il y a eu 22 867 nuitées, dont 10 130 touristes étaient étrangers et 12 737 étaient nationaux. En 2009, la commune de Fafe a compté un total de 20 045 nuitées, sachant que 8 379 ont été composées par des

touristes étrangers et par 11 666 nationaux. En 2010, il y a eu 23 954 nuitées, dont 8 336 étrangers et 15 618 nationaux. En 2011, il y a eu 19 313 nuités, étant donné que 7 938 ont été des étrangers et 11 375 ont été des nationaux. En 2012, la commune a enregistré 15 343 nuitées, sachant qu'il y a eu 4 526 étrangers et 10 817 nationaux. En 2013, la commune a compté 13 180 nuitées, dont 4 165 étrangers et 9 015 nationaux. En 2014, le nombre total de nuitées enregistrées à Fafe a été de 19 020 nuitées, dont 7 722 étrangers et 11 298 nationaux. Finalement, en 2015, il y a eu 18 170 nuitées, sachant que 6 868 touristes étaient étrangers et 11 302 étaient nationaux.

**Graphique n°8 – Nombre total de nuitées de la commune de Fafe**



Source: Entreprise Municipale du Tourisme de Fafe, 2014

Dans le graphique ci-dessus, ce que l'on peut observer est que l'année où il y a eu un plus grand nombre de nuitées a été l'année de 2010, suivit de 2008, 2009, 2011, 2014 et 2015. Les années qui ont enregistré un nombre plus faible de nuitées ont été 2012 et 2013 avec seulement 15 343 et 13 180 nuitées. Nous pouvons aussi observer qu'au long de toutes ces années, nous avons toujours eu plus de nuitées composées par des touristes nationaux dans la commune de Fafe.

Dans la quatorzième question, nous avons demandé quel a été le coût moyen annuel (CMA) que chaque visitant/touriste a eu entre 2008 et 2015. Ce qui nous a été répondu par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme est que le total de visites pendant cette période a été de 6 071 visites et d'environ 1417 euros au long de ces années, sachant qu'en 2008, il y a eu 1 291 visites à l'office de tourisme et que le coût moyen annuel était d'environ 200 euros. En 2009, l'office de tourisme a enregistré 1 180 visites, dont le CMA était d'environ 115 euros. En 2010, il y a eu 1 192 visites et le CMA était d'environ 183 euros. En 2011, l'office de tourisme a enregistré 975 visites et

le CMA était d'environ 372 euros. En 2012, il y a eu 693 visites et le CMA était d'environ 248 euros. Finalement, en 2013, il y a eu 740 visites à l'office de tourisme et le CMA était d'environ 299 euros.

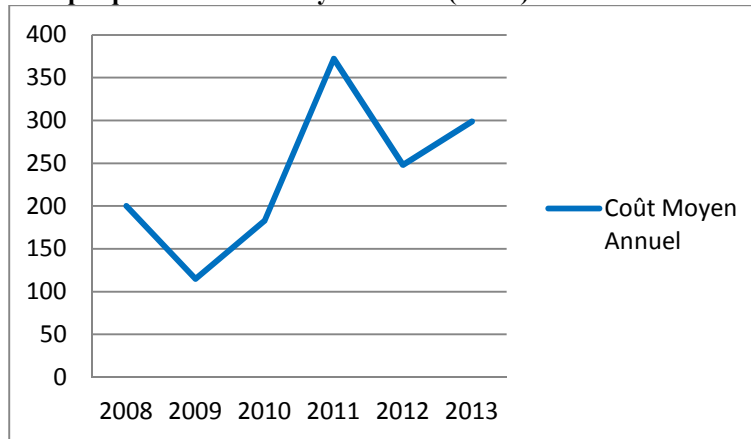
En 2014 et en 2015, il n'a pas été possible de vérifier le CMA de chaque visiteur/touriste, une fois que ces données ne sont possibles qu'à travers des achats réalisés à l'office de tourisme et il n'y a pas eu encore la possibilité de réunir les dépenses des touristes relatives à ces deux années.

**Graphique n°9: Nombre de visites à l'office de tourisme de Fafe**



Source: Entreprise Municipale du Tourisme de Fafe, 2014

**Graphique n°10: Coût moyen annuel (CMA) des visitants à Fafe**



Source: Entreprise Municipale du Tourisme de Fafe, 2014

Dans ces deux graphiques, ce que l'on peut observer est que l'année où il y a eu un plus grand nombre de visites à l'office de tourisme a été 2008, cependant l'année de 2011 a été celle qui a enregistré le CMA plus élevé au long de ces années, avec une valeur de 371 euros. Nous pouvons aussi observer que les années 2009 et 2010 ont été celles qui ont enregistré, après 2008, un plus grand nombre de visites à l'office de tourisme avec 1

180 et 1 192 visites respectivement mais, celles-ci ont enregistré un CMA plus faible, 115 et 183 euros. Cependant, 2012 et 2013 ont été des années plus faibles relativement aux visites à l'office de tourisme de Fafe mais ces deux années ont enregistré un CMA plus élevé, après l'année 2011, avec 248 et 299 euros respectivement.

La quinzième question qui a été posé est relative aux bénéfices que la commune de Fafe a eu grâce au secteur du tourisme, entre 2008 et 2015. Ce qui nous a été répondu par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme est que cela ne s'applique pas aux missions des mairies car se sont des entités sans but lucratif.

Dans la dernière question relative au retour de l'activité touristique, au niveau économique, social et environnemental, pour le secteur privé (secteur de la restauration, hôtellerie et commerce local), entre 2008 et 2015, nous avons pu vérifier à travers de la réponse de la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme, qu'avec la collaboration des nouvelles unités hôtelières du TER, qu'en 2015, il y a eu neuf maisons de TER qui ont été inaugurée et c'est à partir de là que l'Entreprise Municipale de Tourisme de Fafe ainsi que les investigateurs vont pouvoir réaliser des études sur le retour de l'activité touristique, au niveau économique, social et environnemental dans le secteur privé, jusqu'en 2015, dont des 19 unités existantes jusqu'à là à peine deux unités de TER se sont disponibilisées pour donner des informations au sujet du nombre de nuitées enregistrées au moment des événements réalisés dans la ville, comme c'est le cas du rallye «*Serras de Fafe*», du *Rallye Sprint* ou encore du *Tour en vélo du Portugal*.

Selon la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme, malheureusement, ni les restaurants ni le commerce local aiment collaborer dans ces études de caractère statistique, sachant qu'il se traite d'un autre type de mentalités qui selon il nous a été dit par Dra. Sílvia Fernandes cela est capable de s'améliorer à partir de maintenant, plus précisément, après l'inauguration de ces nouvelles unités hôtelières.

Quant aux indicateurs de la demande touristique, ceux-ci ont été référé auparavant, comme c'est le cas du nombre de nuitées enregistrées à Fafe, dans la période de 2008 jusqu'en 2015, le CMA que chaque visiteur / touriste a eu dans la même période et, enfin, les recettes que Fafe a obtenu au cours des sept dernières années de notre étude. Ces indicateurs aident à évaluer le rôle du secteur privé dans le développement local, sauf pour ce dernier indicateur, qui dans ce cas particulier, il n'a pas été possible de

fournir des chiffres, car il nous a été dit par le responsable du Département Municipal du Tourisme de la Mairie qu'ils ne savent pas quel est le retour sur l'investissement dans le secteur du tourisme. Le secteur privé contribue également de manière très active dans le développement local, puisque la majorité de l'hébergement touristique, les restaurants et les activités touristiques sont offerts par ce secteur, constitué par les agents locaux.

Dans ce contexte, la méthodologie de notre étude de cas peut être étendue à d'autres acteurs pertinents, du côté de l'offre touristique, comme cela a été mentionné précédemment, par les acteurs du secteur privé et, du côté de la demande touristique, qui s'étend aux touristes nationaux et aux touristes étrangers.

Après avoir élaboré une analyse de données, entre 2008 et 2015, sur la commune de Fafe, nous avons l'intention d'élaborer une analyse SWOT de cette ville, afin de savoir quelles sont les forces et les faiblesses ainsi que les opportunités et les menaces de notre étude de cas.

## 2 – Analyse SWOT

Dans ce troisième point, nous avons l'intention d'élaborer une analyse SWOT, tout en commençant par une brève introduction sur ce qui est exactement une analyse SWOT et de l'importance que celle-ci représente pour notre étude de cas.

SWOT représente l'ensemble des initiales, en anglais, des quatre éléments-clés de cette analyse stratégique, soit les forces (*Strengths*) – avantages internes de notre étude de cas comparativement à d'autres villes; les faiblesses (*Weaknesses*) – inconvénients internes de notre étude de cas comparativement à d'autres villes, qui représentent une analyse interne; les opportunités (*Opportunities*) – aspects positifs de l'environnement avec le potentiel de faire grandir l'avantage compétitif de notre étude de cas; et les menaces (*Threats*) – aspects négatifs de l'environnement avec le potentiel de mettre en risque l'avantage compétitif de notre étude de cas, qui représentent une analyse externe.

L'analyse SWOT représente une façon plus approfondie de réaliser un diagnostic stratégique de notre étude de cas. D'un côté, dans un contexte de territoire interne et en ce qui concerne les forces, celles-ci se réfèrent aux valeurs positives du propre territoire qui contribuent pour leur distinction et qui devront être potenciées. Les faiblesses se reportent à leurs valeurs négatives qui déterminent la dégradation du territoire et qui devront être minimisées. D'un autre côté, et dans un contexte de territoire externe, les opportunités correspondent à des facteurs externes qui pourront potentialiser les caractéristiques du propre territoire et qui devront être saisis. Les menaces se réfèrent aux facteurs externes qui pourront contribuer pour la désagrégation de l'intégrité et des valeurs existantes et qui pour cette raison devront être contrariées.

Pour élaborer l'analyse SWOT, nous avons dû aborder une analyse de contenu qui se concentre sur plusieurs messages, comme des œuvres de littérature et des interviews, sachant que cette méthode implique l'application de procès techniques relativement précis (BARDIN, 1994, p.226)<sup>179</sup>. Nous savons également que la méthode de l'analyse de contenu consiste dans la codification et dans la thématization de l'interprétation des données obtenues à travers de l'interview, qui dans notre étude de cas a été élaboré au responsable du Département Municipal du Tourisme de la ville de Fafe, Dr. Pompeu

---

<sup>179</sup> BARDIN, I. – *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edição Setenta, 1994, p.226.

Martins.

Bardin, cité par Godoy (1995, p.27)<sup>180</sup>, présente l'utilisation de l'analyse de contenu en trois phases: la pré-analyse, exploration du matériel et du traitement des résultats. Dans la première phase, il faut établir un schéma de travail qui doit être précis, avec des procédures bien définies, même si flexibles, ce qui a été le cas du guide d'interview qui a été élaboré avec la finalité d'obtenir les réponses prétendues de l'interviewé, même si nous avons un peu de flexibilité au moment de l'interview qui se tourne positive, dans le sens d'élargir les horizons vis-à-vis des questions qui ont été réalisées. La deuxième phase consiste dans la réalisation des décisions prises antérieurement, ceci dit cette phase dit respect à l'élaboration/réalisation de l'interview. Finalement, dans la troisième phase, l'investigateur, en s'appuyant dans les rapports bruts, cherche à les tournés significatifs et valables. Ça a été dans cette dernière phase que nous avons fait le traitement des données obtenues à travers de l'interview réalisée au Dr. Pompeu Martins, afin que se soit possible utilisé ces données dans l'analyse SWOT.

Les données de l'interview, après la réalisation de celle-ci, ont été interprétées, en comparant l'information obtenue par l'interviewé Dr. Pompeu Martins avec l'information soutirée à travers des données secondaires qui nous ont été facultés au sujet de la ville de Fafe, afin de pouvoir trouver des points de vue communs et différents pour que l'on puisse faire une analyse d'évaluation, pour postérieurement thématiser les données et les classifiées dans les quatre catégories de l'analyse SWOT avec quelques données secondaires obtenues lors du questionnaire élaboré à la responsable de l'Entreprise Municipal du Tourisme, Dra. Sílvia Fernandes et d'autres informations obtenues à travers de documentation au sujet de notre étude de cas.

Dans un premier temps, nous allons élaborer un tableau avec les forces, les faiblesses, et un autre avec les opportunités et les menaces de la ville de Fafe, correspondant à chaque point d'intérêt. Cette analyse SWOT sera organisée selon les principaux thèmes associés au Plan Municipal du Tourisme de la ville: dynamiques urbaines et d'affaires; infrastructures et équipements; démographie, société et logement; biodiversité et occupation du sol; potentialité touristique.

---

<sup>180</sup> GODOY, S. A. – Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. In *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, volume 35, nº 3, Maio/Junho 1995, pp.20-27.

Dans un deuxième temps, nous analyserons, après chaque tableau, les forces et les faiblesses, les opportunités et les menaces, chacune correspondante à chaque thème abordé dans le Plan Municipal du Tourisme.

**Tableau n°17: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les forces et les faiblesses au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires**

**Analyse interne**

	Forces	Faiblesses
F <sub>1</sub>	Politique et régénération urbaine	Perte de la pratique et de l'exploration agricole
F <sub>2</sub>	Entreprenariat et ouverture à l'innovation et au changement	Peu de capacité d'organisation collective
F <sub>3</sub>	Couverture des infrastructures presque intégrale	Vaste réseau de l'infrastructure structurée, sans la correspondante densité de population de soutien
F <sub>4</sub>	Parque urbain	Urbanisation dans les zones excentriques, avec des infrastructures de bas grade et la présence visuelle d'un paysage complexe
F <sub>5</sub>	Progressive attractivité de nouveaux investissements liés au développement culturel, de l'équipement et de l'accessibilité que le territoire enregistre	Peu de recherche et développement (R&D) agricole et forestier

Source: MOTA, 2015<sup>181</sup>

En ce qui concerne l'analyse interne des dynamiques urbaines et d'affaires, nous pouvons en vérifier cinq forces et faiblesses. La première force représente l'investissement de la Mairie dans la politique et régénération urbaine, cependant il est possible d'observer qu'il existe une perte dans la pratique et exploration de l'agriculture. Nous pouvons expliquer cette faiblesse avec le manque de jeunes personnes dans la commune dû au taux élevé du manque d'emploi. Les jeunes sortent de plus en plus de leur territoire à la recherche d'un emploi et pour avoir un meilleur niveau de vie. C'est pour cette raison, qu'il existe des institutions comme le QREN qui

<sup>181</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires*. Porto, 2015.



apportent des soutiens communautaires afin que les gens et surtout les jeunes investissent plus dans le secteur de l'agriculture.

La deuxième force se réfère à l'investissement de la ville vis-à-vis de l'entrepreneuriat à travers de l'ouverture à l'innovation et au changement, toutefois nous pouvons contempler une faiblesse vu qu'il existe peu de capacité d'organisation collective. Cette faiblesse peut être expliquée par le manque d'organisation existante dans ce domaine par les responsables de la ville.

La troisième force contemple la couverture des infrastructures presque intégrale, cependant nous pouvons observer comme faiblesse un vaste réseau de l'infrastructure structurée, sans la correspondante densité de population de soutien. Cette faiblesse se réfère au fait qu'il n'y ait pas assez de gens par rapport à l'existence d'infrastructures structurées.

La quatrième force concerne le parc urbain qui existe dans la ville de Fafe mais il existe là une faiblesse qui respecte l'urbanisation dans les zones excentriques, avec des infrastructures de bas grade et la présence visuelle d'un paysage complexe. Cette faiblesse se réfère au lieu où le parc urbain a été construit, au manque d'infrastructures bien structurées et, comme nous l'avons référé auparavant, dû à la présence visuelle d'un paysage qui n'est pas le plus convenable.

La dernière force, au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires, représente une progressive attractivité de nouveaux investissements liés au développement culturel, de l'équipement et de l'accessibilité que le territoire enregistre, pourtant nous pouvons considérer comme faiblesse peu de recherche et développement (R&D) agricole et forestier. Cette faiblesse se réfère au déficit qui existe en ce qui concerne le secteur agricole et forestier.

**Tableau n°18: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les opportunités et les menaces au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires**

**Analyse externe**

Opportunités	Menaces
Réalisation d'évènements, promotion de projets singuliers: <i>Tour</i> du Portugal en vélo commençant à Fafe; <i>Rallye Sprint</i> 2015; Sports nautiques au	Haut niveau de chômage Faible qualification et manque de formation

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Barrage de Queimadela	professionnelle des agents impliqués
Nouveau Plan Municipal du Tourisme qui valorise la nucléarisation et un système urbain polycentrique	Production avec peu de valeur ajoutée, autant au niveau du <i>design</i> comme au niveau des nouvelles technologies
Études sur les centralités des communes	Individualisme excessif/incapacité d'organisation collective
Projet Municipal de Mobilité et Plan Municipal d'Accessibilité	Faible dynamique agricole/forestière Désertification des zones rurales

Source: MOTA, 2015<sup>182</sup>

La première opportunité relative aux dynamiques urbaines et d'affaires respecte la réalisation d'évènements avec la promotion de projets singuliers, tout comme le *Tour* du Portugal en vélo qui passe annuellement à Fafe et que cette année, en 2015, commence précisément à Fafe; le *Rallye Sprint 2015* qui se déroule au mois de Mai et qui a comme principale étape le parcours à Fafe et la création de sports nautiques, comme par exemple, le canoé-kayac, au Barrage de Queimadela qui a été divulgué, cette année, à la télévision. Cependant, nous pouvons observer trois grandes menaces, comme le haut niveau de chômage, la faible qualification et le manque de formation professionnelle des agents impliqués dans ce secteur qui est si important pour le développement local de la ville.

La deuxième opportunité, au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires, est relative au Plan Municipal du Tourisme qui valorise la nucléarisation et un système urbain polycentrique. Toutefois, il existe ici une grande menace relative à la production avec peu de valeur ajoutée, autant au niveau du *design* comme au niveau des nouvelles technologies.

La troisième opportunité, en ce qui concerne les dynamiques urbaines et d'affaires, se réfère aux études sur les centralités des communes. Cependant, les menaces ici présentes sont relatives à l'individualisme excessif et à l'incapacité d'organisation collective.

---

<sup>182</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des dynamiques urbaines et d'affaires*. Porto, 2015.

La dernière opportunité relative aux dynamiques urbaines et d'affaires respecte le Projet Municipal de Mobilité et le Plan Municipal d'Accessibilité. Nous pouvons détecter ici deux grandes menaces. L'une se réfère à la faible dynamique agricole/forestière, une fois que la population ne se préoccupe plus autant à cultiver les terrains et à préserver les forêts, et l'autre dit respect à la désertification des zones rurales, une fois que les anciens vieillissent de plus en plus et sont condamnés à mourir et les jeunes sont obligés à émigrer ou à partir pour travailler dans les grands pôles urbains.

**Tableau n°19: Analyse SWOT de la ville de Fafe**  
**Les forces et les faiblesses au niveau des infrastructures et des équipements**

**Analyse interne**

	Forces	Faiblesses
F1	Infrastructures internes quantitativement satisfaites	Plusieurs infrastructures routières subdimensionnées
F2	Bonnes liaisons routières régionales (Porto, Braga, Guimarães, Felgueiras) et internationales (Verín, Benaventa, Palencia, Bugos)	Côûts élevés de manutention des infrastructures installées
F3	Équipements culturels et sportifs qualifiés/Équipements de troisième âge variés	Manque d'éclaircissement et qualité dans de nombreuses infrastructures routières et zones de stationnements/trôtoires
F4	Grande couverture d'équipements scolaires/ Université de Medelo	Grande couverture infrastructurelle sans la correspondante liaison des privés aux réseaux publics basiques (remplissage d'eau et de drainage des eaux résiduelles)
F5	Équilibre entre l'offre des équipements publics et privés	Manque d'équipements et de commerce d'approximation dans les centres des communes qui contribuent pour le renforcement de la respective polarité

Source: MOTA, 2015<sup>183</sup>

La première force, au niveau des infrastructures et des équipements, se réfère aux infrastructures internes quantitativement satisfaites, une fois que celles-ci ont été créées

<sup>183</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des infrastructures et des équipements*. Porto, 2015.

en grand nombre et correctement. Cependant, il existe une faiblesse dont plusieurs infrastructures routières sont subdimensionnées.

La deuxième force défend les bonnes liaisons routières régionales et internationales existantes. La ville de Fafe a de bonnes liaisons routières, d'un côté, en ce qui concerne les régionales, avec Porto, Braga, Guimarães et Felgueiras et, d'un autre côté, en ce qui concerne les liaisons routières internationales, avec Verín, Benaventa, Palencia et Burgos. La faiblesse qui se présente ici est qu'il existe des coûts élevés de manutention des infrastructures installées.

La troisième force est représentée par les équipements culturels et sportifs qualifiés ainsi que par la grande variété d'équipements de troisième âge existante. Toutefois, il y a une faiblesse qui se réfère au manque d'éclaircissement et qualité dans de nombreuses infrastructures routières et des zones de stationnement ou trottoirs qui peuvent conditionner l'accès à ces équipements.

La quatrième force se réfère à une grande couverture d'équipements scolaires et à l'existence de l'Université de Medelo qui apporte de nombreux jeunes de plusieurs régions et même de la ville à vivre à Fafe. Malgré cela nous avons comme faiblesse une grande couverture infrastructurelle sans la correspondante liaison des privés aux réseaux publics basiques de remplissage d'eau et de drainage des eaux résiduelles.

La dernière force, au niveau des infrastructures et des équipements, respecte l'équilibre entre l'offre des équipements publics et privés. Néanmoins, il existe comme faiblesse un manque d'équipements et de commerce d'approximation dans les centres des communes qui contribuent pour le renforcement de la respective polarité.

**Tableau n°20: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les opportunités et les menaces au niveau des infrastructures et des équipements**

**Analyse externe**

Opportunités	Menaces
Réalisation d'évènements, promotion de projets singuliers: <i>Tour</i> du Portugal en vélo commençant à Fafe; <i>Rallye Sprint</i> 2015; Sports nautiques au Barrage de Queimadela	Systèmes infrastructurels non opérationnels

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

Potentialité du secteur de l'industrie	Mauvaise relation entre la localisation des équipements et les lieux où ils s'insèrent
Centre d'activités et logistique de Silvares de São Martinho	Déséquilibres de la dotation infrastructurelle et des équipements
Agrandissement de la Zone Industrielle du Retiro	Déséquilibres de la dotation des équipements avec des répercussions dans la cohésion territoriale

Source: MOTA, 2015<sup>184</sup>

La première opportunité, relative aux infrastructures et aux équipements, respecte la réalisation d'événements avec la promotion de projets singuliers, tout comme le *Tour du Portugal en vélo* qui passe annuellement à Fafe et que cette année, en 2015, commence précisément à Fafe; le *Rallye Sprint 2015* qui se déroule au mois de Mai et qui a comme principale étape le parcours à Fafe et la création de sports nautiques, comme par exemple, le canoé-kayac, au Barrage de Queimadela qui a été divulgué, cette année, à la télévision. Cependant, il existe ici une grande menace qui se réfère aux systèmes infrastructurels non opérationnels.

La deuxième opportunité se réfère à la potentialité dans le secteur de l'industrie, sachant que ce secteur est en grande expansion dans la ville de Fafe. Toutefois, il y a, comme menace, une mauvaise relation entre la localisation des équipements et les lieux où ils s'insèrent, une fois que ce ne sont pas des lieux de très bon accès pour l'évolution du secteur.

La troisième opportunité se réfère au centre d'activités et logistique de Silvares de São Martinho, une fois qu'il y existe un centre de production d'eau de revente dans les grandes superficies au niveau national. Néanmoins, la menace qui est présentée dans ce troisième point se réfère aux déséquilibres de la dotation infrastructurelle et des équipements.

La dernière opportunité, au niveau des infrastructures et des équipements, dit respect à l'agrandissement de la Zone Industrielle du Retiro avec l'investissement des entrepreneurs dans ce secteur. Malgré cela, nous pouvons enregistrer comme grande

<sup>184</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des infrastructures et des équipements*. Porto, 2015.

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

menace, les déséquilibres de la dotation des équipements avec des répercussions dans la  
 cohésion territoriale.

**Tableau n°21: Analyse SWOT de la ville de Fafe**  
**Les forces et les faiblesses au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation**  
**Analyse interne**

	Forces	Faiblesses
F1	Tendance pour le renforcement de la population de l'aggloméré urbain central	Difficulté pour offrir des cadres techniques supérieurs, offrant des conditions compétitives d'emploi
F2	Grande amélioration des conditions d'habitation de la plupart de l'édification résidentielle du Conseil	Faible densité de la population proportionnelle à l'occupation diffusée enregistrée dans le territoire
F3	Équipements culturels et sportifs qualifiés et espace public diversifié et qualifié/ Équipements du troisième âge variés	Manque de divulgation et promotion de ces équipements afin de les rentabiliser
F4	Grande couverture d'équipements scolaires et existence de l'enseignement supérieur (Université de Medelo)	Coûts élevés de manutention de ces infrastructures
F5	Travail intense au niveau de l'assistance social	Manque de fiscalisation au niveau de la population qui reçoit le revenu d'insertion sociale

Source: MOTA, 2015<sup>185</sup>

La première force au niveau de la démographie, société et habitation se réfère à la tendance que la ville de Fafe a pour le renforcement de la population de l'aggloméré urbain central. Ceci dit, il existe, dans ce cas, une faiblesse qui correspond à la difficulté existante pour offrir des cadres techniques supérieurs, tout en offrant des conditions compétitives d'emploi.

La deuxième force à ce niveau défend une grande amélioration des conditions d'habitation de la plupart de l'édification résidentielle du Conseil. Cependant, avec cette crise économique européenne qui nous poursuit déjà depuis quelques années, nous

<sup>185</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation*. Porto, 2015.

pouvons vérifier, comme faiblesse, une faible densité de la population proportionnelle à l'occupation diffusée enregistrée dans le territoire.

La troisième force se réfère à l'existence d'équipements culturels et sportifs et à un espace public diversifié et qualifié qui peut être utilisé pour la réalisation d'évènements sportifs et culturels, ainsi qu'à l'existence d'équipements variés destinés aux personnes du troisième âge. Malgré cela, il existe une grande faiblesse qui peut mettre en jeu cette potentielle force et celle-ci correspond au manque de divulgation et promotion de ces équipements afin de les rentabiliser.

La quatrième force référence la grande couverture d'équipements scolaires et l'existence de l'enseignement supérieur à Fafe à travers de l'Université de Medelo, ce qui peut apporter à la ville plus de population et faire connaître la ville dans tout le pays et même peut-être au niveau international. Mais, nous pouvons observer ici comme faiblesse les coûts élevés de manutention de ces infrastructures.

La dernière force correspond au travail intense de la part de l'assistance sociale dans la ville. Cependant, la grande faiblesse que nous contemplons dans ce dernier point est le manque de fiscalisation au niveau de la population qui reçoit le revenu d'insertion sociale car ce revenu a été créé pour les gens qui passent des difficultés financières et qui ne sont pas capables d'exercer aucune activité professionnelle, cependant, ce revenu est attribué à de nombreuses personnes qui n'ont pas ces caractéristiques car il n'y a pas une fiscalisation correcte de la part de l'assistance sociale.

**Tableau n°22: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les opportunités et les menaces au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation**

**Analyse externe**

Opportunités	Menaces
Réalisation d'évènements, promotion de projets singuliers: <i>Tour</i> du Portugal en vélo commençant à Fafe; <i>Rallye Sprint</i> 2015; Sports nautiques au Barrage de Queimadela	Développement excessivement lent de la réalisation de projets proveurs d'attractivité et de captation de la population (comme par exemple, les sports nautiques au Barrage de Queimadela)
Cursus de tourisme à l'Université de Medelo	Faible relation entre la localisation des infrastructures et les lieux où elle s'insère
Équipements pour les sports nautiques au Barrage de Queimadela gèrent de l'emploi	Déséquilibre de dotation infrastructurelle et des

qualifié	équipements
Renfort de la politique de régénération urbaine, implémentant de nouvelles typologies habitationnelles et en attirant plus de population	Déséquilibres de dotation des équipements avec des répercussions dans la cohésion territoriale

Source: MOTA, 2015<sup>186</sup>

La première opportunité, au niveau de la démographie, société et habitation, se réfère à la réalisation d'évènements, comme la promotion de projets singuliers, le *Tour* du Portugal en vélo commençant à Fafe; le *Rallye Sprint 2015*; et la réalisation des sports nautiques au Barrage de Queimadela. Cependant, nous pouvons observer comme menace le développement excessivement lent de la réalisation de projets proveurs d'attractivité et de captation de la population, comme par exemple, les sports nautiques au Barrage de Queimadela, car c'est un projet qui est en cours depuis quelques temps et qui a été divulgué à la télévision seulement depuis très peu.

La deuxième opportunité correspond à l'existence du cursus supérieur de tourisme à l'Université de Medelo, ce qui fait en sorte qu'il y est de plus en plus un grand nombre de professionnels qualifiés dans le secteur du tourisme qui peut venir à être très utile pour une amélioration significative dans le développement du secteur dans la ville de Fafe. Néanmoins, la menace qui nous apparait dans ce point est relative à la faible relation existante entre la localisation des infrastructures et les lieux où l'Université s'insère.

La troisième opportunité respecte les équipements utilisés pour la réalisation des sports nautiques au Barrage de Queimadela gèrent de l'emploi qualifié, car il existe une nécessité de gérer de l'emploi à des professionnels qualifiés pour que cette nouvelle activité touristique soit un succès. Toutefois, la menace ici présente correspond au déséquilibre de dotation infrastructurelle et des équipements, car il n'y a pas toujours les équipements nécessaires dans les infrastructures correspondantes à la réalisation des activités à réaliser.

La dernière opportunité, en ce qui concerne la démographie, la société et l'habitation, coïncide avec le renfort de la politique de régénération urbaine, implémentant de nouvelles

---

<sup>186</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la démographie, de la société et de l'habitation*. Porto, 2015.



typologies habitationnelles et en attirant plus de population, car la ville de Fafe a la nécessité d'entretenir la ville et d'aider les gens qui vivent dans des conditions moins favorables à reconstruire leurs vieilles habitations. Pourtant, la menace enregistrée dans ce point se réfère aux déséquilibres de dotation des équipements avec des répercussions dans la cohésion territoriale, car la ville n'a pas toujours l'opportunité de gérer les équipements sans qu'il y est des répercussions au niveau de la cohésion territoriale.

**Tableau n°23: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les forces et les faiblesses au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol**

**Analyse interne**

	Forces	Faiblesses
F1	Températures modérées et élevés quantitatifs d'insolation constituent des avantages pour le développement de secteurs spécifiques comme celui du tourisme	Grande zone du territoire avec une déclive supérieure à 25% d'inclination
F2	Températures modérées et élevés quantitatifs d'insolation constituent des avantages pour le développement de l'agriculture	Risque élevé d'érosion dans les zones de plus grande élévation
F3	Territoire avec des capacités favorables au niveau du confort bioclimatique et inclination du terrain pour le développement urbain	Pourcentage élevé du territoire se trouve exposé au nord, conditionnant les uses/activités plus exigeant en ce qui concerne le confort bioclimatique comme le tourisme, l'édification et l'agriculture
F4	Les zones de transition, de déclives modérées sont favorables au développement des activités agricoles et sylvopasteurales	Dégradation des fluxes d'eau Généralement, les fluxes d'eau se présentent en mauvais état de conservation
F5	Présence d'importantes ressources hydrogéologiques, comme les sources d'eau de Silvas São Martinho	Gaspillage de potentiel et inexistence de mesures de conservation
F6	Densité élevée du réseau de drainage, associée à l'élevé pluviosité de la région	Prédominance des peuplements d'eucalyptus face au pin

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

	où Fafe s'insère	
F7	Parties supérieures des conduites d'eau principales avec une bonne à raisonnable qualité d'eau, révélant la capacité pour les espèces de la faune de poissons	Grande superficie brûlée dans le Conseil
F8	Grande potentialité des sols pour la production agricole	Mauvaise capacité de dynamisation des ressources naturelles
F9	La diversité de la flore et de la faune montre les potentialités du développement des activités liées à l'éducation environnementale	Faible capacité de valorisation et usage touristique des espaces naturels existants
F10	Élevé potentiel pour la création des espaces de récréation et de loisir relationnés avec des espaces naturels	Mauvaise capacité de dynamisation et de mis-en-œuvre des espaces naturels

Source: MOTA, 2015<sup>187</sup>

La première force, au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol, fait référence aux températures modérées et aux élevés quantitatifs d'insolation qui constituent des avantages pour le développement de secteurs spécifiques comme celui du tourisme, car cette force fait en sorte que la ville soit connue grâce à ces aspects et qu'ainsi puissent attirer des touristes. Ceci-dit, il y a comme faiblesse l'existence d'une grande zone du territoire avec une déclive supérieure à 25% d'inclinaison, ce qui peut mener à qu'il y est la possibilité de glissements de terrain dans ces zones.

La deuxième force correspond aux températures modérées et aux élevés quantitatifs d'insolation qui constituent des avantages pour le développement de l'agriculture mais nous pouvons observer dans ce point, comme faiblesse, un grand risque d'érosion dans les zones de plus grande élévation.

La troisième force se réfère au territoire avec des capacités favorables au niveau du confort bioclimatique et à l'inclinaison du terrain pour le développement urbain. Malgré cela, il existe une faiblesse qui coïncide avec un pourcentage élevé du territoire qui se

<sup>187</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol*. Porto, 2015.

trouve exposé au nord, conditionnant les usages et les activités plus exigeants, en ce qui concerne le confort bioclimatique, comme le tourisme, l'édification et l'agriculture.

La quatrième force correspond aux zones de transition, de déclives modérées et celles-ci sont favorables au développement des activités agricoles et sylvopasteurales. Toutefois, nous pouvons enregistrer dans ce point deux grandes faiblesses, telles que la dégradation des fluxes d'eau et les fluxes d'eau qui se présentent, généralement, en mauvais état de conservation.

La cinquième force se réfère à la présence d'importantes ressources hydrogéologiques, comme les sources d'eau de Silvas São Martinho. Cependant, la faiblesse existante dans ce point correspond au gaspillage de potentiel et à l'inexistence de mesures de conservation, ce qui mène à un coût élevé sans qu'il soit nécessaire.

La sixième force correspond à l'élevée densité du réseau de drainage, associée à l'élevé pluviosité de la région où Fafe s'insère, ce qui aide à l'évolution et production agricole, une fois que les sols sont bien humidifiés. Toutefois, il existe une prédominance des peuplements d'eucalyptus face au pin, ce qui fait en sorte que cette espèce d'arbres absorbe l'eau abondante des sols.

La septième force fait référence aux parties supérieures des conduites d'eau principales avec une bonne à raisonnable qualité d'eau, révélant la capacité pour les espèces de la faune de poissons. Dans ce cas, la faiblesse existante correspond à une grande superficie brûlée dans le Conseil, tous les ans à partir du printemps.

La huitième force se réfère à la grande potentialité des sols pour la production agricole car Fafe est une région avec une grande fertilité des sols. Néanmoins, la faiblesse ici présente se réfère à une mauvaise capacité de dynamisation des ressources naturelles, une fois que les aides dans ce secteur sont insuffisantes.

La neuvième force coïncide avec la diversité de la flore et de la faune qui montre les potentialités du développement des activités liées à l'éducation environnementale, qui peut être utilisée dans le secteur du tourisme, en particulier, en ce qui concerne le tourisme de nature. La faiblesse de ce point correspond à une faible capacité de valorisation et à l'usage touristique des espaces naturels existants.

La dernière force respecte un élevé potentiel pour la création des espaces de récréation et de loisir relationnés avec des espaces naturels, ce qui correspond à un autre point fort pour l'évolution du secteur du tourisme à Fafe. Malgré cela, il y a ici une faiblesse qui correspond à une mauvaise capacité de dynamisation et de mis-en-œuvre des espaces naturels.

**Tableau n°24: Analyse SWOT de la ville de Fafe**

**Les opportunités et les menaces au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol**

**Analyse externe**

Opportunités	Menaces
Renforcement des instruments de soutien à la préservation et à l'amélioration des conditions environnementales	Gaspillage des potentialités naturelles et paysagères de Fafe en détrimment du développement urbain dispersé
Développement du tourisme de nature, en profitant des divers domaines naturalisés de Fafe	Signalisation de dysfonctionnements environnementaux qui peuvent constituer des potentielles épidémies destructrices d'écosystèmes importants
Développement d'activités d'éducation environnementale et d'agriculture biologique	Occupation du sol et conditions physiques du territoire révèlent des conditions favorables avec un élevé risque de feu dans les forêts de Fafe
Création de zones vertes et/ou forestières, d'élévée biodiversité, avec une grande résistance au feu, autant dans les zones plus urbaines comme dans les zones plus rurales	L'existence de plantations d'eucalyptus fait en sorte que l'on prévoit des situations de diminution de couverture végétale
Potentialiser les grandes zones non cultivées pour lier des espaces naturels, tout en créant des couloirs verts	Fragilité au niveau des interventions environnementales
Promouvoir le reboisement correct et ordonné de la zone brûlée, en faisant la promotion de la succession naturelle, la réhabilitation du sol, en soulignant, en même temps, d'autres ressources	Fréquente apparition des espèces envahissantes, resultat des incendies de forêt et de l'inexistence d'une gestion de forêts, originant des compositions avec une grande sensibilité à l'allumage et à la propagation d'incendies
Promouvoir la coordination de la planification forestière et la protection des peuplements	Risque élevé d'incendies dans presque toute la zone de forêts de Fafe

forestiers les plus sensibles	
Besoin de promouvoir la diffusion du patrimoine floristique et faunique du point de vue de l'éducation et de la durabilité de l'environnement	L'augmentation de l'abandon des terres agricoles provoque la prolifération des espèces de mauvaises herbes, ce qui augmente le risque d'incendie, provoquant des déséquilibres dans la succession naturelle en détriment des espèces de plus grande valeur écologique

Source: MOTA, 2015<sup>188</sup>

La première opportunité, au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol, se réfère au renforcement des instruments de soutien à la préservation et à l'amélioration des conditions environnementales. Cependant, il y a une menace qui correspond au gaspillage des potentialités naturelles et paysagères de Fafe, en détriment du développement urbain dispersé.

La deuxième opportunité fait référence au développement du tourisme de nature, en profitant des divers domaines naturalisés de Fafe. Toutefois, la menace ici présente fait référence à une signalisation de dysfonctionnements environnementaux qui peuvent constituer des potentielles épidémies destructrices d'écosystèmes importants.

La troisième opportunité coïncide avec le développement d'activités d'éducation environnementale et d'agriculture biologique. Malgré cela, la menace relative à ce point correspond à l'occupation du sol et aux conditions physiques du territoire qui révèlent des conditions favorables avec un élevé risque de feu dans les forêts de Fafe.

La quatrième opportunité trouvée, à ce niveau, dit respect à la création de zones vertes et/ou forestières, avec une élevée biodiversité et avec une grande résistance au feu, autant dans les zones plus urbaines comme dans les zones plus rurales, afin d'éviter les incendies. La menace de ce point se réfère à l'existence de nombreuses plantations d'eucalyptus qui fait en sorte que l'on prévoit des situations de diminution de couverture végétale.

La cinquième opportunité permet potentialiser les grandes zones non cultivées pour lier des espaces naturels, tout en créant des couloirs verts, une fois qu'il y a le besoin de

<sup>188</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol*. Porto, 2015.

conserver quelques espaces verts sans plantations ni cultivations. La menace que l'on observe, dans ce cas, est la fragilité existante au niveau des interventions environnementales.

La sixième opportunité consiste dans le fait de promouvoir le reboisement correct et ordonné de la zone brûlée, en faisant la promotion de la succession naturelle, la réhabilitation du sol, et en soulignant, en même temps, d'autres ressources. La menace ici présente correspond à la fréquente apparition des espèces envahissantes, résultat des incendies de forêt et de l'inexistence d'une gestion de forêts, originant aussi des compositions avec une grande sensibilité à l'allumage et à la propagation d'incendies.

La septième opportunité fait référence à la promotion de la coordination de la planification forestière et à la protection des peuplements forestiers les plus sensibles. Cependant, la menace ici présente se réfère au risque élevé d'incendies dans presque toute la zone de forêts de Fafe.

La dernière opportunité, au niveau de la biodiversité et de l'occupation du sol, correspond au besoin de promouvoir la diffusion du patrimoine floristique et faunique du point de vue de l'éducation et de la durabilité de l'environnement. La menace présente, dans ce dernier point, correspond à l'augmentation de l'abandon des terres agricoles qui provoque la prolifération des espèces de mauvaises herbes, ce qui augmente le risque d'incendie, provoquant des déséquilibres dans la succession naturelle, en détriment des espèces de plus grande valeur écologique.

**Tableau n°25: Analyse SWOT de la ville de Fafe**  
**Les forces et les faiblesses au niveau de la potentialité touristique**

**Analyse interne**

	Forces	Faiblesses
F1	Patrimoine rural	Ressources hydriques dégradées
F2	Archéologie – Castre de Saint Ovídio	Pauvre aspect visuel et organisationnel dans des différents endroits
F3	Richesse immatérielle au niveau des traditions, des uses et des fêtes	Déséquilibres et agressions paysagères

Programme de Doctorat en Tourisme  
 Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
 Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
 attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

F4	Patrimoine vaste et diversifié existant à Fafe	Distorsion de la ruralité
F5	Dynamisme culturel et forte potentialité d'attraction de congrès et d'événements	Manque de gestion et d'organisation des agents touristiques et du Département Municipal du Tourisme de la ville de Fafe
F6	Fort développement touristique, principalement au niveau du tourisme de nature	La capacité hôtelière n'est pas toujours adaptée à la demande touristique

Source: MOTA, 2015<sup>189</sup>

La première force, en ce qui concerne la potentialité touristique, se réfère au patrimoine rural existant à Fafe, comme par exemple, la production du lin et les moulins d'eau. Toutefois, la faiblesse de ce premier point correspond aux ressources hydriques dégradées car il n'y a pas assez de financement pour la récupération de ces ressources et le peu de financement existant n'est pas toujours utilisé pour cette initiative.

La deuxième force fait référence à l'archéologie, plus exactement au Castre de Saint Ovídio, existant à Fafe. Dans ce cas, la faiblesse ici présente coïncide avec le pauvre aspect visuel et organisationnel dans des différents endroits, une fois qu'il n'y a pas de réalisation d'une constante manutention.

La troisième force correspond à la richesse immatérielle au niveau des traditions, des usages et des fêtes que la ville de Fafe a, comme par exemple, le jeu du bâton et les foires franches, réalisées tous les ans, le 16 et 17 Mai. Cependant, nous pouvons observer dans ce point comme faiblesse, les déséquilibres et les agressions paysagères existantes, vu que parfois cette richesse immatérielle cause des dangers environnementaux.

La quatrième force coïncide avec le patrimoine vaste et diversifié existant à Fafe, autant au niveau matériel comme au niveau immatériel, comme par exemple les églises, les maisons brasonnées, les cultes religieux ou encore les fêtes annuelles. Toutefois, la faiblesse ici présente correspond à la distorsion de la ruralité, à travers du manque de préservation de l'environnement.

---

<sup>189</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la potentialité touristique*. Porto, 2015.

La cinquième force dit respect au dynamisme culturel et à la forte potentialité d'attraction de congrès et d'événements, en organisant des événements de ce genre, la ville de Fafe peut attirer de nombreux visiteurs à rester quelques jours suivis et à visiter quelques endroits d'intérêt touristique. Malgré cela, la faiblesse dans ce point se réfère au manque de gestion et d'organisation des agents touristiques et du Département Municipal du Tourisme de la ville de Fafe.

La dernière force à ce niveau correspond à un fort développement touristique, principalement au niveau du tourisme de nature, une fois que Fafe est en train de promouvoir de plus en plus les randonnées, les sports nautiques et les événements organisés en ce qui concerne le secteur du tourisme. Toutefois, la faiblesse de ce dernier point se réfère à la capacité hôtelière qui n'est pas toujours adaptée à la demande touristique, au niveau des typologies des logements et au niveau des nombres de lits.

**Tableau n°26: Analyse SWOT de la ville de Fafe**  
**Les opportunités et les menaces au niveau de la potentialité touristique**

**Analyse externe**

Opportunités	Menaces
Réalisation d'événements, promotion de projets singuliers: <i>Tour</i> du Portugal en vélo commençant à Fafe; <i>Rallye Sprint</i> 2015; Sports nautiques au Barrage de Queimadela	Financement insuffisant pour la promotion du tourisme Difficulté dans la fixation de visiteurs pour des périodes supérieures à un jour, en promouvant la consommation et la ville de Fafe
Patrimoine matériel et immatériel religieux	Manque de motivation sociale liée avec le temps actuel de crise
Équipements importants et qui révèlent une activité dynamique, comme par exemple, le Multi-usos et le Ciné-théâtre de Fafe	Manque de divulgation et de promotion de ces équipements afin d'attirer plus de touristes à Fafe
Proximité à des villes avec une forte compétitivité et attraction touristique, comme par exemple, Porto et Guimarães	Manque de gestion et d'organisation afin de communiquer avec ces villes et d'essayer de négocier la publicité de Fafe dans ces grandes métropoles

Source: MOTA, 2015<sup>190</sup>

<sup>190</sup> MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la potentialité touristique*. Porto, 2015.



La première opportunité, au niveau de la potentialité touristique, se réfère à la réalisation d'évènements, à la promotion de projets singuliers, comme le *Tour* du Portugal en vélo, passant à Fafe tous les ans et commençant à Fafe, en 2015; le *Rallye Sprint* 2015, qui se déroule au mois de Mai; et les sports nautiques qui se réalisent au Barrage de Queimadela depuis cette année. Cependant, les deux menaces relatives à ce point correspondent au financement insuffisant pour la promotion du tourisme et à la difficulté présente dans la fixation de visiteurs pour des périodes supérieures à un jour, en promouvant la consommation et la ville de Fafe car les agents touristiques et le département municipal du tourisme n'ont pas encore réussi à faire une bonne politique de marketing afin de faire rester les touristes plus de temps à Fafe.

La deuxième opportunité dit respect au patrimoine matériel et immatériel religieux existant à Fafe, tels que les églises, les chapelles et les cultes et fêtes religieuses, comme par exemple, la fête de Nôtre Dame D'Antime, réalisée tous les ans, le deuxième weekend du mois de Juillet. La menace présente dans ce point est relative au manque de motivation sociale liée avec le temps actuel de crise car les gens ne sont pas autant motivés comme il y a quelques ans en arrière.

La troisième opportunité se réfère aux équipements importants et qui révèlent une activité dynamique, comme par exemple, le Multi-usos qui peut être utilisé pour la réalisation d'évènements qui peuvent attirés non seulement la population locale comme des visiteurs venus d'autres villes et même d'autres pays et le Ciné-théâtre de Fafe qui a été récemment reconstruit permet de présenter des concerts et de passer des films anciens et actuels. Toutefois, la menace exposée dans ce point correspond au manque de divulgation et de promotion de ces équipements afin d'attirer plus de touristes à Fafe, une fois de plus dû au manque d'une bonne politique de marketing.

La dernière opportunité, au niveau de la potentialité touristique, est représentée par la proximité de la ville de Fafe à des villes avec une forte compétitivité et attraction touristique, comme par exemple, Porto, où il y a un aéroport international, celui de Francisco Sá Carneiro, et Guimarães, qui a été considéré, en 2012, Capitale Européenne de la Culture. Malgré cela, la menace représentée dans ce dernier point correspond au manque de gestion et d'organisation afin de communiquer avec ces villes et d'essayer de négocier la publicité de Fafe dans ces grandes métropoles.

Après avoir élaboré l'analyse SWOT référente à la ville de Fafe, nous pouvons conclure que celle-ci a été essentielle pour la réalisation de cette deuxième partie et qu'elle nous a permis de connaître et de comprendre comment fonctionne le tourisme dans la ville, et si ce secteur est vu comme un facteur de développement local. Nous pouvons donc passer au dernier point de cette deuxième, où nous aborderons les recommandations et les implications de notre étude de cas.

## **C/Recommandations et implications de l'étude de cas**

En ce qui concerne notre étude de cas, la ville de Fafe, il est important d'observer l'analyse qui a été faite autant au niveau des données secondaires comme au niveau de l'analyse SWOT, afin de pouvoir élaborer quelques recommandations et voir quelles sont les implications existantes à ce sujet.

Relativement à l'analyse de données secondaires sur l'évolution du tourisme à Fafe, entre 2008 et 2013, il nous a été possible de vérifier qu'il y a eu quelques fluctuations au niveau de la demande touristique au long de cette période de temps, ce qui nous a été possible d'observer à travers des données qui nous ont été fournies par la responsable de l'Entreprise Municipale du Tourisme, au sujet du parc de camping, localisé au Barrage de Queimadela et du nombre de nuitées enregistrées dans le Conseil.

L'année 2010 a été celle qui a enregistré un plus grand nombre de nuitées, autant au niveau du parc de camping comme au niveau des établissements hôteliers existants dans le Conseil, une fois qu'il y a eu cette année là le *Rallye Sprint* 2010. Le fait d'enregistrer ce nombre de nuitées si élevé seulement en 2010 vient prouver que la ville de Fafe appelle les touristes naturellement à travers des événements qui s'y réalisent et non pour y rester et visiter.

À ce niveau, il est important de créer une politique de marketing afin de promouvoir la ville de Fafe non seulement comme «la Salle de Visites du Minho» mais aussi comme une ville qui peut être et qui doit être visitée dû à sa richesse paysagère et du patrimoine, matérielle et immatérielle.

En ce qui concerne le CMA que chaque visiteur/touriste a eu, entre 2008 et 2013, à l'office de tourisme, nous avons remarqué un CMA plus élevé en 2011. Par rapport à ce point, il est important de noter que ce coût à avoir avec les visiteurs et les touristes qui ont cherché l'office de tourisme afin de faire des achats, comme c'est le cas des souvenirs.

Par rapport à ce point, il est important de faire référence au fait, qu'entre 2008 et 2013, la ville de Fafe a eu seulement 6071 visites à l'office de tourisme et la valeur totale d'achats a été, au long de ces années, d'environ 1417 euros. Ces données nous mènent à une situation très grave, une fois que cela veut dire qu'il y a eu très peu de visiteurs et

touristes à chercher la ville de Fafe pour profiter des ressources touristiques existantes. Encore une fois, la ville, plus exactement le Département Municipal du Tourisme montre, au long de cette période, un manque d'organisation et la Mairie un manque d'investissement dans le secteur du tourisme. La Mairie devrait trouver un moyen pour pouvoir aggrupper tous les responsables du secteur du tourisme, autant du secteur public comme du secteur privé, afin de trouver une solution pour que celui-ci devienne un facteur positif pour le développement local de la ville.

En ce qui concerne l'analyse de données secondaires, entre 2008 et 2013, les événements réalisés à Fafe, comme le *rallye Sprint*, le *Tour* du Portugal en vélo et les foires franches attirent des centaines de milliers de visiteurs à Fafe tous les ans. Cependant, les visiteurs viennent à Fafe pour voir et participer dans ces événements car ils savent, autant au niveau national comme au niveau international, les jours précis de la réalisation de chacun d'entre eux.

Malheureusement, ni le Département Municipal du Tourisme ni l'Entreprise Municipal du Tourisme n'ont encore eu l'idée de créer une stratégie pour convertir ces visiteurs en touristes, afin qu'ils profitent d'être dans la ville pour allonger leur séjour et connaître les richesses existantes à Fafe, autant au niveau culturel comme au niveau paysagiste.

Au niveau de la Mairie, nous savons, à travers de notre questionnaire, qu'il n'y a pas eu de grands investissements réalisés, d'une façon générale, pour le développement du tourisme à Fafe. Si la Mairie n'investit pas dans le secteur, il est normal que celui-ci ne soit pas considéré durable et qu'il n'y est pas de recettes à ce niveau.

Il est donc nécessaire que la Mairie investisse afin d'aider les agents touristiques du secteur privé et l'Entreprise Municipal du Tourisme à créer des activités touristiques en tout genre pour pouvoir promouvoir la ville de Fafe comme une destination touristique agréable pour réaliser un type de tourisme, qui peut être spécifique, comme c'est le cas du tourisme de nature, à travers de nombreuses activités à l'air libre comme c'est le cas de la réalisation de randonnées, déjà définies et existants, ainsi que la réalisation de sports nautiques au Barrage de Queimadela, comme par exemple le canoé-kayak, passé récemment à la télévision et qui a été pratiqué par des professionnels. Les responsables

pour la réalisation des sports nautiques au Barrage de Queimadela devraient penser dans la création d'un rafting artificiel, qui peut être réalisé sans avoir un coût très élevé.

Respectivement à l'analyse SWOT, les recommandations que l'on a l'intention de faire sont au niveau de la potentialité touristique à Fafe. En ce qui concerne le patrimoine vaste et diversifié existant à Fafe, plus précisément, le patrimoine rural, il existe une nécessité de préserver et conserver les ressources hydriques, une fois que celles-ci se trouvent très dégradées et il existe aussi une distorsion de la ruralité qui pourra être résolue à travers de l'authenticité.

Il existe un fort développement touristique, principalement au niveau du tourisme de nature car il existe un très varié patrimoine naturel mais la capacité hôtelière n'est pas toujours adaptée à la demande touristique. Il y a ici une nécessité de divulguer tous les logements hôteliers existants à Fafe, car il y a une grande variété de logements dans tous les milieux ruraux, comme c'est le cas du village du Pontido.

La Mairie ne peut pas laisser la richesse patrimoniale rurale se dégrader et se détruire, il faut qu'elle investisse dans sa conservation, afin d'attirer plus de touristes. Le même se succède avec l'archéologie existante à Fafe, comme c'est le cas du Castre de Saint Ovídio. Celui-ci se trouve en mauvais état, une fois qu'il n'existe pas d'investissement pour la reconstruction des monuments historiques, considérés d'intérêt touristique.

En ce qui concerne la richesse immatérielle, au niveau des traditions, des usages et des fêtes, la ville de Fafe a de grandes potentialités à ce niveau, vu que c'est une ville avec de très anciennes traditions et usages qui se maintiennent au long de son existence, comme c'est le cas du jeu du bâton, ainsi que les fêtes, comme par exemple les fêtes religieuses de Notre Dame d'Antime, qui se réalisent tous les ans le deuxième weekend du mois de juillet ou les foires franches, qui se réalisent aussi tous les ans, le 16 et 17 mai, sachant que le 16 mai est un jour férié municipal. Toutefois, pendant ces jours de fêtes, il y a un besoin de créer une politique de sensibilisation vis-à-vis des visiteurs et des participants, afin d'éviter des déséquilibres et des agressions paysagères et aussi afin d'éviter le manque de motivation sociale liée avec le temps actuel de crise.

Du point de vue du dynamisme culturel et de la forte potentialité d'attraction de congrès et d'événements, la Mairie doit aussi investir dans la divulgation et dans l'organisation de ces événements afin de pouvoir attirer un plus grand nombre de participants et

pouvoir les convertir en touristes. Cependant, il existe un manque de gestion et d'organisation des agents touristiques et du Département Municipal du Tourisme de la ville de Fafe.

Relativement à la réalisation d'évènements, à la promotion de projets singuliers, comme le *Tour* du Portugal en vélo, passant dans la ville de Fafe tous les ans, et y commençant une étape, en 2015; le *Rallye Sprint* 2015 et les Sports nautiques au Barrage de Queimadela, nous pouvons affirmer que ces évènements attirent des centaines de milliers de visiteurs à Fafe. En ce qui concerne le *Tour*, celui-ci a eu un coût d'environ 100 000 euros, en 2013, et a passer en *timeshare* à la télévision donc il y a eu de nombreuses personnes, au niveau national, qui ont entendu parler de la ville à ce moment là. Relativement au *Rallye Sprint*, il y déjà plusieurs visiteurs et participants qui passent au minimum une nuit pour pouvoir être présents au «grand jour». Au sujet des sports nautiques réalisés au Barrage de Queimadela, il y a eu, dernièrement, à la télévision un professionnel de canoé-kayak qui parlait du Barrage et qui disait que c'était un lieu très intéressant pour y pratiquer ce genre de sport nautique, ce qui peut être considéré un avantage pour la divulgation de la ville.

Cependant, la Mairie doit financier d'une fois pour toutes la promotion du tourisme dans la ville de Fafe et doit combattre la difficulté dans la fixation de visiteurs pour des périodes supérieures à un jour, en promouvant la consommation et les richesses de la ville.

Il existe à Fafe des équipements importants et qui révèlent une activité dynamique, comme par exemple, le Multi-usos qui peut être utilisé pour la réalisation d'évènements qui peuvent attirés non seulement la population locale comme des visiteurs venus d'autres villes et même d'autres pays et le Ciné-théâtre de Fafe qui a été récemment reconstruit permet de présenter des concerts et de passer des films anciens et actuels. Toutefois, la Mairie liée aux agents touristiques doivent combattre le manque de divulgation et de promotion de ces équipements afin d'attirer plus de touristes à Fafe. Il est vraiment nécessaire créer une politique de marketing appropriée au développement du secteur à Fafe.

Nous pouvons également vérifier à travers de l'interview réalisé au responsable du Département Municipal du Tourisme, Dr. Pompeu Martins, que la Mairie n'a aucune

idée de ce qui est le retour de leur propre investissement financier pour soutenir la réalisation de structures et d'événements touristique dans la ville de Fafe. Ce qui signifie que la Mairie ne doit pas être en train de faire une bonne gestion des fonds européens qui leur sont attribués pour investir dans le secteur du tourisme, car quel que soit l'investissement financier fait, il est souhaitable qu'il y ait des recettes pour que celui-ci devienne le plus viable possible.

Enfin, la ville de Fafe a un autre facteur en sa faveur, une fois qu'il existe une proximité à des villes avec une forte compétitivité et attraction touristique, comme par exemple, Porto et Guimarães. La ville de Porto a l'aéroport international Francisco Sá Carneiro et Guimarães, qui a été considéré, en 2012, Capitale Européenne de la Culture. La ville de Fafe doit faire en sorte qu'il n'y est plus ni de manque de gestion ni d'organisation, afin de communiquer avec ces villes et d'essayer de négocier la publicité de Fafe dans ces grandes métropoles, en faisant, par exemple, des partenariats avec les agents touristiques de Porto et de Guimarães.

Après avoir fait référence aux recommandations possibles de réaliser pour améliorer le secteur du tourisme à Fafe et afin de faire en sorte que celui-ci puisse être considéré un facteur de développement local dans les petites et moyennes villes et de voir quelles sont les implications possibles, nous pouvons conclure cette deuxième partie de notre investigation et passer donc à la conclusion.

## **Conclusions générales**

Après la réalisation de cette thèse, nous pouvons conclure, au niveau de la première partie, respective à une approche des concepts et lignes de recherche quant aux apports du tourisme et au développement local des petites et moyennes villes qu'il existe une grande variété de concepts non seulement importants pour la réalisation de notre investigation scientifique mais aussi pour le développement du secteur touristique.

Dans un premier point de cette première partie, nous avons décidé de faire une introduction des concepts liés au tourisme et nous avons donc abordé quelques thèmes considérés importants et qui ont été développés au long de ce travail scientifique, tout comme ceux de touristes, tourisms et loisirs, des voyages et des cultures et traditions.

Dans un deuxième point, nous avons trouvé pertinent de référencier la situation actuelle, qui a consisté dans l'analyse du sight-seing, étudiant l'offre et la demande touristique pour que, plus tard, nous ayons eu l'opportunité de les qualifiées dans notre étude de cas, ainsi comme le tourisme de nature qui a été évidencié plusieurs fois au long de cette investigation.

En ce qui concerne les approximations conceptuelles quant au développement local des petites et des moyennes villes, nous avons trouvé intéressant d'aborder les concepts liés à celles-ci ainsi que ceux qui disent respect au développement local, une fois que ce sont deux thèmes qui eux aussi ont été très importants pour la réalisation de notre étude de cas.

Relativement au cadre réglementaire dans lequel s'insère le développement local étudié, ceci dit le PENT, nous avons décidé de faire une approche à ce plan, étant donné que c'est un plan qui a été créé par le Ministère de l'Économie et du Tourisme, en 2006, et qui a comme principal objectif combattre la saisonnalité au Portugal, à travers de la création de dix produits stratégiques, répartis au niveau du Continent et des îles des Açores et de Madère. Il est aussi connu que ce plan a été basé sur l'importance de maintenir un tourisme durable au Portugal, en montrant ces produits stratégiques qui ont été considéré la base de la réussite de ce secteur. Celui-ci a été replannifié en 2012 et, en 2015, a été remplacé par un autre document aussi annalisé dans cette thèse, désigné de «PORTUGAL 2020», qui a repris quelques idées du PENT tout en les reformulant et en les tournant le plus viable possibles, afin de pouvoir les concrétiser.



Il est aussi important de rappeler que l'un des dix produits est le tourisme de nature, qui est un grand facteur de développement local à Fafe. Nous avons donc analysé son importance pour le Portugal et ses stratégies. Dans ce point, nous avons aussi abordé l'importance de trois documents considérés, dans l'actualité, des documents très importants pour le développement du tourisme au Portugal et dans la ville de Fafe. Nous avons également fait référence au Plan Municipal du Tourisme (PMT) de la ville de Fafe, afin de pouvoir comprendre d'une manière plus approfondie le point de vue politique vis-à-vis du secteur du tourisme.

Nous avons conclu la première partie avec l'élaboration d'un bilan de recherche qui consistait dans les tendances et les opportunités existantes dans l'actualité au niveau du secteur du tourisme.

En ce qui concerne la deuxième partie de notre investigation, relative aux effets et impacts des activités touristiques sur le développement local de la ville, nous l'avons décomposé en trois points. Dans le premier point, respectif à la ville de Fafe et son histoire, nous avons élaboré une analyse extensive au sujet de la culture, des traditions, de la gastronomie et de l'artisanat de la ville de Fafe.

Dans un deuxième point, nous avons réalisé un diagnostic socio-économique et culturel de la ville de Fafe, dans lequel nous avons élaboré une analyse de données sur l'évolution du tourisme, entre 2008 et 2015, à travers d'un questionnaire proposé à la responsable de l'Entreprise Municipal du Tourisme de Fafe et au responsable de la COFAFE, et à travers d'un entretien fait avec le responsable du Département Municipal du Tourisme de la Mairie de Fafe. Dans ce même point, nous avons aussi réalisé une analyse SWOT qui nous a permis d'analyser les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de la ville de Fafe. Pour élaborer cette analyse, nous avons dû aborder une analyse de contenu qui s'est concentrée sur plusieurs messages, comme les œuvres de littérature et les interviews, sachant que cette méthode d'investigation implique l'application de procès techniques relativement précis.

En ce qui concerne l'analyse SWOT, nous nous sommes basés sur le Plan Municipal du Tourisme, pour faire référence aux dynamiques urbaines et d'affaires, aux infrastructures et équipements, à la démographie, société et logement, à la biodiversité et occupation du sol, et, finalement, à la potentialité touristique. L'analyse SWOT nous

a permis de présenter d'une façon plus approfondie un diagnostic stratégique de notre étude de cas.

D'un côté, dans un contexte de territoire interne et en ce qui concerne les forces, celles-ci se sont référées aux valeurs positives du propre territoire qui contribuent pour leur distinction et qui devront être potenciées. Les faiblesses se sont reportées à leurs valeurs négatives qui déterminent la dégradation du territoire et qui devront être minimisées.

D'un autre côté, et dans un contexte de territoire externe, les opportunités ont correspondu à des facteurs externes qui pourront potentialiser les caractéristiques du propre territoire et qui devront être saisis. Les menaces se sont référées aux facteurs externes qui pourront contribuer pour la désagrégation de l'intégrité et des valeurs existantes et qui pour cette raison devront être contrariées.

Le dernier point de cette deuxième partie s'est référé aux recommandations que nous avons faites en ce qui concernait notre étude de cas, ainsi que les implications qui ont pu exister au long de ce dernier point.

Cependant, nous avons eu quelques limitations au long de notre investigation, au niveau de la première partie, vu que pour l'essentiel, les limites sont liées à la taille moyenne de la ville et à la faible quantité de références bibliographiques.

Au niveau de la partie pratique, il a souvent été difficile d'obtenir des réponses claires et exploitables à notre questionnaire, ce qui nous a amené à retravailler les réponses fournies concernant les nombres car nous avons eu comme réponse le total entre 2008 et 2015 et non le total par an. Nous avons donc dû faire une estimation pour avoir un résultat annuel.

Après tous ces aspects, nous pouvons affirmer que le système touristique peut être considéré comme un facteur de développement local dans les moyennes villes, à travers des attractifs existants, en particulier dans la ville de Fafe car nous avons uniquement besoin que la Mairie, dans ce cas, le Département Municipal du Tourisme, soit allié non seulement avec l'Entreprise Municipal du Tourisme mais aussi avec tous les agents touristiques et avec les professionnels du tourisme qui sont nombreux vis-à-vis de la dimension de la ville, afin de créer une politique de tourisme pour concevoir le développement touristique dans notre étude de cas.

Il ne faut surtout pas oublier de créer un département qui puisse s'occuper exclusivement de promouvoir le tourisme à travers d'une politique de marketing adéquate, vu que la ville de Fafe n'a pas du tout travaillé et parié dans ce secteur et qu'il faut absolument investir dans la publicité pour combattre le fait que cette ville soit recherchée à peine parce qu'il y a des événements qui sont de la connaissance de tous, autant au niveau national comme au niveau international, comme c'est le cas du Rallye *Sprint*, qui, au mois de mai, passera par Fafe, où il aura l'une des plus importantes étapes du parcours, ou du *Tour* du Portugal en vélo, qui, en 2015, a eu une étape qui a initié à Fafe et a passé en *timeshare* à la télévision.

Nous pouvons donc conclure qu'il y a là, dans cette thèse, la réponse au fait que la ville ne soit pas recherchée par rapport à sa richesse patrimoniale matérielle et immatérielle, dû au manque de divulgation et de promotion de la part de la Mairie, du Département Municipal du Tourisme et de l'Entreprise Municipal du Tourisme.

Il faut donc que tous les responsables politiques se groupent avec tous les professionnels de tourisme du secteur privé, afin de trouver une solution pour que la ville de Fafe passe à être connue non seulement par les événements qui s'y réalisent annuellement mais aussi et surtout par la richesse patrimoniale touristique qui y réside. Il faudra aussi sensibiliser la population locale pour que le touriste se sente comme chez lui, ce qui est très simple à faire au niveau du cas de la ville de Fafe. Donc, il faut créer une structure interne responsable pour le développement du secteur du tourisme qui fasse en sorte que ce secteur soit considéré un facteur de développement local dans les moyennes villes, comme c'est le cas de la ville de Fafe.

Il est encore important de préciser que ce travail est forcément incomplet car il faudrait beaucoup plus de temps et de participation directe avec la Mairie de Fafe pour pouvoir investir dans le secteur du tourisme afin que le système touristique soit considéré un facteur de développement local pour la ville à travers des attractifs qui y existent. Cependant, cette thèse fera l'objet de complément de recherche dans le domaine du développement local de la ville de Fafe, si la Mairie ainsi le prétend.

## Bibliographie

AFFELD, D. – Social aspects of the development of tourism. In *Planning and development of the tourist industry*. New York: United States, 1975, p.109. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

AIRAULT, R. – *De l'imprévu du voyage à l'usage du monde*. Paris: Psychiatrie française, Vol. 30, n°2, 1999, pp.20-28.

AMARO, C. – *Imagens de marca*. Mis en ligne en Novembre 2012. Consultable en <http://imagensdemarca.sapo.pt/emissoes/tv/turismo-tendencias-e-oportunidades>.

AMIROU, R. – *Imaginaire touristique et sociabilités de voyage*. Traduction de Francisco Dias. Porto: Estratégias Criativas, 1993, pp.119-125.

ANA – AEROPORTO DO PORTO – *Chegadas do número total de passageiros ao Aeroporto Internacional Francisco Sá Carneiro em companhias low-cost e não low-cost, entre 2008 e 2015*. Porto, 2016.

ANA – AEROPORTOS DE PORTUGAL – *Evolução do tráfego aéreo entre 2008 e 2009*. In *Confederação do Turismo Português*. Mise en ligne en Juin 2010. Consultable en <http://www.confederaçãoturismoportugues.pt/downloads/get/id/235>.

ANDERSON, B. – *Imagined Communities*. London: Verso, 1983.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DO AMBIENTE – *Roteiro Nacional de Baixo Carbono 2050*. Mis en ligne en Décembre 2012. Consultable en [https://www.apambiente.pt/zdata/destaques/2012/rnbc\\_completo\\_2050\\_v04.pdf](https://www.apambiente.pt/zdata/destaques/2012/rnbc_completo_2050_v04.pdf).

ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS SCIENTIFIQUES DU TOURISME – *Définition du tourisme*. Congrès de Palerme: Sicile, 1954.

AYDALOT, P. – *Milieus innovateurs en Europe*. Paris: GREMI, 1986, p.361.

BALIBAR, E. – *Is There a "Neo-racism"?* New York: Verso, 1991.

BARBIER, R. – *L'approche transversale, l'écoute sensible en sciences humaines*. Paris: Anthropos, 2004.

- Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal
- BARTH, F. – *Introducción en Los grupos étnicos y sus fronteras, Fondo de Cultura Económica*. México, 1976.
- BARTHES, R. – *Mythologies*. Paris: Seuil, 1957.
- BASTIDE, R. – *Introduction aux recherches sur l'interpénétration des civilisations*. Paris: Centre de Documentation universitaire, 1948.
- BASTIDE, R. – *Anthropologie appliquée*. Paris: Payot, 1971, p.232.
- BASTOS, D.; FERNANDES, J.P. – *Fafe – História, Memória e património*. Amarante: Converso – editores e livreiros, 2014, pp. 96 – 294.
- BATAILLOU, C. – Tourisme et authenticité. In *Actes du colloque, 3èmes Journées Académiques du Tourisme*. Marrakech: Éditions PUP, 2007.
- BECATTINI, G. – *Mercato e Forze locali, Il distretto industriale*. Bologna: Il Mulino, 1987.
- BELORGEY, J. M. – *La vraie vie est ailleurs: Histoire de ruptures avec l'Occident*. Paris: Lattès, 1989, pp.239-272.
- BELORGEY, J.M. – *Transfuges, Voyages, ruptures et métamorphoses : des occidentaux en quête d'autres mondes*. Paris: Éditions Autrement, n° 66, Octobre 2000, pp.10-13.
- BENKO, G., LIPIETZ, A. – *La richesse des régions: la nouvelle géographie socio-économique*. PUF, 2007, p.564.
- BERELSON, B. – *The Library's Public*. New York, 1949.
- BERGER; LUCKMANN – *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1968.
- BLASCO, D.; GUIA, J.; PRATS, LI.; SAEZ, M. – Clusters turísticos en Cataluña. Una propuesta de organización turística del territorio. In *Principales tendencias de investigación en turismo*, 2009. Ferrari, G.; Mondéjar, J.; Mondéjar, J. A.; Vargas, M. (eds.). Septem ediciones.

- Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: Le cas de Fafe au Portugal
- BLASCO, D.; GUIA, J.; PRATS, Ll. – La organización turística del territorio en la frontera. In *Teoria y Praxis*, 8, 2010, pp.9 – 23.
- BODSON, P.; STAFFORD, J. – *Le paradigme économique en tourisme*. Vol. 7, No. 3, 1988, pp. 3-5.
- BOUVIER, N. – *L'usage du monde*. Paris: Payot, 1992.
- BOYER, M. – *Le tourisme en France*. Paris: Editions EMS, 2003.
- BOYER, M. – *Le tourisme en l'an 2000*. Lyon: Presses universitaires de Lyon, 1999.
- BRETIN, H. – *Contraception: quel choix pour quelle vie? Récits de femmes paroles de médecins*. Paris: INSERM, 1992.
- BUHALIS, D. – Marketing the Competitive Destination of the Future. In *Tourism Management*. 2000, pp.97–116.
- CAMAGNI, R. – Attractivité et compétitivité: un binôme à repenser. In *Territoires 2030*. Mis en ligne en Septembre 2005. Consultable en [http://www.diact.gouv.fr/Datar\\_Site/\\$FILE/CAMAGNI2.pdf](http://www.diact.gouv.fr/Datar_Site/$FILE/CAMAGNI2.pdf).
- CAPELA, J.V. – *Fafe nas Memórias Paroquiais de 1758*. Fafe: Câmara Municipal de Fafe, 2001.
- CARATINI, S. – *Les non-dits de l'anthropologie*. Paris: PUF, 2004, p.35.
- CARNEIRO, R. – *Portugal 2020 – Antecipação das necessidades de qualificações e competências*. Faculdade de Ciências Humanas – Universidade Católica Portuguesa: Centro de estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa, 2011, pp. 124-127. Mis en ligne en Décembre 2011. Consultable en <http://www.poatfse.qren.pt/upload/docs/Diversos/ESTUDOS/Relat%C3%B3rio%20Final%20portugal%202020.pdf>.
- CARVALHO, A.M.R. – O Culto de Mitra e as sepulturas escavadas na rocha. In *ACAFE on-line*, n°2, 2009, p.2.
- CASTORIADIS, C. – *L'institution imaginaire de la société*. 1975.

CCDR-N – *NORTE 2020: Estratégia Regional de Especialização Inteligente*. Editora Gabinete de Marketing e Comunicação da CCDR-N, 2014, pp.11-136. Mis en ligne en Novembre 2014. Consultable en [http://www.2ccdr-n.pt/fotos/editor2/norte2020/2014-11-27\\_norte2020\\_ris3\\_gmc.pdf](http://www.2ccdr-n.pt/fotos/editor2/norte2020/2014-11-27_norte2020_ris3_gmc.pdf).

CCDR-N – *Indicadores demográficos*. Mis en ligne en Août 2014. Consultable en <http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/indicadores-regionais>.

CCDR-N – *NUTS III – Regulamento (UE) n° 868/2014 da Comissão, de 8 de Agosto de 2014*. Mis en ligne en Août 2014. Consultable en <http://www.ccdr-n.pt/regiao-norte/apresentacao>.

CCDR-N – *Programa Operacional Regional do Norte 2014-2020*. Porto, pp. 1-454. Mis en ligne en Janvier 2014. Consultable en [http://www.ccdr-n.pt/sites/default/files/ficheiros\\_ccdrn/po\\_norte2020.pdf](http://www.ccdr-n.pt/sites/default/files/ficheiros_ccdrn/po_norte2020.pdf).

CLIFFORD, J. – *Culturas viajeras en Itinerarios transculturales*. Barcelona: Gedisa, 1999.

COFAFE – *Investissement, nombre total d'expositeurs et nombre total de visiteurs entre 2011 et 2014*. Fafe, 2016.

COLLETIS, G. *et al.* – *Les Systèmes Industriels Localisées en Europe*. Grenoble: Université des sciences sociales, 1990, p.132.

COMISSÃO EUROPEIA – *EUROPA 2020: A estratégia europeia de crescimento*. Bruxelas: Phovoir, 2014, pp.3-12. Mis en ligne en 2014. Consultable en [http://ec.europa.eu/europa2020/index\\_pt.htm](http://ec.europa.eu/europa2020/index_pt.htm).

COMPTE SATELLITE DU TOURISME – *Recommandations concernant le cadre conceptuel*. 2008.

COOKE, P. – *Knowledge economies: clusters, learning and co-operative advantage*. London: Routledge, 2001, p.121.

CORREA, R. L. – *Globalização e reestruturação da rede urbana: uma notificação acerca das pequenas cidades*. In *Território*, Rio de Janeiro, n.6, 1999, pp.43-53.

CRACCOLICI, M.F.; NIJKAMP, P. – *Competition among Tourist Destination. An Application of Data Envelopment Analysis to Italian Provinces*. Tourism and Regional Development: New Pathways, Ashgate, Aldershot, UK, 2005.

CROUCH, G.; RITCHIE, B. – The Competitive Destination: A Sustainability Perspective. In *Tourism Management*, 2000, pp.1-7.

CRUZ, D. – *Marketing Digital Hotelaria: Já conhece as tendências do Turismo em Portugal para 2014*. Mis en ligne en Mars 2014. Consultable en <http://info.hotelbuzz.pt/blog-marketing-digital-hotelaria/ja-conhece-as-tendencias-do-turismo-em-portugal-para-2014>.

CUNHA, L. – *Introdução ao Turismo*. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo (2<sup>a</sup> edição), 2003, pp.15-23.

DACHEZ, R. – *Histoire de la Franc-maçonnerie Française*. Paris: Presses Universitaires de France, 2003.

DAMIANI, A. L. – As pequenas e médias cidades no processo da globalização. In *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: CLACSO, 2006, p.144. Mis en ligne en Novembre 2007. Consultable en <http://www.bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/08damiani.pdf>.

DAVID-NEEL, A. – *Le sortilège du mystère*. Éditions Plon, 1972.

DELLOITTE CONSULTORES – *Getting ready for the future? Present decisions future impacts*, Associação de Turismo de Lisboa – Plano Estratégico 2011-2014. Mis en ligne en Septembre 2010. Consultable en [http://www.visitlisboa.com/getdoc/2d96a472-47a7-408c-a606-977c0f7ab032/ATL-Plano\\_Estrategico-2011-2014.aspx](http://www.visitlisboa.com/getdoc/2d96a472-47a7-408c-a606-977c0f7ab032/ATL-Plano_Estrategico-2011-2014.aspx).

DIACT – *L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomérations et de pays. Les notes de l'Observatoire*, 2005. Mis en ligne en Avril 2005. Consultable en [http://www.projetdeterritoire.com/Documents/notes\\_obs/not\\_obs\\_attractiv\\_0405.pdf](http://www.projetdeterritoire.com/Documents/notes_obs/not_obs_attractiv_0405.pdf).

DUMAZEDIER, J. – *Révolution Culturelle du Temps libre et Pratiques Touristiques*. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques, 1988, pp.34 -78.



Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
DWYER, L.; KIM, C. – *Destination Competitiveness: A Model and Determinants*.  
*Current Issues in Tourism*, 2003.

ENRIGHT, M.J.; NEWTON, J. - Tourism Destination Competitiveness: a Quantitative Approach. In *Tourism Management*, 2004, pp.777-788.

ENTREPRISE MUNICIPAL DU TOURISME – *Réponses au questionnaire élaboré pour la réalisation de l'analyse de données secondaires*. Fafe, 2014.

ESPARRE, S. – Les pôles de compétitivité et le développement des petites villes: des bénéfiques partagés. In *Petites villes et développement économique: Stratégies, Projets, Outils*. Autun: APVF, 2005, pp.3-78.

ESTEVEVES, C.T. – *CTP critica metas da atual proposta de revisão do PENT*. In *PUBLITURIS*, 2013. Mis en ligne en Février 2013. Consultable en <http://www.publituris.pt/2013/02/05/ctp-critica-metas-da-atual-proposta-de-revisao-do-pent/>.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION – Destination Europe 2020 : A long-term strategy for Europe as a tourism destination. In *Destination Europe 2020*. Mis en ligne en Novembre 2013. Consultable en <http://www.etc-corporate.org/?page=destination-europe-2020>.

EUROSTAT – *Taux d'emploi – série EFT Taux d'emploi par sexe, âge et nationalité (%)*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ec.europa.eu/eurostat/data/database>.

EUROSTAT – *Emissões de Gás com Efeito de Estufa – GEE*. Mis en ligne en Mai 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

FORSMAN, M.; SOLITANDER, N. – *Network Knowledge versus cluster knowledge: the gordian knot of knowledge transfert concepts*. Working Paper 494: Swedish school of economics and business administration, 2003.

FUSTER, L.F. – *Teoria y técnica del turismo*. Mundo Científico: Série Turismo, 1967.

GARDNER, H. – *Les intelligences multiples*. Paris: Éditions Retz, 1996.

- Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal
- GOFFMAN, E. – *Asiles: étude sur la condition sociale des malades mentaux et autres  
reclus*. Paris: Éditions de Minuit, 1968.
- GOFFMAN, E. – *Les rites d'interaction*. Paris: Éditions de Minuit, 1974.
- GOVERNO DE PORTUGAL – *PORTUGAL 2020 – Acordo de parceria 2014-2020*.  
Lisboa, 2014, pp.75-315. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en  
[http://www.portugal.gov.pt/media/1489775/20140730%20Acordo%20Parceria%20UE.  
pdf](http://www.portugal.gov.pt/media/1489775/20140730%20Acordo%20Parceria%20UE.pdf).
- GRABURN, N.H.H. – *Tourism: the Sacred Journey, Hosts and Guests, the  
Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (Edition by  
Valene L. Smith), 1989, p.39.
- GRANAI, G. – *Techniques de l'enquête sociologique*. Paris: Presses Universitaires de  
France, 2008, pp.1-33.
- GREFFE, X. – *Le développement local*. Editions de l'Aube: DATAR, 2002, p.199.
- GUESNIER, B.; LEMIAGNAN, C.; MARCHAIS, J.L. – La galaxie des petites villes:  
Evolution démographique et socio-économique. In *Petites villes et développement  
économique: Stratégies, Projets, Outils*. Autun: Associations des Petites Villes de  
France (APVF), 2005, pp. 8-87.
- GUILLERMAZ, J. – *Une vie pour la Chine, Mémoires 1937-1989*. Paris: R.  
Laffont, 1989, p.27.
- GURVITCH, G. – *Traité de sociologie, tome premier*.  
Paris: Presses Universitaires de France, 1967, 3ème édition, pp. 135-151.
- HERCULANO, A. – *Portugalliae Monumenta Historica: o saeculo octavo post  
christum usque ad quintumdecimum*. Lisboa: Academia Scientiarum, 1867.
- HOBBSAWM, E. – *Inventer des traditions*. Enquête, 1995, pp.171 – 189. Mis en ligne  
en Juillet 2013. Consultable en <http://www.enquete.revues.org/319>.
- HOLLOWAY, J. C. – *The business of tourism*. London: Pitman, 1989, p.16.

HUNZIKER, W.; KRAPF, K. – *Plan d'étage de l'enseignement général tourisme [Aperçu de la théorie générale du tourisme]*. Séminaire sur la politique du tourisme et des transports à l'école de commerce St. Gallen 1. Zurich: Polygraphiques Verlag AG, 1942.

IEFP – *Taxa de emprego da população entre os 20 e os 64 anos em Fafe*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.iefp.pt>.

IFAP – *Desenvolvimento de atividades turísticas e de lazer*. In *PRODER (Programme de Développement Rural)*. Mis en ligne en Juillet 2015. Consultable en <http://www.proder.pt/conteudo.aspx?menuid=2107>.

INSTITUTO DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DAS FLORESTAS – *Áreas Protegidas da RNAP e respetivo diploma de criação*. Mis en ligne en Février 2015. Consultable en <http://www.icnf.pt/portal/ap>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Taxa de escolaridade do nível de ensino superior da população residente entre os 30 e 34 anos*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ine.pt>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Taxa de emprego da população entre os 20 e os 64 anos na Região Norte*. Mis en ligne en Février 2016. Consultable en <https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Peso do investimento em I&D no PIB em 2013*. Mis en ligne en Décembre 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Taxa de abandono escolar – CENSOS 2011*. Mis en ligne en Aout 2015. Consultable en <https://www.ine.pt>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Taxa de escolarização no ensino superior*. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en <https://www.ine.pt>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Registo nacional dos agentes de animação turística: terceiro trimestre 2012*. Mis en ligne en Octobre 2012. Consultable en <http://www.ine.pt>.

- Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Recenseamento da cidade de Fafe em 2011*. Mis en ligne en Février 2012. Consultable en <http://www.ine.pt>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Estatísticas do Turismo 2010*. In *INE*. Mis en ligne en Mai 2010. Consultable en <http://www.ine.pt>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – *Conta Satélite do Turismo*. Mis en ligne en Mars 2013. Consultable en <http://www.ine.pt>.
- INVICTA – *Porto eleito melhor cidade europeia em 2014*. Mis en ligne en Février 2014. Consultable en <http://www.noticiasominuto.com/pais/173851/porto-eleito-melhor-destino-europeu-para-2014>.
- INVICTA – *Relatório de estudo sobre a Satisfação dos turistas em 2014*. Mis en ligne en Mars 2014. Consultable en <http://info.hotelbuzz.pt/blog-marketing-digital-hotelaria/ja-conhece-as-tendencias-do-turismo-em-portugal-para-2014>.
- IOANNIDES, D.; DEBBAGE, K. – Post-Fordism and flexibility: the travel industry polyglot. In *Tourism Management*, Vol. 18, N° 4, 1997, pp. 229-241.
- KINSEY, A. G. – *Le comportement sexuel de l'homme*. Paris: Traditions franches, 1948, I<sup>ère</sup> partie, chapitre II.
- LAPLANTINE, F. – *Anthropologie de la maladie: Etude ethnologique des systèmes de représentations étiologiques et thérapeutiques dans les sociétés contemporaines*. Paris: Payot, 1998, p.15.
- LAURENT, A. – *Libérez les vacances?* Seuil: Paris, 1973.
- LEWIS, G. – *The peasantry, Rural Change and Conservative Agrarianism. Lower Austria at the Turn of the Century*. Past and Present, 1978, pp.119-143.
- LIMA, E. – *Rally Sprint e Volta a Portugal*. In *Notícias de Fafe*. Fafe, 2016.
- LLOYD, A.L. – *Folk song in England [1967]*. London: Lawrence and Wishart, 1969, pp.134-138.
- MACCANNELL, D. – *Staged Authenticity in The Tourist. A new Theory of a leisure class*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press, 1976.

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
MACCANNELL, D. – *Turismo e identidade cultural*, in TODOROV et al., *Cruce de  
culturas y mestizaje cultural*. Barcelona: Júcar, 1988.

MAILLART, E. – *Des Monts célestes aux sables rouges*. Paris: Editions Bernard  
Grasset, 1934.

MAIRIE DE FAFE – *Investissement, nombre total d'expositeurs et nombre total de  
visiteurs en 2015*. Fafe, 2016.

MAIRIE DE FAFE – L'artisanat typique de Fafe. Mis en ligne en Juin 2014.  
Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *La gastronomie typique de Fafe*. Mis en ligne en Juin 2014.  
Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – La légende de Fafe. In *Descubra Fafe, turismo acessível*, 2014,  
pp.5-77. Mis en ligne en Septembre 2014. Consultable en [http://static.cm-  
fafe.pt/camara-municipal-de-fafe/52/146318/revista-web-final.pdf](http://static.cm-fafe.pt/camara-municipal-de-fafe/52/146318/revista-web-final.pdf).

MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe*. Mis en ligne en Septembre 2014. Consultable en  
<http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe actuellement*. Mis en ligne en mars 2014.  
Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *La ville de Fafe auparavant*. Mis en ligne en Février 2014.  
Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *Localisation géographique de Fafe*. Mis en ligne en Janvier 2014.  
Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *Photo de la statue de la justice de Fafe*, 2014. Mis en ligne en  
Novembre 2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *Photos de la ville de Fafe auparavant*. Mis en ligne en Février  
2014. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MAIRIE DE FAFE – *Plan Municipal de Tourisme de la ville de Fafe*. Mis en ligne en  
Décembre 2013. Consultable en <http://www.cm-fafe.pt>.

MALAURIE, J. – *Derniers rois de Thulé*. Collection Terre Humaine: Éditions Plon, 1955.

MARCELLINO, N.C. – *Políticas Públicas Setoriais de Lazer*. Campinas: Autores associados, 1996, pp.30-46.

MARSHALL, A. – *Principles of economics*. An Introductory volume, Book 4, Chapter 10, 1890. Mis en ligne en Septembre 2003. Consultable en <http://www.socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/prin/index.html>.

MCINTOSH *et al.* – *Tourism Principales, Practices, Philosophies*. Wiley, 1995, pp.263-271.

MCKEAN, P.F. – *Tourism, culture change and culture conservation in Bali*. La Haye, 1977, pp.93-94. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.

MICHAEL, E. – Tourism micro-clusters. In *Tourism Economics*, vol 9, 2003, pp.133-145.

MICHEL, F. – *Désirs d'Ailleurs: Essai d'anthropologie des voyages*. Québec: Presses de L'UNI Laval, 2004, pp.1-11.

MIDDLETON, T.C.V. – *Marketing in Travel and Tourism*. Global Tourism: Butterworth-Heinemann (2<sup>nd</sup> edition), 1996.

MILANI, C. – Théories du Capital Social e du Développement Local: Leçons à partir de l'expérience de Pintadas. In *Capital social, participation politique et développement local: auteurs de la société civile et politique du développement local dans la Bahia*. Bahia, Brésil: École de l'Administration de l'UFBA, 2005.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA, DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO (MEID) – Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o desenvolvimento do turismo em Portugal. In *Turismo de Portugal, IP*. Lisboa: Pré&Press, 2008, pp.1-7.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA, DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO (MEID) – Plano Estratégico Nacional do Turismo: Proposta para revisão no horizonte 2015. In *Turismo de Portugal*. Lisboa: Pré&Press, 2011, pp. 5-52.

MONJARDINO, I. – Indicadores de Sustentabilidade do Turismo nos Açores: o papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao Turismo na Região. In *15.º Congresso da APDR – Redes de Desenvolvimento Regional*. Cabo Verde: Praia, 2009, pp. 1-34.

MONTEIRO, M. – Fafe dos “Brasileiros” (1860-1930). In *Perspetiva Histórica e Patrimonial*. Fafe: Empresa do Diário do Minho, 2004, pp.19-33.

MORAND, P. – *Le voyage, Monaco*. Ed. du Rocher, 1994, p.62.

MORIN, E. – Pour une politique de l’homme. Paris: Seuil, 1965, pp.241-252.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des dynamiques urbaines et d’affaires*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des dynamiques urbaines et d’affaires*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau des infrastructures et des équipements*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau des infrastructures et des équipements*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la démographie, société et logement*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la démographie, société et logement*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la biodiversité et occupation du sol*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la biodiversité et occupation du sol*. Porto, 2015.

MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les forces et les faiblesses au niveau de la potentialité touristique*. Porto, 2015.

- Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal
- MOTA, C. – *Analyse SWOT de la ville de Fafe: les opportunités et les menaces au niveau de la potentialité touristique*. Porto, 2015.
- MURPHY, P.E. – *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen, 1984. In *Voyages: raisons et pratiques*, PUP, 2007.
- OCDE – Tourism, globalization, social externalities and domestic welfare. In *Research in International Business and Finance*, vol. 18, 2006, pp.141-149.
- OMT – *Introducción al Turismo*. Series Mundiales: Mundo, 1993, pp.2-3.
- OMT – *Recommandations sur les statistiques du tourisme*. Département de l'information économique et sociale et de l'analyse des politiques, Division de statistique, Etudes statistiques Série M N° 83 (Rev-1.0). New York: Nations Unis, 1994, p.9.
- ORTIZ, R. – *Le voyage, le populaire et l'autre*. Paris: L'Harmattan, 1996, pp.71-85.
- PACAUD, C. – *Ni d'ici, ni d'ailleurs? Analyse du processus de construction sociale de l'apatridie*. Les cahiers du CERIEP, n°4. Rennes: Éditions EDERIEM, Mars 1999.
- PEARCE, D. – Spatial patterns of package tourism in Europe. In *Annals of Tourism Research*, 1987.
- PECQUEUR, B. – *Le développement local*. Syros: Alternatives Economiques, 2000, p.132.
- PERROUX, F. – *L'économie du XXème siècle*. Paris: PUF, 1961, pp.307-320.
- PITTE, J.R. – *Géographie culturelle*. Paris: Fayard, 2006.
- PORTER, M. – *Clusters and competition: new agenda for companies, governments and Institutions*. Boston: Harvard Business Review Press, 1998, p.78.
- PUREN, C. – *Élaborer sa problématique de recherche*. Mis en ligne en Janvier 2013. Disponible en [www.christianpuren.com/cours-méthodologie-de-la-recherche-en-dlc/chapitre-4-élaborer-sa-problématique-de-recherche/](http://www.christianpuren.com/cours-méthodologie-de-la-recherche-en-dlc/chapitre-4-élaborer-sa-problématique-de-recherche/).



RANGER, T. – *The invention of Tradition Revisited. The Case of Colonial Africa*. London: Macmillan, 1993, pp.73-109.

REMOALDO, P.; RIBEIRO, J.; VAREIRO, L.; MOTA, M.– *Planning considerations about tourism in the Minho-Lima region (Northwest of Portugal)*. In PARIKSHAT SINGH MANHAS – *Sustainable and responsible Tourism: Trends, Practices and Cases*. New Delhi: Prentice Hall India, 2012, pp. 108–123.

ROCHER, G. – *La fin d'une religion? Monographie d'une paroisse canadienne-française*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal, 1969, p.88.

ROETHLISHBERGER, F. J.; DICKSON W. J – *Management and Worker*. Cambridge: Mass, 1939.

RTP NOTÍCIAS – *Risco de pobreza e de exclusão social aumentou em 2014*. Mis en ligne en Avril 2015. Consultable en [http://www.rtp.pt/noticias/pais/risco-de-pobreza-e-exclusao-social-aumentou-em-2014\\_n822429](http://www.rtp.pt/noticias/pais/risco-de-pobreza-e-exclusao-social-aumentou-em-2014_n822429).

SÁ DA COSTA, A. – *Balanço das renováveis em 2016*. Mis en ligne en Janvier 2016. Consultable en <https://www.ambienteonline.pt/canal/detalhe/colunista-antonio-sa-da-costa-energias-renovaveis-janeiro-2016>.

SAUVY, A. – *L'opinion publique*. Paris, 1956, p.41.

SANTOS, C.; CABRAL, M. – *Guia para o investidor em turismo de natureza*. Bensafrim: Edition Vicentina – Associação para o desenvolvimento do Sudoeste, 2005, pp.10-105.

SANTOS, M. – *O urbanismo brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 1993, p.57.

SMITH, V.L. – *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (Edition by Valene L. Smith), 1989, p.143.

STOPPA, E.A. – *Empresa – A questão do lazer dos profissionais do lazer*. Campinas: Papirus, 1999, pp.163-175.

SUTTON, W. A. – *Travel and understanding: notes on the social structure of touring*. In *International Journal of Comparative Sociology*, 8, 1967.

TEISSERENC, P. – *Les politiques de développement local*. Paris: Économica, 2002, p.231.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT – EIU global forecast - US weakness drags down global growth. In *The Economist Intelligence Unit*. Mis en ligne en Juillet 2014. Consultable en <http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=1992024983&Country=Portugal&topic=Economy&subtopic=Forecast>.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT – Domestic demand colapses in the second quarter. In *The Economist Intelligence Unit*. Mis en ligne en Septembre 2012. Consultable en <http://country.eiu.com/Portugal/ArticleList/Analysis/Economy>.

THEOBALD, F.W. – *The meaning, scope and measurement of Travel and Tourism*. Global Tourism: Butterworth-Heinemann (2<sup>nd</sup> edition), 1998.

TOURISME DU PORTUGAL - *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. 2007, pp.1-7. Mis en ligne en 2007. Consultable en: <http://www.turismodeportugal.pt>.

TOURISME DU PORTUGAL - *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Propostas para revisão no horizonte 2015 – versão 2.0*. Mis en ligne en 2011. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt>.

TOURISME DU PORTUGAL – *Plano Estratégico Nacional do Turismo Horizonte 2013-2015: Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2015*. 2013, pp.1-70. Mis en ligne en Décembre 2013. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt>.

TOURISME DU PORTUGAL – *TURISMO 2020: Plano de ação para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Guimarães: Turismo de Portugal, 2015, pp. 12-38. Mis en ligne en Avril 2015. Consultable en <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/apresentacoes/Documents/Turismo-2020-Norte.pdf>.

TOURISME DU PORTUGAL – *Turismo de natureza*. Mis en ligne en Mai 2013. Consultable en <http://www.icnf.pt/portal/turnatur/tn>.

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
TOURISME DU PORTUGAL – *Três tendências fundamentais no setor de turismo*. Mis  
en ligne en Décembre 2013. Consultable en  
<http://www.ambitur.pt/site/news.asp?news=29036>.

UNESCO – *Intangible heritage domains in the 2003 Convention*. UNESCO, 2003:  
article 2.

UNIVERSITÉ D'AVIGNON – *Méthodologie de la recherche documentaire: principes  
clés*. Avignon, 2013, pp. 1-40. Mis en ligne en Août 2013. Consultable en  
[http://bu.univ-avignon.fr/wp-content/uploads/2013/08/Methodo\\_documentaire.pdf](http://bu.univ-avignon.fr/wp-content/uploads/2013/08/Methodo_documentaire.pdf).

URBAIN, J.D. – *L'idiot du voyage, Histoire de touriste*. Paris: Collection Petite  
bibliothèque Payot, 2002.

URRY, J. – Tourism, travel and the modern subject. In *Book Tourism, travel and the  
modern subject*, London: Routledge, 1994, pp. 141-151.

VAN GENNEP, A. – *Les rites de passage*. Paris: Picard, 1981.

WORLD TRAVEL AWARDS – *Lisboa eleita Melhor cidade europeia para o produto  
«City Break» para escapadelas*. Mis en ligne en Septembre 2013. Consultable en  
<http://expresso.sapo.pt/lisboa-eleita-melhor-cidade-europeia-para-escapadelas=f828491>.

WORLD TRAVEL AWARDS – *Algarve eleito melhor destino de praia*. Mis en ligne  
en Août 2013. Consultable en [http://www.oceanicogolf.com/pt/noticias/portugal-wins-  
europes-leading-beach-destination-at-wta.html](http://www.oceanicogolf.com/pt/noticias/portugal-wins-europes-leading-beach-destination-at-wta.html).

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL – *Travel and Tourism: A new economic  
perspective*. WTTC Report: Research Edition, 1993.

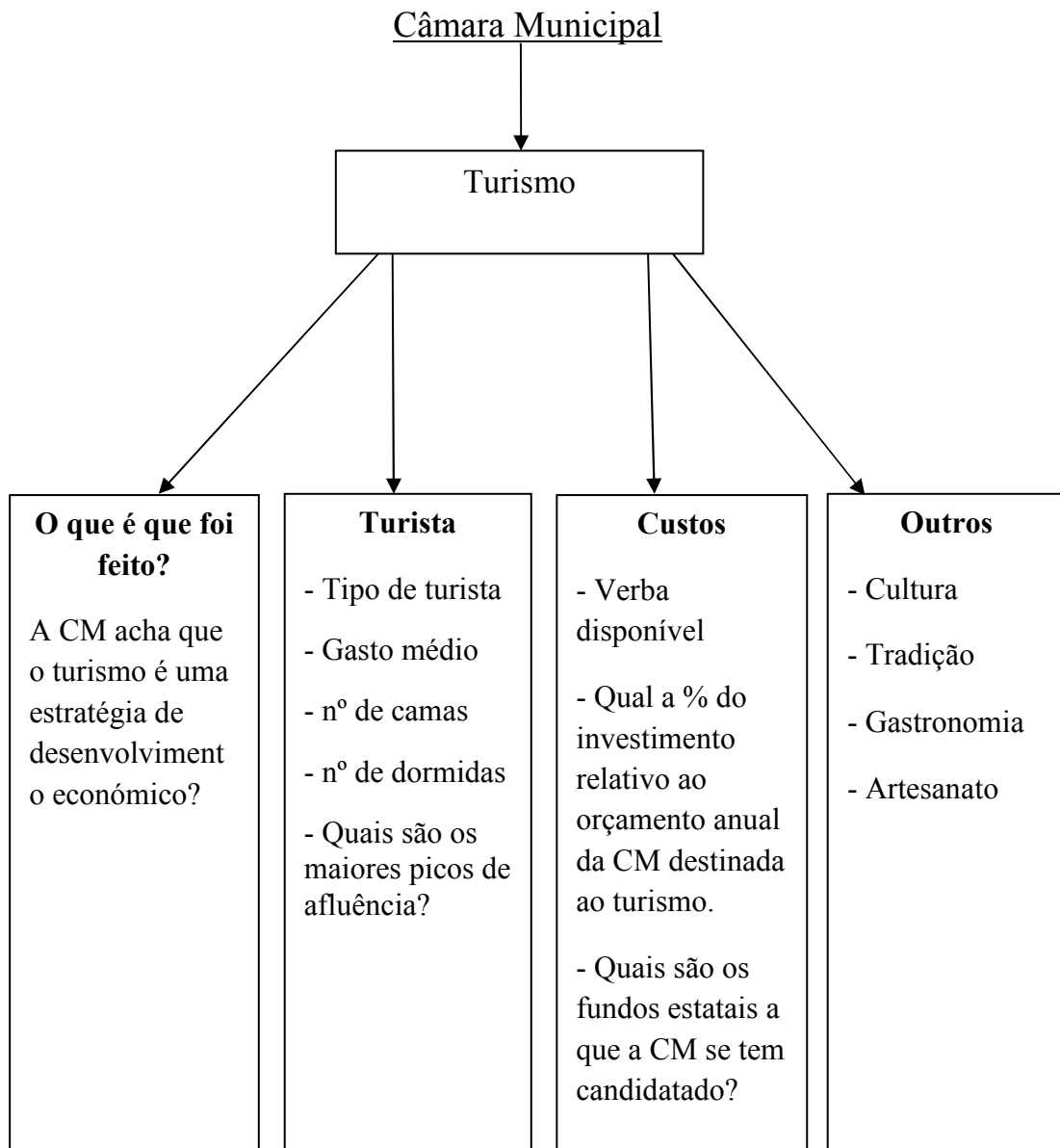
## **Annexes**

Annexe I – Entretien (guide d’entretien et réponses)

Annexe II – Questionnaire et réponses

Annexe III – Tourisme de nature selon le PENT

**Annexe I – Guide d’entretien et réponses**



## **1 – O turismo é considerado como estratégia de desenvolvimento económico?**

Naturalmente que sim. A Câmara Municipal ao longo deste período de 2008 até agora fez um esforço para concluir as grandes obras em termos de infraestruturas que estão disponíveis e caracterizam a dinâmica de atividade concelhia em diversas áreas, algumas das quais mais simpáticas, a atividade turística, sala de espetáculos, como a do Cine-teatro de Fafe, o pavilhão Multi-usos, a requalificação da Barragem de Queimadela.

Há todo um processo de regeneração urbana que a Câmara Municipal teve na cidade mas depois também ao Norte do Concelho para a recuperação de aldeias tradicionais, com investimento público e investimento privado. Quanto ao investimento privado, o Dr. Pompeu Martins refere-se ao aldeamento do Pontido que é um fator bastante atrativo, sendo ele junto à Barragem de Queimadela.

Como alguns dos investimentos privados com apoios públicos: o Pontido, o novo conjunto habitacional existente em Regadas, com casas praticamente a inaugurar, a Casa de Docim, recentemente inaugurada, e a Casa da Lapa de Cima também.

Há um conjunto de estruturas privadas que se candidataram a fundos públicos e que hoje fazem com que Fafe tenha uma oferta bastante interessante sob o ponto de vista turístico.

## **2 – O que é que a Câmara Municipal pretende sob o ponto de vista do desenvolvimento estratégico?**

É, em primeiro lugar, que tenhamos um turismo que seja socialmente integrador, ou seja, que consiga unir as diferentes forças que constituem digamos a energia que Fafe tem em diversas áreas e colocá-la ao serviço de atividades turísticas de uma forma coerente e sustentada.

Fafe tem infraestruturas disponíveis, públicas, privadas e associações (pessoas a título individual) que desenvolvam uma série de atividades, como por exemplo: artes, espetáculos e restauração. Convém que haja aqui uma ligação entre todas elas para que Fafe possa oferecer um produto. Fafe já começa a ter algumas atividades que por si vão trazendo turistas ao Concelho.

O Dr. Pompeu Martins referiu algumas destas atividades, sendo estas:

- Os caminhos pedestres, que os restauradores da Granja têm vindo a organizarem ao longo destes anos. São pessoas que vão e que passam lá o dia para realizar todos estes caminhos.
- Os diferentes rallies, estando no topo o rally de Portugal, com as provas *Sprint*, que foram feitas e que trazem inúmeras pessoas. Sabendo que se vai realizar o rally de 2015 em Portugal e em Fafe.
- Festivais de Verão: os ecos da Montanha vieram à Fafe em 2014 e trouxeram agragados a si três dias com um número de pessoas vindas de fora que passaram a conhecer o Concelho.
- Associações que trabalham em áreas que têm expressão, como por exemplo: a NATURJIPE, que na área de pessoas que gostam de todo-o-terreno e que fazem de forma sustentável, no sentido de não prejudicar o Meio Ambiente, porque às vezes existe todo-o-terreno que prejudica o Meio Ambiente mas não é o caso desta associação.
- A Câmara Municipal está a pagar à algumas instituições que têm expressão nacional e mantêm os públicos-alvos de terceiros para que possam desenvolver atividades com o apoio da Câmara Municipal de Fafe e que chamem estes públicos-alvos por segmentos para que possam ir visitar o Concelho.

Se a Câmara Municipal colocar todas estas forças, alguns exemplos anteriormente referidos, se forem organizados na forma como as forças atuam no ponto de vista nacional, sabendo quais são os parceiros nacionais, se todas puxarem um bocadinho em diferentes segmentos, a Câmara Municipal vai obter uma resposta, sob o ponto de vista da ocupação de equipamentos e do comércio forte.

Quando há um constrangimento natural por não haver praia, temos que perceber que existem outras dinâmicas igualmente atrativas e Fafe tem de facto paisagens de montanha muito interessantes. Tem um património também por descobrir e depois tem esta força da própria população, que quase que não se apercebendo, podem ser agentes de desenvolvimento turístico interessantes que nem só os agentes clássicos do turismo são importantes para o desenvolvimento turístico, também a população local é um fator muito importante.

Esta associação dos jipes é sob a execução não só de pessoas ligadas ao turismo mas também com os agentes ao nível nacional.

Quanto aos restauradores da Granja quando fazem os percursos pedestres e há pelo país fora já pessoas que gostam de fazer este tipo de percursos são naturalmente agentes turísticos que gostam disto por natureza.

Quando os ranchos folclóricos fazem os festivais convidam outros a vir ao Concelho também são agentes turísticos.

A Câmara Municipal está a pensar muito no Concelho para poder desenvolver e está a fazer uma grande aposta também para animar o Centro da Cidade, o que não foi estratégia há alguns anos atrás.

As festas da Cidade foram um grande sucesso a este nível porque há muitos anos, as festas não estavam no Centro e as pessoas não gostavam e o que se deve então fazer é promover o Centro não só para os fafenses mas também para as pessoas que vêm de fora e podem vir a Fafe para passar bons momentos, enfim tentar seguir esta lógica de contaminação, no bom sentido da palavra, tudo o que em Fafe se passa flua em termos nacionais e em termos internacionais.

O rally de Portugal é exatamente um evento de interesse internacional e, portanto, a volta a Portugal de bicicleta, enfim há uma série de eventos, algumas finais de taças de Portugal que têm ocorrido em Fafe, finais de festivais de patinagem artística. Temos aqui uma série de condicionantes que contribuem para que as visitas à Fafe aumentem.

Agora o que é preciso garantir é aproveitar estes momentos e fazer com que haja algo que marque os visitantes, ou seja, alguém que venha ver o festival de patinagem que aproveite para ver o que existe em Fafe e para que os agentes turísticos tenham uma resposta suficiente para a realização de um programa alternativo, algo que se possa fazer para conhecer Fafe e ficar com vontade de lá voltar novamente, para que em família, possam usufruir do Concelho.



### **3 – Divulgação acerca de Fafe (Propaganda/ publicidade/ marketing)?**

A montra que falta fazer é não haver divulgação? A Câmara Municipal tem estado num projeto de divulgação, tendo sido lançada recentemente uma primeira revista de turismo em Fafe, designada de *Turismo Apetecível*.

Segundo o Dr. Pompeu Martins, a Câmara Municipal fez um esforço para se diferenciar em termos da oferta turística mas têm de criar uma campanha já com algum sucesso ao nível das acessibilidades locais.

Fafe, ao longo dos anos, foi sempre conhecida como tendo uma boa mobilidade (tendo recebido bandeira de ouro e bandeira de prata) para que pessoas com dificuldades, em termos de mobilidade tivessem acessos a equipamentos e as próprias ruas da cidade, com rampas estão acessíveis. Fizeram exatamente o mesmo com as infraestruturas do turismo.

A Barragem de Queimadela teve recentemente a bandeira de praia acessível. Há um conjunto de pessoas no país que procura destinos que sejam apetecíveis. Por exemplo, uma família que tenha alguns membros numa cadeira de rodas procura ir para um destino que seja apetecível e que tem boas condições para toda a família.

Há um nicho de mercado em que a Câmara Municipal está também a tentar abarcar que tem a ver exatamente com a mobilidade. A revista mostra estes sítios, todas as potencialidades que o Concelho tem, as ofertas (preços, lugares), toda a informação com fotografias dos equipamentos, restaurantes (preços médios, pratos). Há outra linha que vai afetar o turismo que é a informação acerca do Concelho. Fafe teve mais divulgação televisiva ao longo destes seis meses do que ao longo destes últimos quatro anos.

Há eventos que parecem que não se ligam diretamente ao turismo mas têm influência nisto, o “preço certo” que se realizou no pavilhão Multi-usos já passou duas vezes em horário nobre na RTP1. Segundo o Dr. Pompeu Martins, é uma mais-valia para o Concelho, pois o nome de Fafe passa a ser ouvido na televisão.

A volta a Portugal – a grande partida da prova foi em fafe em 2014, quando normalmente inicia em Lisboa ou em Viseu ou ainda em Castelo Branco. Traz

programas de televisão bastante demorados e aí sim já promovem o Concelho e as ofertas que Fafe tem.

Ao nível das redes sociais, já tem uma divulgação muito mais agressiva (no bom sentido) que incentiva, tal como o Facebook que divulga tudo o que se passa em Fafe.

Para que haja divulgação, é necessário que as pessoas de Fafe estejam preparadas para dar uma resposta organizada e estas só se preparam dentro dos seus segmentos e é necessário que haja uma junção de todos estes atrativos. Por vezes, não é fácil porque mexe com as pessoas e a sua forma rotineira de fazer as coisas. Como por exemplo: se eu tenho um grupo de concertinas, eu estou habituado a fazer festivais de concertinas, nunca se pensa como um grupo de concertinas pode estar ligado a uma casa de turismo, à um restaurante ou à uma tasquinha e que pode estar ligado a um grupo que pede um evento mais popular e que, de repente, aparece junto ao património, como este exemplo existem outros. O que é necessário reter é que todos juntos podem satisfazer ainda mais as vontades e desejos dos turistas.

#### **4 – Quais são os picos de sazonalidade em Fafe?**

Os picos de sazonalidade em Fafe são o Verão, as festas da Nossa Senhora de Antime, as Feiras Francas, o Rally, a Volta a Portugal e as finais de Patinagem e de Andebol.

As pessoas já procuram Fafe pelas modalidades aí existentes e que aí decorrem e não como destino turístico.

Aqui seria interessante estudar até que ponto é que Fafe está a ser atrativa como destino turístico. Saber se as festas e os outros eventos são também procurados pela riqueza turística existente em Fafe ou simplesmente pela sua realização.

#### **5 – Quais são os fundos estatais a que a Câmara Municipal se tem candidatado?**

O que tem acontecido mais do que a Câmara Municipal tem socorrido-se de diversos fundos comunitários para a reestruturação urbana, a construção de equipamentos e os meios de comunicação que tem uma consequência para o turismo.

Depois, a especificidade de investimento em infraestruturas que estão ligadas ao turismo têm sido feitos por privados que se têm candidatado a fundos comunitários para o efeito e tem-se tido aí uma inserção muito interessante.

Segundo o Dr. Pompeu Martins, quem seria capaz de dar dados mais concretos a este respeito seria a Sol do Ave, uma vez que tem sido a entidade que faz a gestão destes fundos ligados ao turismo poderia dar números exatos sobre esta matéria. Poder-se-ia utilizar no estudo quanto é que foi investido em Fafe em infraestruturas e projetos que favorecem o turismo, nomeadamente o número de camas.

## **Annexe II – Questionnaire et réponses**

### **1 – Qual tem sido a verba, entre 2008 e 2015, disponibilizada para o desenvolvimento do turismo em Fafe?**

A verba, entre 2008 e 2013, disponibilizada para a gestão e promoção dos equipamentos municipais e ainda para a organização de eventos foi de 2 630 000 euros. Entre 2014 e 2015, houve um investimento de cerca 1 060 000 euros.

### **2 – Desta verba cedida (para o desenvolvimento do turismo), qual foi o investimento em Publicidade e propaganda entre 2008 e 2015?**

Entre 2008 e 2015, o valor foi aplicado pontualmente em conformidade com as necessidades dos eventos e equipamentos.

### **3 – Qual o investimento que a CM teve, entre 2008 e 2015, com as Feiras Francas? Qual foi o número de expositores e qual foi o número de visitantes entre 2011 e 2015 nas Feiras Francas?**

A verba, entre 2008 e 2011, disponibilizada à COFAFE, foi de 45 000 euros. Desde 2011 até 2015, observaram-se os seguintes dados relativos ao investimento, ao número total de expositores e ao número total de visitantes nas Feiras Francas:

- 2011: 45 000€; 74 expositores; 28 000 visitantes
- 2012: 67 000€; 82 expositores; 32 000 visitantes
- 2013: 80 000€; 93 expositores; 30 000 visitantes
- 2014: 85 000€; 86 expositores; 36 000 visitantes
- 2015: 75 000€; 73 expositores; 27 000 visitantes

### **4 – Qual foi o gasto médio de cada visitante, entre 2008 e 2015, nas Feiras Francas?**

Não se aplica, pois a Entidade Gestora do Evento foi a COFAFE. Esta pergunta não pode ser considerada viável uma vez que não é possível saber qual o gasto médio de cada visitante. A única despesa dos visitantes que podemos analisar foram os 0,50 euros que estes pagaram para ter acesso aos expositores, entre 2008 e 2014, pois, em 2015, a entidade responsável pela organização deste evento foi a Empresa Municipal do

Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal  
Turismo e esta não pode cobrar entradas, pois trata-se de uma entidade sem fins  
lucrativos.

**5 – Qual é o lucro que a CM teve, entre 2008 e 2015, com as Feiras Francas?**

Não se aplica entre 2008 e 2014, pois a Entidade Gestora do Evento foi a COFAFE, cujo responsável, Dr. Teixeira Alves, nos respondeu que o saldo foi muito positivo, no entanto, não avançou valores quantitativos. Em 2015, sendo o evento da responsabilidade da Empresa Municipal de Turismo e sendo esta uma entidade sem fins lucrativos, constata-se que não houve lucro.

**6 – Qual o investimento que a CM teve, entre 2008 e 2015, com o Parque de Campismo e com a Barragem de Queimadela?**

Não se aplica. Os investimentos do Município não são planeados e organizados de forma isolada.

**7 – Relativamente ao Parque de Campismo e à Barragem de Queimadela, qual foi a procura turística assim como o gasto médio diário dos turistas/receitas neste mesmo período?**

Relativamente ao Parque de Campismo, a Entidade Gestora tem sido a NATURFAFE e, no período de 2008 a 2015, informa-se que:

2008 – Estrangeiros: 251; Nacionais: 1589 – Receitas: 5 887,60€

2009 – Estrangeiros: 369; Nacionais: 1834 – Receitas: 9 469,11€

2010 – Estrangeiros: 1925; Nacionais: 1707 – Receitas: 11 380,08€

2011 – Estrangeiros: 357; Nacionais: 1252 – Receitas: 5 721,15€

2012 – Estrangeiros: 164; Nacionais: 1897 – Receitas: 6 659,53€

2013 – Estrangeiros: 107; Nacionais: 790 – Receitas: 3 516,40€

2014 – Estrangeiros: 166; Nacionais: 1220 – Receitas: 5 602,74€

2015 - Estrangeiros: 156; Nacionais: 939 – Receitas: 5 157,45€

Relativamente à Barragem de Queimadela, não se aplica.

**8- Qual é o lucro que a CM teve, entre 2008 e 2015, com o Parque de Campismo e com a Barragem de Queimadela?**

Não se aplica nas missões das Câmaras Municipais, uma vez que são Entidades sem fins lucrativos.

**9 – Porque é que o Rally não aconteceu em Fafe durante algum tempo? O que é que levou a que o Rally de Portugal deixasse de ser realizado em Fafe e passasse a ser realizado no Algarve?**

Não se aplica, pois a Entidade Gestora do Evento é o Automóvel Clube de Portugal (ACP). O ACP afirmou que este evento deixou de ser realizado em Portugal durante algum tempo por questões de segurança e, posteriormente, deixou de ser realizado na região Norte e, por conseguinte, em Fafe, por opção da organização.

Passou a realizar-se novamente na região do Norte e, em Fafe, a partir de 2012, pois é neste município que se encontra um dos troços mais procurados pelos amantes deste evento de carácter desportivo.

**10 – Quanto é que é investido para a realização do Rally em Fafe e quais são as receitas trazidas para Fafe, inclusive entre 2012 e 2015?**

Investimento entre 2012 e 2013: cerca de 200 000 euros, por ano.

Investimento entre 2014 e 2015: cerca de 250 000 euros, por ano

Receitas: Não se aplica nas missões das Câmaras Municipais, uma vez que são Entidades sem fins lucrativos.

**11 – Qual é o custo que a CM tem tido com a Volta a Portugal em Fafe, entre 2008 e 2015?**

O custo que a CM tem tido com a Volta a Portugal em Fafe entre 2008 e 2015, é de, aproximadamente, 200 000 euros, ao longo destes sete anos.

## **12 – Qual tem sido o retorno da Volta a Portugal em Fafe?**

O *share* televisivo em horário nobre durante uma tarde. Os espaços hoteleiros esgotam as dormidas. Os restaurantes e cafés estão cheios nestes dias.

## **13 – Qual é o nº de dormidas que foi registado no Concelho, entre 2008 e 2013?**

Número de dormidas total (entre 2008 e 2013): 114 707 dormidas.

Ano 2008: 22 867 dormidas (44,3% estrangeiros e 55,7% nacionais)

Ano 2009: 20 045 dormidas (41,8% estrangeiros e 58,2% nacionais)

Ano 2010: 23 954 dormidas (34,8% estrangeiros e 65,2% nacionais)

Ano 2011: 19 313 dormidas (41,1% estrangeiros e 58,9% nacionais)

Ano 2012: 15 343 dormidas (29,5% estrangeiros e 70,5% nacionais)

Ano 2013: 13 180 dormidas (31,6% estrangeiros e 68,4% nacionais)

Ano 2014: 19 020 dormidas (40,6% estrangeiros e 59,4% nacionais)

Ano 2015: 18 170 dormidas (37,8% estrangeiros e 62,2% nacionais)

## **14 – Qual foi o gasto médio anual que cada visitante/turista teve entre 2008 e 2015?**

Aqui colocou-se as visitas ao Posto de Turismo assim como o valor das compras dos turistas.

Total de visitas ao Posto de Turismo, entre 2008 e 2013: 6 071 visitas.

Total do valor de compras no Posto de Turismo, entre 2008 e 2013: 1416,94 euros.

Ano 2008: 1 291 visitas; 200,09€ valor de compras

Ano 2009: 1 180 visitas; 114,50€ valor de compras

Ano 2010: 1 192 visitas; 183,34€ valor de compras

Ano 2011: 975 visitas; 372,00€ valor de compras

Ano 2012: 693 visitas; 248,00€ valor de compras

Ano 2013: 740 visitas; 299,00€ valor de compras

Não foi possível averiguar o gasto médio anual de cada visitante/turista em 2014 e 2015, uma vez que estes dados são possíveis através das compras realizadas no Posto de Turismo e não houve ainda a possibilidade de reunir as despesas dos turistas relativas a estes dois anos.

**15 – Quais foram as receitas que o Concelho teve com o turismo, entre 2008 e 2015?**

Não se aplica nas missões das Câmaras Municipais, uma vez que são Entidades sem fins lucrativos.

**16 – Qual foi o retorno da atividade turística, ao nível económico, social e ambiental, para o setor privado (setor da restauração, hotelaria e comércio local), entre 2008 e 2015?**

Com o apoio das novas unidades hoteleiras do TER, que só em 2015 foram inauguradas 9 casas de TER e só a partir de agora é que vai ser possível realizar estudos sobre o retorno da atividade turística, ao nível económico, social e ambiental, que até então em 19 unidades hoteleiras existentes até à data apenas 2 unidades de TER é que se disponibilizavam para dar informação acerca do número de dormidas registadas aquando de eventos realizados na cidade, como no caso do Rally Serra de Fafe, do Rally de Portugal ou ainda da Volta a Portugal de bicicleta.

Infelizmente, nem os restaurantes nem o comércio local gostam de colaborar nestes estudos, sendo que se trata de outro tipo de mentalidades que ao que parece é capaz de se a melhorar a partir de agora.



Programme de Doctorat en Tourisme  
Ligne de recherche: Les impacts du tourisme et durabilité  
Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des  
attractifs: Le cas de Fafe au Portugal

**Annexe III – Tourisme de nature selon le PENT**

a versão publicada não pode ser utilizada

THR Asesores en Turismo Hotelería y Recreación. *Turismo de natureza: 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, 2006.

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Turismo%20de%20Natureza%202006.pdf>

**Resumo:**

Tendo por base a análise das grandes tendências da procura internacional, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) definiu 10 produtos seleccionados em função da sua quota de mercado e potencial de crescimento, bem como da aptidão e potencial competitivo de Portugal, nos quais deverão assentar as políticas de desenvolvimento e capacitação da nossa oferta turística.

Esses 10 produtos turísticos estratégicos são:

- > Sol e Mar
- > Turismo de Natureza
- > Turismo Náutico
- > Resorts Integrados e Turismo Residencial
- > Turismo de Negócios
- > Golfe
- > Gastronomia e Vinhos
- > Saúde e Bem-Estar
- > Touring Cultural e Paisagístico
- > City Breaks

Os estudos que agora se publicam representam, assim, o ponto de partida para um trabalho sistemático de criação de novas propostas de consumo e para a definição de novos modelos de cooperação entre os Destinos Turísticos, o Turismo de Portugal, ip e as Empresas. Nessa medida, estes estudos pretendem dar início a um debate construtivo que conduza à adopção das melhoras práticas para desenvolvimento do Turismo em Portugal.