



HAL
open science

Management et gestion durable du tourisme culturel : le cas des régions rurales au Liban

Maya Shames

► To cite this version:

Maya Shames. Management et gestion durable du tourisme culturel : le cas des régions rurales au Liban. Sociologie. Université Paris-Nord - Paris XIII, 2022. Français. NNT : 2022PA131099 . tel-04549260

HAL Id: tel-04549260

<https://theses.hal.science/tel-04549260>

Submitted on 17 Apr 2024

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

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



UNIVERSITÉ SORBONNE PARIS NORD
École doctorale ERASME

**Management et gestion durable du tourisme culturel : le
cas des régions rurales au Liban**

THÈSE DE DOCTORAT

Présentée par

Maya SHAMES

Laboratoire Centre d'Économie de l'université Paris Nord CEPN
UMR CNRS 7234

Pour l'obtention du grade de
Docteur en Sciences de gestion et du Management
Section CNU 06

Soutenue le 15/11/2022 devant le jury d'examen composé de :

DIRECTEUR DE THÈSE :

Erick LEROUX

Maître de conférences HDR, Université Sorbonne
Paris Nord

RAPPORTEURS :

Thierry CÔME

Professeur, Université Paris Saclay

Pierre-Charles PUPION

Professeur, Université de Poitiers

SUFFRAGANTS :

Martine BRASSEUR

Professeur, Université Paris Descartes

Ali SMIDA

Professeur, Université Sorbonne Paris Nord

Yann RIVAL

Maître de conférences, Université de Polynésie
française

L'Université Sorbonne Paris Nord n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses : ces opinions devront être considérées comme propres à leurs auteurs.

Mots clés : management du tourisme durable, tourisme culturel, gestion durable du tourisme, régions rurales libanaises, baskinta, engagement des parties prenantes

Keywords: sustainable tourism management, cultural tourism, lebanese rural regions, baskinta, stakeholders' engagement

Cette thèse a été préparée au

Laboratoire CEPN UMR CNRS 7234

Campus de Villetaneuse
Bâtiment de la Présidence
99 Av. Jean Baptiste Clément
93430 Villetaneuse
France

☎ (33)(0)1 49 40 30 09

📠 (33)(0)1 49 40 30 04

✉ direction-generale-services@univ-paris13.fr

Site <https://www.univ-paris13.fr>



*Je dédie ce travail
à tous ceux qui le méritent*

À ma famille et mes amis !

Il ne sert à rien à l'homme de
gagner la lune s'il vient à perdre la
terre.

Francois Mauriac

Mieux vaut prendre le changement
par la main avant qu'il ne nous
prenne par la gorge.

Winston Churchill

Tourism is like fire: you can cook
your dinner on it, but if you're not
careful it will burn your house
down

WWF

Management et gestion durable du tourisme culturel : le cas des régions rurales au Liban**Résumé**

Le tourisme culturel est une catégorie du tourisme rural, connu comme tourisme à base communautaire qui touche directement au patrimoine culturel des communautés rurales et sert à protéger leurs atouts matériels et immatériels. Un management et une gestion durable de ce concept garantit la protection du patrimoine culturel et le développement durable de ce type de tourisme. C'est l'idée principale de notre thèse, nous l'abordons dans le contexte des régions rurales libanaises, des régions riches en ressources culturelles et naturelles, caractérisées par une diversité des attractions touristiques culturelles. Le tourisme culturel dans les régions rurales libanaises, prototype du tourisme au Liban, constitue un secteur promoteur de développement durable. Ce secteur subit des problèmes qui vont de l'application inefficace des lois et des règlements et des situations économique et politique défavorables aux problèmes locaux. Dans l'une des premières tentatives, nous visons donc à étudier et à examiner l'engagement des parties prenantes dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises ou plus précisément, l'engagement des décideurs clés et des visiteurs (domestiques et internationaux effectuant des visites d'un seul jour ou un séjour de plus d'une journée). Pour atteindre cet objectif, nous avons adopté une méthodologie mixte basée sur des méthodes qualitatives et quantitatives de collecte de données. Nous avons donc mené des entretiens avec 25 acteurs impliqués dans le développement, le management et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises et réalisé des questionnaires en ligne et en direct sur le terrain avec 500 visiteurs impliqués dans le tourisme culturel à Baskinta- étude de cas de notre thèse, une des régions rurales libanaises les plus réputées pour ce type de tourisme. Nous avons pu développer un nouveau modèle pratique général du management et de la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales. Nous illustrons et interprétons ce modèle d'après les résultats obtenus à partir des entretiens qui ont montré les performances des interviewés dans plusieurs domaines et catégories de management et de gestion durable. Un nouveau modèle structurel est aussi proposé, servant à examiner l'engagement des visiteurs tout en explorant et analysant les relations qui existent entre leur perception envers des actions de gestion directes et indirectes, leur orientation vers des valeurs de préservation et d'usage et leurs motivations de voyage. Les trois hypothèses formulées ont permis de valider les relations entre ces trois variables. Les résultats empiriques ont aussi abouti au développement d'une nouvelle relation à médiation partielle entre l'orientation des valeurs comme variable indépendante et la perception envers des actions de gestion comme variable dépendante médiatisée partiellement par les motivations des visiteurs. Les contributions et les nouvelles connaissances acquises à travers cette thèse sont diverses et ont pour but d'améliorer le management et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales sur les champs pratique et théorique.

Mots clés : management du tourisme durable, tourisme culturel, gestion durable du tourisme, régions rurales libanaises, baskinta, engagement des parties prenantes

Laboratoire CEPN UMR CNRS 7234

Campus de Villtaneuse – Bâtiment de la Présidence – 99 Av. Jean Baptiste Clément – 93430 Villetaneuse – France

Cultural tourism sustainable management: the case of the rural regions in Lebanon**Abstract**

Cultural tourism is one category of rural tourism, known as community-based tourism, it deals directly with the cultural heritage of rural communities and seeks to protect their tangible and intangible assets. Managing sustainably this concept guarantees the protection of cultural heritage and the sustainable development of this type of tourism. This is our main idea, which we address within the context of Lebanese rural regions, these are regions rich in cultural and natural resources and characterized by a diversity of cultural touristic attractions. Cultural tourism of the Lebanese rural regions, a prototype of tourism in Lebanon, constitutes a promoting sector of sustainable development. This sector undergoes many problems, ranging from the ineffective application of the concerned laws and regulations and unfavorable economic and political situations to problems at the local level. In one of the first attempts, we seek thus to study and examine the engagement of stakeholders in the sustainable management of cultural tourism in the Lebanese rural regions. More precisely the engagement of key decision-makers and visitors (domestic, inbound, and outbound with same-day visit or overnight stay). To reach this objective, we have adopted a mixed methodology based on qualitative and quantitative data collection methods. We have therefore conducted 25 interviews with key actors engaged in the development and management of cultural tourism within the Lebanese rural regions and online and self-administered questionnaires with 500 visitors who participated in cultural tourism in Baskinta-our case study of this thesis, one of the most reputable Lebanese rural regions for this type of tourism. We have been able to develop a new, general, practical model for the sustainable management of rural regions' cultural tourism. We illustrate and interpret this model by the results obtained through our interviews that showed the performance of the interviewees within various areas and categories of sustainable management. A new structural model is proposed as well which seeks at examining the engagement of visitors by analyzing and exploring the existing relationships between their perceived direct and indirect management actions, their orientation toward the use and non-use values, and their travel motivations. The three formulated hypotheses have allowed us to validate the relationships between these three variables. The empirical findings contributed also to the development of a new partially mediated relationship between value orientation as an independent variable and the perceived management actions as a dependent variable partially mediated by visitors' motivations. The contributions and the new insights gained are varied and seek to ameliorate the management of the rural regions' cultural tourism from theoretical and practical perspectives.

Keywords: sustainable tourism management, cultural tourism, lebanese rural regions, baskinta, stakeholders' engagement

Remerciements

Cette thèse est le résultat de six ans de travail acharné au cours desquels j'ai pu mener des recherches primaires et secondaires afin de pouvoir rédiger et présenter ma thèse de doctorat en sciences de gestion et du management. Je tiens tout d'abord à remercier spécialement et chaleureusement mon directeur de thèse, Dr. Erick Leroux, qui a été le premier à accepter de diriger ma thèse et à me faire découvrir le sujet. Sa direction, son soutien et sa patience tout au long du travail n'ont pas seulement renforcé mes connaissances autour de ce sujet de thèse, mais m'ont également encouragé à poursuivre ce chemin et à ne pas baisser les bras.

Je remercie également l'université libanaise-Faculté de tourisme et de sciences hôtelières qui m'a accordé une bourse d'études supérieures pour trois ans, ce qui m'a permis de mener mes études doctorales en France. Je tiens à remercier plus précisément le Doyen Prof. Amal Abou Fayad. J'adresse aussi mes remerciements aux organismes qui m'ont accordé des aides financières pendant toute la durée de ma thèse, je remercie le département Ile de France pour son aide régionale et le Crous de Créteil pour son aide d'allocation ponctuelle.

Je souhaite bien sûr exprimer ma gratitude à l'ensemble des membres du jury, je remercie les professeurs des universités, Prof. Ali Smida, Prof. Martine Brasseur, Prof. Thierry Côme, Prof. Pierre-Charles Pupion, et Dr. Yann Rival d'avoir accepté de faire partie du jury de soutenance de ma thèse.

Je souhaite remercier également l'ensemble des membres du laboratoire CEPN pour leur support technique et financier. Merci aussi aux membres du Labex ICCA et aux membres de l'Association des Doctorants et Post Doctorants-ADePE, avec qui j'ai passé de bons moments.

J'adresse un grand merci à mon collègue Dr. Socrat Ghadban qui m'a transmis des informations essentielles à l'élaboration de ma thèse. Il m'a aidée tout au long de mes recherches et de la rédaction en me donnant son avis et ses conseils pour améliorer le contenu de mon travail. Je remercie également Dr. Nour Farra

Haddad, Prof. Zack Hallab, Dr. Pascal Abdallah, Dr. Semih S Yilmaz qui m'ont permis de clarifier ma pensée concernant certaines notions du sujet de thèse et ont fourni des remarques pour améliorer mes entretiens et mes questionnaires. Mes remerciements vont aussi à madame Betty Veziat et madame Viviane Birard pour leurs soutiens logistique et administratif.

Je tiens également à remercier mon amie Dr. Christelle Traboulsi qui a partagé avec moi ses connaissances théoriques et méthodologiques. Je tiens à la saluer amicalement et à la remercier pour sa relecture et ses conseils toujours très pertinents.

Enfin, je remercie très sincèrement les personnes qui ont participé à l'enquête par entretien et l'enquête par questionnaire. Merci aussi à madame Sophie Harfouche qui a relu et corrigé toute ma thèse. Mes derniers remerciements vont à tous ceux qui ont contribué directement ou indirectement à la réalisation de ma thèse.

Je n'oublie jamais ma famille. Je remercie chaque membre de ma famille, mes parents, mes sœurs et mon frère. Leur présence et leurs encouragements m'ont permis de poursuivre mon travail dans un environnement surchargé par des problèmes variés. Il m'est impossible de trouver les mots pour dire à quel point je suis fière d'eux et c'est à eux que je dédie ce travail.

Acronymes

A | C | D | G | H | I | L | M | N | O | P | S | T | U

A

ACP Analyse en Composante Principale. 212
ADC Analyse du Discours Critique. 112
AFE Analyse Factorielle Exploratoire. 169, 212, 213, 215, 353, 354
ATR Agir pour un tourisme responsable. 199
AUB American University of Beirut. 166, 189
AVE Average Variance Extracted. 219, 223, 229

C

CE Commission Européenne. 24, 65, 69, 71, 77, 80, 154
CMED Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement. 17

D

DAI Development Alternative Inc. 114
DGA Direction Générale des Antiquités. 50, 126, 150, 181, 184, 188, 190, 196, 197

G

GSTC Global Sustainable Tourism Council. 72, 73, 75, 77–80, 154

H

HELAND Heritage and Landscape. 131, 135, 141, 144
HTMT Ratio Heterotrait-Monotrait. xxii, 219, 225, 229

I

ICOMOS International Council on Monuments and Sites. 63, 64
IDAL Investment Development Authority of Lebanon. 127

L

- LAU** Lebanese American University. 166
LIU Lebanese International University. 166
LIVCD Lebanon Industry Value Chain Development. 180
LMT Lebanon Mountain Trail. xxv, 28, 29, 136, 139, 141, 144, 166, 180–184, 186–188, 190, 191
- M**
- MOA** Motivation, Opportunités et Aptitude. 88
- N**
- NU** Nation Unies. xxv, 19, 62, 180, 199, 250
- O**
- OMS** Organisation Mondiale de la Santé. 250
OMT Organisation Mondiale du Tourisme. 4, 5, 20, 21, 38, 68, 112, 153
ONG Organisation Non Gouvernementale. 7, 40, 63, 83, 111, 150, 188, 189, 196, 199, 248, 251
- P**
- PLS-MES** Partial Least Square-Modélisation par Équation Structurale. 123, 169, 353
- S**
- SIG** Système d’Information Géographique. 189
SLB Sentier Littéraire de Baskinta. xxv, 9, 123, 126, 134, 136, 137, 140, 145, 161, 162, 164, 188, 212, 221
SMDD Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable. 65
SNDD Stratégies Nationales de Développement Durable. 68, 74, 153
- T**
- TIC** Technologies de l’Information et des Communications. 67, 252, 253
TIES The International Ecotourism Society. 33
- U**
- UE** Union Européenne. 22–24, 65, 69
UNAT Union Nationale des Associations de Tourisme. 343
UNESCO Organisation des Nations unies pour l’éducation, la science et la culture. xxi, 7, 37, 52, 53, 59, 60, 63, 64, 75, 126, 154
UNSD United Nations Sustainable Development. 154
USAID United States Agency for International Development. 136
USJ Université Saint Joseph. 166

Sommaire

Résumé	xiii
Remerciements	xv
Acronymes	xvii
Sommaire	xix
Liste des tableaux	xxi
Table des figures	xxv
Introduction générale	1
I Patrimoine culturel, tourisme, management et gestion durable : aperçu théorique et pratique au niveau global et au Liban	13
1 Le tourisme culturel, le management et la gestion durable	17
2 L'état de l'art de la thèse	83
II La conception de la recherche	121
3 Le terrain de la recherche-la région rurale libanaise-Baskinta	125
4 Méthodologie de la recherche	147
III Engagement des parties prenantes primaires dans	

le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises	173
5 Les cadres du management et de la gestion durable	177
6 Le modèle structurel de la perception des visiteurs	205
Discussions et conclusions générales	243
Bibliographie	263
A Les interviewés-enquête par entretien	307
B L'enquête par entretien	317
C L'enquête par questionnaire-version française	327
Index	337
Table des matières	343

Liste des tableaux

1	Des définitions des régions rurales.	26
2	Les 15 facteurs d'intégration durable du patrimoine culturel au concept du tourisme.	40
3	Quelques sites religieux du patrimoine culturel matériel dans les régions rurales libanaises.	45
4	Quelques musées du patrimoine culturel matériel dans les régions rurales libanaises.	47
5	Quelques sites archéologiques/monuments historiques du patrimoine culturel matériel dans les régions rurales libanaises.	50
6	Les sites du patrimoine mondial de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).	53
7	Les chartes et les conventions internationales pour la protection du patrimoine culturel.	64
8	Dimension-management et gestion socio-économique durable.	70
9	Dimension-management et gestion durable du patrimoine culturel.	72
10	Dimension-développement et planification durable du tourisme culturel.	74
11	Dimension-concevoir des produits touristiques durables.	77
12	Dimension-collaboration des parties prenantes.	80
13	Les études menées sur l'engagement des communautés locales dans le management et la gestion durable du tourisme culturel.	85
14	Les études menées sur l'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel.	93
15	Les facteurs et les items de l'échelle de mesure des facteurs d'incitation en lien avec les motivations des visiteurs.	96
16	Les facteurs et les items de l'échelle de mesure des facteurs d'attraction en lien avec les motivations des visiteurs.	101
17	Échelle de mesure de l'orientation des valeurs-construit : l'orientation personnelle des valeurs culturelles.	106

18	Échelle de mesure de l'orientation des valeurs-construit de mesure : orientation vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel.	107
19	Échelle de mesure des actions de gestion mises en places pour gérer les comportements des visiteurs.	108
20	Les études menées sur l'engagement des autres parties prenantes dans le management et la gestion durable du tourisme culturel. . .	111
21	Composition du secteur économique du Baskinta.	135
22	Les fameux auteurs et philosophes de Baskinta.	138
23	Les atouts immatériels de Baskinta.	140
24	Les atouts matériels de Baskinta.	142
25	Les conditions d'un bon indicateur.	155
26	Échelle de mesure de l'orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel.	158
27	Échelle de mesure de motivations des visiteurs (items d'incitation).	160
28	Échelle de mesure de motivations des visiteurs (items d'attraction).	161
29	Échelle de mesure des actions de gestion en lien avec le tourisme culturel à Baskinta.	162
30	Évaluation de la performance des parties prenantes.	200
31	Les caractéristiques socio-démographiques des enquêtés.	206
32	Résumé des résultats.	210
33	Les résultats de l'AFE sur les facteurs d'incitation et d'attraction en lien avec les motivations des visiteurs.	214
34	Les résultats sur le PLS Algorithm.	220
35	Les résultats sur les méthodes de validité et fiabilité des variables latentes.	223
36	Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes-critère de Fornell-Larcker.	224
37	Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes-Ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT).	225
38	Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes-Croix de chargement.	226
39	Les résultats sur les relations entre les variables latentes.	232
40	Les résultats sur nos hypothèses de recherche.	233
41	Les résultats sur l'analyse de médiation.	237
A.1	Les personnes interviewées (dans les régions rurales libanaises). . .	308
A.2	Les personnes interviewées (à Baskinta).	314

B.1 Les questions des entretiens 318

Table des figures

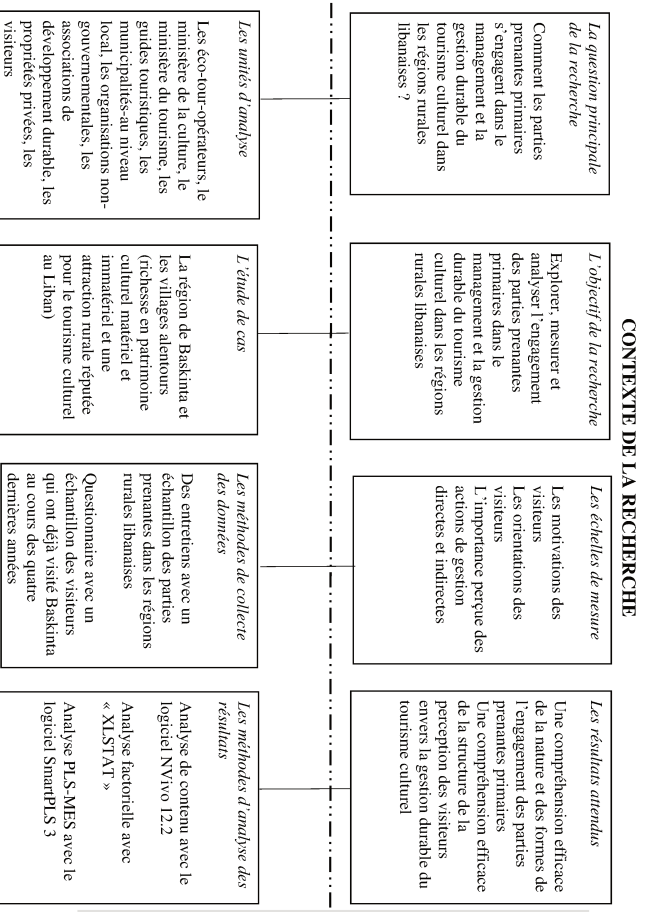
1	Le contexte et les détails de la recherche.	2
2	La carte de l'emplacement du Liban dans l'Asie occidentale. . . .	6
3	Le développement durable-Stratégie de Québec.	18
4	Les objectifs de développement durable des Nation Unies (NU). .	19
5	Schéma de développement durable du tourisme.	22
6	Les cinq structures géomorphologies du Liban.	28
7	La carte du Lebanon Mountain Trail (LMT).	29
8	La carte des huit muhafazat du Liban.	30
9	La carte des muhafazat et des caza du Liban.	31
10	Les époques de l'évolution de la notion du patrimoine culturel au Liban.	42
11	Le modèle dynamique de management du tourisme culturel proposé par Liu et Chen (2014).	66
12	Les trois composantes fondamentales du paysage : les formes, les pratiques et les relations.	90
13	Le modèle des valeurs culturelles des paysages proposé par Stephenson (2008).	91
14	Le cadre conceptuel de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion directes et des actions de gestion indirectes du tourisme culturel.	116
15	Carte du quartier de Mont Liban.	128
16	Le trajet de Beyrouth au Baskinta.	129
17	La carte topo de Baskinta.	130
18	La carte d'utilisation des terres de Bakinta.	132
19	La carte du Sentier Littéraire de Baskinta (SLB).	137
20	Le schéma du design de méthode mixte séquentiel exploratoire. . .	149
21	Le nombre de visiteurs des sites du patrimoine culturel/régions culturelles pour l'année 2017.	151

22	Les mécanismes de la participation communautaire.	179
23	Les actions de gestion du tourisme culturel.	185
24	Les contributions du tourisme culturel à l'amélioration de la qualité de vie économique des communautés locales.	193
25	Les défis rencontrés par les parties prenantes.	195
26	La parcelle d'éboulis des valeurs propres pour les facteurs d'incita- tion et d'attraction.	213
27	Le cadre conceptuel modifié de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion directes et des actions de gestion indirectes du tourisme culturel.	218
28	Le modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'import- ance des actions de gestion du tourisme culturel, leurs motivations et leur orientation des valeurs (modèle initial).	231
29	Le modèle structurel de la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion médiatisée par les motivations des visiteurs (modèle révisé).	236
30	Le modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'import- ance des actions de gestion, orientation des valeurs et l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs (modèle proposé). VI : Valeur Indépendante, VM : Valeur Média- trice, VD : Valeur Dépendante. * Mesurée en termes des facteurs : caractéristiques du patrimoine culturel ; exploration et renforcement culturel ; ** Mesurée en termes des facteurs : socialisation, connais- sances et renouvellement ; estime de soi.	240
31	Le modèle pratique de management et de gestion durable du tou- risme culturel dans les régions rurales.	244

Introduction générale

Comme le montre le titre de notre thèse, nous tendons à améliorer le management et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises pour atteindre un management et une gestion durable. Dans la figure 1, nous résumons les détails portant sur le contexte et la conception de notre recherche réalisée pendant la période s'étendant de 2017 à 2021. Nous commençons notre introduction par une présentation du concept du tourisme culturel des régions rurales et les implications que peut avoir le management et la gestion durable sur le développement de ce concept.

Selon sa définition classique, le tourisme culturel, est « le tourisme qui compte sur les atouts du patrimoine culturel (atouts matériels-paysages construits, sites archéologiques, sites géologiques, objets d'art, outils industriels, etc. et immatériels-chants, coutumes, traditions gastronomiques, mythes et rituels, etc.) et les transforme en offres touristiques ». Il prend lieu lorsque le motif principal du voyage est de participer à une activité culturelle ou patrimoniale (Holtorf, 2013; Simard et al., 2012; Swensen et al, 2013; Wijesuriya et al., 2014).



Contribution primaires
Développement durable du tourisme dans les régions ibhannaises et une protection patrimoniale améliorée
Des discussions améliorées sur le management durable du tourisme dans les régions ibhannaises et une protection patrimoniale améliorée

FIGURE 1 – Le contexte et les détails de la recherche.

Après avoir réalisé des recherches sur le tourisme culturel, le management du tourisme durable et la gestion durable du tourisme, nous avons pu construire notre compréhension de ce concept autour de quatre grands axes principaux :

1. La relation entre le tourisme et le patrimoine culturel et une relation à double effet : positif et négatif.
2. Le tourisme culturel est une des catégories du tourisme rural.
3. Le management et la gestion durable du tourisme culturel nécessite l'application du concept de tourisme durable ainsi qu'une gestion et une protection efficace du patrimoine culturel.
4. Le management et la gestion durable peut être mesuré en termes de plusieurs facteurs et indicateurs.

Nous entendons par la relation positive entre tourisme et patrimoine culturel le fait que le secteur du tourisme est capable de revitaliser et de maintenir le patrimoine culturel tout en attirant les visiteurs (le terme visiteurs désigne les visiteurs domestiques et internationaux qui réalisent des visites d'un même jour-connus comme des excursionnistes ou des séjours avec minimum une nuitée-connus comme des touristes)¹ par cette richesse culturelle et patrimoniale à travers la présentation, l'exposition et la découverte des atouts aussi bien matériels qu'immatériels. Cette démarche aide les destinations touristiques à gagner en profits économiques. Cependant, la relation négative entre ces deux secteurs se traduit par le fait que le tourisme utilise les ressources du patrimoine culturel pour développer des offres touristiques sans toutefois se soucier de leur protection (Arzeni, 2009 ; MacRae, 2017 ; Su et al., 2016).

Il est devenu clair aujourd'hui, que le tourisme culturel est un des plus importants secteurs du tourisme. Il est en croissance continue grâce à sa capacité énorme d'attirer des visiteurs désireux de découvrir la richesse culturelle des destinations touristiques visitées (Richards, 2018). Les enquêtes menées à ce sujet ont permis de relever des statistiques selon lesquelles 40% du nombre total des visiteurs au niveau

1. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.

global sont impliqués par le tourisme culturel d'une manière directe ou indirecte. La culture en Europe motive la plupart des visiteurs internationaux (Ministère des Affaires étrangères, 2021).

Cette importance est aussi renforcée par le fait que le tourisme culturel est une catégorie du tourisme rural (Diallo et al., 2015). Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) (2021), le tourisme rural est « un type de tourisme alternatif du tourisme de masse dans lequel l'expérience des visiteurs est liée à une large gamme de services, produits et activités en lien avec la nature, l'agriculture, le mode de vie rural, la culture, etc ».

Le tourisme rural est un outil de développement économique et socio-culturel des régions rurales (Fatimah, 2015), considéré comme étant un catalyseur du changement dans les pays sous-développés et en voie de développement (Almeida & Machado, 2021). Il représente un aspect important du secteur touristique et attire des visiteurs qui sont à la recherche d'authenticité, d'originalité et de paysages naturels et culturels intacts (Falak et al., 2016). En fin de compte, le tourisme culturel est un outil puissant de développement durable des communautés rurales bien que le développement durable du tourisme culturel nécessite l'intégration du concept de tourisme durable d'une part et du management et de la gestion durable d'autre part.

La définition la plus connue du tourisme durable est celle qui l'identifie comme étant « une forme alternative de développement qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, tout en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels et des communautés d'accueil » (OMT, 2005). De ce fait, pour que le tourisme culturel soit considéré comme durable, il doit protéger le patrimoine culturel avec ses atouts matériels et atouts immatériels et satisfaire les besoins des générations présentes et futures (Loulanski & Loulanski, 2011 ; Salazar, 2012).

Selon Lozato-Giotart et al. (2012), le management du tourisme durable sert à « appliquer des pratiques de management spécifiques et adaptées à l'analyse

des différentes composantes du secteur touristique : son poids dans l'économie, les formes multiples que prennent les activités touristiques, ses impacts sur l'environnement et l'aspect socio-culturel des destinations touristique ». La notion de la gestion durable du tourisme consiste en un changement du système stratégique et du processus de prise de décision. C'est ainsi une orientation économique vers des stratégies plus durables et vers une préservation des ressources environnementales et culturelles (Espiner et al., 2017). Ainsi, une participation active des parties prenantes concernées, une identification et une protection efficace des atouts matériels et des atouts immatériels du patrimoine culturel, une application des approches de management et de gestion durable, un développement des plans et des stratégies de gestion intégrés, etc. sont nécessaires pour l'établissement du management et de la gestion durable du tourisme culturel (Loulanski & Loulanski, 2011).

En outre, plusieurs indicateurs ont été développés pour faciliter la mesure et l'analyse du management du tourisme durable et de la gestion durable du tourisme. La sélection d'un certain nombre d'indicateurs pour chacune des trois dimensions du tourisme durable, socio-économique, environnementale et socio-culturelle, est une des méthodes de mesure les plus courantes et les plus efficaces (OMT, 1995). Il convient de mentionner que l'application et la gestion du tourisme culturel diffèrent d'une destination touristique à une autre ; cependant plusieurs facteurs facilitent ou entravent la bonne performance du tourisme culturel.

En développant la notion du tourisme culturel au Liban-cœur de cette thèse-nous relevons des points forts aussi bien que des points faibles. En effet, le Liban est un pays de 10,452 Km² situé dans la région méditerranéenne (figure 2²), mais bien que sa superficie soit petite par rapport aux autres pays de la région, elle lui permet de se caractériser par sa position géographique privilégiée et sa diversité naturelle, culturelle et artistique (www.mot.gov.lb/fr/). Ainsi, le patrimoine culturel des régions rurales libanaises possède une richesse culturelle et patrimoniale diversifiée. Il existe au Liban plus de 2000 régions/villages ruraux culturels (Ghadban et al., 2017 ; Hamade et al., 2011).

2. <https://johnnamccllellan.wordpress.com/developing-world-lebanon-2/>.

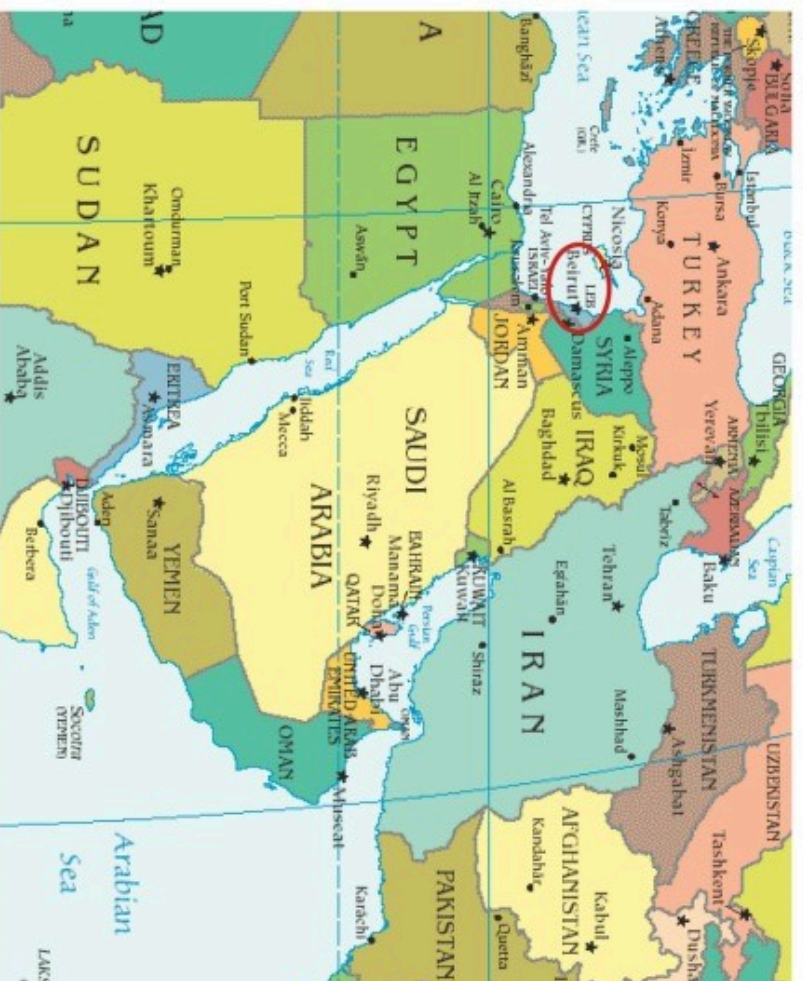


FIGURE 2 – La carte de l'emplacement du Liban dans l'Asie occide

Le tourisme culturel au Liban, dans les régions rurales libanaises en particulier, est en développement depuis la guerre civile libanaise (qui a eu lieu pendant la période allant de 1975 à 1990) (Salem, 2011). Les cinq sites du patrimoine mondial de l'UNESCO au Liban : la ville d'Anjar, les ruines de Baalbeck, la ville de Byblos, la ville de Tyr et la vallée de Qadisha³ font du patrimoine culturel du Liban un facteur promoteur du tourisme durable.

Malgré la richesse culturelle des régions rurales libanaises et l'importance du patrimoine culturel au niveau national et international, ce dernier subit toujours des menaces et des risques puisque le concept du tourisme durable est mal géré par la plupart des parties prenantes au Liban. Pour le moment, les initiatives locales visant à développer le tourisme culturel ont échoué faute de ne pas prendre en considération l'engagement des acteurs principaux dans ce domaine (décideurs, visiteurs, résidents) (El-Baba, 2015; Shames & Ghadban, 2018). Le management et la gestion durable du tourisme culturel dépend alors de l'engagement efficace des parties prenantes.

Pour toutes ces raisons, nous avons sélectionné le Liban comme terrain de notre recherche. En menant cette thèse, nous énumérons cette problématique dans le but de répondre à notre question de recherche : « Comment les parties prenantes primaires s'engagent dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises ? ». Les parties prenantes primaires sont connues comme ayant une grande influence et un rôle primaire et principal dans le management et la gestion durable du tourisme culturel au contraire, la participation des parties prenantes secondaires n'est pas principale mais a une influence indirecte sur le management et la gestion de ce type de tourisme (Franch et al., 2010). Deux sous-questions découlent de la question principale :

1. Comment les décideurs/les professionnels (i.e. les éco-tour opérateurs/les agences de voyage, les agences gouvernementales-ministère de la culture et du tourisme, les Organisation Non Gouvernementale (ONG)s/les asso-

3. <https://whc.unesco.org/fr/etatsparties/lb>

ciations du tourisme culturel, les guides touristiques, les municipalités-au niveau local, etc.) gèrent le tourisme culturel dans les régions rurales libanaises et protègent le patrimoine culturel ?.

2. Comment peut-on engager les visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises ?

Les résidents ne sont pas impliqués dans notre recherche puisque qu'il existe plusieurs études sur leur engagement de manière directe et indirecte, alors que les études sur l'engagement des visiteurs sont très limitées. Pour cela, nous trouvons utile et nécessaire d'adresser l'engagement des visiteurs comme ayant une influence directe sur le management et la gestion durable du tourisme culturel.

Notre revue de la littérature sur les différentes études scientifiques menées sur notre sujet de thèse pendant la période s'étendant de 2008 à 2018 et publiées dans des revues internationales classifiées, nous a permis de comprendre et d'analyser comment les chercheurs ont abordé ces questions de recherche. D'abord, concernant l'engagement des décideurs/ professionnels, les chercheurs ont examiné les stratégies et les plans développés dans le domaine de management et de gestion durable du tourisme culturel ainsi que la perception de ces acteurs vers les politiques et les stratégies de développement et de gestion de ce type de tourisme.

Ensuite, pour ce qui est des études sur l'engagement des visiteurs, nos recherches secondaires ont montré que ce sujet a été examiné d'une manière indirecte, c'est-à-dire leur satisfaction envers les services et les activités du tourisme culturel, leur expérience touristique, leurs motivations, leur authenticité perçue, etc. Par contre, très peu d'études scientifiques ont déterminé l'engagement des visiteurs de manière directe. En ce qui concerne le Liban, les études réalisées portent principalement sur des projets, des stratégies et des initiatives de développement durable du tourisme culturel au niveau local et national.

Pour nos questions de recherche, nous abordons l'engagement des décideurs par la sélection d'un nombre d'indicateurs de management et de gestion durable en lien direct et indirect avec le tourisme culturel. Notre but est d'évaluer les mé-

canismes et les formes selon lesquelles les parties prenantes concernées intègrent ces indicateurs dans leur management et leur gestion. Pour examiner l'engagement des visiteurs, nous nous appuyons sur l'étude réalisée par Alazaizeh et al. (2016). Son étude est l'une des premières tentatives à cet égard, nous suivons sa même logique. En effet, l'engagement des visiteurs est abordé d'après leur perception envers des actions de management et de gestion directes et indirectes du tourisme culturel et sa relation avec leur orientation des valeurs (vers des valeurs d'usage ou de préservation) et leurs motivations. Nous testons alors trois hypothèses principales dans le but d'explorer et d'analyser la structure de la perception des visiteurs.

Sur la base des éléments évoqués et dans le but d'étudier l'engagement des parties prenantes ciblées, nous adoptons une méthodologie de recherche qui se fonde sur l'approche de méthode mixte. Cette approche est connue comme étant « une procédure pour collecter, analyser et mélanger ou intégrer des données qualitatives et quantitatives (dérivées de méthodes) à un certain stade du processus de recherche dans une même étude dans le but de mieux comprendre le problème de la recherche » (Anadón, 2019).

Nous appliquons donc des méthodes qualitatives et quantitatives pour la réalisation d'une enquête par entretien avec un échantillon des acteurs principaux impliqués dans le développement, le management et la gestion du tourisme culturel des régions rurales libanaises et d'une enquête par questionnaire avec un échantillon des visiteurs. L'univers de notre enquête par questionnaire est constitué des visiteurs qui ont visité Baskinta (notre étude de cas) au cours des quatre dernières années en vue de participer aux activités du tourisme culturel (par ex. visites des sites du patrimoine culturel, participation à un événement culturel, etc.).

Plusieurs raisons nous ont poussés à sélectionner la région rurale de « Baskinta » comme étude de cas de notre thèse :

- La présence des paysages culturels et naturels diversifiés.
- La présence du SLB, considéré comme le seul sentier littéraire dans les régions rurales libanaises.

- La richesse de Baskinta en atouts matériels et atouts immatériels traditionnels et uniques de cette région.
- Le fait que le tourisme culturel à Baskinta est bien développé.

Nous adoptons le design de méthode mixte séquentiel exploratoire, qui signifie que nous commençons par la réalisation de l'enquête par entretien pour ensuite développer notre enquête par questionnaire (Driscoll et al., 2007). En suivant ces méthodes, nous escomptons des résultats qui vont nous aider à mieux comprendre la nature et les formes d'engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises. Nous tendons également à explorer et à valider la structure de la perception des visiteurs envers des actions de gestion directes et indirectes du tourisme culturel.

En réalisant cette thèse, nous nous appliquons à aborder et à combler les lacunes théoriques et pratiques identifiées d'après nos recherches secondaires. Les contributions au niveau de la recherche scientifique se traduisent par quatre faits principaux :

1. Nous développons des cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales sur la base d'un nombre d'indicateur de management du tourisme durable et de gestion durable du tourisme .
2. Nous étudions l'engagement des visiteurs d'une manière directe. Nous examinons comment les visiteurs attribuent des valeurs aux ressources du patrimoine culturel et nous déterminons la relation existant entre ces valeurs et l'acceptation des actions de gestion menées par les parties prenantes des attractions culturelles.
3. Nous identifions aussi la relation entre les motivations des visiteurs et leur perception envers l'importance des actions de gestion directes et indirectes.
4. Nous détaillons et validons un nouveau modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion directes et indirectes en lien avec le tourisme culturel.

Les contributions du point du vue pratique sont plus applicables aux régions

rurales libanaises en particulier, puisqu'aucune étude n'a abordé le cas du Liban. Les résultats informeront les décideurs pour qu'ils puissent améliorer leur management, leur gestion et leur prise de décision afin d'atteindre un management et une gestion durable du tourisme culturel et une protection efficace du patrimoine culturel et de ses atouts matériels et immatériels.

Les nouvelles connaissances acquises peuvent profiter grandement à d'autres pays confrontés à des conditions, situations et défis similaires. La communauté des chercheurs, le domaine académique, les parties prenantes du secteur du tourisme culturel et du tourisme durable au Liban et au niveau global peuvent compter sur les résultats de cette thèse soit pour effectuer de nouvelles études soit pour développer des stratégies et des projets de management et de gestion plus durables.

Cette thèse comprend trois parties. Chaque partie est composée de deux chapitres. Le premier chapitre de la première partie présente les différentes définitions des concepts de développement durable, tourisme durable, tourisme rural durable dans le monde entier et au Liban pour enfin arriver à une discussion détaillée de l'évolution historique et conceptuel du phénomène du tourisme culturel. Nous dévoilons aussi les initiatives, les modèles, les approches et les indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel. Le deuxième chapitre de la première partie constitue l'état de l'art de notre sujet de thèse. Dans ce chapitre, nous exposons les différentes recherches et études scientifiques réalisées sur l'engagement des parties prenantes ciblées pour la période allant de 2008 à 2018. Toutefois, bien que les résidents ne soient pas directement concernés par notre recherche, nous décrivons les résultats des études les plus importantes menées sur leur engagement comme ayant des valeurs ajoutées pour notre sujet de thèse.

Pour pouvoir fonder notre étude empirique, dans la deuxième partie de cette thèse nous nous concentrons sur la conception de la recherche. Le premier chapitre de la deuxième partie détaille la sélection de Baskinta comme une des régions rurales libanaises les plus riches en patrimoine culturel matériel et en patrimoine culturel immatériel et les plus réputées pour le tourisme culturel. Dans le deuxième chapitre, nous mettons en évidence les techniques d'échantillonnage et les diffé-

rentes phases suivies dans le développement des méthodes de collecte de données et des méthodes d'analyse.

Enfin, c'est dans notre dernière partie que nous annonçons et interprétons les résultats obtenus à partir des questionnaires et des entretiens. Le premier chapitre s'articule autour de la construction des cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel des régions rurales en s'appuyant sur les résultats acquis d'après les entretiens menés avec un échantillon d'acteurs dans le secteur du tourisme culturel des régions rurales libanaises. Le deuxième chapitre de la dernière partie de la thèse établit un nouveau modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion, l'orientation des valeurs et l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs.

Première partie

Patrimoine culturel, tourisme,
management et gestion durable :
aperçu théorique et pratique au
niveau global et au Liban

La première partie de la thèse constitue la base conceptuelle et théorique de notre sujet de recherche. Nous discuterons dans les premières sections du premier chapitre les concepts du développement durable ainsi que le tourisme rural et ses catégories. Plus précisément nous présenterons les différentes définitions associées à chaque concept et les relations établies entre eux. Cette aperçu théorique sur ces concepts au niveau global va nous aider à mieux comprendre le développement et l'introduction du concept de tourisme culturel.

Nous estimons que le développement du concept « tourisme culturel » remonte à l'année 1978 avec l'inscription des premiers sites patrimoniaux sur la liste du patrimoine mondial. Cependant, le débat entre tourisme et patrimoine n'est pas récent. Nous tenterons dans cette section à discuter la relation positive entre ces deux secteurs puisque l'application de notre recherche découle de l'idée que ces deux secteurs sont complémentaires. Nous justifierons que cette relation sera mieux équilibrée avec l'intégration du concept du « tourisme durable ».

Le tourisme durable est introduit officiellement en 1992. L'intégration des principes du tourisme durable dans le concept du tourisme culturel a plusieurs implications ainsi que des défis. Plusieurs facteurs peuvent faciliter cette intégration. Nous présenterons alors 15 facteurs d'intégration durable du patrimoine culturel au concept de tourisme.

Comme le Liban présente le terrain de recherche de notre thèse, nous présentons l'évolution historique du concept du patrimoine culturel et le développement du tourisme culturel sur le plan national et international ainsi que les facteurs qui ont contribué à ce développement. Nous présenterons de façon précise et avec plus de détails les caractéristiques géographiques (l'identification par rapport aux régions urbaines, l'emplacement marqué sur la carte du Liban et la place qu'il occupe sur tout le territoire libanais), les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel des régions rurales libanaises.

Le management et la gestion durable du tourisme culturel sont obligatoires pour protéger les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel, nous examinerons alors ce sujet d'une manière précise et directe. Nous monterons les chartes et les conventions internationales, des modèles pratiques et des approches qui ont été élaborés et développés, dans le but de faciliter le management et la gestion durable du tourisme culturel. Les indicateurs restent les plus efficaces pour mesurer, quantifier et analyser le développement et la performance du tourisme. Dans la dernière section du premier chapitre nous présenterons une liste de 61 indicateurs groupés sous cinq gamme d'indicateurs qui sont en lien directe et indirecte avec le management et la gestion durable du tourisme culturel.

Dans le deuxième chapitre nous discuterons et analyserons l'état de l'art de notre sujet. Or, le chapitre portant sur les études et les recherches scientifiques déjà menées au cours des dernières années, dans le monde entier et au Liban spécifiquement, sur l'engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel.

Le tourisme culturel, le management et la gestion durable

1 Le développement durable : une brève présentation

Plusieurs dilemmes et problèmes ont contribué à l'apparition du concept de développement durable, comme par exemple les changements industriels, la mondialisation, les changements climatiques, les nouvelles tendances de consommation et de production, l'évolution des sociétés, etc. De ce fait, nos points de vue en ont été influencés et nos orientations guidées vers développement durable qui prend en considération ces problèmes et qui porte une attention à tout changement possible dans le futur (Brundtland, 1987). Le fameux rapport Brundtland « notre avenir à tous » a été publié par la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement (CMED). Il présentait un certain nombre de principes directeurs en faveur du développement durable.

Selon ce rapport, le développement durable est « celui qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ». Le lancement de ce rapport a influencé les stratégies et les visions de développement de la plupart des secteurs, notamment les secteurs de la construction,

de l'environnement, du transport, de la géographie, du patrimoine, de l'agriculture, du marketing et du tourisme, etc. (Johnston, 2014).

La notion de développement durable a un large sens et elle peut ainsi avoir plusieurs définitions. Du point de vue de la gestion, Espiner et al. (2017) ont montré que le développement durable nécessite un changement de la stratégie et du processus de la prise de décision. C'est ainsi donc une orientation économique vers des stratégies plus durables et vers une préservation des ressources culturelles et naturelles. Duxbury et Gillette (2007) (comme cité dans Swanson & DeVereaux, 2017), présentent une définition du développement durable d'un point de vue socio-culturel en expliquant qu'il s'agit d'une contribution à la préservation des valeurs culturelles et au bien-être des sociétés.

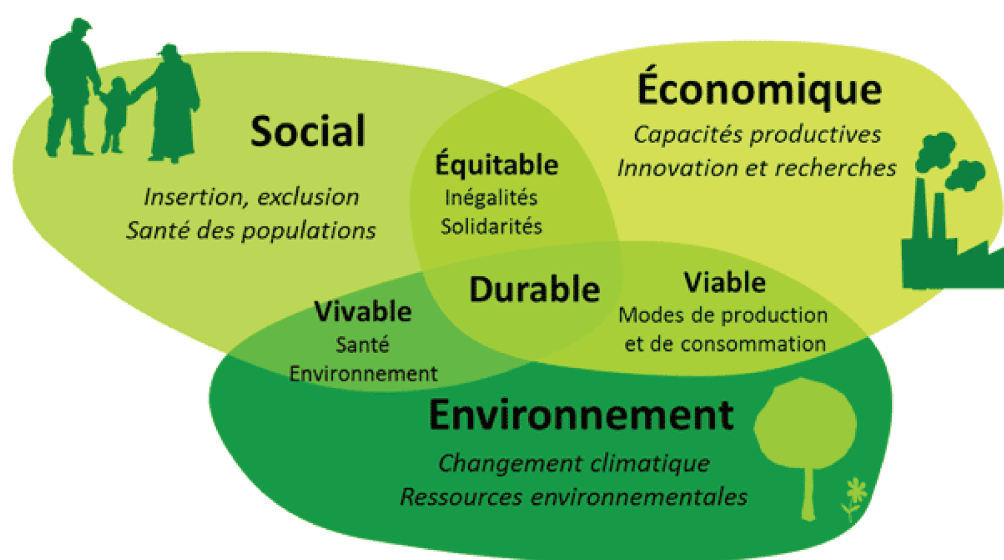


FIGURE 3 – Le développement durable-Stratégie de Québec.

Quelle que soit la définition du développement durable avancée, nous notons un accord sur le fait que ce phénomène doit maintenir un équilibre entre trois dimensions ou piliers de durabilité : économique, environnemental et social (figure 3). La figure 3 présente un modèle général de développement durable (MRC de Maskinongé, 2018). Ce type de développement s'appuie sur trois principes : équitable, vivable et viable qui se traduisent dans la relation et l'interaction entre les

trois dimensions de durabilité.

Le premier principe vise à renforcer la qualité de vie des communautés en favorisant des opportunités pour l'investissement local. Le deuxième encourage l'accroissement économique dans le but de préserver la nature et de sauvegarder les ressources disponibles sur notre planète. Enfin, le troisième principe garantit une continuité des ressources environnementales avec une intervention minimale dans le tissu social et l'identité culturelle des sociétés (Andrea et al., 2013 ; Lejeune, 2010).



FIGURE 4 – Les objectifs de développement durable des NU.

Le développement durable est alors un phénomène promoteur d'une continuité à long terme et la plupart des modèles stratégiques font référence directe ou indirecte à ce concept (Pulido-Fernández et al., 2015). En outre, les objectifs de développement durable des NU « sustainable development goals » (figure 4) (lancés en 2015 et qui viennent remplacer les objectifs du Millénaire pour le développement), exposent la démarche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous (NU, 2018). Ces objectifs répondent aux défis mondiaux auxquels nous sommes confrontés, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice. Nous remarquons bien à partir de la figure 4 que le tourisme durable n'est

pas considéré comme un objectif principal de développement durable, bien qu'il soit lié indirectement à tous les objectifs. Nous voulons dire par là, qu'une bonne application du concept du tourisme durable peut contribuer à la réalisation d'un ou de plusieurs objectifs.

2 Le tourisme durable : définitions et évolution

Le tourisme est traditionnellement défini comme étant « un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement des personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour des raisons d'affaires » (OMT, n.d.). Selon Le (2012), « l'activité touristique concerne de nombreux secteurs économiques comme le secteur des voyages, des loisirs, des hébergements, de la restauration mais aussi du bâtiment, des travaux publics, des activités sportives et culturelles, etc. ». Il existe également plusieurs autres définitions du concept de tourisme établies d'après le type de l'attraction touristique, les caractéristiques des visiteurs et leurs motivations, les ressources du tourisme, les parties prenantes concernées, etc.

Ce qu'on fait valoir d'après ces définitions est que le tourisme est une industrie qui présente actuellement un des plus forts taux de croissance sur le plan mondial et qui est en croissance continue d'année en année (OMT, 2017; Torrente, 2009). Selon les estimations de l'OMT (2018), « le nombre de visiteurs internationaux a augmenté de 6% au cours des quatre premiers mois de l'année 2018 par rapport à la même période de l'an dernier ». Toujours dans cette même optique et d'après Horizons solidaires (2013), « au cours des dernières décennies, parallèlement à l'augmentation des capacités d'accueil, à la baisse des tarifs du transport international et à la hausse des revenus réels des ménages, le tourisme mondial s'est développé et diversifié au point de devenir l'un des secteurs économiques les plus dynamiques ». Ces deux données illustrent la capacité énorme du tourisme à améliorer la qualité de vie des communautés d'accueil. Mais cette croissance n'est pas exempte d'impuretés, notamment avec le développement du tourisme de masse. Le tourisme de masse est connu pour ses impacts négatifs sur les ressources

environnementale, économique et socio-culturelle. Sezgin et Yolal (2012) déclarent que ce concept est défini comme étant le nombre de visiteurs visitant en même temps une destination touristique.

En général, les effets négatifs du tourisme au niveau socio-culturel incluent des changements au niveau du système culturel, des conflits culturels entre les visiteurs et les habitants, des modifications des modes et de la qualité de vie, des modifications du comportement social et de l'identité culturelle, etc. (Bogahawatte, 2013 ; Demaline, 2011 ; El Maalouf, Ghadban, & Shames, 2015 ; Poudel, 2014). Au niveau environnemental, le développement irresponsable du tourisme peut engendrer la pollution, la dégradation de la biodiversité (la flore et la faune) et des services de l'écosystème, l'épuisement des ressources naturelles, etc. (Davenport & Davenport, 2006). Alors qu'au niveau du secteur économique, le tourisme de masse peut créer un risque de fuite, une répartition inégale des emplois, des ressources et des revenus, une augmentation du coût de vie et des prix d'investissement (Harcombe, n.d. ; Kumar et al., 2015). Ces impacts négatifs combinés au développement du tourisme de masse, ainsi que l'impact économique considérable de cette « industrie » dans de nombreux pays et notamment dans les pays émergents ont soulevé la question de protection et de tourisme durable.

L'introduction officielle du tourisme durable remonte à l'an 1992 lors de la conférence mondiale liée au développement durable qui s'est tenue à Rio (Le, 2012). Le tourisme durable est défini comme étant « une forme alternative de développement qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels et des communautés d'accueil »⁴. D'après De Juan Alonso (2010), « le tourisme durable prend soin de l'environnement pour des raisons d'engagement éthique, de préservation socio-économique et de marché ». En 2005, l'OMT a adopté une définition du tourisme durable qui compte sur une participation de toutes les parties prenantes et sur un engagement politique fort.

Le concept de tourisme durable est fondé sur plusieurs principes directeurs

4. <http://sdt.unwto.org/fr/content/definition>.

(Buckley, 2012 ; Dorobantu & Nistoreanu, 2012 ; Farsari, 2012 ; Muhi & Jovanović, 2012 ; Union Européenne (UE), 2008) :

- L'utilisation durable des ressources naturelles et culturelles ;
- La participation des communautés locales dans la prise de décision et dans la gestion du tourisme ;
- La diversification des produits touristiques ;
- L'articulation des échelles de gouvernance, des secteurs et des acteurs ;
- Le principe le plus important reste celui selon lequel le tourisme durable est un processus de changement et d'adaptation au dynamisme de l'environnement, de l'économie et du système socio-culturel. C'est ainsi qu'il est considéré comme un point de départ d'une longue procédure et non comme un aboutissement.

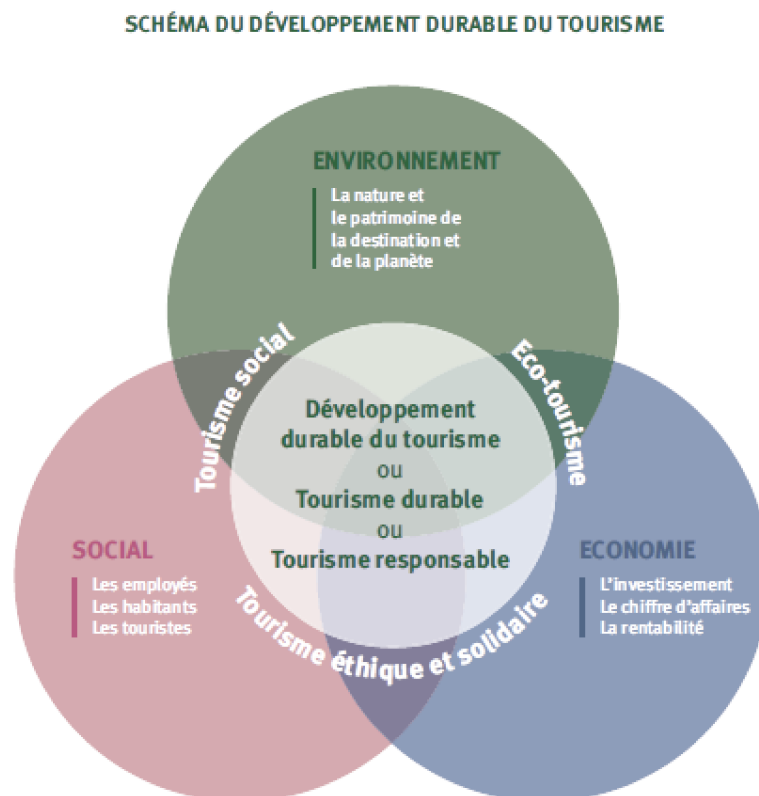


FIGURE 5 – Schéma de développement durable du tourisme.

Les termes tourisme durable, tourisme responsable, tourisme équitable, tourisme solidaire sont des termes utilisés indifféremment pour désigner un développement durable du tourisme (figure 5)⁵. et un comportement respectueux des visiteurs qui sont devenus de plus en plus conscients des impacts du voyage sur l'environnement (UE, 2008). En France par exemple, la notion du « tourisme responsable » comprend les formes du tourisme solidaire, du tourisme équitable et du tourisme durable.

D'ailleurs, ces concepts ont été définis par les cahiers N° 65. d'Horizons solidaires (Horizons solidaires, 2013) comme ayant des aspects en commun :

Le tourisme responsable : il est axé sur la connaissance des réalités locales, de la culture, des modes de vie mais aussi de la situation politique et sociale de tel ou tel groupe. Il alterne en général entre les activités culturelles et les rencontres avec des acteurs locaux (association, projets sociaux).

Le tourisme équitable il s'inspire des principes du commerce équitable. Il insiste plus particulièrement sur la participation des communautés d'accueil, sur les prises de décisions démocratiques, sur des modes de production respectueux de l'environnement et sur une juste rémunération des prestations locales.

Le tourisme solidaire : il s'inscrit à la fois dans une perspective responsable et équitable, mais il est plus directement associé à des projets de solidarité : soit en rapport avec le soutien des actions de développement, soit en rapport avec le financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social grâce à une partie du prix du voyage.

On peut distinguer deux grandes catégories du tourisme durable : tourisme rural durable et tourisme urbain durable. Nous discutant dans la section qui suit le tourisme rural durable puisqu'il est le centre de notre recherche.

5. [Http://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions](http://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/definitions).

3 Le tourisme rural durable

Les régions rurales représentent des ressources naturelles uniques et une richesse écologique sur lesquelles les communautés locales comptent pour survivre (Dorobantu & Nistoreanu, 2012). Elles sont définies comme des lieux de terrain non clos, avec quelques bâtiments et une population limitée⁶. Les définitions du tourisme rural sont diverses. Le tourisme rural est généralement défini comme étant le tourisme qui prend lieu hors des villes et des zones côtières, dans des territoires à faible densité démographique (Commission Européenne (CE), 2000).

D'autre part, le tourisme rural durable désigne des changements observables autant du côté de la demande que de celui de l'offre. En ce qui concerne l'offre, les changements signifient une conscience et une sensibilité environnementale et une approche marketing plus axée sur une clientèle responsable. Pour ce qui est de la demande, les changements signifient une demande d'expériences authentiques (réelles, uniques, originaires, etc.) et des régions peu visitées (Bramwell, 1994).

D'autres mettent davantage l'accent sur le type d'expériences que ce tourisme devrait offrir, en soulignant par exemple le « souci de permettre aux visiteurs un contact personnalisé, une insertion dans le milieu rural physique et humain ainsi que, dans la mesure du possible, une participation aux activités, aux coutumes et aux modes de vie des habitants » (CE, 2000). Fatimah (2015) interprète le tourisme rural durable comme valorisant le secteur économique et la conservation des communautés rurales. D'après Falak et al. (2016), le tourisme rural durable est un secteur profitable pour les communautés locales.

Au cours des vingt dernières années, l'Europe est devenue le leader au niveau mondial dans le domaine du tourisme rural. Il est encore prévu qu'elle gardera ce titre en raison, notamment, de l'élargissement rapide de l'UE ce qui entraîne la mise en place et l'augmentation du nombre des associations du tourisme rural (Muhi & Jovanovic, 2012).

6. http://education.nationalgeographic.com/education/encyclopedia/rural-area/?ar_a=1.

3.1 Le tourisme rural au Liban

Échelle de mesure des régions rurales libanaises-critères d'identification

Il existe de nombreuses définitions de l'espace rural. Ces définitions diffèrent selon les pays et leurs spécificités géographiques, mais les caractéristiques qui distinguent un espace rural d'un espace urbain sont assez semblables. Dans le Tableau 1, nous présentons quelques définitions des régions rurales. D'après ces définitions, nous pouvons conclure qu'un espace rural est caractérisé par sept aspects : il est situé hors des régions urbaines, péri-urbaines, et côtière ; il tend plus vers un village ; la densité de population et/ou d'emploi y est faible ; c'est un espace ouvert ; faiblement diversifié ; on y trouve des établissements à petite échelle ; l'utilisation des terres est dominée par une culture et une activité agricoles importantes ; il englobe des espaces forestiers et des zones naturelles.

En ce qui concerne le Liban, il n'y a pas de classification directe et claire des régions rurales et urbaines. Pour cela, l'échelle de mesure des régions rurales a été développée sur la base de la stratégie du tourisme rural au Liban (Pharaon, 2016), d'après les définitions présentées ci-dessus, et d'après des discussions avec quatre experts du tourisme au Liban : Dr. Socrat Ghadban (expert en management de tourisme), Dr. Pascal Abdallah (expert en écotourisme), Dr. Nour Farra haddad (experte en tourisme culturel), et Mrs. Hiba Hassanieh (experte en développement de tourisme rural au ministère du tourisme).

Les variables de mesure des régions rurales libanaises⁷ sont alors les suivantes : la population (mesurée en fonction du nombre de résidents) ; la géographie de la région et non pas son emplacement géographique sur la carte ; le niveau d'urbanisation (ex. mesure des routes) ; l'emploi de temps ; l'occupation des habitants ; les métiers des habitants ; le type d'infrastructure ; les formes traditionnelles d'utilisation des terres.

7. Une région (rurale ou urbaine) au Liban est l'équivalent d'une commune en France.

TABLEAU 1 – Des définitions des régions rurales.

Définition de l'espace rural	Référence
Tout ce qui n'est pas urbain est rural. L'urbain est défini par rapport à la densité de l'espace habité, la concentration de la population et la concentration et la diversification des activités. L'espace rural renvoie à une faible densité, un espace peu officialisé, une dispersion des activités et des populations.	Korso Feciane, 2016
Les régions rurales sont caractérisées par de faibles densités de population, des espaces ouverts, des établissements à petite échelle comptant généralement moins de 10 000 habitants, l'utilisation des terres dominée par une agriculture, des espaces forestiers et des zones naturelles.	Neumeier & Pollermann, 2014
L'espace rural est un lieu dédié à l'agriculture	http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/espace-rural/ .
L'espace rural est l'espace de la campagne	www.hypergeo.eu/spip.php?article481 .
L'espace rural est un espace de faible densité d'emploi et/ou de population, faiblement diversifié, aux sols peu artificiels, où l'agriculture tient une place dominante.	Schmitt & Goffette-Nagot, 2000
L'espace rural se caractérise par une densité de population relativement faible, par un paysage à couverture végétale prépondérante (champs, prairies, forêts, autres espaces naturels), par une activité agricole relativement importante, du moins par les surfaces qu'elle occupe	http://ecole-rurale.marelle.org/espaces-ruraux.htm .
Le terme rural est lié directement aux territoires ruraux, aux campagnes, et à l'agriculture.	Pharaon, 2016

Faisant référence aux variables ci-dessus, pour qu'une région soit rurale au Liban, elle doit répondre à sept critères principaux :

1. La population ne dépasse pas 10,000 habitants (y compris les personnes qui y résident en permanence- qui restent au village pendant l'hiver et celles qui vivent dans des villes mais se rendent dans leurs villages pendant les weekends d'une façon hebdomadaire et en été).
2. La géographie (la surface naturelle domine la surface habitée).
3. Le niveau faible d'urbanisation (pas d'autoroutes ni de voies divisées).
4. L'emploi de temps (c'est plus en relation avec la terre et avec les activités agricoles).
5. L'occupation des gens et leurs métiers (l'occupation doivent être en relation avec l'agriculture et le patrimoine culturel, même si c'est ne pas un engagement complet)⁸.
6. L'infrastructure peu développée.
7. L'utilisation des terres dédiée à l'agriculture en premier lieu.

Caractéristiques géographiques des régions rurales libanaises

Les régions rurales libanaises ont été sélectionnées puisque la population rurale constitue 12% seulement de la population totale libanaise (Administration centrale des statistiques, 2014 ; Byiringiro, 2013). Les régions rurales sont plus riches que les régions urbaines en patrimoine culturel et en ressources culturelles et naturelles, avec une variété de sites touristiques culturels, etc. (Hamade et al., 2011 ; Pharaon, 2016 ; Rahhal, 2015).

D'après la figure 6, nous pouvons identifier les régions libanaises avec les principales zones agricoles (Abou Arrage, 2014). La zone totale d'agriculture au Liban occupe 39% du territoire libanais, ce qui est équivalent à 4,076.28 km² (Byiringiro, 2013). Comme nous le montre la figure, les régions libanaises avec les principales zones agricoles sont : le Mont Liban (47% occupation des espaces d'agricultures),

8. En raison de l'urbanisation et l'immigration, la plupart des gens dans les régions rurales libanaises occupent des emplois dans le secteur privé et public en dehors de leurs régions rurales, principalement dans la capitale Beyrouth.

l'anti-Liban⁹ (19%), et la Bekaa (une concentration de 14%). Ces zones occupent alors 29% de la zone totale dédiée à l'agriculture au Liban.

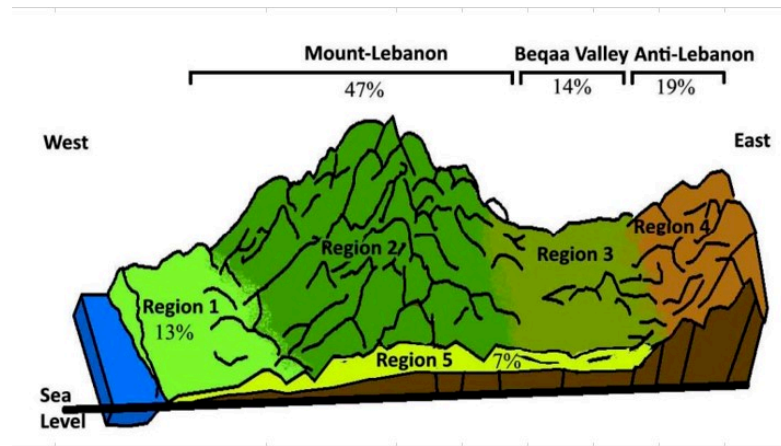


FIGURE 6 – Les cinq structures géomorphologiques du Liban.

La Figure 7 nous indique les régions rurales dans les montagnes du Liban¹⁰. Comme il n'existe pas de carte géographique officielle des régions rurales libanaises, nous adoptons la carte du LMT. Ce sentier est d'une longueur de 470 km, constitué de 31 sections couvrant la majorité des régions rurales. D'après ces deux plans géographiques, (figure 6 et figure 7) nous constatons que les régions rurales libanaises se situent principalement dans cinq muhafazat¹¹ du Liban : la Bekaa, le Mont Liban, le Liban Nord, le Akkar, et Baalbeck-Hermel. Le Liban est divisé en huit muhafazat (figure 8)¹² : Beyrouth, le Mont liban, la Bekaa, le Liban Sud, Nabatiyeh, le Liban Nord, le Akkar et Baalbeck-Hermel. Beyrouth, le Liban Sud et Nabatiyeh sont des muhafazat situées sur la côte.

La figure 9 indique les caza¹³ dans les huit différentes muhafazat du Liban (Bou

9. Anti- Liban est la montagne orientale du Liban. C'est une chaîne de montagnes du Proche-Orient. Parallèle à la chaîne du Mont Liban, elle en est séparée par la vallée de la Bekaa.

10. <https://www.lebanontrail.org/#!/hike-the-lmt-map-section?thematics=5>

11. « La muhafaza » (muhafazat au pluriel) gouvernorats en Français, est l'équivalent d'une région en France.

12. <http://www.localiban.org/administration-territoriale-du-liban>

13. « Le caza » ou quartier en Français est une entité administrative équivalente au département en France.

Antoun, 2019). En tout, le Liban est constitué de 24 caza. Certains caza sont situés dans l'une des cinq muhafazat sans pour autant être ruraux, mais plutôt côtiers ou urbains comme Byblos par exemple. C'est un caza du Mont Liban situé sur la côte libanaise. Aussi, plusieurs caza du Liban Nord sont côtiers. Dans notre thèse, nous nous intéressons seulement aux régions rurales situées dans ces cinq muhafazat : la Bekaa, le Mont Liban, le Liban Nord, le Akkar, et Baalbeck-Hermel.

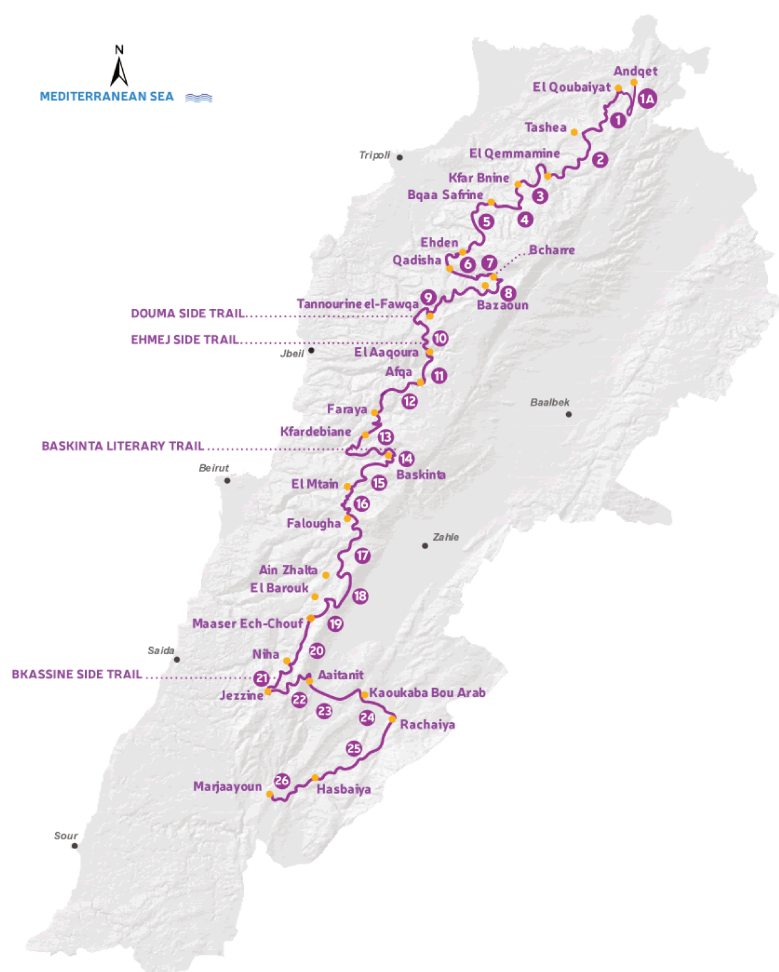


FIGURE 7 – La carte du LMT.

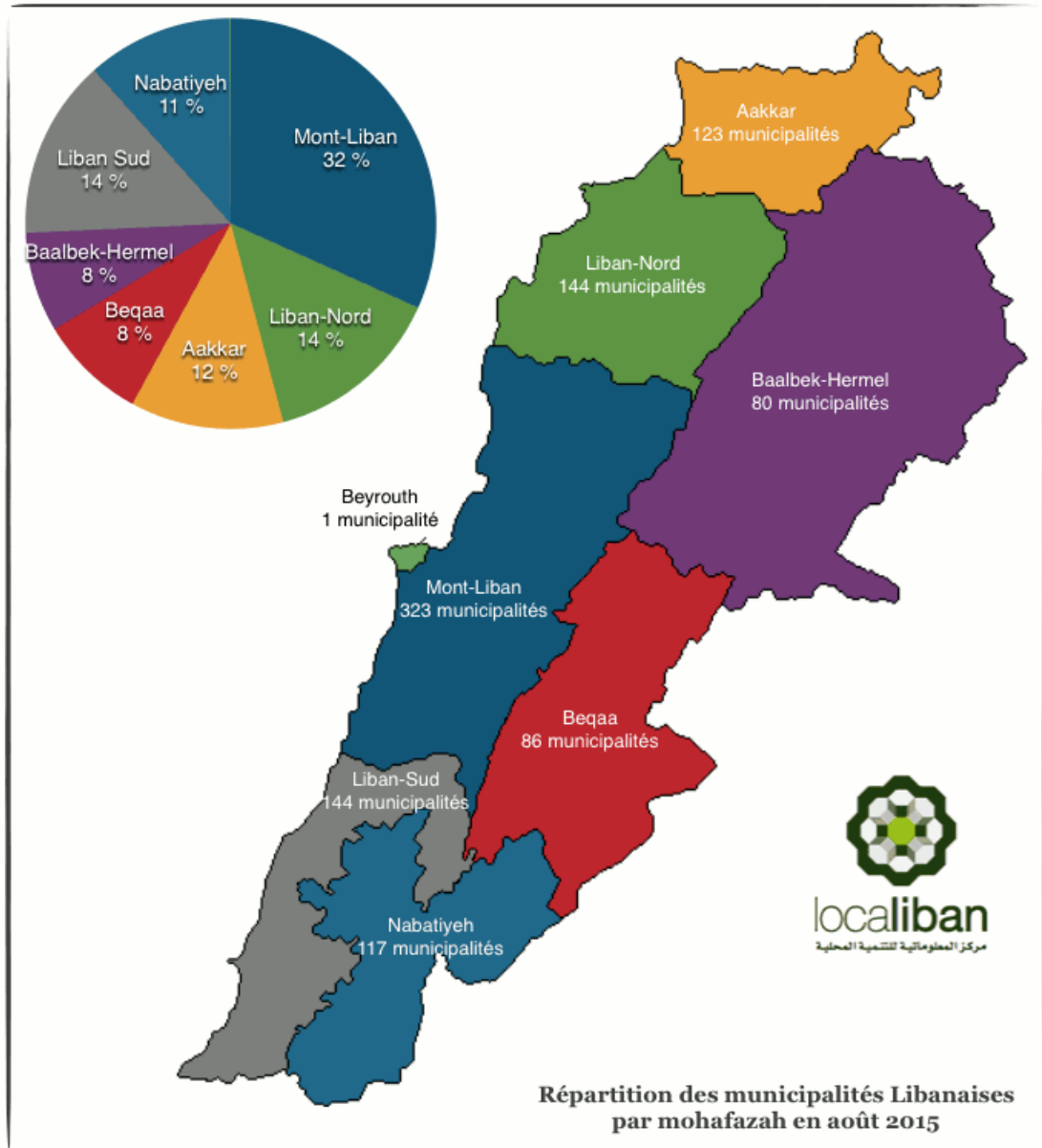


FIGURE 8 – La carte des huit muhafazat du Liban.



FIGURE 9 – La carte des muhafazat et des caza du Liban.

Le concept du tourisme rural au Liban

Le tourisme rural au Liban a connu une croissance importante au cours de la dernière décennie, une croissance constatée avec l'institutionnalisation du tourisme rural et principalement visible grâce au développement du concept des maisons d'hôtes et des guides touristiques (Rose, 2017). Le tourisme rural est étroitement lié au concept des maisons d'hôtes. Les maisons d'hôtes au Liban sont réglementées par le décret N° 6298, qui a été publié le 09 Septembre 2011. Il s'agit là du seul décret concernant le tourisme rural au Liban.

La stratégie du tourisme rural au Liban (sur cinq ans) a été initiée en 2015 en collaboration étroite avec toutes les parties prenantes concernées (Pharaon, 2016). Selon cette stratégie, le tourisme rural est le tourisme qui prend lieu dans les régions rurales libanaises. Il est défini dans un contexte local, de la perspective des visiteurs, des communautés locales et des fournisseurs locaux. Il a sept caractéristiques principales :

1. Il prend lieu dans les régions rurales, hors centres urbains ;
2. Il offre aux visiteurs l'opportunité de découvrir le mode de vie rural, qui est bien différent du mode de vie dans les régions urbaines ;
3. Il offre aux visiteurs l'opportunité de réaliser des activités en lien directe avec les paysages naturels et culturels, avec l'agriculture, avec la gastronomie et le patrimoine culturel matériel et patrimoine culturel immatériel ;
4. Il présente le secteur où le développement du tourisme, les travaux et les installations sont à petite échelle (en termes des bâtiments et d'investissements) ;
5. Il offre aux visiteurs l'opportunité d'interagir et de communiquer avec les populations locales ;
6. Il sert à engager les communautés locales dans le processus de développement et de gestion des activités touristiques dans le but de créer des profits aux niveaux social, économique et culturel ;

7. Il aide les communautés locales à protéger leur patrimoine culturel tout en appréciant ses valeurs.

3.2 Les catégories du tourisme rural durable

Le tourisme rural durable a plusieurs catégories, nous en citons les plus importantes : l'écotourisme (centré sur la découverte de la nature), l'agrotourisme (basé sur la découverte des savoir-faire agricoles d'un territoire), le tourisme gastronomique (axé sur la découverte des spécialités culinaires d'un pays ou d'une région) et le tourisme culturel (Diallo et al., 2015). Ces formes alternatives du tourisme sont aussi connues sous le terme « tourisme à base communautaire » et sont considérées comme modèles effectifs de développement rural (Lee et al., 2013 ; Wearing et al., 2010). Les catégories du tourisme rural durable partagent des caractéristiques communes : la découverte et la familiarisation avec le patrimoine culturel et naturel, la protection et la conservation des ressources naturelles et culturelles et tous les aspects de la destination touristique ainsi que l'engagement actif des visiteurs auprès des communautés locales.

Le concept d'écotourisme a émergé fin 1980 comme une conséquence directe de la prise de conscience des enjeux écologiques. Selon Ceballos-Lascurain (1996), le concept d'écotourisme « consiste à voyager et visiter des zones naturelles sans les perturber et les polluer, dans le but d'étudier et d'admirer le paysage, les plantes et les animaux sauvages qu'elles abritent, ainsi que toute manifestation culturelle (passée et présente), observable dans ces zones » (Ceballos-Lascurain, 1996 comme cité dans Dekhili & Achabou, 2014). La Société Internationale d'écotourisme (The International Ecotourism Society (TIES)) a proposé une définition de l'écotourisme basée sur le comportement responsable des visiteurs qui sert à protéger l'environnement et à renforcer le bien-être des populations locales (TIES, 2007 comme cité dans Baral et al., 2012). Leroux (2010) a présenté le concept de l'optimum touristique qui consiste dans « la meilleure utilisation possible d'une activité, d'un produit ou d'un environnement ». L'application de concept du tourisme durable au concept de l'optimum touristique contribue à l'optimum écotouristique. Les paramètres et la mise en pratique de ce dernier sont devenus possibles par l'in-

production de plusieurs indicateurs qui peuvent être mesurés par des méthodes de calculs variées proposées par l'auteur de l'étude permettant une meilleure gestion de développement durable et de l'écotourisme.

Le concept d'agrotourisme est apparu à la fin du XX^e siècle. Il est généralement défini comme renfermant toutes les activités touristiques tenues, en lien avec l'agriculture et toute autre activité agricole (Stronza & Gordillo, 2008). Pour Cottrell et al. (2007), l'agrotourisme « est une forme de tourisme dont l'objet est la découverte des savoir-faire agricoles d'un territoire, et par extension des paysages, des pratiques sociales et des spécialités culinaires découlant de l'agriculture ». Zoto et al. (2013) ont déclaré que pour les visiteurs, l'agrotourisme signifie toute activité réalisée dans le but de se familiariser avec les processus de fabrication alimentaire.

La gastronomie locale des communautés rurales représente aujourd'hui une des ressources les plus importantes pour le développement du tourisme gastronomique durable. Plus encore, la gastronomie est non plus considérée seulement comme une action volontaire pour survivre mais une attraction par elle-même. Cet intérêt croissant se traduit par l'importance de la gastronomie à renforcer le développement durable des communautés locales (Mgonja et al., 2016). Selon Henderson (2009), le tourisme gastronomique aussi connu sous le nom de tourisme culinaire, fournit un avantage concurrentiel pour les régions rurales notamment en raison de sa capacité à préserver et valoriser l'identité culturelle. Le tourisme culturel constitue le centre de recherche de notre thèse, nous le détaillons dans les sections suivantes.

4 Le concept de tourisme culturel : aperçu au niveau globale et au Liban

Le débat sur la relation entre tourisme et patrimoine culturel n'est pas récent. Au début du 20^e siècle, le tourisme et la culture ont été perçus comme étant deux secteurs séparés. Cela est d'une part dû au fait que les ressources culturelles

constituent le patrimoine culturel par rapport auquel les sociétés développent leurs éducations et savoir-être. D'autre part, le tourisme a été identifié comme une activité de loisir bien séparée de la vie quotidienne et de la culture locale. Vers la fin du 20^e siècle, les atouts du patrimoine culturel ont commencé à jouer un rôle principal, attirant des visiteurs locaux et internationaux, ce qui a changé la vision de conflit entre patrimoine culturel et tourisme. Pour être plus précis, à partir des années 1980 le tourisme culturel est devenu une source primaire du développement économique pour la plupart des destinations touristiques, celles en voie de développement en particulier (Arzeni, 2009).

Selon McKercher et al. (2005), la relation entre tourisme et patrimoine culturel suit sept étapes progressives :

Dénégation : elle apparaît dans les étapes préliminaires du développement du tourisme. Les gestionnaires des sites du patrimoine culturel renient leur participation dans ce secteur.

Les attentes irréalistes : elles sont plus identifiées par les employés dans le secteur du tourisme que par les employés dans le secteur du patrimoine culturel.

Existence parallèle : les rôles sont bien définis par les deux secteurs avec peu de communication entre les acteurs.

Conflit : il apparaît particulièrement entre les managers des sites du patrimoine culturel non inclus dans le secteur du tourisme.

Co-gestion imposée : c'est l'intervention d'une tierce personne ou organisation pour résoudre les conflits.

Partenariat : il s'agit d'une relation rare mais identifiée dans les cas des sites du patrimoine culturel expressément construites, à des fins touristiques.

Relations contre-courantes c'est l'usage des monuments historiques abandonnés dans le secteur du tourisme comme un outil de protection. Dans ce cas, les monuments sont protégés mais les atouts immatériels peuvent être négativement affectés.

Dans certains cas, le tourisme culturel constitue un facteur de développement des destinations touristiques et dans d'autres cas, il peut détruire les valeurs et les ressources du patrimoine culturel. Dans cette thèse, nous adoptons l'idée que le patrimoine culturel et le tourisme sont deux vecteurs inséparables de la destination touristique, la relation entre eux est renforcée par l'intégration du tourisme durable.

4.1 Définitions et importance du tourisme culturel

Le patrimoine culturel est associé aux manières selon lesquelles les gens interagissent avec leur paysage (Stephenson, 2008). C'est la partie sélective du passé partiellement interprétée pour la consommation présente (Stubbs, 2004). Korso Feciane (2016), définit le patrimoine culturel comme étant « l'ensemble de tous les biens naturels ou créés par l'homme sans limite de temps ni de lieu, il constitue alors l'objet de la culture ». Mitchell et al. (2009), soutient cette vision en ajoutant que le patrimoine culturel aide à définir l'identité culturelle, l'environnement dans son ensemble étant influencé par son interaction avec l'humanité, il est donc en mesure d'être considéré comme patrimoine. Le patrimoine culturel n'est pas statique, mais change constamment et est interprété différemment par différents acteurs (Tengberg et al., 2012).

Le patrimoine est aussi défini comme étant les connaissances traditionnelles. Les connaissances traditionnelles sont définies comme celles rattachées au mode de vie traditionnel des peuples autochtones ou enracinées (les personnes qui vivent dans un pays depuis l'origine de son peuplement-en tant que premier occupant du territoire)¹⁴. Les connaissances traditionnelles expriment le savoir accumulé et la compréhension de la place qu'occupent les êtres humains dans l'univers. Elles englobent les liens spirituels, les rapports avec le milieu naturel et l'utilisation des ressources. Les liens entre les personnes apparaissent dans la langue, l'organisation sociale, les valeurs, les institutions et les lois (Buggey, 1999).

Le patrimoine culturel englobe ainsi deux grandes catégories : patrimoine cultu-

14. <https://fr.unesco.org/indigenous-peoples>.

rel matériel et patrimoine culturel immatériel. Le premier est constitué principalement des paysages construits, de l'architecture et de l'urbanisme, des sites archéologiques et géologiques, de certains aménagements de l'espace agricole ou forestier, d'objets d'art et du patrimoine industriel (outils, instruments, machines, bâti, etc.). Quant au patrimoine culturel immatériel, il peut prendre différentes formes : chants, coutumes, danses, traditions gastronomiques, jeux, mythes et rituels, contes et légendes, petits métiers, témoignages, documents écrits et archives (dont audiovisuelles), etc. (Arcand, 2008 ; Létourneau, 2009 ; Müller, 2008 ; Swensen et al., 2013 ; Wijesuriya et al., 2014).

Cette catégorisation du patrimoine culturel renforce l'importance de celui-ci, aide à maintenir les significations de l'identité culturelle et met l'accent sur le lien intime entre êtres humains et environnement. Helmy et Cooper (2002) insistent sur la nécessité de maintenir le patrimoine culturel du passé pour que les savants et les archéologues puissent l'interpréter et le déchiffrer pour le préserver, le protéger et léguer aux générations présentes et futures.

Le tourisme culturel est le tourisme qui compte sur les atouts du patrimoine culturel et les transforme en offres touristiques (Holtorf, 2013). Il prend lieu quand le motif principal du voyage est de participer à une activité culturelle ou patrimoniale (Simard et al., 2012). Le secteur du tourisme culturel est devenu de plus en plus important, principalement pour les pays en voie de développement qui comptent sur les ressources culturelles pour assurer leur bien-être économique et social (Kausar & Gunawan, 2017 ; Parts et al., 2011). Le tourisme culturel aide donc les sociétés à gérer et conserver leur patrimoine culturel d'une manière efficace et équitable. Nous notons par exemple l'artisanat japonais, dans toutes ses dimensions esthétiques et fonctionnelles. Il constitue aujourd'hui un patrimoine culturel régulièrement mis en avant au niveau international, générant des profits économiques (Kunik, 2013).

Depuis l'inscription des premiers sites patrimoniaux sur la liste du patrimoine mondial en 1978, le tourisme culturel est en développement continu. Selon le centre du patrimoine mondial de l'UNESCO (2019), 1183 sites des biens culturels et na-

turels ont été inscrits sur la liste 2017-2018 du patrimoine mondial. Nous citons parmi eux 37 sites transfrontaliers, 845 sites du patrimoine culturel, 209 sites naturels, 38 sites mixtes (naturels et culturels) et 54 en péril. La plupart sont situés en Asie, dans le Pacifique et en Europe. Grâce à leur étude menée sur 66 pays, Su et Lin (2014) ont vérifié la relation positive entre la présence des sites du patrimoine mondial et le nombre croissant des visiteurs.

Le rapport de l'OMT sur les synergies du tourisme et de la culture (2018), confirme l'importance accrue du tourisme culturel avec 89% des administrations nationales du tourisme qui ont signalé que ce type de tourisme constitue une partie intégrante de leurs politiques en lien avec le tourisme. En outre, le nombre des visiteurs internationaux a constitué en 2018 plus de 39% de toutes les arrivées du tourisme international, ce qui est équivalent à 516 millions séjours culturels (Richards, 2018).

Les travaux de Mbaiwa et Sakuze (2009) ont montré que le tourisme culturel est un moyen de subsistance durable. Le terme subsistance est classiquement défini comme étant « l'ensemble des activités assurant l'existence matérielle et la nourriture ». Par exemple, dans le village de Xai Xai Botswana-Afrique du sud, les activités de chasse et de collecte ont été transformées en produits touristiques en relation avec le tourisme culturel.

4.2 L'intégration du concept de tourisme durable au tourisme culturel

L'application de la notion de tourisme durable au concept du tourisme culturel consiste à protéger le patrimoine culturel avec ses atouts matériels et atouts immatériels et à satisfaire les besoins des générations présentes et futures (Loulanski & Loulanski, 2011 ; Salazar, 2012). Nous adoptons l'idée selon laquelle la relation entre patrimoine culturel et tourisme durable est une relation directe et positive. Le patrimoine culturel est un élément important du produit touristique ; en même temps, le tourisme peut enrichir le patrimoine culturel, fournir des revenus tou-

ristiques qui peuvent conserver et renforcer ce dernier. Notons que les festivals (comme atouts immatériels du patrimoine culturel) sont considérés comme des outils de développement durable du tourisme culturel, grâce à leurs avantages économiques et socio-culturels. Ils sont développés par les organisateurs d'événements pour renforcer la relation entre identité culturelle et lieu. Ainsi, le tourisme culturel durable est le tourisme qui sert à réintroduire les personnes à leurs racines culturelles (McKercher et al., 2005).

Plusieurs études ont certes permis de mieux comprendre la relation entre tourisme durable et patrimoine culturel, à mieux cerner les défis et les opportunités, etc. C'est une relation qui est devenue plus mature avec l'intégration et l'application du concept de tourisme durable (i.e. Guerron Montero, 2015 ; Hayes, 2012 ; McCool & Moisey, 2008, etc.). Pour leur part, Loulanski et Loulanski (2011) ont synthétisé 483 études publiées dans des revues à comité de lecture dans le but d'explorer et analyser les facteurs d'intégration durable du patrimoine culturel au concept de tourisme. Ils ont élaboré une liste de 15 facteurs clés qui facilite cette intégration (tableau 2).

En nous basant sur tout ce qui précède, nous résumons ces facteurs en cinq conditions principales, la dernière condition étant très important et essentielle :

1. Une participation active (directe ou indirecte) de toutes les parties prenantes ;
2. Un management, une gestion et une protection efficace des éléments et des atouts matériels et atouts immatériels du patrimoine culturel ;
3. Un aménagement du territoire et du site du patrimoine culturel ;
4. Une identification des perceptions de toutes les parties prenantes ;
5. L'application des approches durables.

TABLEAU 2 – Les 15 facteurs d'intégration durable du patrimoine culturel au o

Facteur	Description
Participation des résidents	Une participation active dans toutes les étapes du développement, gestion, prise de décision, etc.). Elle vise à renforcer des valeurs communautaires et la décision par les résidents.
Éducation et stage	C'est essentiel pour toutes les parties prenantes du patrimoine culturel, du tourisme et de la destination. Elle vise à créer une relation positive et à éviter les risques ainsi que les conflits.
Équilibre entre authenticité et interprétation	Créer un équilibre entre conservation (caractéristiques du patrimoine) et satisfaction des demandeurs (touristes).
Gestion et pratique du tourisme	Orienter vers la protection des intérêts des parties prenantes et vers le développement d'une approche participative.
Gestion et aménagement intégrés	Passer des actions réactives aux actions proactives. Impliquer les acteurs proches (multi-agences et associations) et les connaissances qui engagent toutes les parties prenantes (planificateurs, gestionnaires du tourisme, experts, ONG, etc.).
Intégration des dimensions du patrimoine culturel et du tourisme (écologique, culturelles, etc.)	Intégration des dimensions dans le cadre et de la gestion durable, la qualité de vie, le renforcement de la surveillance des impacts sur la culture et le tourisme.
Développement équilibré du tourisme	Ce développement doit être basé sur les décisions des parties prenantes, les besoins du tourisme et ceux du patrimoine culturel, publics et les intérêts privés.

Facteur	Description
gouvernance intégrée et participation des acteurs	Adopter et appliquer l'approche de leadership productive entre les acteurs.
Diversification du marché et des produits touristiques	Cela garantit une protection des ressources naturelles.
Financement diversifié et suffisant provenant de différentes sources (nationales et internationales, publiques et privées)	Utiliser les revenus du tourisme pour protéger le patrimoine culturel.
gouvernance et soutien international	Le rôle de la gouvernance internationale est crucial. Cela peut prendre un rôle de conseil, de financement, etc.
Gestion efficace de la capitale du patrimoine culturel	Atteindre des profits mutuels durables, valoriser le patrimoine. Cette approche est une composante globale de durabilité.
Gestion efficace des sites du patrimoine culturel	Elle est considérée comme étant une partie essentielle de la destination touristique. Les outils de la gestion du patrimoine sont cruciaux.
Gestion efficace de la destination touristique	La gestion de la destination touristique est basée sur la demande touristique et la gestion de la destination. La place et le centrisme, l'équilibre entre le local et celui du patrimoine culturel local, etc.
Changement des connaissances théoriques et méthodologiques	D'un point de vue théorique, c'est un changement de paradigme, une collaboration entre les universités et les chercheurs. D'un point de vue méthodologique, il s'agit d'un large échantillon d'études de cas.

4.3 Le tourisme culturel au Liban : évolution historique, identification du patrimoine culturel et analyse sur le plan national

La construction patrimoniale au Liban

Le Liban est le pays aux multiples origines, façonnées par 10 000 ans d'histoire qui lui valurent d'être convoité par diverses civilisations. Elles s'y sont installées au fur et à mesure des années et y ont laissé leurs traces culturelles, archéologiques et patrimoniales. Salem (2011) a identifié cinq époques/ moments de la construction patrimoniale au Liban. D'abord la renaissance arabe, après laquelle le fait patrimonial au Liban a connu une évolution avec quatre périodes importantes : le mandat français, la première république, la guerre civile et enfin la deuxième république (Figure 10¹⁵).

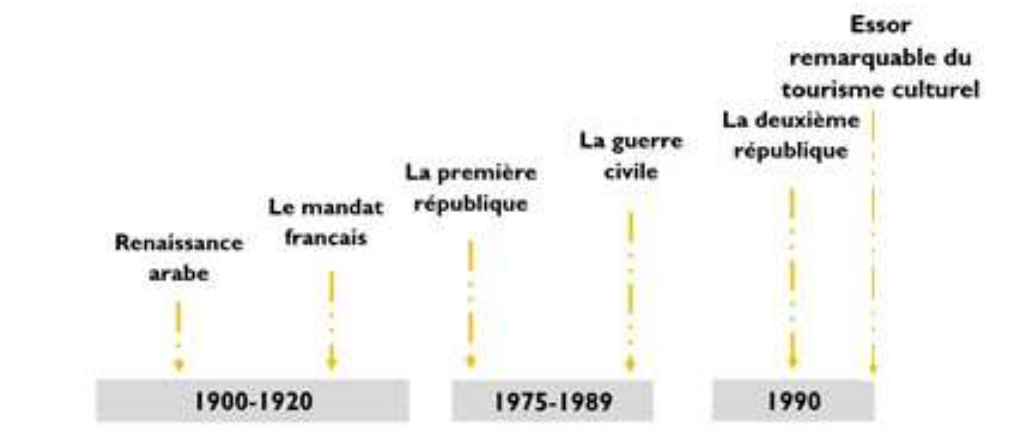


FIGURE 10 – Les époques de l'évolution de la notion du patrimoine culturel au Liban.

15. Pour plus d'informations sur ces époques de construction patrimonial au Liban, voir thèse de doctorat de Salem (2011).

La renaissance arabe-1900 : elle a été évoquée pour la première fois au Liban dans le cadre du nationalisme arabe. Elle renvoyait à un bien commun d'ordre culturel et mobilisait l'identité arabe pour asseoir des revendications nationalistes arabistes.

Le mandat français-1920 : pendant cette époque de construction patrimoniale, les français avaient un rôle principal. Ils ont mobilisé le patrimoine aussi bien dans la construction nationale que dans le développement du tourisme. Les idéologies politiques et économiques des français ont donc bien contribué à la construction du patrimoine libanais.

La première république libanaise-de l'indépendance jusqu'en 1975 : c'est au cours de la période qui commence juste après l'indépendance que l'état libanais de la première république a pu identifier le patrimoine comme enjeu territorial, plutôt un terrain fertile pour la production de valeurs par l'élite dirigeante et leur diffusion auprès du peuple.

La guerre civile libanaise-1975-1989 : ¹⁶ pendant la guerre civile libanaise, la question de la construction patrimoniale a connu une complexité. Des dilemmes et des enjeux (politiques, géopolitiques et communautaires) menaçant l'évolution du patrimoine libanais se posaient de nouveau : est-ce un patrimoine communautaire, national, ou international ?.

La deuxième république-depuis 1990 : cette époque (après la guerre civile libanaise) a témoigné une construction patrimoniale collective sur tout le territoire libanais.

Identification du patrimoine culturel matériel et du patrimoine culturel immatériel des régions rurales libanaises

Nous notons qu'il existe plus de 2000 régions/villages ruraux culturels au Liban (Ghadban et al., 2017 ; Hamade et al., 2011). Pour pouvoir montrer la richesse patrimoniale des régions rurales au Liban nous détaillant ci-après leurs atouts matériels et atouts immatériels. Bien sûr, seuls les cinq muhafazat mentionnées auparavant sont à analyser : la Bekaa, le Mont Liban, le Liban Nord, le Akkar et

16. la guerre civile au Liban connue aussi comme la guerre du Mont Liban a eu lieu en 1975 entre les Druzes et les Maronites.

Baalbeck-Hermel. On ne peut pas présenter une liste complète de ces atouts en raison des références limitées, ce qui nécessite un projet individuel. Nos recherches secondaires (sur les brochures du ministère du tourisme au Liban, les guides et les ouvrages sur le patrimoine et le tourisme culturel au Liban, et les publications) nous ont permis de sélectionner les atouts les plus importants.

Presque chaque région rurale au Liban est connue pour son histoire et sa richesse patrimoniale. Hadath El Jebbeh par exemple, est l'un des villages les plus anciens dans le caza de Bsharri-Liban Nord et dont le nom est attesté dès le 6^e siècle de l'ère Chrétienne. Des sentiers balisés relie Hadath El Jebbeh à sa forêt de Cèdres, à la vallée Sainte et à la montagne du Makmel (Tayah, 2016). La région rurale de Douma dans le caza de Batroun¹⁷-Liban Nord est réputée pour ses vieux souk-marchés qui datent de plus de 300 ans, avec un sarcophage du 4^e siècle de l'ère chrétienne, une salle de cinéma traditionnelle datant des années 50, etc. La région rurale de Mtein dans le caza d'El Metn-Mont Liban est un village historique avec des résidences patriciennes de l'époque 18^e au 19^e siècles qui donnent sur la grande place « Al Midane », dont l'ancien palais de Justice. Il existe à Baalbeck des traces de civilisations anciennes qui y sont toujours dispersées, y compris des monuments phéniciens et arabes, un temple romain et quelques ruines byzantines. D'après les recherches du Dr. Nour Farra Haddad (2013), il existe à peu près 500 moulins à eau au Liban (la construction des moulins à eau dans le village de Shebaa remonte à l'an 1519).

Le Tableau 3 présente quelques sites religieux (églises et monastères) des régions rurales libanaises. Il existe plus de 6000 au Liban. Les sites mentionnés dans le tableau 3 sont renommés soit pour leur histoire, leur architecture, soit parce qu'ils sont associés à un événement historique ou culturel. On peut mentionner la cathédrale arménienne « Saint Grégoire », l'église « Saint Louis », l'église de Harissa, la mosquée « Mohammad Al-Amin », le monastère de Qannoubin, et la mosquée « Fakhreddine ».

17. Batroun est un village reconnu pour les poteries faites à la main.

TABLEAU 3 – Quelques sites religieux du patrimoine culturel matériel dans les régions du Liban

Nom du site religieux	Caza/Muhafaza	Description
Le monastère « Saint Jean »	El Metn-Mont Liban	Où se trouve la première imprimerie au Liban
L'église « Mar Abdâ »	El Metn-Mont Liban	Construite en 1587.
La grande église « Deir El Kalaa »	El Metn-Mont Liban	Datant au 20 ^e siècle, les structures sont identiques à celles du temple de Baalbeck
Le monastère « Youhanna El Sayegh El Maamadân »-1696-1697	El Metn-Mont Liban	Le monastère comprend une préfecture et une grande bibliothèque.
L'église Saydet El Najat du XVII ^e siècle	El Metn-Mont Liban	Là où le portrait de Notre-Dame de Lorette a été porté de Rome, a été exposé.
Le monastère « Mar Maroun »	Hermel-Baalbeck-Hermel	Le monastère regroupe un ensemble de cellules dans les roches et aménagées sur un plateau
La grande mosquée située à l'entrée du château de Baalbeck	Baalbeck-Baalbeck-Hermel	Elle a été construite au cours de la fin du VII ^e siècle-début VIII ^e siècle
Une ancienne synagogue	Chouf-Mont Liban	Construite au 17 ^e siècle.
Le monastère « El Moukhlès »	Chouf-Mont Liban	Construit par les moines royaux de la communauté Druze au Liban
Le sanctuaire du prophète « Ayoub »	Chouf-Mont Liban	Le sanctuaire est l'un des plus importants de la communauté Druze au Liban

Références : Sarkis, 1999 ; Tayah, 2016.

Ces sites religieux sont reconnus pour leurs aspects architecturaux et structuraux extraordinaires. Dans le tableau 4 nous relevons quelques musées érigés dans les régions rurales libanaises. Le Liban renferme plus de 20 musées historiques et spécialisés.

Dans le Tableau 5, nous présentons quelques sites archéologiques et monuments historiques des régions rurales libanaises. La plupart des régions rurales sont renommées pour leurs maisons traditionnelles aux tuiles rouges. En plus, il existe dans la Bekaa un certain nombre de sanctuaires romains et byzantins sculptés dans la roche ainsi que les vestiges des résidences et cimetières qui remontent aux tribus arabes (qui ont colonisé la région avant l'ère romaine). On trouve au Mont Liban des monuments et des bâtiments traditionnels libanais d'une architecture commune à l'époque des princes, comme par exemple, le palais de « Ali Pacha Joumblatt ».

À Rachaya Al Wady dans la Bekaa, les vestiges romains ont été utilisés pour la construction des maisons traditionnelles dans ce village même. Aussi dans la Bekaa, on trouve d'autres vestiges de temple romain, considérés parmi les monuments les plus importants de la montagne Hermon, et sur lesquels sont gravés des dessins représentant les dieux du soleil et de la lune. Les villages à Akkar comportent des vestiges antiques, des tombes mégalithiques et des vestiges d'églises. Les fouilles archéologiques entreprises depuis les années 1970 ont permis la découverte de nombreuses structures appartenant à la majeure partie de ses niveaux d'occupation, depuis le Bronze ancien (3000-1200 avant J.C.) jusqu'à l'époque Mamelouke (Tayah, 2016).

TABLEAU 4 – Quelques musées du patrimoine culturel matériel dans les régions

Nom du musée	Caza/Muhafaza	Description
Le musée « Dorothy Salhab Kazemi »	El Metn-Mont Liban	Le musée représente à peu près créées par l'artiste « Salhab Kazemi ».
Le musée du pressoir de la mélasse	Bekaa Nord-Bekaa	C'est un musée écologique, fondé par le patrimoine national.
Le musée de Terbol	Zahle-Bekaa	Le musée est géré par la direction nationale du patrimoine et contient outils utilisés par les agriculteurs.
Le musée scientifique permanent de Kobayat	Akkar-Akkar	Le musée compte plus de 4000 autres animaux endémiques du monde.
Le musée de « Gi-bran »	Bsharri-Liban Nord	C'est un musée biographique, fondé par le philosophe Gibran Khalil Gibran.
Un vaste musée en plain air	Batroun-Liban Nord	Les frères Basbous-célèbres sculptent dans ce musée.
Le musée libanais de la marionnette	Chouf-Mont Liban	Il est le premier musée de la région. Il englobe des collections de marionnettes du Mexique, d'Indonésie, de Chine, etc. Y sont exposées plusieurs techniques de marionnettes : céramique, à mâche, etc. Le musée présente également des œuvres de marionnettes khoury ».

Références : Farra-Haddad, 2013 ; Tayah, 2016.

Nom du musée	Caza/Muhafaza	Description
Le musée « la grotte d'art »	Chouf-Mont Liban	Le musée est composé d'anciens toriques, remontant à l'époque d'art » offre une collection de tensiles et de sculptures en cire. une variété de pièces de mosaïelles, de toiles et peintures à l'trimoine culturel libanais.
Le château et le musée de « Moussa »	Chouf-Mont Liban	La création et le développement était une initiative personnelle nais « Moussa Maamari » afin château remonte au Moyen-Âge hydrauliques et mobiles et une c reflétant le patrimoine et les tra
Le musée de « Marie Baz »	Chouf-Mont Liban	Le musée se trouve à l'intérieur 2 ^e « Emir Fakhreddine Maani Liban depuis 1512 par la présence de personnalités marquant
Le palais et le musée de Beiteddine	Chouf-Mont Liban	Le musée offre des objets datant cienne jusqu'au XIX ^e siècle. On céramique, en verre, des sarcoph importante collection de mosaï

Références : <http://www.destinationlebanon.gov.lb/en/TourismType/details/1>

Nom du musée	Caza/Muhafaza	Description
Le musée du site de Baalbeck-Baalbeck-Hermel Baalbeck	Baalbeck-Baalbeck-Hermel	Le musée a été inauguré en 1992 à l'occasion du 100 ^e anniversaire de la visite de l'empereur romain Hadrien à Baalbeck. Il expose des sarcophages, des céramiques, ai à l'histoire et les fouilles de Baalbeck.
Le musée de la maison traditionnelle de l'artiste « Samir Fahed Chamoun »	Zahle-Bekaa	Dans ce musée est exposée une collection d'objets anciens, d'armes, d'ivoires, de poteries, d'instruments en bois, de poteries, d'instruments de musique, de rare et précieuses collection de timbres et de cartes postales.
Le musée « St. Batroun-Liban Nord Raftka »	Batroun-Liban Nord	Le musée appartient aux professeurs de l'Université de Saint-Joseph de Raftka.
Le musée scientifique des oiseaux, des papillons et des animaux	Akkar-Akkar	Le musée englobe plus que 4000 espèces d'animaux endémiques et de papillons.

Références : <http://www.destinationLebanon.gov.lb/en/TourismType/details/1>

TABLEAU 5 – Quelques sites archéologiques/ monuments historiques du patrimoine culturel ruraux libanaises.

Nom du site/monument	Caza/Muhafaza	Description
Le tombeau de Noé	Bekaa Nord-Bekaa	Selon les narrations, Noé a installé son tombeau à Bekaa, ce qui justifie la présence du village de Karak. Le tombeau mesure 2,5 mètres de hauteur et 2,5 mètres de largeur.
Le tombeau de « El Sheikh Mousafer »	Bekaa ouest-Bekaa	« El Sheikh Mousafer » est le tombeau d'un nauté yézidi.
Une sculpture en roche du dieu Vénus	Bekaa Nord-Bekaa	La roche est connue par les résidents du village de Vénus.
Deux temples romains	Chouf-Mont Liban	Les deux temples ont été restaurés par le DGAR (DGAR) en 1988. Ils sont considérés comme l'un des sites touristiques du Liban.
Le palais du prince « Bashir II Shehabi »	Chouf-Mont Liban	Le prince a occupé le Mont Liban (1840-1788). Le palais englobe une zone rurale. Il est considéré comme l'un des sites touristiques du Liban.
Le palais de « Moïse »	Chouf-Mont Liban	On y trouve des chambres traditionnelles de ciré représentant le village de Mont Liban.
La maison de dame « Ester Stanhoub » et son tombeau	Chouf-Mont Liban	« Ester Stanhoub » était britannique. Elle a construit sa maison entre 1818 et 1839.

Nom du site/monument	Caza/Muhafaza	Description
Le grand séraïl	Chouf-Mont Liban	Le grand séraïl a été le centre civiques avant la deuxième guerre
Le palais de « El-Sheikh Hussein Hamadeh le grand »	Chouf-Mont Liban	Construit en 1591 avec les princes respectifs (1119-1149).
Le fameux château de Rachaya Al Wady	Bekaa ouest-Mont Liban	Rachaya Al Wady est le symbole Ce village constitue l'une des racines culturelles du Liban. Le par les Shihabis au cours du 18 ^{ème} torités françaises mandatées y du conflit de l'indépendance.
Le vieux souk	Bekaa ouest-Mont Liban	Le souk remonte au 17 ^{ème} siècle, il est pavé de 40,000 pierres. On y rouges des maisons traditionnelles.
« Qamouth mel »	El Her-Hermel-Baalbeck-Hermel	Le monument le plus célèbre de « Qamouth El Hermel ». C'est une hauteur, dressée au-dessus d'un du premier ou deuxième siècle, rocheuse, à 2 km de la ville de

Références : Laroud & Rashka, 1998 ; Tayah, 2016.

Qeb Elias, un village dans la Bekaa, regroupe de nombreuses inscriptions romaines et grecques remontant au premier siècle avant JC. Deir El Qamar, dans le Mont Liban est considéré comme l'une des capitales historiques du Mont Liban. On y trouve des palais et des monuments historiques de différentes époques comme l'époque ottomane : le palais du prince « Yunus » ; le palais de « Jerjes Baz », construit par le prince « Ahmad El Shahabi »-1754-1763 ; des vieux souks ; le sérail du Prince « Fakher El Dine II »-le sérail est connu aujourd'hui sous le nom du « palais d'Emil Baz », etc. Dans le Mont Liban, on trouve des maisons et des palais historiques, le plus connu étant celui de « Walid Jonblat », il remonte à la moitié du 19^e siècle.

Les paysages construits constituent des éléments importants du patrimoine culturel matériel. Le Liban renferme deux grands paysages culturels. Le paysage culturel rural de Bkassine dans le caza de Jezzine au Liban Sud et le paysage culturel rural de Maasser El Chouf dans le Chouf au Mont Liban. Le premier englobe une forêt connue sous le nom de « forêt de Bkassine » s'étendant sur une surface de 2,200,000 m². La forêt est dotée d'une grande zone de pinède : la forêt de pins de Bkassine, qui couvre une superficie de 1,000,000 de m², ce qui en fait la plus grande forêt de pins du Liban et du Moyen-Orient. Le paysage culturel rural de Maasser El Chouf fait partie de la Réserve de Biosphère du Chouf. Cette dernière comprend 24 villages ruraux et est considérée comme la plus vaste réserve de Biosphère du Liban (occupant 5% du territoire rural libanais) avec une densité de cèdres représentant 25% de ce qui reste des forêts de cèdres du Liban (Shames & Ghadban, 2018).

Dans le Tableau 6 nous exposons les cinq sites du patrimoine mondial du Liban. La ville d'Anjar, le château de Baalbeck, la ville de Byblos et la ville de Tyr ont été inscrits sur la liste du patrimoine mondial d'UNESCO en 1984. La vallée de Qadisha y a été inscrite en 1998. Ces sites ont contribué au développement du tourisme culturel au Liban. Mais la gestion inefficace de certains d'entre eux met en risque leur inscription sur la liste du patrimoine mondial, comme c'est le cas par exemple pour la vallée de Qadisha.

TABLEAU 6 – Les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO

Nom du site	Caza/Muhafaza	Description
La ville de Anjar	Zahle-Bekaa	La ville de Anjar a été fondée mayrad par le « Calife Walid Ib 715). La ville de Anjar témoigne mayrad d'une façon exceptionnelle
Le château de Baalbeck	Baalbeck-Baalbeck-Hermel	Le château est situé au Sud-Ouest Liban. Il est constitué de temple été construits sur plus de deux l'un des plus célèbres et des plus du monde romain. Le complexe compose de trois monuments de Jupiter, le temple adonnaire le temple rond dit de Vénus.
La ville de Byblos	Byblos-Mont Liban	Byblos est l'une des villes phéniciennes, habitée depuis le néolithique d'années, Byblos a été érigée à l'histoire de la région méditerranéenne phénicienne.
La vallée de Qadisha	Bsharri-Liban Nord	Elle est l'un des sites les plus importants de la région. Elle est caractérisée par ses nombreux monastères et ses grottes. Ces monastères, souvent très anciens, ont été construits dans un extraordinaire paysage accidenté.
La ville de Tyre	Tyre-Liban Sud	La ville est considérée comme la plus ancienne. Selon les narrations, la ville a été découverte à Tyre.

Référence : <https://whc.unesco.org/en/statesparties/lb>.

Concernant les festivals, les fêtes internationales et locales, traditionnelles et non traditionnelles liées aux événements nationaux et internationaux, ils ont lieu chaque année dans les régions rurales libanaises. Des milliers de festivals sont organisés chaque année dans presque toute région rurale libanaise. On cite ici les fêtes traditionnelles seulement¹⁸. La plupart des festivals traditionnels sont organisés pour célébrer une tradition religieuse importante de la région comme par exemple la fête de la Sainte croix, mi-septembre, à Anjar, Zahle-Bekaa. D'autres fêtes sont liées aux traditions de récoltes qui prennent lieu dans la plupart des régions rurales libanaises comme la journée de la cerise à Hammana, Baabda-Mont Liban, qui se déroule chaque année en juin. Le festival « Jabalna » (notre montagne en français) à Maasser El Chouf, Chouf-Mont Liban est un festival lié à la tradition de la confection de la Mouneh et aux produits locaux fabriqués par les villageois et les fermiers. Le festival du patrimoine libanais se déroule à Bzebdine, Baadba-Mont Liban. Ce festival offre 30 expositions liées au patrimoine culturel de la région représentant le mode de vie des agriculteurs, etc. (Farra-Haddad, 2013).

Concernant les fameux auteurs, poètes et philosophes, peintres et artistes, on cite les plus connus aux niveau national, régional et international. On présente parmi les 30 personnes remarquables le grand poète, peintre et philosophe « Gibran Khalil Gibran » ; les chanteurs « Fairuz », « Sabah » et « Wadih El Safi » sont des icônes dans le monde de la musique culturelle libanaise. Dans le monde de la mode, on cite sans s'y limiter « Elie Saab » et « Zuhair Murad » des stylistes de renommée mondiale. « Elie Saab » a été nommé par « Forbes » comme le meilleur styliste du Moyen-Orient. « Emily Nasrallah » a été une des auteurs les plus connues du Moyen-Orient. « Nadine Labaki », « Georges Khabbaz » et « Salma Hayek » sont renommés pour leur travail dans le monde du cinéma et comme acteurs et actrices. « Nadine Labaki » a remporté le prix du jury au festival de Cannes pour son dernier film « Capharnaüm ». Elle est donc le premier producteur du Moyen-Orient à remporter un prix au festival de Cannes en 12 ans. « Salma Hayek » a aussi remporté deux Oscars pour son film « Frida » (qui raconte la vie de la célèbre peintre mexicaine « Frida Kahlo »).

18. Plus de 50 festivals traditionnels se déroulent dans les régions rurales au Liban annuellement.

Dans ce qui suit, nous discutons les savoir-faire les plus importants de la cuisine authentique Libanaise et l'artisanat traditionnel du patrimoine culturel immatériel des régions rurales libanaises. La gastronomie libanaise est considérée comme la plus honorable du Moyen-Orient. La production de miel est une activité traditionnelle qui prend lieu dans plusieurs régions rurales au Liban, dans les réserves de cèdres, à Rachaya Al Wady, dans la Bekaa ouest- Mont Liban, à Batroun-Liban Nord. À Ras El Metn, Baabda-Mont Liban on produit du Miel du Levant. Nous citons également des produits biologiques provenant du Domaine de Taanayel, à Zahle dans la Bekaa, au Batroun-Liban Nord, ainsi que ceux exposés et vendus à « Souk El Tayeb » et dans les souks de Tripoli, dans le Nord, etc. (Farra-Haddad, 2013).

Concernant la production des boissons traditionnelles, nous notons que les productions de vin, d'Arak et de bière libanaise sont parmi les plus importantes. Le Liban est considéré comme l'une des régions les plus anciennes dans le monde pour la production de vin. Depuis plus de 5000 ans, cette activité remonte d'abord à l'ère phénicienne et a continué avec les grecques puis les romains, et enfin sous l'influence française. Les caza de Zahle, Qab Elias, Ammiq, Deir el Ahmar dans la Bekaa sont les plus réputés pour la production de vin. La plaine de la Bekaa est un site exceptionnel pour la culture de vignobles. L'Arak est une boisson alcoolisée nationale et traditionnelle, la production de celle-ci prend lieu surtout à El Metn dans le Mont Liban, à Batroun dans le Liban Nord, etc. La production de bière libanaise se fait aussi dans plusieurs muhafazat, au Liban Nord et au Mont Liban. « Almaza » a été classée numéro 1 au Moyen-Orient par CNN travel.

La « Mouneh » (origine du nom Arabe "mana"= magasinage/ stockage) inclut les produits locaux préparés pendant l'été pour être consommés en hiver. La « Mouneh » est une activité rurale consistant à conserver (faire sécher) des légumes et des fruits (abricots, oranges amères, pommes, cerises, dattes, figues, prunes, citrouilles, fraises. etc.) ainsi que des herbes aromatiques, des céréales, graines, noix, confitures, etc. On peut acheter ces produits de Mouneh à Souk El Tayeb« considéré comme le premier marché des fermiers au Liban, il est aujourd'hui le forum le

plus réputé pour partager la nourriture, permettant de transmettre une image des traditions et de l'hospitalité libanaise », de Batroun-Liban Nord, à Chouf-Mont Liban, en passant par Baalbeck- Baalbeck-Hermel et Jabal Moussa-Mont Liban, etc. Rachaya Al Wady-Mont Liban est aussi reconnue pour ces produits locaux : lait de chèvre, confitures fait maison, mélasse de raisin, miel et herbes sauvages diverses (cueillies dans la région du Mont Hermon) (idem).

Les records du monde officiels par Guinness pour le Liban :

- Juillet 2012 : la plus grande tasse ou verre de boisson gazeuse. 5,534 litres de limonade faites par l'association des commerçants et autres associations et organisations de Batroun-Liban Nord.
- Mai 2010 : le plus grand plat de Hommos préparé par 300 cuisiniers pour un poids de 10,452 kg (équivalent à la superficie du Liban).
- Octobre 2009 : le plus grand plat de Tabbouleh (une salade traditionnelle libanaise) confectionné à Beyrouth. Il pesait 3,557 kg.

L'artisanat traditionnel est un secteur vivant du patrimoine culturel immatériel¹⁹. Il reflète les savoir-faire des communautés dans plusieurs régions rurales libanaises. L'artisanat traditionnel dans les régions rurales libanaises intègre différentes techniques complémentaires : des techniques depuis l'antiquité et des méthodes modernes en matière de design libanais. Les méthodes appliquées dans la production de l'artisanat traditionnel sont des méthodes antiques et transférées de génération en génération. La procédure de la fabrication d'objets artisanaux compte des matériaux bruts disponibles au Liban (Farra-Haddad, 2013). On cite ici les artisanats traditionnels fabriqués totalement à la main ou à l'aide d'outils simples (Farra Haddad, 2013 ; Laroud & Rashka, 1998 ; Sarkis, 1999 ; Shames, 2020 ; Tayah, 2016).

19. L'artisanat traditionnel est géré par le syndicat d'artisan au Liban/Syndicate of Craftsman in Lebanon SCL qui a été fondé selon le verdict N° 1/47 issue par le ministère de travail et établi en Avril-18-2011.

Le verre soufflé : ²⁰ à Tripoli dans le Liban Nord. L'origine de la technique de la composition du verre connue sous le nom de soufflage de verre/verre soufflé remonte à l'an 50 avant JC et est attribuée aux Phéniciens. Les méthodes et les techniques appliquées dans la production des objets en verre soufflé sont traditionnelles mais avec le temps les artisans/ les souffleurs de verre ont commencé à intégrer des méthodes plus modernes pour une variation d'objets.

La poterie : la fabrication d'objets en terre cuite prend lieu dans le Chouf et El Metn au Mont Liban, à Batroun et Tripoli au Liban Nord, etc. Rachaya El Foukhar (El Foukhar en Arabe, poterie en français) est l'un des villages les plus connus pour la fabrication de la poterie au Liban. Celle-ci constitue l'un des éléments essentiels de la vie économique et culturelle des Libanais depuis les temps anciens. Les vestiges archéologiques des sites historiques au Liban font la preuve de l'usage de la poterie depuis la période néolithique. Les ateliers de poterie sont concentrés dans les villages libanais. Les potiers moulent les objets en argile et les font cuire dans des fours à bois situés dans l'arrière-cour de leurs maisons. La glaçure de la poterie libanaise provient de l'huile d'olive.

La mosaïque : ²¹ la production de mosaïque revient à l'an 1984 avant JC. Aujourd'hui, les ateliers de mosaïque se trouvent dans différents villages dans la région de la Bekaa. La mosaïque de marbre a été créée en 1968 au Liban.

Travail et sculpture du bois : à Qeb Elias dans la Bekaa, El Metn dans le Mont Liban, Tripoli Liban Nord, etc. Les sculptures sont fabriquées avec du bois d'oliviers et de cèdres. Cet artisanat remonte à l'époque des Phéniciens.

Tissage de vannerie et de paille : cet artisanat prend aussi lieu dans plusieurs régions rurales libanaises. Une tradition très ancienne des régions rurales née du besoin d'utiliser des matériels locaux pour fournir des objets

20. Les premiers ateliers de verre ont été développés par les Phéniciens au Liban. Les archéologues ont prouvé que le verre soufflé a été utilisé pour créer des tubes et des bouteilles en verre dans quelques pays du Moyen- Orient où les Phéniciens résidaient autrefois.

21. Il existe à Dekwaneh-Beyrouth, une école professionnelle pour enseigner la fabrication de mosaïque.

pratiques à utilisation quotidienne. Aujourd'hui, les artisans fabriquent dans la plupart des régions rurales libanaises des paniers, des chapeaux et des tapis. Dans le Akkar par exemple, nous pouvons toujours voir des artisans employant les méthodes traditionnelles de tissage à partir d'herbes plantées dans leurs champs, avec un savoir-faire encore fonctionnel au niveau local, alors que dans d'autres villages, les artisans fabriquent des paniers en matériaux locaux de bambous ou de bois.

Usine de Soubia : chauffage au bois et au Kérosène, particulièrement à Rachaya Al Wady-Mont Liban.

Les travaux d'aiguille/broderie : Le *caza* du Chouf dans le Mont Liban est très connu pour ces travaux. Cet artisanat domestique a été transmis d'une génération à l'autre par les femmes qui fabriquent des vêtements et des objets magnifiques faits de broderie, dont la confection de canevas²².

Production de tissus-Nawl : le tissage en Nawl (en utilisant de la soie, des peaux de moutons et de chèvres) à Arsal et Baalbeck-Baalbeck-Hermel, à Hrajel, Baadarane, Beit Chabab²³ et Baakline-Mont Liban est l'une des plus anciennes activités artisanales enregistrées de l'histoire. Il remonte aussi à l'époque Phénicienne. Les objets d'art fabriqués avec le Nawl inclus : des tapis, des coussins et des travaux de laine, Abayas et textiles, etc.²⁴ Il n'existe aujourd'hui qu'un nombre limité d'ateliers de Nawl au Liban avec lesquels la maison de l'artisan travaille pour renouer ce tissage.

Autres : à Ras Baalbeck-Baalbeck-Hermel, un atelier traditionnel pour la fabrication d'instruments de musique est toujours en fonction. À Baadaran-Mont Liban, on fabrique des robes traditionnelles de couleurs sombres et brodées de fils dorés, etc.

Cette représentation miniature des atouts matériels et atouts immatériels du

22. À Baasir-Mont Liban on peut visiter des ateliers traditionnels des travaux d'aiguille.

23. Beit Chabab est connu dans le passé pour le tissage d'un textile national appelé « Dima ». On y trouve aujourd'hui plus que 1500 métiers à tissage qui remontent au 19^e siècle. Leur spécialité a permis de fournir une reconnaissance dans le monde européen. Mr. Joseph Anaysi est le seul artisan qui s'applique à préserver ces œuvres d'art à Beit Chabab

24. Pendant les XVIII^e et XIX^e siècles, Zouk Mikael-Mont Liban a été connue comme « le village de la soie » pour sa production distinctive de soie, et on estime qu'il y avait 135 métiers à tisser en nawl.

patrimoine culturel n'est qu'un aperçu rapide de la richesse culturelle des régions rurales libanaises. Ces éléments reflètent la valeur du patrimoine culturel au Liban et son importance au niveau national et régional. Il existe jusqu'à nos jours des sites archéologiques et des vestiges romains, byzantins, grecques et phéniciens non encore découverts ni explorés. D'autre part, des édifices et des monuments historiques n'ont pas encore été fouillés dans leur totalité.

Le tourisme culturel au Liban : facteurs de développement

Le tourisme culturel au Liban a subi un développement remarquable après la guerre civile au Liban. Plusieurs facteurs ont contribué à ce développement. Tout d'abord, les visiteurs qui viennent au Liban sont principalement motivés par sa richesse culturelle. En outre, après la guerre civile, c'était une façon de valoriser la richesse du patrimoine culturel du Mont Liban particulièrement, et de revitaliser ce secteur. Le tourisme culturel, prototype du tourisme au Liban, constitue un secteur promoteur de développement durable (Salem, 2011). Selon Sader (1976), le tourisme culturel au Liban est défini par l'ensemble des activités effectuées, dont la visite des sites classés au patrimoine national.

Le développement du tourisme culturel au niveau international remonte à la première moitié du XX^e siècle, période durant laquelle les visiteurs occidentaux représentaient une majeure partie de la clientèle touristique libanaise. Le Liban était une destination privilégiée pour les visiteurs occidentaux en raison de plusieurs facteurs. En premier lieu, l'imprégnation occidentale instaurée par le Mandat a continué avec le discours identitaire national faisant du Liban un pays à double visage Arabe et occidental. Puis, l'adoption de la langue française comme deuxième langue du pays a perpétué cette imprégnation et les liens entre le Liban et l'Occident ont été maintenus après l'Indépendance. Enfin, l'image propagée par le Mandat sur un Liban « petite France » encourageait les Français à venir « chez eux » (Salem, 2011).

Nous ajoutons que l'inscription des cinq sites du patrimoine culturel du Liban sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO : la ville d'Anjar, les ruines de

Baalbeck, la ville de Byblos, la ville de Tyre et la vallée de Qadisha a beaucoup renforcé le tourisme culturel au Liban. Cette inscription fut une raison de plus pour investir dans le patrimoine culturel comme ressource touristique et le promouvoir cette fois-ci grâce au Label de l'UNESCO, auprès d'une clientèle touristique internationale.

5 Le management et la gestion durable du tourisme culturel

Bien que les termes management et gestion soient souvent utilisés indifféremment, ils n'ont pas le même sens ni la même définition. La différence entre ces deux termes est une différence dans la structure et la nature des aspects de la planification, de l'organisation et de contrôle des projets. Le management sert à préciser et clarifier les rôles des acteurs et de la logique de coordination des actions. Alors que, la gestion consiste en une clarification des activités, de l'optimisation de différents types des ressources (Cuevas, 2017). Appliquons ces termes aux concepts du tourisme durable et du tourisme culturel contribue à un management et une gestion durable du tourisme culturel ou plus précisément un management du tourisme durable et une gestion durable du tourisme appliqués dans le contexte du tourisme culturel.

Leroux (2015), a présenté le concept de management du tourisme durable dans un contexte d'innovation touristique, qui selon l'auteur de l'étude, « étant une idée, une pratique ou un objet perçu comme nouveau par un individu ou une organisation ». Les organisations et les individus appliquent le concept d'innovation, dans le secteur du tourisme pour faire face aux problématiques environnementales, culturelles ou encore sociales. Le management du tourisme durable est aussi une orientation vers un comportement responsable des parties prenantes, vers des visions et des stratégies durables, une précision des rôles et des désirs des parties prenantes et une collaboration étroite entre eux. (Leroux, 2016).

Le concept de la gestion durable du tourisme est en générale la gestion qui

optimise l'utilisation des ressources environnementales, culturelles et naturelles, un système territorial de ressources dans son ensemble, ainsi qu'une gestion efficace des activités touristiques. C'est alors la gestion durable des différents types de ressources (naturelles, infra-structurelles et culturelles) d'un territoire pour la durabilité de son développement socioéconomique (Nahrath & Bréthaut, 2016). Dans sa thèse, Woillez (2014), définit la gestion durable du tourisme comme « une meilleure gestion des ressources communes autour desquelles s'organisent les activités touristiques, une gestion des ressources territoriales et des usages des lieux. »

La gestion durable du tourisme fait partie alors du management du tourisme durable, mais il est primordial d'appliquer ces deux concepts pour un développement durable du tourisme culturel et une protection du patrimoine culturel et de ses atouts. Nous examinons et traitant par suite dans cette thèse ces deux concepts et nous référons à eux comme le management et la gestion durable du tourisme culturel. Selon Wijesuriya et al. (2014), un système de management et de gestion du patrimoine culturel doit :

1. Définir les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel et leur valeurs réelles et perçues.
2. Définir la ou les zones physiques du patrimoine culturel et définir les différents niveaux de contrôles nécessaires à ces zones.
3. Développer une vision et une stratégie intégrée.
4. Maintenir un processus de suivi et de surveillance.

5.1 Stratégie et politique de management et de gestion durable du tourisme culturel au Liban

Il n'existe ni une politique ni une loi de management et de gestion du tourisme durable au Liban, autant au niveau gouvernemental qu'au niveau national. Nous trouvons plutôt des stratégies et/ou des plans de développement du tourisme rural au niveau local. Pour cela, management et la gestion du tourisme culturel aux régions rurales libanaises prend plusieurs formes et représente des degrés variables d'efficacité et de performance (Abou Arrage et al., 2015).

La stratégie du tourisme rural au Liban n'est autre qu'un guide théorique et pratique ayant pour mission l'intégration du concept du tourisme rural dans les plans et les projets de développement du tourisme au Liban. Elle vise à proposer des actions pratiques de développement du tourisme rural dans le but d'améliorer son pouvoir et sa compétitivité aux niveaux national et international (Pharaon, 2016). Le Liban a signé la convention « Agenda 21 » sur le développement durable et comme état membre, le gouvernement libanais a commencé depuis 2002, à rédiger des rapports sur les activités réalisées en lien avec le développement durable. Il a également travaillé sur les obstacles et les défis auxquels il se trouve confronté (NU, 2002). En outre, le Liban a signé la charte des objectifs de développement durable des NU jusqu'en 2030²⁵.

5.2 Les approches adoptées dans le management et la gestion durable du tourisme culturel

Dans le domaine du management et de la gestion durable du tourisme culturel, les chercheurs appliquent surtout deux approches : l'approche de parties prenantes et l'approche de gestion par les valeurs. Pour notre thèse, ces deux approches principales sont également les plus pertinentes. L'approche de gestion par les valeurs permet d'identifier les sites patrimoniaux à travers les valeurs qui leur sont accordées. La gestion par les valeurs est une gestion coordonnée et structurée des sites du patrimoine culturel dont le but principal est de protéger (Plieninger et al., 2013). Les valeurs du patrimoine culturel sont perçues différemment selon les parties prenantes. Pour cela, l'application de cette approche nécessite autant que possible la prise en considération de toutes ces perceptions.

L'approche de parties prenantes est définie comme étant « une approche de planification à orientation stratégique, qui engage toutes les parties prenantes dans le processus de développement et de gestion du tourisme ». Les débuts de cette approche remontent à 1984. Elle a initialement été proposée par Freeman dans le domaine de la gestion organisationnelle. Une partie prenante est définie comme un

25. <http://un.org.lb/english/sdgs-in-lebanon>.

individu ayant un certain influence ou est influencé par les accomplissements et les objectives d'une organisation (Franch et al., 2010). Freeman explique qu'une organisation est caractérisée par ses liens avec des parties prenantes et des groupes internes et externes ayant différents degrés de pouvoir et une influence directe et indirecte sur la performance de l'organisation. Elles sont alors catégorisées en groupes d'intervention à effet principal/primaire et en groupes d'intervention à effet secondaire (Herazo & Lizarralde, 2016 ; Saftic et al., 2011).

Dans le champ du tourisme durable, l'application de l'approche de parties prenantes sous-tend un engagement de toutes les parties prenantes primaires et secondaires dans le processus de développement et de gestion du tourisme. Cela implique une autonomisation communautaire, une collaboration étroite, une prise de décision concertée et une analyse profonde des attitudes et des perceptions des parties prenantes (Landorf, 2009 ; VanceBorland & Holley, 2011). En général, les parties prenantes primaires concernées par le management et la gestion durable du tourisme culturel sont les résidents/les communautés locales, les visiteurs, les éco-tour-opérateurs, le ministère de la culture, le ministère du tourisme, les ONG/les associations concernées par le tourisme culturel, les guides touristiques et les municipalités (Chiabai et al., 2013).

5.3 Les chartes internationales de gestion et de protection du patrimoine culturel

L'UNESCO et International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) ont publié depuis les années 1970 des chartes et des lignes directrices en lien avec la gestion et la protection du patrimoine culturel. Le tableau 7 récapitule les principes des chartes, conventions et lois internationales les plus importantes portant sur la gestion et la protection du patrimoine culturel suivant un ordre chronologique. Les chartes sont complémentaires, chaque charte est développée sur la base de celle qui l'a précédée

TABLEAU 7 – Les chartes et les conventions internationales pour la protection du patrimoine

Le titre de la charte/- convention	Définition adoptée-en brève	Objectif/s
La charte de Venise, 1964 : charte internationale sur la conservation et la restauration des monuments et des sites	Chargées d'un message spirituel du passé, les œuvres monumentales des peuples demeurent dans la vie présente le témoignage vivant de leurs traditions séculaires.	Protéger les monuments et les sites dans leurs fonctions originales et transmettre au présent et à l'avenir le patrimoine culturel et artistique.
La charte pour la protection et la gestion du patrimoine archéologique, 1990	Le patrimoine archéologique constitue un record essentiel des activités de la période ancienne.	La charte présente des principes fondamentaux valides pour la gestion des sites archéologiques. Elle ne vise pas à réglementer les activités, mais à encourager la recherche et la conservation.
La charte internationale du tourisme culturel-Gérer le tourisme des sites du patrimoine significatif, 1999	Le patrimoine comprend l'environnement naturel et culturel. Il englobe les paysages, les sites historiques, la biodiversité, les événements culturels, etc.	Encourager le développement durable du patrimoine culturel et touristique.
La charte de l'UNESCO sur le patrimoine culturel immatériel, 2006	Le patrimoine culturel immatériel est la somme de toutes les pratiques, représentations, expressions, connaissances et compétences, etc.	Protéger les atouts culturels et promouvoir le développement durable.
Principes de la Valette pour la sauvegarde et la gestion des villes et des ensembles urbains historiques, 2011	Le patrimoine est considéré comme une ressource constitutive de l'écosystème urbain. Ce concept doit être strictement respecté pour assurer un développement harmonieux.	L'objectif principal est de proposer des lignes directrices applicables dans les villes historiques.

Référence : ICOMOS, 1964, 1990, 1999, 2011 ; Rieks, 2006

Toutes les définitions du patrimoine culturel et de ses composantes présentées dans ces chartes et conventions renforcent le lien entre le passé et le présent ainsi que la nécessité de le protéger. Elles recommandent et guident l'usage et l'application de ces principes aux systèmes de gestion et de protection du patrimoine culturel aux niveaux local, national et régional. L'application de ces principes nécessitent un engagement profond de toutes les parties prenantes concernées.

Il existe parallèlement de nombreux programmes et conventions mis en place pour orienter les pays vers un développement durable du tourisme culturel. Par exemple, les 21 pays du pourtour méditerranéen et la CE ont adopté la Stratégie Méditerranéenne pour le Développement Durable (SMDD) qui a été endossée par le Sommet Euro-Méditerranéen de Barcelone en Novembre 2005 (Houpin, 2010).

En outre, de nombreuses conventions internationales prennent en compte les aspects relatifs à la durabilité et applicables au secteur du tourisme culturel (ex. convention sur la biodiversité) (UE, 2008). Bien sûr, ces chartes et conventions internationales peuvent être combinées avec des modèles et des indicateurs de management et de gestion durable au niveau local.

5.4 Modèles de management et de gestion durable du tourisme culturel

Il existe de nombreux modèles théoriques et empiriques développés et proposés par les auteurs dans le domaine du tourisme durable et du développement durable. Dans le contexte du tourisme culturel, quelques études ont pu développer des modèles et des cadres théoriques pour le management et la gestion durable.

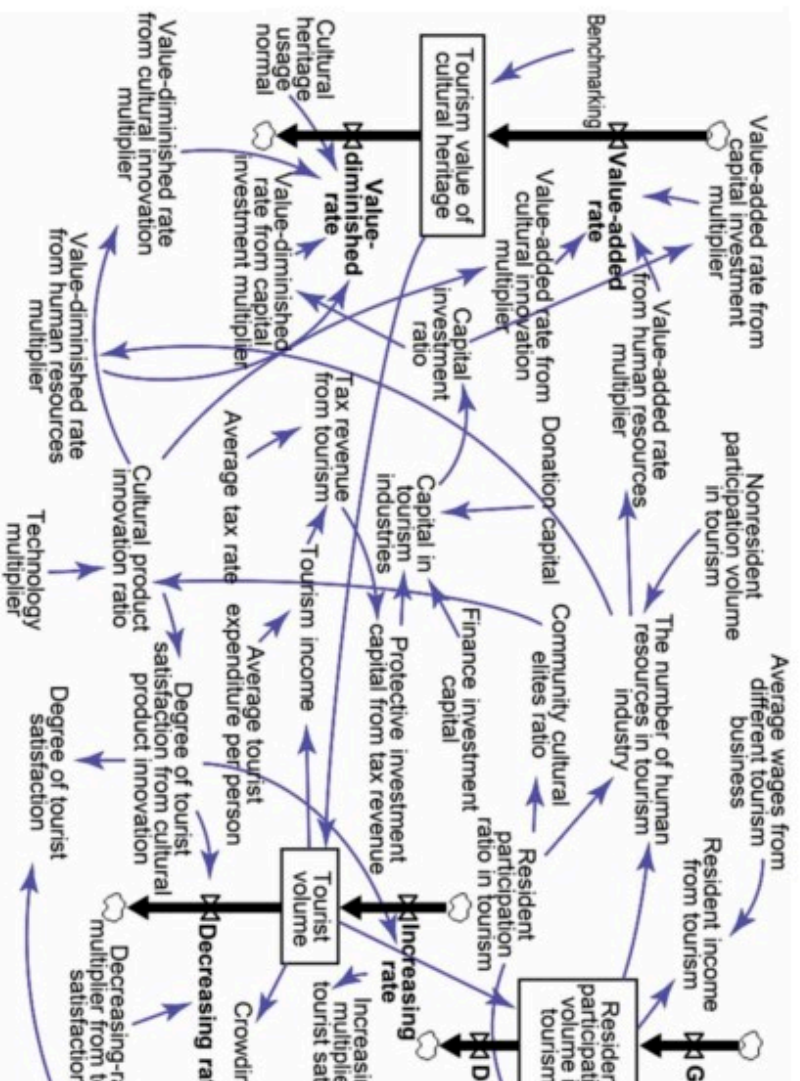


FIGURE 11 – Le modèle dynamique de management du tourisme culturel proposé

Nous citons par exemple, l'étude de Chiabai et al. (2013) développée dans le cadre d'une approche de gestion ascendante « bottom-up approach » (les décisions sont prises par tous les acteurs et non pas par les décideurs seulement). L'objectif était de développer une page web qui sert à intégrer tous les acteurs d'une région italienne dans la décision sur des offres touristiques en lien avec le tourisme culturel. L'étude de Chiabai et al. (2013) met l'accent sur l'importance des outils technologiques (Technologies de l'Information et des Communications (TIC)) dans la gestion des sites du patrimoine culturel.

D'autre part, Liu et Chen (2014) ont développé un modèle dynamique de gestion du tourisme culturel sur la base des perceptions des parties prenantes envers les valeurs du patrimoine culturel. Le but principal est de guider les conflits qui pourraient naître entre les groupes de parties prenantes impliqués par le développement du tourisme culturel. Les résultats obtenus à partir des enquêtes réalisées sur les sites du patrimoine culturel et les résultats découlant des autres études déjà réalisées dans le même contexte, ont permis aux auteurs de développer un modèle avec des variables et des sous-systèmes (figure 11).

Ce modèle ainsi que les autres modèles développés (soit théoriques ou empiriques) dans le but d'un management et d'une gestion durable du tourisme culturel recommandent la présence de plusieurs facteurs/ variables clés :

- Une compréhension efficace des intérêts des parties prenantes pour le développement et la gestion du tourisme culturel ;
- Une étude des valeurs perçues des parties prenantes envers le patrimoine culturel, ses atouts et ses sites ;
- La résolution des conflits entre les différents groupes de parties prenantes pour une collaboration étroite ;
- Une participation communautaire (offrir aux communautés locales des opportunités qui leur permettent de participer activement aux activités du tourisme culturel) active et continue et un engagement des visiteurs ;
- La création des outils innovants pour une intégration efficace du management et de la gestion durable dans le développement des activités du

tourisme culturel.

5.5 Indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel

Selon Badré et Barthod (2012) « la construction et le suivi d'indicateurs pertinents constituent une démarche logique et a priori rationnelle pour s'assurer de la conformité entre des objectifs globaux et leur mise en œuvre pratique dans des politiques, des actions concrètes de gestion ou dans des projets ». Les indicateurs aident à mesurer et quantifier les impacts et le développement du tourisme. L'OMT (1995) a déclaré que les indicateurs de durabilité sont des outils quantitatifs qui facilitent l'analyse et l'évaluation des informations afin que les décideurs et les managers puissent prendre des décisions informées et solides.

Les indicateurs diffèrent dans leurs types et natures. Il existe par exemple des indicateurs de performance, de développement, d'évaluation, de mesure d'avancement des projets, etc. Toutefois, deux types d'indicateurs peuvent être identifiés : les indicateurs simples et les indicateurs complexes (indices). Le choix entre les deux dépend sur la qualité de l'information disponible. Les indicateurs simples fournissent des statistiques directement recueillies sur le terrain de la recherche ou impliquent un simple traitement de données. Tandis que les indicateurs complexes sont utilisés pour des mesures adimensionnelles résultant de la combinaison entre plusieurs indicateurs simples. Il existe aussi un autre type d'indicateurs largement utilisés dans l'évaluation du tourisme durable qui se positionne entre les deux : gamme d'indicateurs qui combine entre plusieurs indicateurs simples. Il fournit des interprétations intégrées et une nouvelle perspective sur un phénomène précis et facilite la prise des décisions et le développement des politiques (Torres-Delgado & Saarinen, 2014).

L'une des méthodes de mesure de développement durable les plus courantes consiste à recenser et sélectionner un certain nombre d'indicateurs pour chacune des trois dimensions économique, environnementale et socio-culturelle. Certains pays se servent de leurs Stratégies Nationales de Développement Durable (SNDD)

pour mettre en place leurs indicateurs. Par exemple, l'Autriche utilise 48 indicateurs pour mesurer les progrès accomplis au regard des 20 objectifs clés de sa stratégie de développement durable. De même, la CE a construit une pyramide d'indicateurs sur la base des thèmes et sous-thèmes de la stratégie de développement durable de l'UE (Stevens, 2006).

Nous présentons dans cette section une gamme d'indicateurs adéquate pour mesurer le management et la gestion durable du tourisme culturel. Les indicateurs ont été sélectionnés sur la base d'une revue approfondie des articles publiés dans des revues internationales, des projets et des études menées au Liban et à l'étranger, des chartes et conventions internationales, des cadres du tourisme durable et des conseils au niveau mondial. Il convient de mentionner que les indicateurs ne sont pas tous directement liés au concept du tourisme culturel mais qu'ils y ont été adaptés. Néanmoins, certains sont bien sûr en lien direct avec le management et la gestion durable du tourisme culturel.

Les tableaux 8 à 12 présentent 61 indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel groupés sous cinq gamme d'indicateurs : dimension/composante du management et de gestion socio-économique durable ; dimension/composante de management et de gestion durable du patrimoine culturel ; dimension/composante de développement et planification durable du tourisme culturel ; dimension/composante de conception des produits touristiques durables ; dimension/composante de collaboration des parties prenantes. Une définition est associée à chaque indicateur (démarche utile pour que l'objectif de cette thèse puisse être atteint).

TABLEAU 8 – Dimension-management et gestion socio-économique

Indicateur	Définition
Contribution du tourisme culturel au développement de l'économie locale.	C'est un indicateur important qui aide à améliorer les conditions de vie des communautés locales.
Contribution du tourisme culturel au développement du tourisme local.	C'est aussi un indicateur important pour le management et la gestion durable. Le tourisme local est un secteur générateur de revenus économiques et des profits sociaux, pour les régions rurales en particulier.
Les activités du tourisme culturel offrent des opportunités d'emploi pour les communautés locales.	Le tourisme durable peut revitaliser l'économie locale et créer des activités économiques alternatives qui aident les populations à rester dans leur régions rurales.
Emploi des communautés locales dans le secteur du tourisme culturel.	Le tourisme durable peut revitaliser l'économie locale et créer des activités économiques alternatives qui aident les populations à rester dans leur régions rurales.
Le tourisme culturel améliore la qualité de vie économique des résidents.	Le tourisme culturel peut contribuer à l'amélioration des finances et à la richesse économique des communautés locales.

Indicateur	Définition
Le tourisme culturel renforce l'infrastructure (les routes, l'électricité, la consommation d'eau...).	Pour que le tourisme culturel soit durable, il doit contribuer à l'amélioration de l'infrastructure et des services associés.

Satisfaction des résidents envers les impacts du tourisme culturel.	Si les résidents ne sont pas satisfaits des impacts du tourisme culturel, ils ne supporteront pas son futur développement et cela s'oppose avec les principes de développement durable.
Pourcentage de résidents satisfaits de l'impact du tourisme culturel.	Indicateur de gestion socio-économique durable sous la section C-impact social et culturel ; C.5. protection et valorisation du patrimoine culturel.
Pourcentage des événements basés sur la culture et le patrimoine culturel.	

TABLEAU 9 – Dimension-management et gestion durable du patrimoine

Indicateur	Définition
Identification des atouts matériels et des atouts immatériels du patrimoine culturel.	Les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel doivent être identifiés (il existe différentes approches et méthodes d'identification des atouts) afin de gérer le patrimoine culturel d'une manière durable.
Existence d'une base de données des atouts matériels.	L'existence d'une base de données aide à mieux gérer et à protéger les atouts matériels.
Fréquence de mise à jour de la base de données des valeurs matérielles.	La base de données doit être fréquemment mise à jour puisque le patrimoine culturel n'est pas statique, il change avec les changements socio-culturels et les conditions de vie des sociétés. Il faut donc mettre régulièrement à jour la base de données afin de maintenir la durabilité des modes de vie des communautés locales.
Mise en place des actions durables de management et de gestion des atouts matériels du patrimoine culturel.	Les actions de management et de gestion du patrimoine culturel doivent être durables.
Visibilité des atouts matériels du patrimoine culturel.	La visibilité des atouts matériels aide à mieux apprécier l'identité culturelle des destinations touristiques visitées.
Adoption et application des cadres de protection des atouts matériels du patrimoine culturel.	On ne peut pas protéger les atouts matériels du patrimoine culturel sans des cadres de protection efficace développés au niveau local et national.

Indicateur	Définition
Existence d'une base de données des atouts immatériels.	L'existence d'une base de données aide à mieux gérer et à protéger les atouts immatériels.
Fréquence de mise à jour de la base de données des atouts immatériels.	La base de données doit être fréquemment mise à jour.
Mise en place des actions durables de management et de gestion des atouts immatériels du patrimoine culturel.	Les atouts immatériels doivent aussi être intégrés dans le management et la gestion du patrimoine culturel.
Adoption et application des cadres de protection des atouts immatériels du patrimoine culturel.	On ne peut pas protéger les atouts immatériels du patrimoine culturel sans des cadres de protection efficace développés au niveau local et national.
Lois ou règlements visant à protéger les artefacts historiques et archéologiques y compris ceux situés sous l'eau, et établir des preuves de leur application. Programme de célébration du patrimoine culturel immatériel (y compris la chanson, la musique, le théâtre, les compétences et l'artisanat).	Section C4. protection du patrimoine culturel : la destination touristique doit avoir des lois régissant la vente, le commerce et l'exposition ou les donations d'objets historiques et archéologiques.

TABLEAU 10 – Dimension-développement et planification durable du tourisme culturel.

Indicateur	Définition
Gestion appropriée de la relation entre patrimoine culturel et tourisme culturel.	Il faut bien gérer la relation entre ces deux secteurs et résoudre les conflits entre eux.
Application du concept de la durabilité au développement, au management et à la gestion du tourisme culturel.	Le concept de la durabilité doit être intégré dans les principes et les actions de management et de gestion du tourisme culturel.
Établissement d'une vision claire pour un futur durable.	
Application d'un processus durable de management et de gestion.	
Développement d'une politique de management et de gestion durable.	
Application des approches durable de management et de gestion du tourisme culturel.	Par exemple, l'approche de parties prenantes, l'approche de gestion par les valeurs, etc.
Gestion respectant les lois nationales/locales de gestion durable.	Certains pays se servent de leur SNDD pour définir leurs indicateurs.
Mise en place des actions durables de planification et de gestion du tourisme culturel.	L'application du concept de management et de gestion durable est réalisée par l'application et la mise en place des actions de management et de gestion durable.
Intégration des atouts du patrimoine culturel dans des plans de tourisme durable.	Les atouts du patrimoine culturel sont considérés comme ressources primaires de développement du tourisme culturel et doivent être exploitées d'une manière durable.

Indicateur	Définition
Gestion de sécurité, des crises et des risques.	La sécurité est un indicateur important pour un management et une gestion durable.
Intégration des outils technologiques.	Les nouveaux outils technologiques sont considérés comme des outils efficaces dans la gestion et la protection du patrimoine culturel.
La gestion du tourisme culturel est guidée par les principes internationaux/charte internationales de protection.	Voir tableau 7.
Une grande partie de la destination touristique relève du domaine de la politique ou du plan de protection du patrimoine culturel.	La politique adoptée ou le plan de protection du patrimoine culturel doivent couvrir une grande partie de la destination touristique.
Une conscience globale des comportements appropriés.	Section A8. les clients sont bien informés sur l'environnement naturel et ses ressources.
Existence d'un code de conduite.	Le code de conduite est une action de gestion efficace pour gérer et contrôler les comportements des visiteurs des sites du patrimoine culturel.
Respect d'un code de conduite par les visiteurs.	Il faut veiller (d'une manière directe et indirecte) à ce que les visiteurs respectent le code de conduite.

Indicateur	Définition
Un développement durable des activités touristiques.	Les activités doivent protéger l'intégrité et l'authenticité des atouts du patrimoine culturel.
Application des stratégies d'interprétation par les guides touristiques.	Les guides touristiques jouent un rôle principal dans la protection du patrimoine culturel. Ils prennent le rôle de médiateurs entre la présentation des symboles du patrimoine culturel, leurs significations et les interprétations qui peuvent en découler.
Réaliser des recherches scientifiques pour informer la prise de décision.	Mener des recherches scientifiques relatives au développement du tourisme durable.

TABLEAU 11 – Dimension-concevoir des produits touristiques du

Indicateur	Définition
Diversification du marché et des produits.	La diversification du marché et des produits touristiques est une stratégie efficace du management du tourisme culturel. Cela aide à ne pas endommager les ressources du patrimoine culturel.
Renforcer une image touristique écologique (l'authenticité est mise en avant, les atouts matériels et immatériels sont protégés, etc.).	L'image touristique joue un rôle principal dans le choix des destinations touristiques.
Développer et concevoir des offres écologiques du tourisme culturel.	Les offres écologiques de tourisme sont des offres/-produits/services qui ont un faible impact sur les atouts et les sites du patrimoine culturel tout au long du cycle de vie du tourisme culturel.
La prise en considération des objectifs de conservation et de préservation du patrimoine culturel lors de la conception des produits touristiques.	Section A.6.2. il s'agit de respecter l'environnement culturel et naturel lors de la planification et de la conception des produits.
Les achats proviennent principalement des fournisseurs locaux et/ou du commerce équitable.	Section B3. les entreprises locales sont impliquées dans les services offerts selon les principes du commerce équitable.

Indicateur	Définition
<p>L'organisation (ex. tour-opérateur) réalise et enregistre des contributions monétaires à la protection du patrimoine culturel.</p> <p>L'organisation (ex. tour-opérateur) fournit un soutien en nature ou sous une autre forme au patrimoine culturel dans ses principales zones d'opération.</p> <p>L'organisation (ex. tour-opérateur) s'assure que ses activités n'entravent pas les accès aux sites du patrimoine culturel.</p>	<p>Section C2. protéger le patrimoine culturel : l'organisation contribue à la protection, la préservation et à la mise en valeur des sites historiques, archéologiques, culturels et spirituels.</p> <p>Section C3. présentation du patrimoine culturel : l'organisation valorise et intègre des éléments authentiques du patrimoine culturel dans ses produits touristiques tout en respectant les droits des communautés locales.</p>
<p>Le patrimoine culturel et les traditions culturelles sont bien présentés dans les produits et les services touristiques offerts.</p>	

Indicateur	Définition
Toute utilisation d'artefacts est guidée par le respect des lois et des règlements.	Section C3. présentation du patrimoine culturel : l'organisation valorise et intègre des éléments authentiques du patrimoine culturel dans ses produits touristiques tout en respectant les droits des communautés locales.
Les visiteurs n'endommagent pas les objets relevant du patrimoine culturel.	
Toute utilisation d'artefacts est transparente et/ou documentée et signalée.	Section C4. les objets fabriqués : les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou exposés, sauf si la loi le permet.

TABLEAU 12 – Dimension-collaboration des parties prenantes

Indicateur	Définition
Participation des communautés locales dans le management et la gestion du tourisme culturel.	Le management et la gestion durable du tourisme culturel ne peut pas réussir sans la participation des communautés locales.
Les communautés locales ont été sollicités pour la présentation du patrimoine culturel.	Section C3. présentation du patrimoine culturel : l'organisation valorise et intègre des éléments authentiques du patrimoine culturel dans ses produits touristiques tout en respectant les droits des communautés locales.
Développement des projets et des programmes d'engagement des communautés locales dans la gestion du tourisme culturel. Mise en place des actions de management et de gestion développées par les communautés locales.	Les communautés locales doivent avoir l'opportunité de participer dans les projets et les programmes de développement du tourisme culturel.
Résolution des défis de management et de gestion du tourisme culturel.	Parmi les indicateurs de management et de gestion durable : résoudre les problèmes de management et de gestion en lien avec le tourisme culturel et être pro-actif.
Être pro-actif dans le management et la gestion du tourisme culturel et répondre aux questions émergentes.	

Indicateur	Définition
Collaboration étroite avec les parties prenantes concernées par le management et la gestion du tourisme culturel et la protection du patrimoine culturel.	Une collaboration étroite entre les parties prenantes est indispensable. Chacune d'entre elles doit négocier à travers son pouvoir et maintenir des communications continues.
Maintenance d'un pouvoir équilibré.	

Chapitre 2

L'état de l'art de la thèse

Nous rappelons que les parties prenantes primaires concernées par le management et la gestion durable du tourisme culturel sont principalement : les résidents/les communautés locales, les visiteurs, les éco-tour opérateurs/les agences de voyage, le ministère de la culture, le ministère du tourisme, les ONGs/les associations du tourisme culturel, les guides touristiques, et les municipalités (au niveau local) (Chiabai et al., 2013).

L'auteur a mené une simple recherche des différentes études scientifiques réalisées sur le sujet de cette thèse, en se limitant aux articles publiés dans des revues internationales classifiées pour la période 2008-2018. Dans les Tableaux 13, 14 et 20 sont exposées les études réalisées, classifiées selon la catégorie à laquelle appartient chaque partie prenante et sous différents sujets ou thèmes de recherche. Il est vrai que les communautés locales/les résidents ne sont pas directement concernés ou impliqués dans notre recherche mais nous avons trouvé utile de présenter les études les plus importantes déjà menées dans le domaine du sujet de cette thèse.

1 Les études sur l'engagement des communautés locales

Les études menées sur l'engagement des communautés locales (tableau 13) ont abordé plusieurs sujets que nous énumérons ci-contre :

1. La perception vers le développement (les impacts positifs et négatifs), le management et la gestion du tourisme durable et du tourisme culturel.
2. L'autonomisation communautaire.
3. La participation active des communautés locales dans la protection et la gestion du tourisme culturel.
4. La perception et la valeur perçue quant aux atouts du patrimoine culturel.

1.1 La perception vers le développement et la gestion du tourisme culturel

D'un point de vue philosophique, la définition classique présente la notion de perception comme étant « le processus par lequel le sujet acquiert une connaissance consciente du monde extérieur à partir de son activité sensorielle », c'est donc la valeur associée à un tel objet ou telle idée (Buizard, 2015). La perception des communautés locales vers le développement ainsi que les impacts positifs et négatifs du tourisme culturel constitue le centre de recherche de nombreuses études menées sur l'engagement des résidents (i.e. Chen & Chen, 2010; Nadia Nicholas et al., 2009). Ces auteurs ont pu montrer que l'attachement communautaire qui est définie simplement comme la mesure dans laquelle les individus s'identifient à un environnement particulier (Cocolas et al., 2015) influence positivement la perception des impacts du tourisme culturel. Ils ont également remarqué que les résidents qui comptent sur les revenus économiques des activités en lien avec le tourisme culturel vont encourager le développement de ce dernier.

Parallèlement, nous notons que l'application de la théorie des échanges sociaux, « social exchange theory » aux études de tourisme a une influence importante sur les recherches des perceptions et des attitudes des résidents envers le développement du tourisme durable et celui du tourisme culturel (ex. Choi & Murray, 2010; Cropanzano & Mitchell, 2005; Rasoolimanesh et al., 2015; Özel & Kozak, 2016).

TABLEAU 13 – Les études menées sur l'engagement des communautés locales dans l' durable du tourisme culturel.

Sujets/thèmes	Références
La perception vers le développement et la gestion du tourisme culturel	Boley et al., 2017 ; Chen & Chen, 2015 ; Cropanzano & Mitchell, 2005 ; I Jaafar et al., 2015 ; Nadia Nicho Ramkissoon, 2011 ; Özel & Koza al., 2015.
L'autonomisation communautaire	Boley & Johnson Gaither, 2016 Maruyama et al., 2016 ; Marryan Lacey, 2015 ; Park & Kim, 2016 ; R & Tiwari, 2015 ; Strzelecka & Wi
La participation des communautés locales dans la protection et la gestion du tourisme culturel	Abdul Halim & Azizah Ishak, 2016 Lambert et al., 2011 ; Li & Wang al., 2015 ; Raj & Vignali, 2010 ; I Scholtz et al., 2019 ; Terzić et al., et al., 2016.
La perception et la valeur perçue quant aux atouts du patrimoine culturel	Hsu & Huang, 2016 ; Robertson Swensen et al., 2013 ; Tan et al., 2013 ;

En ce qui concerne le tourisme vu par les résidents, selon cette théorie, « le motif primaire pour initier un échange est d'améliorer la qualité de vie économique et sociale des communautés locales ; les perceptions et les attitudes des résidents sont considérées comme des prédicteurs de leur comportement envers le tourisme ». La théorie des échanges sociaux est alors interprétée comme suit : les communautés locales seront prêtes à participer au développement du tourisme lorsque les bénéfices de ce dernier surpassent ses coûts (Ap, 1992).

Selon les résultats de l'enquête par questionnaire menée au Texas, Choi et Murray (2010) ont pu démontrer que trois composantes principales du tourisme durable (la planification à long terme, la pleine participation communautaire et la durabilité environnementale) ont influencé significativement le soutien des résidents au développement du tourisme et les impacts perçus de ceux-ci.

Bien qu'ils s'intéressent aux stratégies collaboratives du patrimoine culturel et à la participation communautaire, Dragouni et Fousek (2018) ont suggéré que l'intention des résidents de participer à la planification et au développement du tourisme culturel était essentiellement liée à l'attachement communautaire. En effet, d'après les résultats de Dragouni et Fousek (2018) les résidents qui ont signalé un haut degré d'attachement avaient une intention de participer plus élevées. Jaafar et al. (2015) ont établi le lien entre les perceptions des résidents et l'engagement communautaire. Pour eux, les perceptions positives des résidents vers le développement du tourisme avaient un effet positif sur l'engagement des résidents dans le soutien au développement des sites du patrimoine culturel. En même temps, l'engagement joue un rôle médiateur entre les perceptions positives des résidents et leur sentiment d'appartenance.

Nous citons également d'autres variables identifiées par différents auteurs (i.e. Boley et al., 2017 ; Nunkoo & Ramkissoon, 2011) comme ayant une influence sur la perception des résidents vers le développement et vers les impacts positifs et négatifs du tourisme culturel :

— L'état perçu du développement de l'économie locale et du cycle de vie du

- tourisme ;
- les impacts que peuvent engendrés les initiatives du tourisme durable ;
- La confiance en des institutions de tourisme.

1.2 L'autonomisation communautaire

La notion de l'autonomisation communautaire, « *community empowerment* » est définie par Maruyama et al. (2015) comme « l'engagement actif des communautés locales pour qu'elles soient par elles mêmes les agents de changement, et qu'elles aient la capacité de résoudre leurs problèmes indépendamment, de prendre des décisions, de mettre en œuvre des actions et d'évaluer leurs solutions ». Dans le contexte du tourisme durable, l'autonomisation communautaire est considérée comme une des techniques les plus adoptées afin de trouver des façons d'engagement des communautés locales dans le développement et la gestion du tourisme (Boley & McGehee, 2014 ; Park & Kim, 2016 ; Rakhmatova, 2015). En même temps, la participation des résidents à la planification et au développement du tourisme contribue à l'autonomisation communautaire (Strzelecka & Wicks, 2015). Dans cette même perspective, Boley et Johnson Gaither (2016) et Stephens et Tiwari (2015) affirment que les projets du patrimoine culturel ont la capacité d'autonomiser les communautés locales pour qu'elles puissent maintenir leur patrimoine culturel et leur identité culturelle à long terme.

Le concept de l'autonomisation communautaire a été aussi adressé par Maruyama et al. (2015, 2016) et Moswete et Lacey (2015) en appliquant une approche de perception. Selon ces auteurs, la perception des communautés locales vers l'autonomisation communautaire est influencée par la présence d'une politique du tourisme culturel et la façon selon laquelle elle est mise en place. Également, la perception des communautés locales est dépendante des facteurs socio-culturels et de la perception envers les profits économiques du tourisme culturel.

1.3 La participation des communautés locales à la protection, au management et à la gestion du tourisme culturel

Comme nous l'avons déjà mentionné précédemment, le management et la gestion durable du tourisme culturel nécessite en premier lieu la protection des atouts matériels, des atouts immatériels et des valeurs du patrimoine culturel. La participation active des communautés locales et la collaboration avec les autres parties prenantes peut garantir une telle protection (Abdul Halim & Azizah Ishak, 2017 ; Terzić et al., 2014 ; Vafadari, 2008). Cependant, pratiquement parlant, cette participation active est contestable et est influencée par plusieurs variables. Nous citons à titre d'exemple l'hétérogénéité des résidents, le fait que leurs intérêts sont, dans la plupart des cas, différents de ceux des professionnels, l'environnement historique et socio-politique, les systèmes de gestion, la perception associée à l'importance de la protection du patrimoine culturel et les types des sites du patrimoine culturel (Chirikure et al., 2010, Mat Radzuan et al., 2015).

Rasoolimanesh et al. (2017) ont adopté le modèle de Motivation, Opportunités et Aptitude (MOA) et ont pu montrer que la motivation des résidents a un effet positif sur le niveau de participation communautaire. Les opportunités accordées aux résidents de participer à la gestion et au développement du tourisme culturel ont aussi l'effet le plus important sur le niveau élevé de participation communautaire.

Les festivals comme atouts immatériels du patrimoine culturel sont considérés aussi comme étant un moyen de participation communautaire et de développement durable, surtout dans les pays en voie de développement (Lamberti et al., 2011 ; Raj & Vignali, 2010). La théorie d'attachement communautaire a aussi été intégrée par les chercheurs dans les études sur les perceptions des résidents vers les impacts positifs des festivals. Les perceptions vers les impacts positifs et négatifs des festivals influencent le soutien au développement de ceux-ci (Li & Wan, 2017).

Parallèlement, Scholtz et al. (2019) et Yolal et al. (2016) ont examiné les per-

ceptions des résidents vers les impacts socio-culturels des événements culturels. Scholtz et al. (2019) ont identifié quatre facteurs en lien avec le développement des festivals ayant une influence socio-culturelle sur le bien-être et la qualité de vie des communautés accueillantes : la revitalisation communautaire, la dégradation des ressources culturelles, le développement du tourisme, l'augmentation des dépenses publiques et les interactions entre résidents et visiteurs. Ces résultats peuvent informer la prise de décision et servent comme moyens de gestion efficace des festivals.

1.4 La perception et la valeur perçue quant aux atouts du patrimoine culturel

Les recherches sur la valeur perçue des atouts matériels et des atouts immatériels du patrimoine culturel font référence à l'identité culturelle et ont été menées et appliquées principalement aux paysages culturels (Robertson, 2009 ; Stephenson, 2008). L'étude de Stephenson (2008) est une des études les plus importantes dans ce domaine. Elle insiste sur l'idée que les paysages sont perçus différemment selon les parties prenantes.

Dans le contexte du management des paysages, la tentative de Stephenson (2008) avait pour but d'explorer et d'analyser les valeurs associées aux paysages par les communautés locales. Il a utilisé une approche intégrée en catégorisant les valeurs des paysages en trois dimensions : les relations, les formes et les pratiques (Figure 12). Les relations sont les composantes qui se traduisent par l'interaction des communautés locales avec leur paysage, elles incluent à titre d'exemple les mémoires, les événements culturels, l'esprit du lieu, les histoires et les mythes, les relations spirituelles, etc. Les formes résultent des activités naturelles et humaines et comprennent : les végétations, les aspects archéologiques et historiques, etc. Enfin, les pratiques comprennent les événements culturels/historiques, les activités traditionnelles, les processus historiques, etc.

Ces trois dimensions sont en interaction dynamique ce qui implique qu'un changement (positif ou négatif) de l'une contribue à une modification de l'autre. Ste-

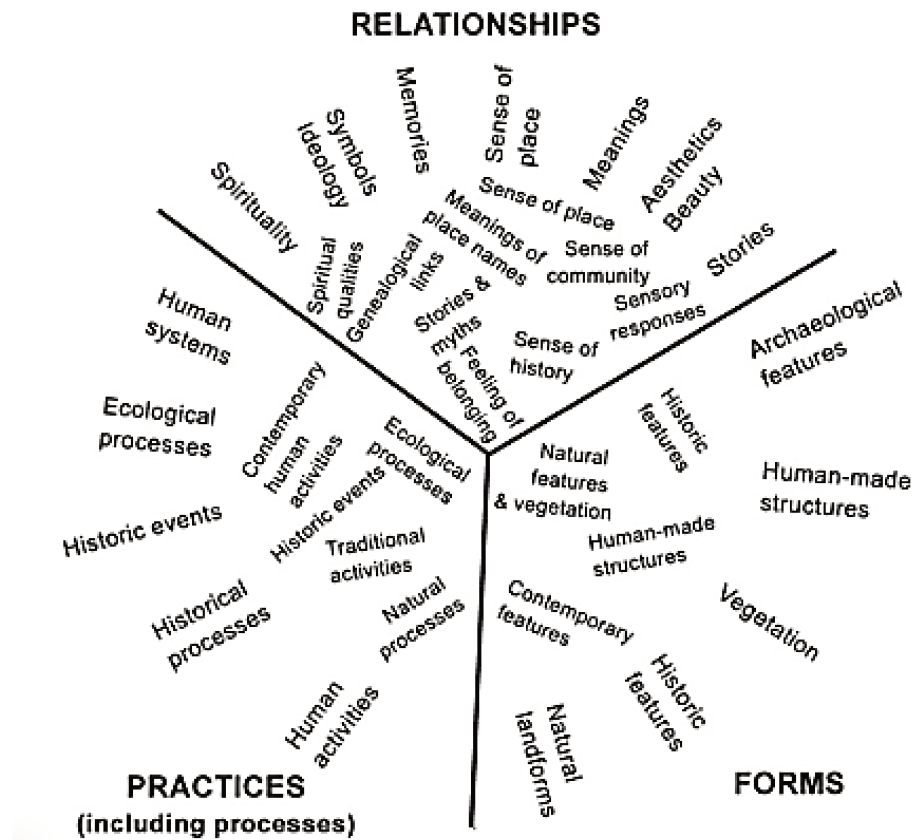


FIGURE 12 – Les trois composantes fondamentales du paysage : les formes, les pratiques et les relations.

phenson (2008) a pu développer et proposer un modèle des valeurs culturelles des paysages (Figure 13) sur la base des perceptions des personnes interviewées. Ce modèle suggère que le concept de paysage est créé à partir de l'interaction dynamique entre les trois composantes du passé et du présent. Il a également montré que les résidents qui ont vécu une expérience relativement courte dans le paysage avaient tendance à se baser sur des valeurs superficielles (surface values), tandis que ceux qui ont vécu une expérience relativement longue avaient tendance à exprimer des valeurs profondes (embedded values).

Dans le même contexte, Robertson (2009) a adopté une approche analytique et a suggéré que l'identité culturelle et les traditions culturelles influencent la façon

selon laquelle les personnes créent et associent des significations envers l'environnement. Il ajoute que les critères et les valeurs culturelles des habitants conditionnent cette perception.

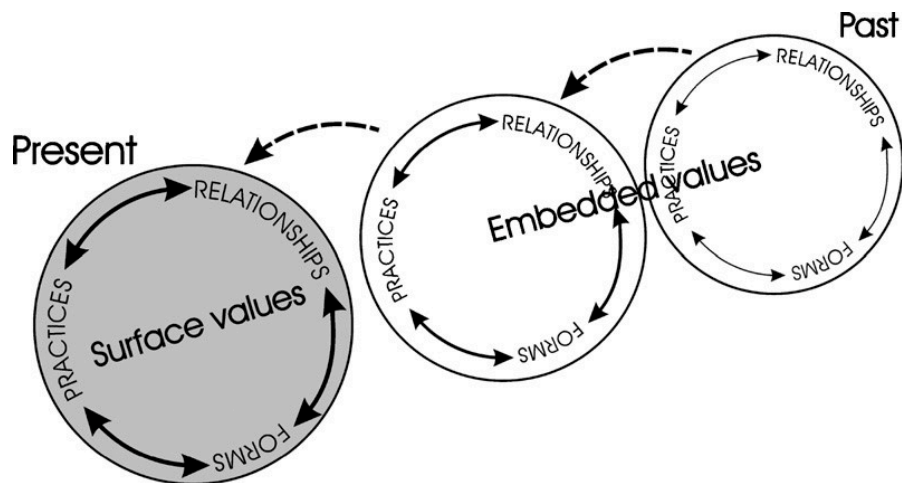


FIGURE 13 – Le modèle des valeurs culturelles des paysages proposé par Stephenson (2008).

D'autre part, les travaux antérieurs de Hsu et Huang (2016), Swensen et al. (2013) et Tan et al. (2018) se concentrent plus sur les atouts immatériels du patrimoine culturel. Les chercheurs ont adopté une approche qualitative en réalisant des entretiens et des discussions de groupes avec des représentants de la communauté locale. Les résultats de Hsu et Huang (2016) et de Swensen et al. (2013) révèlent que les valeurs perçues par les résidents des trois villes norvégiennes et des deux villages en Chine sont différentes que celles identifiées par les professionnelles et intégrées dans les plans officiels. Tan et al. (2018) ont fait référence à la théorie de l'attachement communautaire pour examiner les perceptions d'un échantillon d'habitants de deux villes en Malaisie. Ils ont montré que plus les habitants sont attachés à leur environnement, plus ils sont susceptibles de participer à la gestion et à la conservation du patrimoine culturel et vice versa.

2 Les études sur l'engagement des visiteurs

Les études sur l'engagement direct des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel sont très limitées. Il n'existe que quelques études qui ont examiné la perception des visiteurs envers les actions de gestion du tourisme culturel. La plupart des recherches réalisées sur les visiteurs des sites du patrimoine culturel pour la période s'étendant de 2008 à 2018 traitent principalement des sujets comme les motivations des visiteurs, la perception vers l'authenticité et l'expérience touristique et son rôle dans la gestion du tourisme culturel (tableau 14).

Les travaux antérieurs (Herbert, 2011 ; Lynch et al., 2010 ; Simard et al., 2012) ont montré que les visiteurs des sites du patrimoine culturel ont les caractéristiques suivantes :

- Un bon niveau d'éducation ;
- Un lien culturel très fort ;
- Sont à la recherche d'une expérience authentique ;
- Sont motivés pour participer à des activités en lien avec le tourisme culturel ;
- Sont extrêmement intéressés par la connaissance de la culture des sites visités.

2.1 Les motivations des visiteurs

Le concept de « motivations des visiteurs » est un des sujets les plus fréquemment étudiés par les chercheurs dans le domaine du tourisme culturel. Les motivations sont en effet les facteurs principaux du voyage. Les visiteurs des sites du patrimoine culturel sont des personnes nostalgiques, très curieuses de découvrir et d'explorer la culture des nouvelles destinations touristiques qui leur sont étrangères (Xie & Xu, 2004).

Plusieurs théories/cadres théoriques ont été développés pour comprendre, analyser et mesurer les motivations des visiteurs, nous en citons les plus importants : la hiérarchie des besoins de Maslow (1954), la théorie de Crompton (1979) qui a été renforcée en 1982 par Iso-Ahola et la théorie de Dann (1977, 1981) sur les facteurs d'incitation et d'attraction.

La hiérarchie des besoins de Maslow (1954) est définie comme étant « une pyramide qui hiérarchise les besoins d'un individu ». Imaginée par le psychologue Abraham Maslow dans les années 1940, cette pyramide comporte cinq types de besoins : les besoins physiologiques (le socle de la pyramide), les besoins de sécurité, les besoins d'appartenance et d'amour, les besoins d'estime, et, au sommet de la pyramide, le besoin d'accomplissement de soi ou d'auto-réalisation (<https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1198237-pyramide-de-maslow-explication-de-la-pyramide-des-besoins/>).

La théorie de Crompton (1979) est une approche qui fait du voyage d'agrément une fonction à la fois cognitive et utilitaire s'exprimant par le désir de s'évader de la pression, de la routine, du stress du quotidien et de se relaxer loin de son environnement habituel (Niamitché, 1998).

La théorie de Dann (1977, 1981) sur les facteurs d'incitation et d'attraction est définie comme étant « la volonté des individus d'agir et de prendre des décisions. Les motivations sont composées de facteurs internes et externes ou facteurs intrinsèques et extrinsèques qui aident initier et satisfaire un certain besoin ou désir, connus comme des facteurs d'incitation et d'attraction » (Lai, 2011). Selon Guan et al. (2015), les facteurs d'incitation sont des caractéristiques psychologiques associées aux besoins des gens, alors que les facteurs d'attraction sont des facteurs propres à la destination.

Dans le secteur du tourisme, nous relevons d'une part les facteurs d'incitation qui sont des variables motivant les visiteurs à voyager et d'autre part les facteurs d'attraction qui attirent les visiteurs à une certaine destination touristique croyant et espérant qu'ils vont satisfaire leurs facteurs d'incitation (Dann, 1977). La théo-

rie des facteurs d'incitation et d'attraction liés aux motivations des visiteurs est la plus efficace pour comprendre ceux-ci. Les études qui révèlent l'application de cette théorie dans le contexte du tourisme culturel sont nombreuses. Les tableaux 15 et 16 présentent les facteurs et les items des échelles de mesure des facteurs d'incitation et d'attraction liés aux motivations des visiteurs.

La revue de la littérature a montré 234 items, mais il existe certainement des items similaires (ayant le même sens). Les facteurs de la socialisation, de l'évasion et de l'excitation, de l'exploration culturelle, du soutien aux communautés et au patrimoine et le facteur lié aux festivals ont été examinés par différents auteurs avec des items identiques (nous avons alors mentionné l'item une seule fois dans les tableaux).

Les motivations des visiteurs sont aussi des facteurs importants pour les stratégies de segmentation. Plusieurs chercheurs (Chen & Huang, 2018; Iversen et al., 2016; López Guzmán et al., 2019; Nguyen & Cheung, 2014; Özel & Kozak, 2012; Varmazyari et al., 2017) ont segmenté les visiteurs des sites du patrimoine culturel sur la base de leurs motivations. Les auteurs de ces études ont présenté différents segments des visiteurs avec diverses caractéristiques socio-démographiques et divers degrés d'importance accordés au patrimoine culturel dans leurs voyages.

2.2 L'authenticité perçue et l'expérience touristique

Les études réalisées sur le sujet d'authenticité aident les décideurs à renforcer et à maintenir la valeur des ressources du patrimoine culturel mais aussi à protéger les sites du patrimoine culturel (Chang et al., 2012; Ko et al., 2013; Zhou et al., 2013). L'expérience touristique est aussi au centre des intérêts des chercheurs. Ce concept doit être considéré comme un élément essentiel de la planification, du management et de la gestion durable du tourisme culturel (Alazaizeh et al., 2018; Cannas, 2016).

TABLEAU 15 – Les facteurs et les items de l'échelle de mesure des facteurs d'incitation des visiteurs.

Facteurs	Items
La socialisation	S'amusar avec les foules à un festival ; je suis venu(e) pour être des personnes qui apprécient les moments vécus ; rencontrer monde entier ; être avec d'autres personnes qui aiment faire assister en groupe à un événement ; observer les autres personnes partager des moments avec des personnes qui ont les mêmes le festival par moi-même ; j'ai passé de bons moments la dernière vivre une expérience avec un groupe ; c'est une opportunité pour de la famille ; participer aux activités de l'événement offrant
De nouveaux événements/festivals	Je suis une personne curieuse ; à la recherche de nouveautés choses différentes et nouvelles ; j'aime prendre plaisir en particuliers ; j'aime la variété des choses à voir et faire ; les festivals
L'évasion et l'excitation	Avoir l'occasion de sortir du rythme quotidien de la vie ; s'évader se détacher du stress quotidien ; avoir un changement dans les choses différentes et nouvelles ; je suis une personne curieuse ; j'aime la vie quotidienne ; parce que c'est stimulant et excitant.

* S'amusar un peu ; acquérir de nouvelles compétences ; être avec les mêmes goûts que moi ; passer du temps avec mes amis ; participer culturelle à laquelle je n'ai normalement pas l'occasion de participer de personnes ; améliorer mes connaissances sur la culture de récupérer du rythme habituel effréné ; réduire la tension accumulée

Références : Rezaei et al., 2018 ; Smith & Costello, 2009 ; Woosnam et al., 2009 ; Yola

Facteurs	Items
Autonomie et réalisation	Avoir un sentiment d'accomplissement ; être libre de faire dans des activités physiques stimulantes ; renforcer sa confiance de sa propre résistance.
Repos et relaxation	Se reposer ; se relaxer physiquement ; apporter des changements ; avoir du temps pour soi ; avoir du plaisir ; se déconnecter des responsabilités professionnelles.
Sport et socialisation	Participer à des activités sportives ; assister à des événements physiques ; rencontrer des amis.
Évasion	S'évader des pressions de la vie publique ; s'évader des pressions être libre.
Être avec la famille	Visiter des endroits avec la famille ; faire des activités en famille ; faire une réflexion sur ses propres valeurs religieuses
S'amuser et se vanter de voyager	Voyager, aller quelque part ; faire un bain de soleil ; aller à la discothèque ; parler des endroits visités.
Estime de soi	Montrer des capacités personnelles ; acquérir de nouvelles compétences ; perfection spirituelle ; être créatif.
Nostalgie et amélioration de connexions	Visiter les amis et les proches ; retourner sur son lieu de naissance ; rencontrer et faire la connaissance de nouvelles gens ; participer aux activités quotidiennes des villageois.
Profiter de la nature avec la famille	Se retrouver dans une atmosphère saine et prendre plaisir nature ; s'amuser pendant les vacances avec la famille dans un lieu de repos ; avoir des opportunités pour les enfants.

Références : Özel & Kozak, 2012; Varmazyari et al., 2017.

TABLEAU 16 – Les facteurs et les items de l'échelle de mesure des facteurs d'attraction des visiteurs.

Facteurs	Items
Caractéristiques du patrimoine	Attraction touristique connue ; découvrir une nouvelle attraction culturelles ; des objets authentiques.
Accessibilité et bonnes valeurs	Facilement accessible ; bon rapport qualité/ prix ; plan géogé climat parfait.
Caractéristiques culturelles des pays des ancêtres**	Savoir où et comment vivaient nos ancêtres ; avoir une connaissance de l'environnement culturel ; comprendre la culture et l'histoire ; obtenir des évidences documentaires ; connaître l'histoire des attractions touristiques ; goûter aux aliments locaux ; être capable d'acheter des produits locaux.

Références : Chhabra, 2010 ; Murdy et al., 2018.

** Facteur indéfini par les auteurs, proposé par la chercheuse de cette thèse, puisque

Alberts et Hazen (2010) considèrent l'authenticité comme un concept complexe et dynamique. Après avoir mené des recherches approfondies, les chercheurs ont pu montrer que l'authenticité est une valeur ajoutée de l'expérience touristique, elle est catégorisée sous trois formes : l'authenticité objective, l'authenticité construite et l'authenticité existentielle. Les deux premières catégories sont reliées à l'objet du patrimoine culturel, alors que l'authenticité existentielle est en lien avec l'expérience des visiteurs (Brida et al., 2013 ; Casteran & Roederer, 2013 ; Zhou et al., 2015).

Les résultats auxquels sont parvenus les auteurs (comme Baral et al., 2017 ; Chronis, 2005 ; Herbert, 2001 ; Yankholmes & Akyeampong, 2010) ont révélé que l'authenticité est considérée comme une expérience subjective. C'est qu'elle est associée à l'interprétation des visiteurs et dépend donc étroitement des préconnaissances, des préconceptions et des prévisions qu'ils ont quant à l'attraction visitée et les histoires qui y sont associées, et bien sûr des interprétations apportées par les guides touristiques.

Bryce et al. (2015) ont étudié la relation entre l'authenticité perçue et la fidélité des visiteurs aux sites du patrimoine culturel. Ils ont établi une relation significative positive entre ces deux variables. En effet, les visiteurs qui perçoivent positivement et qui apprécient l'authenticité des sites du patrimoine culturel y étaient assez fidèles en comparaison avec les autres visiteurs. Dans le même contexte, Lee et al. (2016) ont trouvé que la perception de l'authenticité objective et existentielle influence positivement la satisfaction des visiteurs.

Suivant Li et al. (2016), l'authenticité perçue du patrimoine culturel influence la qualité de l'expérience touristique, ce qui peut créer une intention d'un comportement responsable. Nous voulons dire par là que la qualité de l'expérience touristique joue un rôle médiateur entre l'authenticité perçue et l'intention d'avoir un comportement responsable. La relation positive entre ces deux variables s'est aussi avérée significative selon Ramkissoon et Uysal (2011).

Les travaux antérieurs de Chen et Chen (2010) ont également révélé une re-

lation significative entre la qualité de l'expérience touristique, la valeur perçue, la satisfaction et l'intention comportementale. Il a été démontré que la qualité de l'expérience touristique a un effet direct sur la valeur perçue du site du patrimoine culturel et sur la satisfaction des visiteurs quant à l'expérience touristique. Ces deux dernières variables ont un effet médiateur entre la qualité de l'expérience touristique et l'intention comportementale.

Parallèlement, l'intention d'avoir un comportement responsable est influencée par l'engagement environnemental des visiteurs, leur attitude, leur norme subjective et leur sentiment positif, et par leur perception positive vers les valeurs environnementales, notamment pour les visiteurs des festivals (Song et al., 2012 ; Wong et al., 2015).

Selon l'étude de Akhoondnejad (2016) réalisée auprès des visiteurs du festival artisanal traditionnel turkmène-Iran, l'authenticité perçue des visiteurs avait un effet positif et direct sur la qualité et la valeur perçue du festival, sur la satisfaction des visiteurs et leur fidélité envers le festival. En outre, l'authenticité perçue des visiteurs vers les festivals et les événements culturels aident les visiteurs à construire une identité individuelle et collective et peut créer une intention de re-visite (Davis, 2017 ; Robinson & Clifford, 2012 ; Woosnam et al., 2009).

Ajoutons à cela que plusieurs facteurs déterminent la qualité de l'expérience touristique des sites du patrimoine culturel. Nous citons par exemple les conditions atmosphériques, la communication directe avec les communautés locales et les fournisseurs de services, les informations acquises avant et pendant la visite et le niveau de protection du patrimoine culturel (Kempiak et al., 2017).

Weaver et al. (2017) ont fait preuve que la connexion avec la culture de la destination touristique visitée (la Chine dans le cas de l'étude de Weaver et al., 2017) a indirectement influencé l'expérience touristique et l'interaction des visiteurs avec la culture chinoise. Cela met l'accent sur le rôle crucial de la culture dans la construction de la satisfaction des visiteurs envers les sites du patrimoine culturel.

2.3 La perception vers le management et la gestion du tourisme culturel

Ce thème soulève directement la problématique de l'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel. L'approche de perception est de nouveau le centre de méthodologie de la plupart des chercheurs dans ce domaine (Wijayanti & Damanik, 2018). La perception des visiteurs vers le développement et la gestion du tourisme culturel s'organise aujourd'hui autour de plusieurs facteurs intrinsèques et extrinsèques. Les facteurs intrinsèques sont des facteurs internes, liés aux caractéristiques personnelles des voyageurs, comme par exemple leurs orientations écologiques, culturelles et environnementales, la qualité de leur expérience, leurs objectifs, leurs motivations et leurs attentes, etc. (Fall Diallo et al., 2015; Packer et al., 2014; Zhou et al., 2013). Les facteurs extrinsèques sont liés aux caractéristiques de la destination touristique. Nous citons par exemple, le niveau de développement du tourisme durable, les stratégies et les actions de management et de gestion, les pratiques durables menées par les parties prenantes concernées (Alazaizeh et al., 2016; Song et al., 2012).

L'étude de Alazaizeh et al. (2016) est l'une des premières tentatives à examiner la perception des visiteurs vers la gestion du tourisme culturel. Plus précisément, les auteurs de cette étude ont examiné la relation entre l'orientation des valeurs, l'importance accordée par les visiteurs au patrimoine culturel et son degré (faible, moyen, élevé) d'influence sur leurs motivations, ainsi que leurs préférences pour des actions de gestion directes et des actions de gestion indirectes mises en place pour gérer les visiteurs des sites du patrimoine culturel.

La théorie de l'orientation des valeurs (une orientation vers des valeurs d'usage ou une orientation vers des valeurs de préservation) est définie comme : « l'ensemble de propositions liées, portant à la fois des valeurs et des considérations existentielles. Les valeurs d'usage sont des valeurs marchandes, celles liées aux avantages de l'usage récréatif, tandis que les valeurs de préservation sont liées aux avantages de la simple existence des ressources du patrimoine culturel ».

L'échelle de mesure de l'orientation des valeurs est divisée en deux construits : « l'orientation personnelle des valeurs culturelles », définie comme l'accumulation des significations, des rituels, des normes et des traditions partagées par les membres de la société. Il est divisée en 36 items (Cardona et al., 2017 ; Kim et al., 2016 ; Watkins & Gnoth, 2011 ; Woosnam et al., 2009) (tableau 17). Le deuxième construit est « l'orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel », divisée en deux facteurs : « valeurs de préservation (non-usage) » (6 items) et « valeurs d'usage » (5 items) (Alazaizeh et al., 2016) (tableau 18).

D'une part, les actions de gestion directes dans le domaine de la gestion du tourisme culturel sont des « actions de gestion traitant d'une manière directe les comportements des visiteurs, caractérisés par des prescriptions légales de comportements appropriés et inappropriés qui s'accompagnent par des sanctions formalisées, telles que des pénalités ou des amendes ». D'autre part, les actions de gestion indirectes « sont des actions qui visent à changer les facteurs en relation avec les décisions des visiteurs. Ces actions peuvent inclure le fait d'apporter aux visiteurs une éducation et des informations concernant les comportements appropriés à adopter sur le site ».

La différence entre les deux est que les actions de gestion directes sont obligatoires, c'est-à-dire que les visiteurs sont obligés de les respecter. Bien sûr, la même action de gestion peut être appliquée de manière directe ou indirecte. Toutefois, les préférences des managers et les conditions du site du patrimoine culturel jouent un rôle primordial dans l'application de ces actions (par exemple, dans le cas des sites sensibles, des actions de gestion directes sont plus efficaces) (Alazaizeh et al., 2016). Plusieurs actions de gestion directes et indirectes ont été identifiées dans la littérature (tableaux 19).

TABLEAU 17 – Échelle de mesure de l'orientation des valeurs-construit : l'orientation personnelles.

Items	Références
Liste des valeurs de Kahle : le respect de soi ; le divertissement et le plaisir dans la vie ; les relations chaleureuses avec autrui ; la réalisation de soi ; le respect réciproque ; l'accomplissement ; la sécurité ; l'enthousiasme ; l'appartenance.	Woos
L'harmonie interne ; la sécurité ; l'enthousiasme ; la réalisation ; être renouvelé/e ; la liberté ; l'accomplissement ; la satisfaction ; les connaissances ; les nouvelles expériences ; le respect de soi ; le bonheur ; la commodité.	Watki
La joie personnelle ; le maintien et la préservation d'une bonne santé-aspect physique ; le divertissement et le plaisir ; le renforcement des liens sociaux par la socialisation ; le renforcement de la qualité de vie ; la satisfaction et l'accomplissement de soi ; la maturité et les valeurs religieuses ; la compréhension des autres cultures et pays.	Kim e
Je compte sur moi-même dans la plupart du temps, je compte rarement sur les autres ; je me débrouille souvent seule et accomplis mes propres courses ; mon identité personnelle, indépendante est très importante pour moi ; le bien-être du groupe m'est important ; j'aime passer du temps avec les autres ; je me sens bien de collaborer avec les autres.	Cardé

TABLEAU 18 – Échelle de mesure de l'orientation des valeurs-construit de mesure : orientation de la non-protection du patrimoine culturel.

Facteur	Items
Valeurs de préservation (non-usage)	<p>On doit protéger le patrimoine afin de le préserver aux générations futures. Je ne suis pas sûr que cela implique un niveau de vie plus bas.</p> <p>Même si je ne visite pas les sites du patrimoine, je peux en apprendre plus en consultant des livres et/ ou regardant des films.</p> <p>Je vois les ressources du patrimoine que les proches peuvent utiliser. Je ne pense pas que les ressources peuvent-être pas voir ou connaître, et cela m'inquiète.</p> <p>J'ai besoin de savoir que des sites intacts du patrimoine existent.</p> <p>Il y a beaucoup de sites du patrimoine que je n'aime pas visiter. Je ne pense pas que les ressources existent mais dont l'existence et la préservation me rendent heureux.</p> <p>Il est essentiel de protéger les ressources du patrimoine. Je ne pense pas que les ressources peuvent-être pas voir ou connaître, et cela m'inquiète.</p> <p>Je veux voir les sites du patrimoine et les utiliser pour des raisons de loisir ou pour le tourisme.</p> <p>Les sites du patrimoine sont des ressources économiques importantes.</p> <p>Les sites du patrimoine me conviennent pour y pratiquer mon sport préféré.</p> <p>Les sites du patrimoine sont importants pour les visiteurs. Je ne pense pas que les ressources existent mais dont l'existence et la préservation me rendent heureux.</p> <p>Je veux passer du temps à visiter les sites du patrimoine.</p> <p>Les ressources du patrimoine sont importantes pour les visiteurs. Je ne pense pas que les ressources existent mais dont l'existence et la préservation me rendent heureux.</p> <p>Je veux passer du temps à visiter les sites du patrimoine.</p> <p>Les ressources du patrimoine sont importantes pour les visiteurs. Je ne pense pas que les ressources existent mais dont l'existence et la préservation me rendent heureux.</p> <p>Je veux passer du temps à visiter les sites du patrimoine.</p> <p>Les ressources du patrimoine sont importantes pour les visiteurs. Je ne pense pas que les ressources existent mais dont l'existence et la préservation me rendent heureux.</p>

TABLEAU 19 – Échelle de mesure des actions de gestion mises en places pour gérer les c

Facteur	Items
Des actions de gestion directes	<p>Imposer des amendes.</p> <p>Interdire l'accès aux zones sensibles .</p> <p>Limiter le nombre de visiteurs dans les zones sensibles</p> <p>Limiter la durée de la visite dans les zones sensibles</p> <p>Limiter la taille du groupe.</p> <p>Accroître le nombre de gardes.</p> <p>Interdire les pratiques qui sont particulièrement né archéologique.</p> <p>Fermer les zones sensibles d'une façon saisonnière.</p> <p>Exiger des réservations.</p>
Des actions de gestion indirectes	<p>Informner les visiteurs potentiels des inconvéniement problèmes et/ou attirer leur attention sur les avatars alternatives.</p> <p>Rendre l'accès aux zones sensibles plus difficile d'autres zones.</p> <p>Éliminer les installations ou les attractions dans les zones sensibles</p> <p>Améliorer les installations ou les attractions dans des zones sensibles</p> <p>Augmenter les frais de participation et de visite dans les zones sensibles</p> <p>d'utilisation.</p> <p>Encourager l'accès au site en dehors des périodes sensibles</p> <p>Charger des frais plus élevés pendant les périodes sensibles</p> <p>d'impacts potentiels élevés.</p>

Facteur	Items
Des actions de gestion indirectes	Encourager certains comportements et pratiques pour éviter chéologique. Enseigner des éthiques ou principes en lien avec le site du pat et internationale. Établir un prix plus élevé pour les visiteurs internationaux.
Références : Cole et al., 1987 ; Hall & McArthur, 1998 ; McArthur & Hall, 1996 ; Timothy, 2011, comme cités par Alazaizeh et al., 2016	

Les résultats des questionnaires réalisés auprès de 306 enquêtés (visiteurs sollicités dans le parc archéologique à Pétra) ont révélé que la plupart des enquêtés avaient une orientation vers la préservation du patrimoine culturel. Benton (2011) a obtenu le même résultat dans son étude sur la perception des visiteurs vers la gestion des ressources culturelles. Néanmoins, le niveau d'orientation diffère selon les enquêtés, c'est que ceux qui ont attribué un intérêt élevé pour le patrimoine culturel et le tourisme culturel au cours de leur voyage, tendaient à avoir une orientation plus importante en matière de préservation.

Cette orientation avait un effet positif sur les préférences des visiteurs pour des actions de gestion directes, comme imposer des amendes par exemple, limiter le nombre de visiteurs dans les zones sensibles, interdire l'accès des visiteurs aux zones sensibles pendant des périodes précises de l'année, exiger une pré-réservation, limiter la taille du groupe, etc. Par conséquent, nous pouvons conclure qu'en général, les visiteurs qui ont une orientation vers la protection du patrimoine culturel accordent un intérêt élevé au patrimoine culturel lors de leur voyage et préfèrent ainsi des actions de gestion directes.

Vong (2013) a examiné l'influence de la perception des visiteurs vers des actions de gestion générales du patrimoine culturel (le patrimoine culturel de Macao est bien protégé; le patrimoine culturel de Macao est bien promu; le patrimoine culturel de Macao est bien interprété) sur la satisfaction et la perception globale de l'image de la destination touristique. Il a montré qu'une relation significative existe entre les deux variables. La relation entre la perception vers la gestion du patrimoine culturel et la satisfaction avec l'expérience touristique a aussi été validée. Cela montre l'importance de la gestion des sites du patrimoine culturel dans la satisfaction des visiteurs; quand les sites du patrimoine culturel sont bien gérés, les visiteurs sont satisfaits.

3 Les études sur l'engagement des autres parties prenantes

Les études réalisées sur l'engagement des autres parties prenantes (i.e. les éco-tour opérateurs/les agences de voyage, les agences gouvernementales-ministère de la culture et du tourisme, les ONGs/les associations du tourisme culturel, les guides touristiques, les municipalités-au niveau local, etc.) sont limitées aux entretiens et aux discussions de groupes avec ces parties prenantes, ainsi que des recherches analytiques sur les stratégies de développement et de gestion du tourisme culturel (tableau 20).

TABLEAU 20 – Les études menées sur l'engagement des autres parties prenantes dans le management et la gestion durable du tourisme culturel.

Sujets/thèmes	Références
Perception des guides touristiques	Hoggard et al., 2018 ; Io & Hallo, 2011 ; Touloupa, 2010 ; Van der Merwe, 2016.
Perception vers les politiques et les stratégies de développement et de gestion du tourisme culturel	Ballantyne et al., 2016 ; Barthod-Prothade & Leroux, 2021 ; Fonseca & Ramos, 2012 ; Fredholm, 2016 ; Khakzad et al., 2015 ; Laing et al., 2014 ; Larson & Poudyal, 2012 ; Lyon et al., 2017 ; Oikonomopoulou et al., 2017 ; Reeves & Long, 2011 ; Swanson & DeVereaux, 2017 ; Thirumaran et al., 2014 ; Xu et al., 2017.

3.1 Perception des guides touristiques

Sous le thème de l'engagement des guides touristiques dans le management et la gestion durable du tourisme culturel, l'interprétation des sites du patrimoine culturel par les guides touristiques est le sujet le plus fréquemment examiné (Hoggard et al., 2018 ; Touloupa, 2010 ; Van der Merwe, 2016). Io et Hallo (2011) par exemple, ont évoqué le cas du centre historique de Macao, (un site du patrimoine mondial) et ont trouvé que l'interprétation indépendante de ce site par les guides

touristiques (c'est-à-dire interpréter le site sans le relier aux sites et aux attractions adjacents) avait une influence négative sur les informations acquises par les visiteurs et l'authenticité de leur expérience. Ce résultat met l'accent sur l'importance de l'interprétation des sites du patrimoine culturel par les guides touristiques.

3.2 Perception vers les politiques et les stratégies de développement et de gestion du tourisme culturel

Les études menées auprès des décideurs dans le domaine du management et de la gestion durable du tourisme culturel apportent une contribution plus méthodologique que théorique. Elles visent à discuter des approches et des méthodes afin de renforcer le développement des modèles de collaboration entre les parties prenantes. Ballantyne et al. (2016) ont proposé une approche Delphi définie comme étant « un outil de recherche qui vise à obtenir un avis aussi consensuel que possible sur des événements futurs grâce à un processus structuré de communication organisant la production, l'agrégation et la modification des opinions d'un groupe indépendant d'experts »²⁶, pour développer un plan interprétatif pour un site du patrimoine mondial, « la cathédrale de Canterbury » en l'occurrence, sur la base des préférences de ces propriétaires et managers.

Khakzad et al. (2015) ont proposé des modèles et des principes pour la définition et l'évaluation du patrimoine culturel côtier. Laing et al. (2014) ont présenté un outil qui aide à évaluer les potentiels des atouts du patrimoine culturel chinois dans la ville régionale de Bendigo, en Australie. Larson et Poudyal (2012) ont appliqué une approche de gestion adaptative (une gestion adaptée aux caractéristiques des sites) au Machu Picchu sur la base du cadre du tourisme durable développé par l'OMT. Lyon et al. (2017) ont adopté l'Analyse du Discours Critique (ADC) dans le contexte des réserves de biosphère. Cette méthode leur a permis d'analyser le développement et la gestion du tourisme.

Fonseca et Ramos (2012) ont adressé les perceptions et les attitudes des entités

26. <http://www.spiral.ulg.ac.be/fr/outils/methode-delphi/>.

municipales et régionales vers le développement du tourisme culturel à la municipalité périphérique portugaise d'Almeida. Ils ont identifié les obstacles, les stratégies et les défis auxquels se trouvent confrontées les parties prenantes présentes sur le territoire portugais d'Almeida (i.e. l'absence d'un plan de gestion du tourisme et une corruption entre entités privées et publiques). L'étude menée au Ghana par Fredholm (2016) a montré que le déséquilibre entre développement et planification du tourisme culturel avait un impact négatif sur la durabilité de ce dernier.

D'un autre côté, Oikonomopoulou et al. (2017) ont développé et proposé une approche méthodologique innovante qui sert à intégrer des processus standardisés dans la technologie de l'information, ayant pour but de développer un plan stratégique pour la promotion et la protection du patrimoine culturel et de ses itinéraires sur l'île de Chios en Grèce. Les auteurs de cette recherche ont fait preuve d'une planification intégrée à travers des processus standardisés dans la gestion des itinéraires culturels dans les régions rurales, pouvant contribuer à la protection et à la promotion durable du patrimoine culturel, au développement économique équilibré et à la protection des ressources naturelles.

Dans le même contexte que celui des approches innovantes, Swanson et DeVereaux (2017) ont proposé un nouveau cadre théorique d'entrepreneuriat culturel durable (un concept qui encourage l'application des modèles d'entrepreneuriat pour soutenir et améliorer les valeurs et les traditions d'une communauté pour ses avantages auto-définis, plutôt que d'imposer des modèles d'entrepreneuriat économiques susceptibles de modifier les conditions d'une communauté). D'autres chercheurs (ex. Reeves & Long, 2011 ; Thirumaran et al., 2014 ; Xu et al., 2017) ont traité et analysé les questions de développement du tourisme culturel du point de vue des politiques de gestion. Barthod-Prothade & Leroux (2021) ont examiné le rôle des acteurs publics dans la réalisation des activités écotouristiques dans les zones rurales, les auteurs ont adopté la théorie des parties prenantes et la théorie enracinée. Les contributions théorique et méthodologique de leur étude aident les chercheurs ainsi que les acteurs publics à mieux réaliser des activités écotouristiques en zone rurale et de montagne.

4 Aperçu général sur les études menées au Liban

Au Liban, les études scientifiques réalisées et publiées durant les 10 dernières années sur le management et la gestion durable du tourisme culturel sont très limitées. Citons à titre d'exemple, les projets menés par Al-hagla (2010), Haddad et Fakhoury (2016), Makhzoumi et al. (2012), et Rahhal (2015). La plupart des recherches appliquées dans le domaine du tourisme culturel sont axées sur la satisfaction des visiteurs à l'égard des services et des offres touristiques²⁷(Asharq Al-Awsat, 2017; Development Alternative Inc (DAI), 2013; Ladki & Sadik, 2004; Rake, 2011) et sur l'évaluation des cadres de développement durable (El-Baba, 2015).

Également, il existe des rapports rédigés sur le développement des stratégies du tourisme durable et du tourisme rural au Liban (Chaker et al., 2006, El-Jisr & Chabarekh, 2012; Hamade et al., 2011; Pharaon, 2016; Rose, 2017). Enfin, des brochures et des documents informatifs sont développés chaque année, principalement par le ministère du tourisme et Lebanon travelers, autour du tourisme en général et des types d'attraction au Liban²⁸.

Des initiatives de développement du tourisme culturel comme par exemple des routes et des sentiers culturels, des applications sur les atouts du patrimoine culturel (comme par ex. « Explore Holy-Lebanon » sur les sites religieux au Liban) dans quelques régions rurales libanaises ont aussi été développées et menées par des individus et des agences de tourisme (Farra-Haddad, 2013; Sardouk, 2016).

5 Le cadre conceptuel de l'engagement des visiteurs

Pour pouvoir étudier l'engagement des visiteurs, nous adoptons la théorie de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion directes et des

27. <http://geredis-society.org/heland/>.

28. <http://www.mot.gov.lb/Publications/All>; <http://www.lebanontraveler.com/en/magazine/Lebanon-Traveler-Home>.

actions de gestion indirectes comme étant la seule à examiner cet engagement d'une manière directe. Puisque les préférences des managers et les conditions du site du patrimoine culturel jouent un rôle primordial dans l'application des actions de gestion, nous identifierons donc les actions de gestion appliquées par les gestionnaires pour notre étude de cas (qui sera déterminé dans la deuxième partie de cette thèse).

Comme les résultats d'Alazaizeh et al. (2016) ont montré un effet positif de l'intérêt accordé par les visiteurs au patrimoine culturel dans leur voyage sur l'orientation des valeurs et ainsi sur la préférence des visiteurs vers des actions de gestion directes, nous appliquons alors la théorie de l'orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel et la théorie des facteurs d'incitation et d'attraction en lien avec les motivations des visiteurs.

Dans la figure 14 nous présentons le cadre conceptuel de notre thèse développé pour étudier l'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel. Nous justifions le choix des motivations des visiteurs comme étant les facteurs principaux du voyage pour les visiteurs des sites du patrimoine culturel. En plus, nous estimons qu'étudier les motivations des visiteurs nous guiderons d'une manière plus précise à déterminer le degré d'importance accordée par les visiteurs au patrimoine culturel dans leurs motivations.

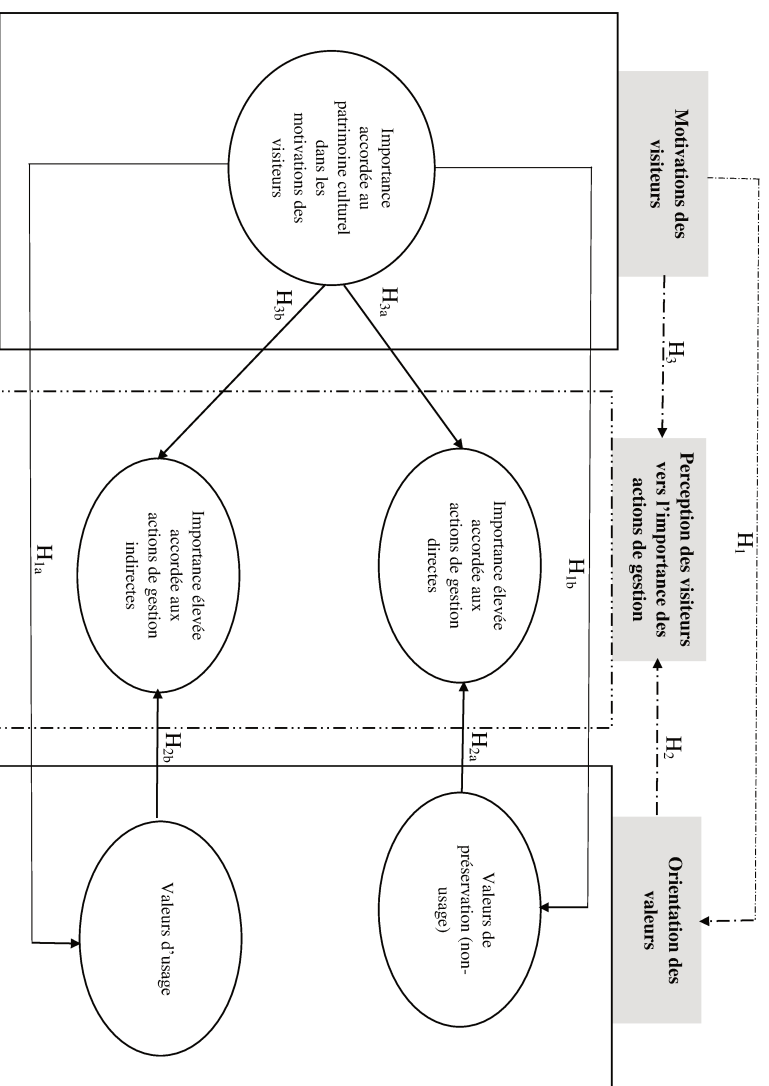


FIGURE 14 – Le cadre conceptuel de la perception des visiteurs envers l'importance de et des actions de gestion indirectes du tourisme culturel.

Nous tentons alors d'explorer la relation entre les motivations des visiteurs d'une part et orientation des valeurs d'autre part, ce qui contribue à la formulation de la première hypothèse comme suit :

H1 : Il existe une relation entre les motivations des visiteurs et l'orientation des valeurs.

H1a : Les visiteurs qui accordent une importance faible au patrimoine culturel dans leurs motivations tendent à avoir une orientation vers des valeurs d'usage.

H1b : Les visiteurs qui accordent une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation.

Les hypothèses 2 et 3 sont formulées comme suite :

H2 : Il existe une relation entre l'orientation des valeurs et la perception des visiteurs vers l'importance des actions de gestion.

H2a : Les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes.

H2b : Les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs d'usage accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

H3 : Il existe une relation entre les motivations des visiteurs et leur perception vers l'importance des actions de gestion.

H3a : Les visiteurs qui accordent une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes.

H3b : Les visiteurs qui accordent une importance faible au patrimoine culturel

dans leurs motivations accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

Pour l'engagement des autres parties prenantes nous appliquons l'approche de parties prenantes et la méthode de la construction d'indicateurs en lien directe et indirecte avec le management et la gestion durable du tourisme culturel. Le but est de savoir si les parties prenantes adoptent et intègrent les principes du tourisme durable dans la gestion du tourisme culturel.

À travers cet aperçu conceptuel et théorique, nous avons bien pu présenter les concepts du patrimoine culturel, du tourisme, du tourisme culturel, du tourisme durable, du management et de la gestion durable. En étalant et détaillant les définitions, l'évolution de chaque concept, son importance sur le plan national, régional et international dans les pays développés et en voie de développement et les relations entre eux nous avons voulu apporter une compréhension plus efficace de notre sujet de thèse. La revue pratique sur les études scientifiques déjà menées sur l'engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel pour la période 2008-2018 a mis l'accent sur les défis et les problèmes que les chercheurs devraient gérer quant à l'application des théories et des approches durables sur les terrains de leurs recherches.

Ajoutons aussi les discussions sur l'état de l'art de notre sujet de thèse ont plusieurs implications. Tout d'abord, la plupart des études réalisées sur l'engagement des visiteurs sont indirectes, c'est-à-dire que les résultats ont été utilisés pour informer la prise de décision et pour améliorer les plans et les actions de management et de gestion durable du tourisme culturel ainsi que la protection de ses atouts matériels et atouts immatériels. En outre, par rapport à la revue de la littérature, les recherches directes examinant cet engagement sont très limitées.

En écrivant cette thèse, nous visons à aborder et à combler les lacunes de la recherche dans un même cadre théorique afin d'aboutir au développement et à la validation de la cadre conceptuel. Nous proposerons alors de nouvelles connaissances et des contributions théoriques. Toutefois, les contributions pratiques sont plus applicables au cas du Liban. L'originalité de la thèse est favorisée par le fait que c'est une des premières tentatives à étudier dans un même cadre conceptuel intégré l'engagement des visiteurs d'une manière directe et à adopter les concepts de la perception des visiteurs vers l'importance des actions de gestion directe et indirecte, vers les valeurs du patrimoine culturel et le concept des motivations des visiteurs.

Deuxième partie

La conception de la recherche

Cette partie est dédiée à la conception de la recherche. Dans le premier chapitre de la deuxième partie de la thèse, nous détaillerons la sélection de l'étude de cas, la région de Baskinta. Pour arriver à la sélection finale de Baskinta, nous avons suivi une procédure guidée par différents facteurs en lien avec les régions rurales libanaises, leur richesse en patrimoine culturel et leur réputation pour le tourisme culturel. Nous justifions le choix de Baskinta comme un choix convenable pour l'étude de cas de notre thèse pour plusieurs raisons. Nous citons par exemple la diversité des atouts matériels et des atouts immatériels et la présence d'un sentier littéraire le « SLB » qui est le seul sentier littéraire dans les régions rurales libanaises même dans tout le Liban.

Le deuxième chapitre de cette partie est axé sur les méthodes et les techniques d'échantillonnage, de collecte de données et de l'analyse des résultats. Nous adoptons une approche de méthode mixte pour une compréhension approfondie et efficace des résultats. La méthodologie de recherche est alors une méthodologie mixte et multiple avec des méthodes qualitatives et des méthodes quantitatives appliquées par la réalisation d'une enquête par entretien et une enquête par questionnaire.

Le plan d'échantillonnage est fondé sur un échantillon de 25 parties prenantes impliquées dans le développement et la gestion du tourisme culturel et la protection du patrimoine culturel dans les régions rurales libanaises et à Baskinta. Ajoutons aussi un échantillon de 500 visiteurs qui ont déjà visité Baskinta au cours des quatre dernières années en vue de participer aux activités de tourisme culturel (visites des sites du patrimoine culturel, participer à un événement culturel, etc.) et qui ont accepté de participer à l'enquête en répondant à un questionnaire en ligne et un autre en direct sur le terrain de recherche-Baskinta.

L'analyse des résultats est divisée en deux phases principales : l'analyse de contenu réalisée avec le logiciel NVivo pour l'analyse des résultats des entretiens et l'analyse Partial Least Square-Modélisation par Équation Structurelle (PLS-MES) avec le logiciel « SmartPLS » pour l'analyse des résultats obtenus auprès des questionnaires.

Le terrain de la recherche-la région rurale libanaise-Baskinta

1 Choix de l'étude de cas-processus de sélection

Quatre facteurs clés ont guidé notre choix pour l'étude de cas :

1. Il doit s'agir d'une des régions rurales libanaises situées dans l'une des cinq muhafazat ;
2. Elle doit répondre aux sept critères principaux de l'échelle de mesure des régions rurales ;
3. Elle doit être riche en patrimoine culturel matériel et en patrimoine culturel immatériel ;
4. Dernier facteur, mais non le moindre, la région doit être réputée pour le tourisme culturel, l'agrotourisme en faisant partie.

L'auteur a effectué des visites de terrain dans cinq régions rurales libanaises qui répondent aux quatre facteurs clés de sélection. Deir El Ahmar à Baalbeck-Hermel, la région de Baskinta au Mont Liban, Taanayel dans la Bekaa, le village de Bcharreh au Liban Nord et Akkar El Atika (le vieux Akkar) dans le Akkar. Les visites avaient pour objectifs d'examiner les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel (pour chaque atout : date de construction, histoire, importance sur l'échelle patrimoniale, etc.) et de noter leur importance et statut

en lien avec le tourisme culturel (si le tourisme culturel est en cours de développement, développé ou en récession). Chaque région rurale a nécessité trois visites de terrain (qui ont eu lieu en 2017-2018). Bien sûr les visites ont été accompagnées par des représentants des municipalités et des activistes et/ou des guides touristiques pour d'amples et précises informations.

Les visites de terrain et les observations ont montré que la plupart des atouts matériels et des atouts immatériels du patrimoine culturel à Deir El Ahmar et Akkar El Atika sont historiques et ont une importance patrimoniale (par exemple au Deir El Ahmar il existe plusieurs sites religieux et des caves à vins historiques, etc.). Mais il y a plusieurs éléments du patrimoine culturel non encore découverts et/ou découverts mais en attente d'une décision de la part du ministère du tourisme et de la DGA pour poursuivre les travaux d'excavation. Le tourisme culturel dans ces deux régions est en cours de développement.

Taanayel (la ferme de Taanayel et Arcenciel Eco-Lodge comme attractions principales dans la Bekaa) est connue principalement pour l'agrotourisme, l'écotourisme et le tourisme culturel. Cependant, les atouts immatériels et les atouts matériels sont limités. Le village de Bcharreh est une destination importante pour le tourisme culturel : des atouts matériels comme la vallée de Qadisha (site du patrimoine mondial de l'UNESCO), le tombeau et le musée du grand poète, peintre et philosophe « Gibran Khalil Gibran », des sites religieux comme le monastère « Mar Sarkis » et l'église « Saint Nohra », etc. et des atouts immatériels comme les contes et les ouvrages de « Gibran Khalil Gibran », des pratiques et des outils agricoles traditionnels et des symboles et significations associés à la forêt des Cèdres de Bcharreh. Le tourisme culturel dans ces deux régions est en récession.

Nous avons choisi Baskinta pour y faire une étude de cas pour les raisons suivantes : on y trouve des paysages culturels et naturels, le SLB (le seul sentier littéraire dans les régions rurales libanaises même dans tout le Liban.), 40 atouts matériels, tels que les maisons familiales des écrivains et des poètes (il existe plus que 47 auteurs et poètes originaires de Baskinta), le statut de « Mikhail Naimy », le centre culturel d'« Abdallah Ghanem », des églises et des monastères (il existe 25

églises et monastères), des inscriptions romaines, etc. En outre, Baskinta est très riche en atouts immatériels. Nous retenons à titre d'exemple le lieu où le patriarche a été pris dans une embuscade et tué, le festival de la pomme, les pratiques du commerce équitable, les contes des écrivains, des mythes, des significations véhiculées par les noms des lieux, etc. Le tourisme culturel à Baskinta est bien développé.

2 Baskinta

2.1 Situation géographique et origine de nom de Baskinta

Baskinta est une région rurale située dans El Metn, Mont Liban (figure 15), à 44 km de Beyrouth (Investment Development Authority of Lebanon (IDAL), 2020). Le village est accessible via le chemin Beyrouth- Antelias- Bekfayya- Bteghrine-Baskinta (figure 16) (Abou Arrage, 2015). Ce village est situé entre le Mont Sannine²⁹ et le Mont Zaarour, les villages de Qanat Bakich³⁰, Marj Baskinta, Ouadi Ed Delb, Ouadi El Khalleh et Ouadi El Jamajem (vallée des crânes). Baskinta est encadré par les villages de Mtein au Sud-est, Bteghrine, Ain El Qabou, Machraa, Ouadi El Karm et Kfartay à l'ouest, Biqaatet Kanaane, Bqaatouta et Kfardebiane au Nord (figure 17) (Ministère de la défense nationale commandement de l'armée-Direction des Affaires Géographiques, 2017)³¹.

29. L'origine du nom Sannine est attribuée aux deux dieux « San et Nine » vénérés par les communautés qui vivaient dans la région avant le christianisme. Le Mont Sannine est le troisième sommet le plus élevé du Liban.

30. L'origine du nom Qanat Bakich est liée au dieu du vin romain « Bacchus ».

31. On mentionne que quelques villages alentours comme Qanat Bakich, Mont Sannine, Marj Baskinta, Ouadi Ed Delb, Ouadi El Khalleh et Ouadi El Jamajem, etc. appartiennent géographiquement à Baskinta.

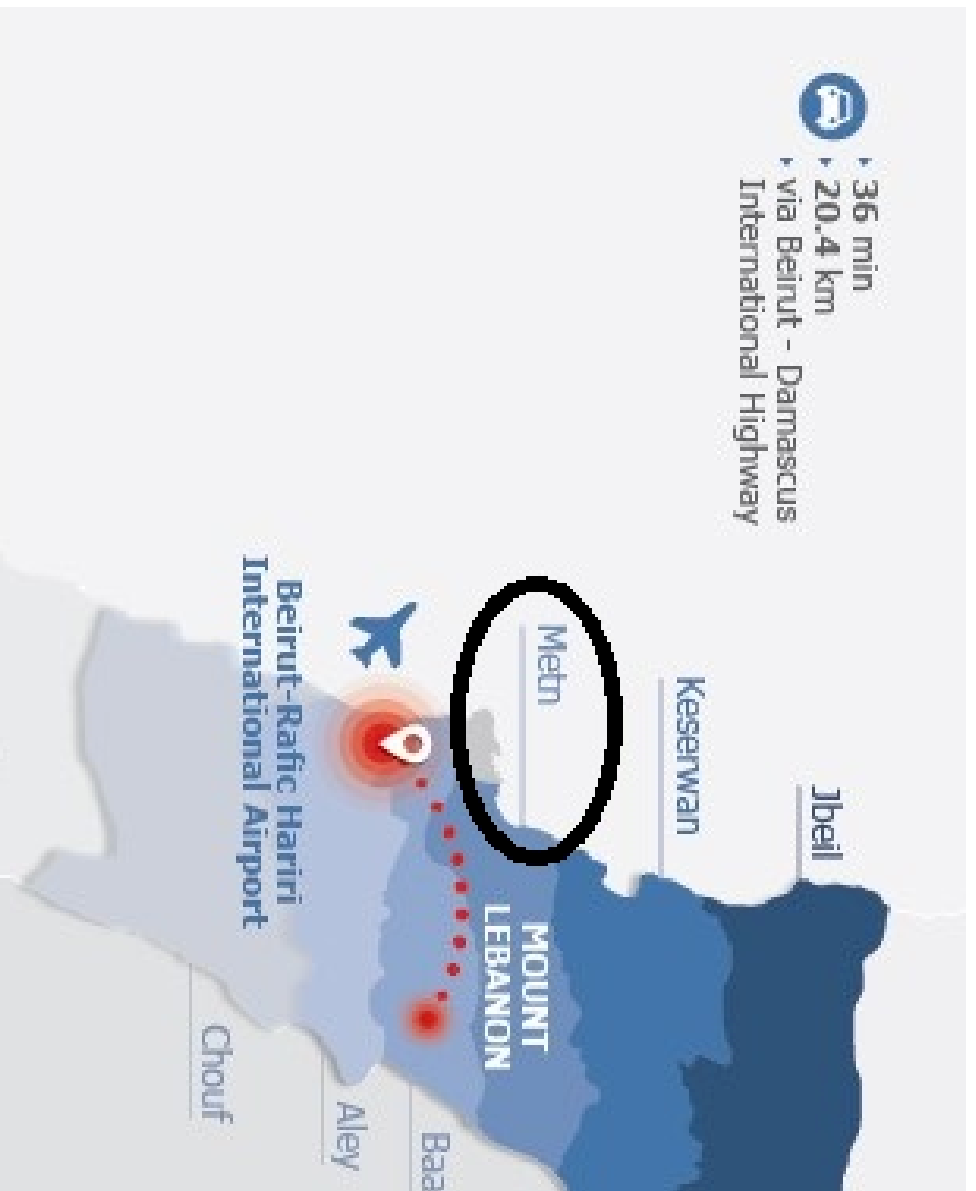


FIGURE 15 – Carte du quartier de Mont Liban.

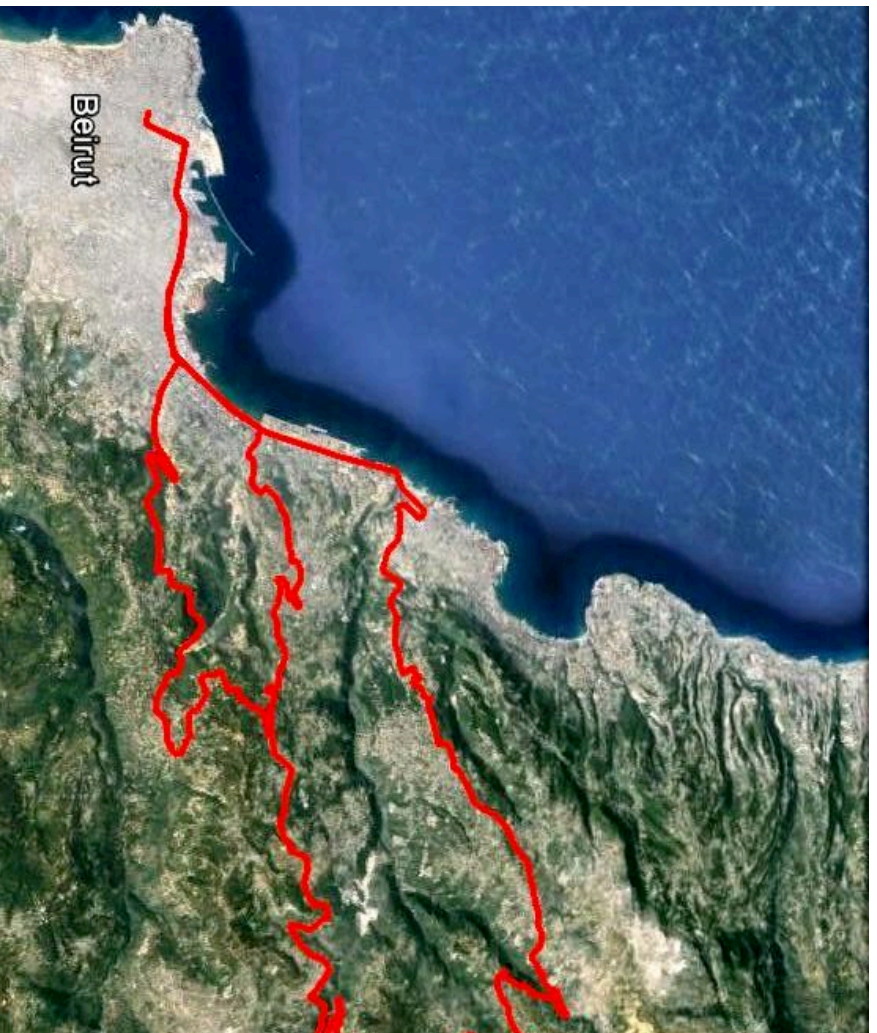


FIGURE 16 – Le trajet de Beyrouth au Baskinta.

Les experts linguistiques et les historiens n'ont pas pu préciser exactement l'origine du nom de Baskinta. Mais il existe plusieurs origines possibles : l'origine araméenne signifie maison des résidences ou maison de la sagesse. L'origine Phénicienne renvoie à l'historien phénicien « Sankin Yaten » (XV^e siècle avant JC). L'origine Syriaque « Shakan » ou « Sakan » en langue Arabe signifie habitation, pauvreté et misère, ce qui donne « Bet meshkinta » c'est-à-dire le lieu de pauvreté et de misère. L'origine hébraïque « Bet shkinta » signifie logement et résidence. Les recherches du Père « Youssef Hobeika » ont montré que l'origine du nom est Syrienne, les historiens ayant modifié le nom « Bet shkinta » afin de faciliter l'articulation pour devenir aujourd'hui Baskinta qui signifie le lieu de résidence (Kettaneh, n.d. ; Maatouk, 2009).

2.2 Profil démographique et géographique de Baskinta

Le profil démographique et géographique de Baskinta est mesuré en fonction de sa surface, sa population, le nombre de maisons et utilisation des terres (Abou Arrage, 2015 ; Heritage and Landscape (HELAND), 2013 ; Kettaneh, n.d.) :

Surface de Baskinta : une surface totale de 8,000 ha (ce qui est équivalent à 80 km²) pour le village et les autres espaces. Le village occupe une surface de 3,446 ha (ce qui est équivalent à 34.46 km²).

Altitude : Ouadi El Jamajem est à une altitude de 800 mètres au-dessus du niveau de la mer et à 2628 mètres du Mont Sannine. La superficie habitée de Baskinta est située à une altitude de 1250 mètres au-dessus du niveau de la mer. L'altitude de toute la région varie entre 900 m. et 2628 m.

Nombre de maisons : environ 1700 maisons.

Population totale : estimée à 10,000 personnes entre eux 5,000-6,000 population permanente.

Utilisation des terres (figure 18) : l'utilisation des terres et des paysages a certainement connu des changements majeurs avec une certaine dégradation des ressources naturelles et culturelles au cours de la dernière décennie. Aujourd'hui, Baskinta a un caractère rural écrasant et des espaces verts

très importants avec une forêt distinctive de pins (Marj Baskinta), une petite forêt de cèdres à Qanat Bakich, des zones forestières mixtes comme à Ouadi Ed Delb et Ouadi El Khalleh, des plateaux en montagnes aux Mont Sannine et Qanat Bakich. Des terres cultivées et des terrasses agricoles. En plus, les sources d'eau et les variétés de fruits (pommes, cerises, pêches, etc.) et de légumes cultivés en été sont à noter³².

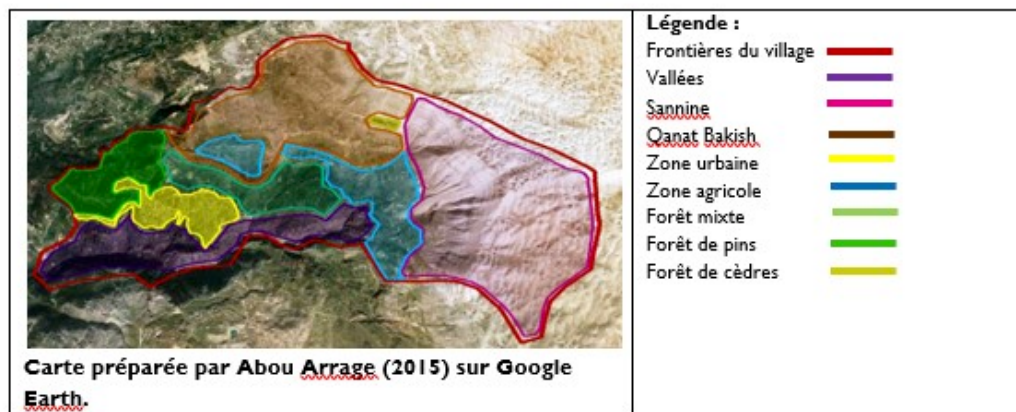


FIGURE 18 – La carte d'utilisation des terres de Bakinta.

2.3 Évolution historique de Baskinta : un aperçu

Baskinta a d'abord été considéré comme un village phénicien³³, où les Phéniciens ont construit des temples transformés plus tard en châteaux et palais par les Grecs³⁴ puis par les Romains³⁵ et ensuite par les Marada, les précurseurs et Al-Assafin (Hobeika, 1946). On présente cette évolution historique de Baskinta en sept phases principales jusqu'à l'année 1946 :

32. Par rapport aux visites de terrain réalisées par l'auteur en 2018, il n'y a pas eu de majeurs changements quant à l'utilisation des terres depuis 2015.

33. Les Phéniciens ont vécu au Liban entre 3000 et 1500 avant JC.

34. Les Grecs ont vécu au Liban entre 232 et 64 avant JC.

35. Les Romains ont vécu au Liban entre 64 et 638 après JC.

Baskinta I 679-1130 ap. J.C. : la période des batailles des Marada (connue comme les Maronites de Kesrwan) qui se sont après répartis dans le Liban. Les Marada ont construit des châteaux et des forteresses à Baskinta.

Baskinta II 1200-1343 ap. J.C. : c'est la période des communistes et des guerres entre les précurseurs et les princes d'Égypte.

Baskinta III 1515-1800 ap. J.C. : cette phase correspond à l'époque des Al-Assafin (sous le règne du roi « Mansour El Assafi » 1523-1583) et le règne du grand Roi « Fakher El Dine II » (1572-1635). Cette période a témoigné d'une migration des Maronites du Liban Nord, Horan, Bagdad et Alep qui se sont installés à Koura, au Chouf et à Kesrwan. À l'époque, Baskinta a vécu un développement en termes de population Maronite et Orthodoxe.

Baskinta sous le mandat français 1919-1943 : c'était la période de sécurité, de tranquillité et de confort pour Baskinta. Pas mal d'immigrants sont rentrés chez eux et ont reconstruit leurs maisons démolies lors de la première guerre mondiale. Le secteur de l'agriculture durant cette époque a connu une bonne croissance et l'industrie de la soie sur les marchés mondiaux a enregistré les prix les plus bas. Les résidents ont aussi construit la première route reliant Baskinta à Sannine.

Baskinta 1943-1946 : une période d'instabilité et de colonisation par l'armée anglaise.

Baskinta sous le règne des princes libanais Maan et Shihab : époque de l'occupation Ottomane.

Baskinta en 1946 : pendant cette période, la région a suivi une administration du conseil municipal et a été connue pour le tissage, la forge et la teinture. Il y avait environ 400 Nawl (pour le tricot), 50 grilles, 5 facteurs de soie et un marché commercial. Même l'éducation a connu un développement remarquable avec la construction de 9 écoles privées.

Maatouk (2009) précise dans son livre que les communes de Baskinta ont été officiellement déterminé le 25 juillet 1302. Sannine était le premier journal à Baskinta créé par Jabbour Hobeika (son directeur) et Abdallah Ghanem (son éditeur).

Il a été publié de 1929 jusqu'en 1932 et a traité des sujets littéraires, sociaux et culturels (Hobeika, 1946) (pour plus de détails sur l'évolution historique de Baskinta voir le livre de Maatouk, 2009).

2.4 Niveau de développement économique de Baskinta

Comme pour toute région rurale au Liban, le secteur économique à Baskinta est en récession. Le Tableau 21 nous montre que les principaux secteurs générateurs de revenus sont : les secteurs public et privé, la migration et le tourisme, alors que l'agriculture est considéré aujourd'hui comme secteur secondaire (alternatif) de revenus. Pour le secteur du tourisme, bien sûr les personnes sont impliquées dans les activités du tourisme d'une manière directe (comme les guides touristiques, les personnes dans le secteur de la gastronomie et du logement, etc.) et indirecte (par exemple, les personnes qui travaillent dans les petites et moyennes entreprises). Un grand pourcentage de personnes travaille dans les secteurs public et privé dans la capitale Beyrouth et dans d'autres régions rurales et urbaines au Liban.

2.5 Le patrimoine culturel matériel et le patrimoine culturel immatériel de Baskinta

Cette section présente les atouts immatériels et les atouts matériels du patrimoine culturel de Baskinta. On a identifié ces atouts d'après les visites de terrain réalisées, les brochures, les livres et les rapports déjà rédigés sur Baskinta. Les sites du patrimoine culturel de Baskinta ne sont pas inscrits sur la liste nationale du patrimoine culturel, sauf pour quelques églises historiques. Toutefois, le SLB est bien abordé dans la brochure du ministère du tourisme au Liban.

TABLEAU 21 – Composition du secteur économique du Baskinta.

Secteur économique	écono-	Description	% des personnes concernées ¹
Agriculture		Exportation des fruits et des légumes (pommes, cerises, pêches, tomates, pommes de terre, etc.) et la transformation des produits agricoles (comme les pignons de pin) consommés par les résidents ou distribués à l'extérieur de Baskinta.	Environ 20-30%
Secteur public et privé		Services locaux (marchandises et autres services), des emplois dans des petites et moyennes entreprises (à peu près 30) et des emplois dans la société d'eaux minérales de Sannine et les complexes hôteliers de Faqra à Kfardebian (villages alentour de Baskinta, etc.).	De 50 à 60%
La charpenterie artisanale		Une activité traditionnelle à Baskinta.	Pas mal de personnes sont concernées (à peu près 25 personne pratiquent cette activité).
La migration		Comme toute région au Liban, Baskinta comptent beaucoup sur les transferts de fonds internationaux.	40-50%
Le tourisme		Le tourisme culturel et l'écotourisme.	50-60%
Références : Abou Arrage, 2015 ; HELAND, 2013 ; Visites de terrain, 2018.			
¹ La somme des pourcentages n'est pas équivalente à 100% puisque la même personne occupe plusieurs emplois et effectue différentes activités économiques.			

Le patrimoine culturel immatériel

On commence par le SLB (figure 19) (Le Sentier de Montagne du Liban, 2019). Comme le montre la carte, le SLB passe par 17 villages ruraux alentours autre que Baskinta : Qanat Bakich, El Chakhroub, Sannine, Ouadi Ed Delb, Mamboukh, Mchaymcheh, Khenchara, Bteghrine, Zabbougha, Kfar Aaqab, Ouadi El Karm, Chbouq, Kfartay, Marj Baskinta, Beqaata En Nahr, Biqaatet Kanaane et Bqaatouta. On peut commencer ou terminer le sentier par la visite de la maison d'été de « Mikhail Naimy » et ou celle du couvent de Saydet el Niyah. Le SLB est de 24 km de long, il a été créé en 2004 en collaboration avec LMT, ECODIT (agence internationale de conseil au Liban), United States Agency for International Development (USAID) et des résidents de Baskinta. Le SLB est un sentier latéral du LMT (figure 7). Le sentier relie 22 éléments du patrimoine culturel de la région.

Nous introduisons tout d'abord les fameux auteurs, poètes et philosophes : Mikhail Naimy, Amine Maalouf, Abdallah Ghanem, Georges Ghanem et Suleiman Kettaneh. L'importance de ces icônes et leurs écrits dépassent les frontières du Liban (tableau 22). Dans le Tableau 23 nous notons les atouts immatériels du patrimoine culturel de Baskinta. Les inscriptions romaines, la place « Blata », les vestiges de la maison d'« Abou Kishek », le site d'embuscade du patriarche sont tous des éléments du SLB.

Le patrimoine culturel matériel

Dans le Tableau 24 nous exposons les atouts matériels à Baskinta. Tous les atouts précisés dans le tableau sont des éléments du SLB sauf la croix de toutes les nations. On trouve aussi à Baskinta 22 églises et monastères autre que ceux présentés par le SLB. Certains d'entre eux sont considérés des sites religieux contemporains. Parmi les anciens, nous citons l'église « Mar Roukoz » et le couvent « Mar Sassine » (qui remonte à 1729) et bien d'autres, connus pour leur magnifique architecture comme le temple de « Mar Moussa » et le temple de « Saint Takla ».

TABLEAU 22 – Les fameux auteurs et philosophes de Baskim

Philosophe-auteur-poète	Son importance	Ses plus
Mikhail Naimy 1889-1988 (connue comme le hermite de El Chakhroub)	Il est philosophe, poète et romancier et l'un des piliers de la littérature arabe moderne. Les créations de Mikhail Naimy rayonnent dans le monde entier. Par rapport aux narrations des communautés locales de Baskinta, les étudiants en Indonésie et les érudits n'acceptent pas de tenir en main le livre de Mikhail Naimy « Merdad » juste pour en conserver sa pureté. Il a fondé avec Gibran Khalil Gibran et Amin El Rihani une société littéraire à New York sous le nom « Pen League ».	Mikhail et ouvrages mis de prix. Par livre « M (1959, 1959), 1959) âme vagabonde
Amine Maalouf	Né en 1949 à Beyrouth, considéré aussi comme l'un des piliers de la littérature arabe. Son influence sur la scène mondiale a été presque immédiate. Il réside depuis 1975 (après le massacre de Ain El Rimmaneh-Beyrouth) en France.	Il a écrit Français. à travers Origines (1999) Prix Goncourt traduit en (anglais, grecque,
Georges 1932-1992	Ghanem Il fut admiré pour son extraordinaire et unique habileté à écrire. Un style inspiré par le symbolisme, le surréalisme et le réalisme.	Nida'a Riyah (1982), e

Philosophe-auteur-poète	Son importance	Ses écrits
Abdallah Ghanem 1895-1959	Il a huit fils, quatre parmi eux sont des écrivains et des poètes (Georges, Robert, Rafik, et Abdallah Ghanem). Il a vécu toute sa vie à Baskinta, a passé ses trois dernières années à Beyrouth et s'est consacré à l'éducation des habitants. Abdallah Ghanem a une culture littéraire, politique et sociale profonde. Il a beaucoup d'écrits concernant Baskinta et a maîtrisé les langues anglaise, espagnole et syriaque. En 1915, il a construit une école privée à Baskinta et, en 1929, il a publié le journal hebdomadaire « Samnine » et le magazine mensuel « El Daher ». Ces écrits sont toujours disponibles dans certaines bibliothèques au Liban. Ils ont été réimprimés lors de la commémoration du centenaire de sa naissance.	Pan dali bali saki
Suleiman Kettaneh 1912-2004	Il a vécu toute sa vie entre Beyrouth et Baskinta. Il a obtenu son diplôme en philosophie de l'Université Sagesse à Beyrouth. Ses écrits couvrent une multitude de sujets et décrivent notamment des figures historiques et religieuses. Il a reçu un prix du « Najaf el Ashraf » en Irak (considéré comme une référence religieuse pour la communauté chiite).	Pan par pecc Yâs Jou

Références : LMT, 2008 ; Visites de terrain, 2018.

TABLEAU 23 – Les atouts immatériels de Baskinta.

Catégorie du patrimoine culturel immatériel	Atout	Description
Signes et symboles culturels	Des inscriptions romaines déterminées par l'ordre de l'Empereur romain « Hadrien »	Ces inscriptions remontent au but d'interdire la coupe des cèdres et des chênes des forêts
	Ain el Qabou	Une source d'eau dans le village inscriptions grecques a inspiré A son roman « le rocher de Tanio
Contes et légendes	Le roman « le rocher de Tanios » d'Amin Maalouf	Ce roman décrit les événements pose s'être déroulée entre Tantholique. Les sites associés à ce man sont tous désignés comme SLB : la place Blata, les vestiges Kishkek » et le site d'embuscade de chaque lieu sont exposés
Significations véhiculées par les noms des lieux	La place « Blata »	La place est située à Kfar Aaqal fictif décrit par Amin Maalouf
	Les vestiges de la maison d'« Abou Kishkek »	Qui est Gerios le père présumé
Événements culturels	Le site d'embuscade du patriarce	C'est le site où le patriarce a été tué alors qu'il se rend Semaan » au couvent de « Sayy

Catégorie du patrimoine culturel immatériel	Atout	Description
Événements culturels	Ouadi El Jajem (la vallée des crânes)	L'origine du nom de cette vallée s'inspire auprès des résidents. En 1290 A.C. une bataille Marada et les troupes manelouks gérée par un roi connu sous le nom « El Hosen ». Ce moins 17 000 morts et des centaines de crânes de la vallée du crâne ».
Traditions culinaires	Les pratiques du commerce équitable	Baskinta a été récemment étiquetée comme « commerce équitable ». Plusieurs coopératives ont été élaborées comme « de femmes tels que, « maison Almonah » à Mar Sassi, « Mar Sassine ». Elles sont impliquées dans des produits alimentaires ainsi que dans des produits alimentaires, un petit atelier agroalimentaire à Baskinta, une certification de commerce équitable et a une certification de commerce équitable environ 10 femmes de Baskinta.
L'artisanat traditionnel	L'art du tricot	Baskinta est surtout connu pour l'art du tricot traditionnelle est demeurée viable et a fourni des occasions d'emploi à 30 personnes (entre 50-60 tapis par jour). Un centre a été créé environ 25 ans et puis il a été fermé il y a environ 10 ans à cause de difficultés financières et de l'absence de demande.

Références : Abou Arrage, 2015 ; HELLAND, 2013 ; Hobeika, 1946 ; LMT, 2008 ; Visi

TABLEAU 24 – Les atouts matériels de Baskinta.

Catégorie du patrimoine culturel matériel	Atout	Description
Lieux/bâtiments associés à des histoires réelles	Le jardin commémoratif (mausolée et sculpture de l'écrivain Mikhaïl Naïmy)	Il est situé à El Chakiroub (où Mikhaïl Naïmy fut accompli par par l'artiste Assaf sur lequel le jardin commémoratif et famille de Naïmy. C'est lui qui a dû être enterré là-bas.
	La maison d'été de Mikhaïl Naïmy	Elle appartient à ses grands-parents, traditionnelle. C'est le lieu où Mikhaïl de ces livres dont son autobiographie
	La maison d'été de Suleïman Kettaneh	Kettaneh a vécu pendant 30 ans de 1965).
	La maison familiale de Mikhaïl Naïmy	Il a vécu dans cette maison de 1889-lection importante de ses livres origi-
	La maison de Suleïman Kettaneh	Il a vécu dans cette maison de 1965.
	La maison d'Abdallah Ghannem	Il a vécu dans cette maison de 1895.
	La maison de Rachid Ayoub	Rachid Ayoub est l'un des fameux a-kinta. Il a vécu dans cette maison de
	La maison et l'atelier de Georges Aroyan	Georges Aroyan est né en 1951 à H groupe une douzaine de peintures et

Catégorie du patrimoine culturel matériel	Atout	Description
Lieux/bâtiments associés à des histoires réelles	La maison familiale d'Amine Maalouf	Maalouf a passé tous ces étés dans 1976 avant de quitter le pays pour a
Le lieu du dernier repos de Georges Ghanem	La cave de « Sayf El Dawla »	C'est le lieu de dernier repos de Geo La cave est située dans la vallée des Baskinta raconte que Sayf El Dawl caché dans la cave pendant la bataill El Dawla et le roi El Hosen.
Centres culturels	L'école publique de Bas-kinta	Commune sous le nom « l'école russe » 1899 en coopération avec le gouvern
	L'école d'« Amine Maalouf »	Construite par le grand-père d'Ar 1930, la grand-mère d'Amine Maalou
	Le centre culturel d'Abdallah Ghanem	Ce centre a été construit en 2011 par r de la famille de Ghanem pour comm exposer ses livres et ses œuvres.

Catégorie du patrimoine culturel matériel	Atout	Description
Sites religieux	Le monastère « Mar Se-maan » Le monastère « Saydet Ze-raaya »	Construit au 17 ^e siècle, c'est le lieu dans le roman « Le Rocher de Tanio Il est situé à Bigatet Kanaane. C'est devenu le siège de l'archidiocésaine n le lieu de la première réunion du conseil en 1756.
	Le couvent de « Saydet el Niyah »	Construit en 1767 comme le centre qui ont donné toute leur vie à la métisanaat.
	La croix de toutes les nations	C'est une croix monumentale située (19). La croix est construite par l'église catholique française « Associati est d'une hauteur de 73,8 mètres, ce grande croix éclairée dans le monde inaugurée le 13 septembre 2010 à la tation de la croix. Le sentier naturel à Baskinta commence par cette cro-jardin commémoratif de Mikhail Naï

Références : Abou Arrage, 2015 ; HELLAND, 2013 ; LMT, 2008 ; Visites de terrain, 2

En plus, il existe plusieurs anciens pressoirs et moulins datant d'environ 200 ans, certains d'entre eux sont encore en fonction jusqu'à nos jours. La plupart des cimetières de Baskinta sont situés à Zaarour et à Sannine et certains remontent à l'époque du mandat anglais. Baskinta possède des maisons traditionnelles datant de l'époque romaine. Le marché ancien/ancien souk contient plus de vingt maisons et magasins anciens et contemporains. On peut aussi trouver à Baskinta les outils traditionnels qui ont été utilisés dans l'art du tricot. Ces outils se trouvent chez Georges Houbeika (un résident local qui exerce cette activité depuis longtemps).

Il est vrai que la plupart des atouts matériels du SLB comme par exemple les maisons des écrivains, philosophes et poètes ainsi que les lieux où ils se rendaient, n'ont pas été construits par une civilisation connue dans l'histoire, mais leur valeur et importance patrimoniales relèvent du fait qu'ils sont associés à des histoires réelles et représentent des symboles et des significations culturelles uniques de Baskinta. Ces maisons attirent des visiteurs du monde entier guidés par la curiosité de voir par eux-mêmes où ces icônes de la littérature arabe ont vécu. Alors, le patrimoine culturel matériel et le patrimoine culturel immatériel font de la région de Baskinta et des villages alentours du SLB un choix convenable pour l'étude de cas de notre thèse.

Le tourisme culturel a été introduit à Baskinta vers l'année 1976 (après la guerre civile au Liban, qui a débuté en 1975). Le développement du SLB en 2004 a beaucoup amélioré le tourisme culturel considéré aujourd'hui'hui comme développé (Abou Arrage, 2015 ; Visites de terrain, 2018).

Concernant les activités du tourisme culturel, nous citons principalement :

La randonnée dans le SLB ³⁶ : cette activité inclut une exploration touristique, culturelle et historique des sites du SLB.

Le festival de la pomme : ce festival est un événement annuel qui prend lieu en Octobre. Il a été organisé au cours des quatre dernières années. Les

36. Le SLB est parsemé avec des panneaux d'interprétation conçus pour informer les visiteurs sur les poètes et les philosophes de Baskinta.

visiteurs sont autorisés à cueillir des pommes. Cet événement attire chaque année des milliers de visiteurs. Le festival est accompagné du Souk el Akel (marché alimentaire).

Des festivals annuels religieux : ils se déroulent pour célébrer des traditions religieuses comme le festival de « Mar Takla » qui a lieu en septembre et celui d'« El Salib », etc.

Méthodologie de la recherche

Notre travail de thèse se situe dans un type de recherche mixte : recherche exploratoire et recherche explicative. La première est appliquée pour obtenir de nouvelles connaissances sur notre sujet mené au Liban (comme nous l'avons montré dans la première partie de la thèse, le Liban n'a pas été considéré pour ce type d'études). Ce type de recherche nous permet d'entreprendre des recherches préliminaires et de formuler des hypothèses sur le phénomène de la perception des visiteurs vers la gestion du tourisme culturel. La deuxième méthode de recherche va nous aider à indiquer les causalités entre les variables et à développer et valider le modèle de la perception (Blessing & Chakrabarti, 2009 ; Loubet del Bayle, 2000 ; Ritchie et al., 2005 ; Roger & Raoul, n.d.).

Dans ce chapitre nous présentons les techniques qui ont été utilisées dans la sélection des échantillons (boule de neige et technique aléatoire pure), la collecte des données (enquête par entretien et enquête par questionnaire) et l'analyse des résultats (analyse de contenu et PLS-MES). Les approches de recherche adoptées dans cette thèse sont : l'approche de méthode mixte (méthodes qualitatives et méthodes quantitatives) et l'approche abductive.

L'approche de méthode mixte est très utilisée dans les sciences de l'éducation, de la santé, de la psychologie, en gestion, etc. Cette approche connue aussi comme « méthodologie multiple » a été introduite dans le domaine des sciences sociales

en 1980 (Mohamed Ahmed, 2013). Elle est généralement définie comme la triangulation de réalisation des méthodes complémentaires dans le but de valider des résultats menés par des méthodes qualitatives et des méthodes quantitatives. En plus, l'application de cette approche permet aux chercheurs de mieux comprendre leurs résultats, découvrir de nouvelles perspectives et de construire de nouveaux outils de mesure. Donc, les deux grands objectifs de l'approche de méthode mixte sont : la confirmation (convergence des résultats émanant de différents ensembles de données) et la compréhension des résultats (mieux comprendre le phénomène étudié) (Dunning et al., 2007 ; Lingard et al., 2008).

Le choix de l'approche de méthode mixte s'est imposé puisque la variation des méthodes nous aide à comprendre et valider le phénomène étudié selon différentes perspectives (des décideurs et des visiteurs), intégrer les résultats des entretiens dans le développement du questionnaire et diminuer la marge d'erreur. Nous appliquons dans cette recherche le design de méthode mixte séquentiel exploratoire. On commence par la réalisation de l'enquête par entretien pour qu'on puisse développer notre enquête par questionnaire (Driscoll et al., 2007) (figure 20). Nous détaillons l'application du design de méthode mixte séquentiel exploratoire dans les sections suivantes.

L'approche abductive est une approche intégrée qui combine plusieurs activités de recherche et observations empiriques et théoriques permettant aux chercheurs d'élargir leurs compréhensions de la théorie et des phénomènes empiriques (Dubois & Gadde, 2002). Dans cette thèse, l'auteur compte sur les théories déjà existantes dans la littérature pour développer le cadre conceptuel de l'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel, puis les résultats obtenus contribuent à la validation du modèle conceptuel qui peut être appliqué d'une manière générale dans des études comparables.

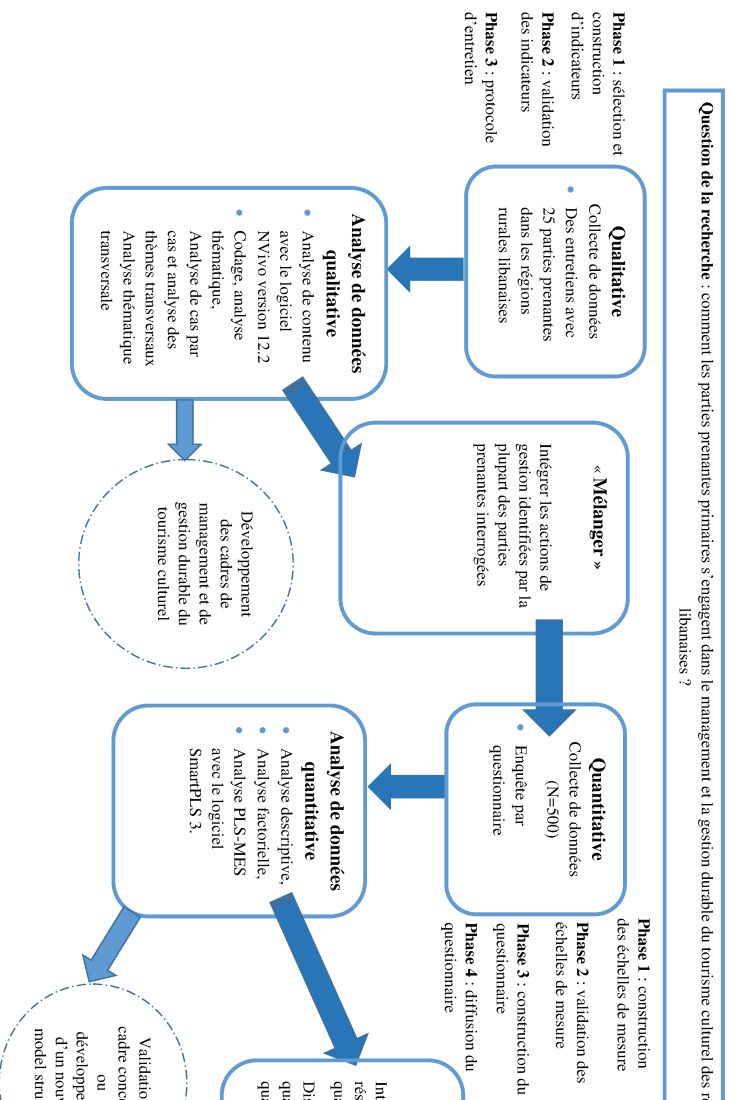


FIGURE 20 – Le schéma du design de méthode mixte séquentiel exp

1 Les techniques d'échantillonnage

1.1 Le choix des interviewés et la technique de boule de neige

Les personnes interrogées pour l'enquête par entretien ont été choisies sur la base de leur rôle et expérience dans la gestion du tourisme culturel et la protection du patrimoine culturel des régions rurales libanaises. En plus, l'échantillon inclut tous les acteurs impliqués dans le développement et la gestion du tourisme culturel et la protection du patrimoine culturel à Baskinta. La procédure a été divisée en deux phases principales :

1. Nous avons effectué des recherches sur les sites et pages web et nous avons compté sur notre expérience professionnelle avec des acteurs dans ce domaine. Ces recherches ont abouti à la sélection de 16 acteurs dont 6 à Baskinta.
2. Nous avons ensuite appliqué la technique de boule de neige et nous avons demandé aux personnes interrogées d'identifier d'autres acteurs dans le domaine de notre étude. Cette procédure a abouti à la sélection de 9 personnes supplémentaires, pour atteindre un nombre total de 25 professionnels à interroger.

Les 25 personnes interrogées dans les régions rurales libanaises comprenaient sept représentants des ONGs au Liban, une représentante d'une entreprise privée, deux représentants des projets au niveau national, deux représentantes de ministère du tourisme et de la DGA, deux activistes et experts dans le domaine du tourisme culturel et deux managers de deux éco-tour opérateurs. À Baskinta, les interviewés comprenaient deux représentants des associations de développement durable, cinq représentants des propriétés privées associées aux fameux auteurs et philosophes de Baskinta, une guide touristique locale et le vice-président de la municipalité de Baskinta (pour des informations supplémentaires sur les personnes interrogées, leur rôle et leurs activités principales dans le domaine du tourisme culturel voir annexe A).

1.2 L'échantillon du questionnaire

L'univers de notre enquête est constitué des visiteurs impliqués dans le tourisme culturel à Baskinta. Autrement dit, tous les visiteurs qui ont visité Baskinta au cours des quatre dernières années (2015-2019 ou 2016-2020) ou qui réalisent des visites actuelles (pendant les années 2019-2020) dans le but de participer aux activités du tourisme culturel (visites des sites du patrimoine culturel, participer à un événement culturel, etc.). L'échantillon de l'enquête par questionnaire doit alors être représentatif de cet univers. La méthode appliquée dans la sélection de l'échantillon est une méthode mixte entre la technique aléatoire pure ; chaque unité de l'univers a une chance égale de figurer dans l'échantillon et la technique de l'échantillon de convenance ; l'échantillon est choisi d'un groupe de personnes (les visiteurs qui ont visité Baskinta au cours des quatre dernières années) facilement accessible (Sekaran & Wiley, 2010).



FIGURE 21 – Le nombre de visiteurs des sites du patrimoine culturel/régions culturelles pour l'année 2017.

Il convient de préciser qu'il n'existe pas de statistiques ou de figures précises sur le nombre des visiteurs impliqués dans le tourisme culturel au Liban. On trouve plutôt des figures par site culturel/patrimonial ou par région culturelle rurale. Par exemple, en 2017, 38 157 visiteurs ont été enregistrés à l'entrée des musées. La Figure 21 présente le nombre de visiteurs en 2017 à : Baalbeck, Byblos, Niha, Saida, Tripoli, Tyr, Beiteddine et Jeita comme sites/régions du patrimoine culturel (Ministère du tourisme, communication personnelle, Octobre 25, 2018). Nous précisons que ces figures représentent la somme du nombre total enregistré par mois. Nous ne sommes pas certains des activités du tourisme culturel par lesquelles les visiteurs ont été engagés lors de leurs visites aux site/région et ne savons pas si le même visiteur a effectué ou pas des visites répétitives pendant la même année 2017.

2 Les méthodes de collecte des données

Nous détaillons dans cette section les phases et les méthodes appliquées dans le développement des entretiens et des questionnaires.

2.1 Le développement de l'enquête par entretien

Nous appliquons dans notre thèse l'entretien semi-directif centré (ou ciblé). Ce type d'entretien est défini comme étant « un mode d'entretien dans lequel le chercheur amène le répondant à communiquer des informations nombreuses, détaillées et de qualité sur les sujets liés à la recherche, en l'influençant très peu, et donc avec des garanties d'absence de biais qui vont dans le sens d'une bonne scientificité » (Romelaer, 2005). C'est le type le plus convenable pour l'objectif de notre enquête par entretien, puisque les entretiens comprennent des questions sur des thèmes précis, détaillés et variés en lien avec le sujet de la recherche.

La construction de l'entretien semi-directif centré (ou ciblé) a suivi 3 phases principales :

1. La sélection et la construction d'indicateurs ;

2. Des discussions avec 3 experts dans le domaine du tourisme culturel pour valider les indicateurs sélectionnés par rapport à la technique « des conditions d'un bon indicateur » et pour confirmer qu'ils sont applicables au cas du Liban ;
3. La transformation des indicateurs en questions pratiques (Le protocole d'entretien).

Première étape-la sélection et la construction d'indicateurs

L'une des méthodes de mesure de développement durable les plus courantes consiste à recenser et sélectionner un certain nombre d'indicateurs pour chacune des trois dimensions : économique, environnementale et socio-culturelle. Nous rappelons que les indicateurs de durabilité sont des outils quantitatifs facilitant l'analyse et l'évaluation des informations afin que les décideurs puissent prendre des décisions informées et solides (OMT, 1995). Nous appliquons dans notre thèse le type « gamme d'indicateurs » qui combine entre plusieurs indicateurs simples. Ce type est largement utilisé dans l'évaluation du tourisme durable puisqu'il facilite la prise des décisions et le développement des politiques (Torres-Delgado & Saarinen, 2014).

Certains pays se servent de leurs SNDD pour sélectionner les indicateurs. Pour le Liban, il n'existe pas d'indicateurs du tourisme durable ni au niveau national ni au niveau local. Pour cela, l'auteur de cette recherche a utilisé les indicateurs déjà présenté dans la revue de la littérature (voir section 5.5, page 68) pour mesurer le management et la gestion durable du tourisme culturel. Nous rappelons aussi que ces indicateurs ont été sélectionnés sur la base d'une revue approfondie des articles publiés dans des revues internationales, des projets et des études menées au Liban et à l'étranger, des chartes et conventions internationales, des cadres du tourisme durable et des conseils au niveau mondial. Bien sûr, certains indicateurs sont liés à la gestion du tourisme durable en général qu'on a alors adapté au tourisme culturel et d'autres sont en lien direct avec le management et la gestion durable du tourisme culturel.

On a alors choisi un total de 61 indicateurs/5 gamme d'indicateurs : management et gestion socio-économique durable du tourisme culturel (9 indicateurs), management et gestion durable du patrimoine culturel (12 indicateurs), développement et planification durable du tourisme culturel (19 indicateurs), concevoir des produits touristiques durables (13 indicateurs), collaboration des parties prenantes dans le domaine du tourisme culturel (8 indicateurs) (Aas et al., 2005 ; Abou Arrage et al., 2015 ; Chen & Chen, 2010 ; CE, 2016 ; Ferretti, 2016 ; GSTC, 2013 ; Hoggard et al., 2018 ; Holtorf, 2013 ; James & Paterson, 2016 ; Kitnuntaviwat & Tang, 2008 ; Landorf, 2009 ; Leroux & Pupion, 2014 ; Loulanski & Loulanski, 2011 ; Marzo-Navarro et al., 2015 ; McCool & Moisey, 2008 ; McDowall & Choi, 2010 ; McKercher et al., 2005 ; Nunkoo & Ramkissoon, 2010 ; Rieks, 2006 ; Saftic et al., 2011 ; Schianetz & Kavanagh, 2008 ; SDC Political Economy & Development PED Network, 2012 ; Stephenson, 2008 ; Torrente, n.d. ; Touloupa, 2010 ; UNESCO, 2007 ; United Nations Sustainable Development (UNSD), 1992 ; Van der Merwe, 2016 ; Vargas-Sánchez et al., 2011).

Deuxième étape-l'application de la technique des caractéristiques d'un bon indicateur

La technique des « conditions d'un bon indicateur » est une méthode développée initialement par Bell et Morse (2003), Ivars (2001) et White et al. (2006), elle consiste à définir des critères et conditions générales qu'un bon indicateur doit satisfaire (Torres Delgado & Saarinen, 2014). Le Tableau 25 résume les 13 conditions avec leurs définitions. L'auteur a réalisé des discussions avec 3 experts dans le domaine du tourisme durable : Dr. Socrat Ghadban (Université Libanaise-Faculté de tourisme et de gestion hôtelière), Dr. Zaher (Zach) Hallab et Dr. Semih S Yilmaz (département de l'accueil, des loisirs et du tourisme, College of Education and Allied Studies, California State University East Bay).

TABLEAU 25 – Les conditions d'un bon indicateur.

Condition	Définition
Pertinence	Pertinent au programme de recherche.
Précision scientifique	Scientifiquement bien fondé.
Mesurabilité	Contient les données nécessaires et fiables pour procéder à son calcul.
Transparence	Claire quant à la méthodologie et à la sélection des paramètres.
Adaptabilité	Adaptable à des caractéristiques spécifiques du territoire.
Comparabilité	Produit des résultats comparables.
Actualisant	Utiliser des données mises à jour.
Rentabilité bien équilibrée	Les efforts consacrés à la collecte de données sont bien équilibrés avec les informations finalement obtenues.
Représentation territoriale	Avoir la possibilité de soutien en matière de cartographie en utilisant de données géoréférencées.
Représentation temporelle	Pouvoir montrer des tendances à long terme.
Sensibilité	Sensible à des paramètres temporels, mais aussi spatiaux.
Communication	Les résultats peuvent facilement être communiqués et compréhensibles à tous.
Participation	Répond aux besoins et aux intérêts du public cible.

L'objectif était de vérifier si les 61 indicateurs sélectionnés répondent aux 13 conditions d'un bon indicateur. Les discussions ont alors contribué à l'élimination de 9 indicateurs qui se sont avérés non adaptables au Liban et non sensibles à des paramètres temporels et spatiaux. Des modifications ont été aussi menées quant à la structure de quelques indicateurs pour qu'ils soient pertinents au sujet du tourisme culturel.

Troisième étape-le protocole d'entretien

La dernière étape a été dédiée à la transformation des indicateurs en questions pratiques. Nous avons ajouté aux entretiens les questions suivantes : Quelle définition du patrimoine culturel adoptez-vous ? quelle définition du tourisme culturel

adoptez-vous ? Selon vous, quelles sont les implications (d'un point de vue pratique) du tourisme durable sur le développement du concept de tourisme culturel ? Nous avons estimé nécessaire d'intégrer ces questions car nous considérons que la définition adoptée par chacune des parties prenantes peut influencer la manière selon laquelle le tourisme culturel est géré.

Il est à noter que nous n'avons pas posé toutes les questions à toutes les personnes interviewées parce que certaines sont spécifiques en fonction du type de la partie prenante. Par exemple, les questions en lien avec la contribution du tourisme culturel au développement de l'économie locale et du tourisme et les questions en lien avec la satisfaction des communautés locales envers les impacts du tourisme culturel ont été posées aux personnes interviewées à Baskinta. Aussi, les questions en lien avec « l'organisation réalise et enregistre des contributions monétaires à la protection du patrimoine culturel » ; « l'organisation fournit un soutien en nature ou autre pour le patrimoine culturel » et « l'organisation s'assure que ses activités n'entravent pas les accès aux sites du patrimoine culturel » ont été posées seulement aux représentants des éco-tours opérateurs.

Les questions ont été révisées avec Dr. Erick Leroux (MCF-HDR-science de gestion, Université Sorbonne Paris Nord, France). Aucune question n'a été éliminée mais certaines ont été reformulées (les questions des entretiens en annexe B). Les entretiens ont pris lieu au cours de l'année 2018. Chaque entretien a duré entre 30 minutes et deux heures. Ils ont été effectués en anglais, enregistrés (bien sûr après autorisation des personnes interviewées), transcrits et traduits en français par un expert en langue française.

2.2 Le développement de l'enquête par questionnaire

Les résultats obtenus grâce aux entretiens ont contribué à la construction de l'enquête par questionnaire. Plus précisément, les actions de gestion précisées et identifiées par la plupart des personnes interviewées à Baskinta ont été intégrées dans l'enquête par questionnaire comme échelle de mesure indépendante. Ces ac-

tions sont mises en place pour gérer les comportements des visiteurs d'une manière directe et indirecte (on présente l'échelle des actions de gestion dans les sections suivantes).

Les avantages du questionnaire comme outil quantitatif et empirique sont nombreux. Parmi ces avantages, nous citons d'abord qu'il permet d'interroger un plus grand nombre d'individus à un coût relativement peu élevé. En plus, il n'y a pas de variantes dans l'interrogation, ce qui peut se produire lorsqu'on a recours à divers intervieweurs (Loubet del Bayle, 2012 ; Marien & Beaud, 2003 ; Roger & Raoul, n.d.).

Il nous a fallu deux années complètes-2019 et 2020- pour développer, tester, valider, distribuer l'enquête par questionnaire (sur le terrain et en ligne) et collecter les réponses. La procédure de préparation, validation et dissémination de l'enquête par questionnaire a été constituée de 4 phases principales :

1. La construction des échelles de mesure ;
2. La validation des échelles de mesure ;
3. La construction de l'enquête par questionnaire et le test pilot ;
4. La diffusion de l'enquête par questionnaire.

Première phase-les échelles de mesure

Pour le concept de la perception des visiteurs vers les valeurs du patrimoine culturel nous avons adopté la théorie de « l'orientation des valeurs » (construit-orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel). Nous avons alors adopté l'échelle de mesure développée par Alazaizeh et al. (2016) avec les deux facteurs : valeurs d'usage (5 items) et valeurs de préservation (non-usage) (6 items) (Tableau 26). Nous avons éliminé les 3 derniers items présentés dans le tableau puisqu'ils vont dans le même sens que l'item On doit protéger les attractions du patrimoine parce qu'elles peuvent satisfaire nos loisirs.

TABLEAU 26 – Échelle de mesure de l'orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection culturelle.

Facteur	Items
Valeurs de préservation (non-usage)	<p>Les ressources du patrimoine sont à protéger pour les générations futures.</p> <p>On doit protéger le patrimoine pour le bien-être de l'avenir, même si cela signifie un niveau de développement plus faible.</p> <p>Même si je ne visite pas les sites du patrimoine, je voudrais qu'ils soient protégés pour les générations futures.</p> <p>Je vois les ressources du patrimoine comme un bien commun que nous devons protéger pour les générations futures.</p> <p>J'ai besoin de savoir que des sites importants sont protégés.</p> <p>Il y a beaucoup de sites du patrimoine qui sont en danger et qui ont besoin de protection.</p> <p>Il est essentiel de protéger les ressources du patrimoine, même si cela signifie un niveau de développement plus faible.</p> <p>Je voudrais voir les sites du patrimoine protégés pour les générations futures.</p> <p>Les sites du patrimoine sont des ressources précieuses et doivent être protégés.</p> <p>Les sites du patrimoine me conviennent et je voudrais les protéger.</p> <p>Les sites du patrimoine sont importants et doivent être protégés.</p> <p>Les ressources du patrimoine sont importantes et doivent être protégées.</p> <p>Je voudrais que les sites du patrimoine soient protégés pour les générations futures.</p>

Pour le concept portant sur les motivations des visiteurs, nous avons adopté la théorie des « facteurs d'incitation et d'attraction ». L'auteur a identifié 234 items examinés dans différentes études déjà discutées dans la revue de la littérature en lien avec cette théorie. Nous avons alors procédé à une révision et analyse approfondies des items puisqu'il y avait des items similaires (ayant le même sens). Cette procédure a abouti à la sélection de 20 items d'incitation (tableau 27).

Puisque les facteurs d'attraction sont des variables liées à la destination touristique, nous avons alors développé 11 items d'attraction sur la base des attributs culturels de Baskinta (déjà identifiés dans le chapitre précédent) (Tableau 28). Ces items sont en lien avec les 22 items d'attraction examinés dans différentes études déjà discutées dans la revue de la littérature (Kang et al., 2014; Kempiak et al., 2017; Murdy et al., 2018; Ramkissoon & Uysal, 2011; Woosnam et al., 2009).

La dernière échelle de mesure est dédiée à la perception des visiteurs vers l'importance des actions de gestion en lien avec le tourisme culturel menées à Baskinta. On a identifié 16 actions de gestion/ items d'après les résultats des entretiens réalisés avec les personnes interviewées à Baskinta. Dans le Tableau 29 nous exposons ces actions de gestion. Ces actions sont aussi en parallèle avec les actions de gestion directes et indirectes présentées et examinées par Alazaizeh et al. (2016) et Vong (2013).

TABLEAU 27 – Échelle de mesure de motivations des visiteurs (items c

Items
Voyager, aller quelque part
S'amuser un peu.
S'évader de la routine quotidienne.
Acquérir une expérience gastronomique en lien avec de nouveaux aliments et des rece
Acquérir une expérience de la vie rurale.
Améliorer mes connaissances sur des aspects culturels et historiques.
Prendre plaisir en participant à des événements spéciaux.
Voyager vers des lieux historiques.
Développer un sens d'appartenance à la communauté de la destination visitée.
Retourner sur mon lieu de naissance.
Faire une réflexion sur mes valeurs religieuses.
Atteindre une perfection spirituelle.
Rencontrer des gens venus du monde entier.
Être avec ma famille et/ou mes amis.
Profiter de paysages pittoresques.
Acquérir une expérience authentique (réelle, origine, pure).
Être physiquement et/ou émotionnellement renouvelé/e.
Apprécier l'hospitalité des gens.
Visiter un endroit que j'ai toujours voulu visiter.
Visiter des endroits dont j'ai déjà entendu parler (bouche-à-oreille)

Références : Cetin & Bilgihan, 2014 ; Chhabra, 2010 ; López-Guzmán et al., 2017 ; Ng
 Özel & Kozak, 2012 ; Rezaei et al., 2018 ; Smith & Costello, 2009 ; Varmazyari et al.,

TABLEAU 28 – Échelle de mesure de motivations des visiteurs (items d

Items
Baskinta est une attraction réputée pour le tourisme culturel.
Baskinta me permet de découvrir la diversité des paysages naturels et culturels (comme la vallée des crânes, la grotte de Sayf El Dawla, etc.).
Baskinta me permet d'améliorer mes connaissances sur son évolution historique pendant sous diverses occupations (Ottomans, Grecs, forces anglaises, etc.).
Baskinta me permet d'enrichir ma culture littéraire en connaissant mieux ses fameux poètes et peintres (comme Mikhail Naimy, Amine Maalouf, Abdallah Ghanem, Georges Kettaneh, Rachid Ayoub, Georges Aroyan, etc.).
Baskinta me permet de me familiariser avec son style de vie traditionnel et son architecture traditionnelles et le marché ancien.
Baskinta me permet de découvrir les outils traditionnels qui ont été utilisés pendant « manol » pour l'art du tricot et les anciens pressoirs et moulins).
Baskinta me permet de participer à des festivals traditionnels (comme le festival de Mar Takla, etc.).
Baskinta me permet de découvrir le patrimoine religieux en visitant des églises et des contemporains.
Baskinta me permet de connaître sa gastronomie traditionnelle et de visiter des restaurants (comme la boulangerie de Krikor, le restaurant « Al Khan », les centres du commerce).
Baskinta me permet de découvrir sa richesse littéraire en parcourant le SLB et en écrivains et des artistes.
Baskinta me permet de vivre une expérience authentique en explorant des significations de lieux (comme la vallée des crânes, la grotte de Sayf El Dawla, le rocher de Tanios, etc.).

TABLÉAU 29 – Échelle de mesure des actions de gestion en lien avec le tourisme

Items
Interdire des pratiques qui sont particulièrement néfastes et qui affectent les sites du ex., interdire les réunions qui ne sont pas essentiellement à des fins d'explorer le site et s détruire les signaux et les panneaux, etc.).
Accroître le nombre de gardes sur les sites du patrimoine culturel.
Assurer la propreté des sites du patrimoine culturel en recueillant les déchets et e recyclage.
Contrôler les visites par l'exigence de pré-réservation.
Ne pas limiter la taille du groupe ni la durée de la visite aux attractions du patrimoineinn d'attractions sensibles.
Rendre les visites gratuites aux attractions du patrimoine culturel.
Informier les visiteurs (avant et pendant leur visite) sur les activités disponibles, les se
Offrir aux visiteurs la possibilité de rencontrer des résidents (par ex. membres de la t et de Suleiman Kétaneh) et de discuter avec eux des sujets liés au mode de vie des etc.
Mettre en place des panneaux informatifs et d'interprétation tout au long du SLB.
Encourager un certain comportement et certaines pratiques pour diminuer la détério moine culturel (l'application d'un code de conduite, la sensibilisation des visiteurs en et en donnant des conseils pratiques d'un comportement favorable).
Fournir des lignes directrices avant de participer à l'activité de cueillette de pomme dans le but de ne pas nuire à la saison de récoltes.
Accueillir les visiteurs dans les centres du commerce équitable.
Présenter et fournir des interprétations sur les sites du patrimoine culturel par les gun histoires et présenter l'importance culturelle et historique de chaque site).
Organiser des séminaires honoraires annuels pour les intellectuels, des événements événements culturels.

Items

Établir deux prix d'entrée différents : un pour les visiteurs nationaux et un autre (un international).

Ouvrir le centre culturel d'Abdallah Ghanem au public cinq jours par semaine et f comme par exemple la possibilité d'explorer le centre et la bibliothèque, d'accéder au

Deuxième phase-la validation des échelles de mesures

Les échelles de mesure ont été envoyées aux 3 professionnels dans le domaine du tourisme : Dr. Socrat Ghadban (Université Libanaise-Faculté de tourisme et de gestion hôtelière), Dr. Zaher Hallab (College of Education and Allied Studies, California State University East Bay) et Dr. Christelle Traboulsi (Universita degli Studi di Cagliari, Cagliari, Italy). L'objectif était de valider les échelles et de réviser leur pertinence et adaptabilité au cas du Liban- Baskinta.

Les retours des professionnels ont donné lieu aux modifications suivantes : 4 items ont été éliminés de l'échelle de mesure « motivations des visiteurs » (sous-dimension items d'incitations) : voyager, aller quelque part, s'amuser un peu, s'évader de la routine quotidienne et voyager vers des lieux historiques. En plus, 2 items ont été éliminés de la sous-dimension items d'attraction : Baskinta me permet de me familiariser avec son style de vie traditionnel et son architecture en visitant les maisons traditionnelles et le marché ancien et Baskinta me permet de découvrir sa richesse littéraire en parcourant le SLB et en visitant les maisons des écrivains et des artistes. Huit items ont été éliminés des actions de gestion y inclus : contrôler les visites par l'exigence de pré-réservation ; présenter et fournir des interprétations sur les sites du patrimoine culturel par les guides locaux ; organiser des séminaires honoraires annuels pour les intellectuels, des événements commémoratifs et autres événements culturels, etc.

Ces 9 items ont été éliminés pour éviter les répétitions puisqu'ils se rapprochent d'autres items et ne sont pas particulièrement convenables au concept du tourisme culturel et/ou ne sont pas clairs. En outre, nous avons divisé un item relevant de l'échelle des actions de gestion, pour en obtenir trois, nous avons obtenu alors en total 10 actions de gestion. Les actions de gestions ont été divisées en actions de gestion directes et en actions de gestion indirectes. D'autres modifications recommandées par les examinateurs ont porté sur le changement de la structure des phrases/des items, et des suggestions de transformer les items en affirmations pour que le sens soit direct et clair.

Troisième phase-la construction de l'enquête par questionnaire et test pilot

Le questionnaire comportait 43 items au total. Il comprenait quatre parties. La première partie concerne l'échelle de mesure de l'orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel. Nous avons demandé aux visiteurs d'évaluer leur niveau d'accord ou de désaccord sur une échelle de Likert de cinq points (allant de 1-pas du tout d'accord à 5- tout à fait d'accord) par rapport aux affirmations des deux facteurs : valeur de préservation et valeur d'usage.

Dans la deuxième partie nous avons développé l'échelle de mesure des motivations des visiteurs. Nous avons demandé aux visiteurs d'évaluer leur niveau d'accord ou de désaccord sur une échelle de Likert de cinq points (allant de 1-pas du tout d'accord à 5- tout à fait d'accord) par rapport aux affirmations des deux sous-dimensions : items d'incitation et items d'attraction.

La troisième partie comprenait l'échelle de mesure de la perception des visiteurs vers l'importance des actions de gestion. Nous avons demandé aux visiteurs d'indiquer leur niveau perçu d'importance pour chaque action de gestion mise en place à Baskinta sur une échelle de Likert de cinq points (allant de 1-pas du tout importante à 5- Extrêmement importante). Nous avons consacré la dernière partie du questionnaire à 10 questions à caractère socio-démographique (nationalité, lieu de résidence, âge, sexe, état civil, niveau d'études, situation actuelle, salaire mensuel, etc.) et une question ouverte aux visiteurs afin qu'ils puissent proposer des actions de gestion.

Toutes les questions du questionnaire ont été d'abord rédigées en anglais puis traduites en français (révisées par un expert de la langue française) et en langue arabe. Nous avons alors développé le questionnaire en trois langues : français, anglais et arabe puisque l'échantillon de notre enquête est constitué des visiteurs impliqués par le tourisme culturel à Baskinta. Deux versions ont été élaborées : une version mise en ligne avec le programme de Google form et une version papier.

Le test pilot a été effectué avec 35 enquêtés potentiels et a eu lieu entre Juin et Juillet 2019. Les retours des personnes interrogées ont conduit à des changements dans l'introduction du questionnaire; la structure de quelques questions a également été modifiée et une question éliminée (n'hésitez pas à proposer d'autres actions de gestion du tourisme culturel dans l'espace prévu).

Dernière phase-la diffusion du questionnaire

Pour que l'échantillon soit représentatif de l'univers du questionnaire, nous avons demandé à Mr. Sabee Abi Haidar (le vice-président de la municipalité de Baskinta) de nous préciser le nombre annuel de visiteurs impliqués par le tourisme culturel à Baskinta. Il nous a bien assuré qu'il n'existe aucune référence officielle du nombre enregistré par an, alors qu'il estime (par rapport au mouvement des visiteurs) le nombre entre 5 000-10 000 visiteurs. Donc, les réponses doivent être entre 500 et 1000 (10% du nombre total des visiteurs) (Driscoll et al., 2007; Kothari, 2004).

Le questionnaire conçu en ligne (la technique de l'échantillon de convenance appliquée) a été partagé sur diverses plateformes professionnelles de différents réseaux sociaux. Nous en citons : LinkedIn, Researchgate, les pages web de Baskinta dont « Baskinta lovers », « Baskinta municipality », « Baskinta Baytouna et les villages alentours », « le mouvement culturel de Baskinta et les alentours », « Mikhail Naimy Zalka home », « Baskinta online » et « Baskinta news » et les pages FB des universités suivantes : American University of Beirut (AUB), Lebanese American University (LAU) et Lebanese International University (LIU). Nous avons aussi demandé aux personnes interviewées de partager le lien du questionnaire sur leurs réseaux sociaux comme « Poly Liban », LMT, « Wild explorers group », « hiqueens », « Arzit Libnan », etc. La version électronique a également été envoyée par courriel aux étudiants de l'université Balamand et l'Université Saint Joseph (USJ) au Liban que nous connaissons ont déjà visité Baskinta au cours des quatre dernières années.

Nous avons ajouté à la version électronique deux questions d'identification des visiteurs : Avez-vous visité Baskinta au cours des quatre dernières années ? Avez-vous visité des attractions du patrimoine culturel à Baskinta ? Seules les personnes qui répondaient oui à ces deux questions pouvaient participer à l'enquête. La version électronique a été conçue en trois langues : Arabe, Anglais et Français (questionnaire version finale en français en annexe C). La réponse à toutes les questions était obligatoire car c'est de cette seule façon que nous pouvons être sûrs que le questionnaire sera rempli dans son intégralité. Nous avons reçu 427 réponses dont 81 des personnes qui n'ont pas visité les attractions du patrimoine culturel à Baskinta au cours des quatre dernières années et qui ont donc été exclues de l'analyse. Nous avons donc 346 réponses valides.

La version papier du questionnaire était directement distribuée sur le terrain de recherche (la technique aléatoire pure appliquée) pendant le festival de la pomme qui a eu lieu entre le 4 et le 6 Octobre 2019. Nous avons abordé par hasard 100 visiteurs dont 80 ont accepté de participer à l'enquête. En outre, nous avons demandé à Mrs. Mireille Tobchrani (guide touristique à Baskinta) de remplir le questionnaire avec des visiteurs. Elle a pu distribuer 74 questionnaires. Nous avons ainsi reçu 154 réponses valides pour un total de 500 réponses valides obtenues en ligne ou en direct sur le terrain.

3 Les méthodes d'analyse

3.1 L'analyse de contenu

L'analyse de contenu connue aussi comme étant l'analyse de discours est une méthode d'analyse qualitative, utiliser pour analyser et coder des documents textuels ou visuels. Dans la recherche sociale, les études sont élaborées suivant les méthodes et les techniques de l'analyse de contenu (Dany, 2016). Elle « regroupe l'ensemble des démarches visant l'étude des formes d'expression humaine de nature esthétique ». Soit des productions visuelles et auditives (ex. affiches, peintures, films, chansons, etc.) soit des productions langagières : discours oraux (ex. entre-

tiens, allocutions, etc.) ou discours écrits (journaux, discours politiques, écrits administratifs, journaux intimes, autobiographie, etc.) (Sabourin, 2008). Selon Wanlin (2007), l'analyse de contenu est « un ensemble des techniques méthodologiques s'appliquant à des discours extrêmement diversifiés. Il s'agit d'un effort d'interprétation qui se balance entre deux pôles, d'une part la rigueur de l'objectivité, et d'autre part, la fécondité de la subjectivité ».

Les démarches de l'analyse de contenu ont été systématisées par Berleson et Lazarfeld en 1950. Au début du 20^e siècle, cette analyse a connu une nouvelle orientation guidée par la nécessité de gérer la vie sociale. Les méthodes et les techniques de l'analyse de contenu sont variées mais ont toutes pour objectifs d'organiser des données impliquant une « segmentation » et d'interpréter ou encore de catégoriser les résultats (Jenny, 1997). L'analyse de contenu est donc très utile pour l'analyse des entretiens.

Le choix est tombé sur l'analyse de contenu thématique pour traiter et interpréter nos résultats qualitatifs avec le logiciel « NVivo » version 12.2. Cette approche d'analyse est « une technique de recherche objective, systématique et quantitative de description du contenu manifeste de la communication » (Wanlin, 2007). Cette procédure a suivi cinq phases compatibles avec celles recommandées par les auteurs et les experts dans ce domaine (ex. Desmarais et al., 2004; Jambu et al., 1978; Wanlin, 2007). Il nous a fallu trois mois pour effectuer l'analyse de contenu de nos 25 entretiens.

Nous détaillant ci-dessous les phases suivies au cours de l'analyse :

Première phase : pré-analyse : nous avons organisé tous les discours/textes en deux catégories : entretiens réalisées auprès des parties prenantes dans les régions rurales libanaises et entretiens réalisées auprès des parties prenantes à Baskinta.

Deuxième phase : Nous avons effectué une analyse de cas par cas, chaque entretien ayant été codé ligne par ligne.

Troisième phase : Tous les codes ont été regroupé dans un même document.

Nous avons éliminé les codes similaires et mélangé les codes ayant le même sens. Cette opération de catégorisation consiste en l'élaboration ou en l'application d'une grille de catégories, c'est-à-dire des rubriques rassemblant des éléments ayant des caractères communs sous un titre générique, et en la classification des données du corpus dans celles-ci.

Quatrième phase : Nous avons procédé à une analyse des thèmes transversaux. Nous avons réalisé quatre séries de codage et de développement des thèmes transversaux où nous avons regroupé les thèmes proches ou semblables et identifié leur substance.

Cinquième phase : Dans notre dernière phase d'analyse, nous avons révisé les thèmes identifiés avec Dr. Christelle Traboulsi pour en sortir à la fin quatre thèmes de management et de gestion durable du tourisme culturel des régions rurales.

Nous ajoutons que l'analyse a suivi les données et non l'inverse. C'est vrai que nous possédons déjà d'un cadre d'analyse théorique ; les catégories d'indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel mais nous voulons que les résultats obtenus guident l'analyse et le développement des cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel.

3.2 Analyse Factorielle Exploratoire (AFE) et analyse PLS-MES

L'AFE est une méthode d'analyse quantitative très populaire utilisée dans divers contextes de recherche (Nada et al., 2021 ; Plaisant et al., 2010). Elle est « utilisée lorsque les relations entre les items et les construits latents sont inconnues ou incertaines ». Cela signifie que cette technique d'analyse factorielle est adoptée lorsque les relations entre les items et leurs composantes/facteurs ne sont pas estimées (Achim, 2020 ; Golay et al., 2015). C'est le cas de notre échelle de mesure « motivations des visiteurs ».

Nos items de mesure sous les facteurs d'incitation et d'attraction ayant été identifiés d'après la revue de la littérature, il n'en demeure pas moins que les 25 items retenus ont été sélectionnés d'après plusieurs échelles de mesures à l'origine des motivations des visiteurs engagés dans le tourisme culturel. Nous avons donc trouvé utile et nécessaire d'explorer les facteurs principaux/ construits latents constituant cette échelle de mesure. Pour effectuer l'AFE, nous avons eu recours au module d'extension « XLSTAT » d'Excel.

Ensuite, l'analyse PLS-MES a été appliquée après la réalisation de l'AFE. C'est une méthode quantitative utilisée pour examiner et analyser des relations complexes entre des variables latentes et des variables observées. Le nombre d'articles publiés dans le domaine des sciences sociales incluant le tourisme dans lesquelles les auteurs ont déclaré qu'ils ont utilisé l'analyse PLS-MES est en croissance continue depuis l'année 2015 (Hair et al., 2019). Cette méthode a plusieurs avantages dont le plus important est qu'elle aide les chercheurs à tester et valider des modèles complexes avec plusieurs construits latents, variables de mesures et des items dans le but de trouver des relations causales.

L'analyse PLS-MES est utilisée dans différents contextes et champs de recherche et à des fins ou objectifs variés. Nous en citons par exemple dans le domaine de la gestion, du marketing, du tourisme durable, etc. (Basco, 2021 ; Sarstedt, 2021, 2022ab ; Shmueli et al., 2019). Dans le domaine du marketing, cette technique a connu une popularité remarquable. La revue réalisée par Hair et al. (2017) sur les études empiriques effectuées pendant la période 1986 et 2015 et publiées dans le « Journal of Marketing » et le « Journal of the Academy of Marketing Science » a démontré que la méthode PLS-MES est très importante et pertinente pour les recherches en marketing. Notre revue de la littérature a montré que la plupart des études en tourisme durable qui ont pour objectif de tester et valider des modèles avec des relations de cause à effet ont recours à cette méthode dans leurs méthodologies de recherche.

L'application de cette méthode d'analyse quantitative nous aide à répondre aux questions de recherche que nous examinons : comment la perception des visiteurs

envers l'importance des actions de gestion du tourisme culturel est-elle structurée? Quelles relations existent entre ce dernier et les variables de motivations des visiteurs et de l'orientation des valeurs?.

Nous avons appliqué plusieurs techniques de validité, de fiabilité et d'estimation des relations, que nous détaillons dans la troisième partie de notre thèse. Les résultats ont été analysés avec le logiciel « SmartPLS 3 » dernière version 3.3.9 comme étant un des logiciels d'analyse PLS-MES les plus efficaces et qui se distingue en même temps par sa grande convivialité.

Arrivés à ce stade de notre thèse, nous avons pu structurer notre méthodologie de recherche. En fait, les facteurs et les aspects du patrimoine culturel à Baskinta font de cette région rurale libanaise une attraction touristique rurale réputée pour le tourisme culturel et un choix convenable pour adresser nos questions de recherche. Les différentes et diverses procédures appliquées et les phases suivies dans le développement de l'enquête par entretien et de l'enquête par questionnaire ont contribué à la validation des méthodes et des techniques de collecte de données. La troisième partie de cette thèse est dédiée à l'analyse et à l'interprétation des résultats.

Troisième partie

Engagement des parties prenantes
primaires dans le management et
la gestion durable du tourisme
culturel dans les régions rurales
libanaises

Cette troisième et dernière partie constitue la phase empirique de notre thèse. Nous y présenterons l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire et de l'enquête par entretien. L'analyse de contenu réalisée avec le logiciel NVivo « version 12.2 » pour l'analyse des résultats des entretiens a contribué à la constitution des cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises. Nous les exposerons et interpréterons dans le premier chapitre de cette partie.

Dans le deuxième chapitre, nous procéderons à l'interprétation des résultats des questionnaires que nous avons analysés avec le logiciel SmartPLS « version 3.3.9 » pour une analyse PLS-MES. Les résultats seront divisés en plusieurs sections qui nous mèneront au développement d'un modèle structurel de la perception des visiteurs envers la gestion du tourisme culturel en s'appuyant sur notre étude de cas « Baskinta ».

Les cadres du management et de la gestion durable

Ce chapitre s'organise en cinq sections principales : participation communautaire, actions de gestion, contributions à l'amélioration de la qualité de vie économique des résidents, défis rencontrés par les parties prenantes et une section dans laquelle nous évaluons la performance des parties prenantes par rapport aux cinq gamme d'indicateurs de management et de gestion durable. Ces sections présentent les cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises identifiés grâce à l'analyse de contenu des entretiens et classés en différents thèmes et sous-thèmes.

La définition du tourisme culturel adoptée par la plupart des parties prenantes interrogées est compatible avec les définitions uniformes sur le plan international. C'est que le tourisme culturel « compte sur tous les atouts du patrimoine culturel pour encourager les visiteurs à accomplir des visites vers des destinations touristiques pour vivre une expérience en lien avec le tourisme culturel ». En plus, il s'agit également d'améliorer leurs connaissances sur les différents aspects et les atouts culturels de la destination touristique visitée. Pour les interviewés, le développement durable de ce concept a plusieurs implications :

- Protéger les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine cultu-

- rel de la part de tous les acteurs concernés ;
- Protéger l'environnement et ses ressources naturelles et culturelles ;
 - Réglementer la chasse aux oiseaux en respectant les principes de la loi libanaise à sujet ³⁷ ;
 - sensibiliser les résidents et les visiteurs pour protéger leur patrimoine culturel ;
 - Mettre en réseau les principales parties prenantes sur les échelles locale, nationale, et internationale ;
 - Gérer les projets développés de manière durable (actions de suivi, maintenance, etc.).

1 La participation communautaire dans le management et la gestion durable

Les mécanismes de participation communautaire identifiés d'après les résultats sont classés en deux catégories : participation directe et participation indirecte. Ceci signifie que les personnes interviewées dans les régions rurales libanaises et à Baskinta créent et développent des opportunités et des occasions pour engager les communautés locales dans la gestion du tourisme culturel de manière directe et indirecte (figure 22).

Comme le montre la figure 22, les communautés locales sont intégrées d'une manière directe dans les processus de développement du tourisme culturel par le biais de quatre mécanismes principaux : offrir des occasions pour proposer des idées, enseigner les savoir-faire du patrimoine culturel, fournir des aides financières pour des projets proposés par des membres des résidents et solliciter les résidents pour la présentation des sites/attractions du patrimoine culturel dans les offres touristiques.

37. Loi N° 580., initiée le 25/02/2004 et publiée dans le journal officiel N° 13 le 03/04/2004.

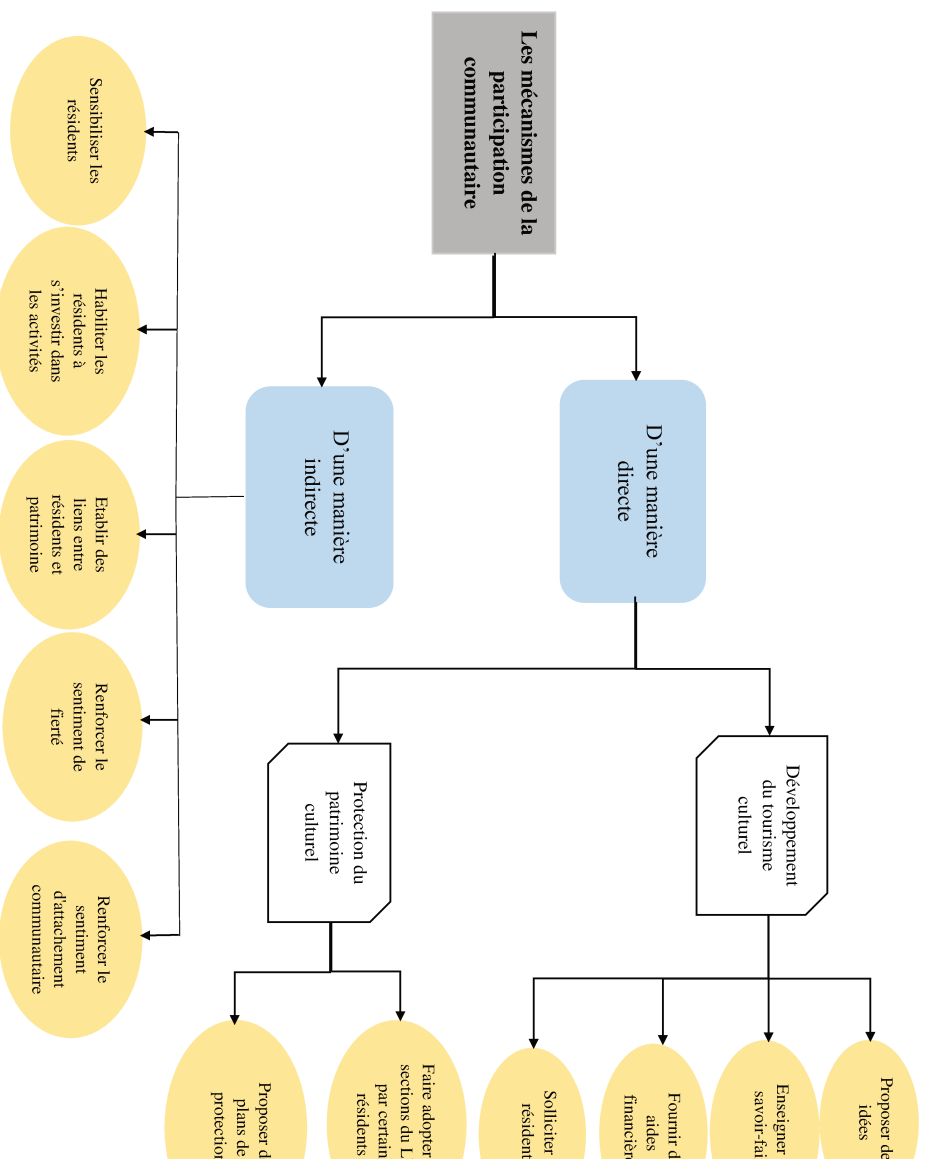


FIGURE 22 – Les mécanismes de la participation communautaire

Pour les processus de protection du patrimoine culturel, deux mécanismes principaux ont été identifiés : faire adopter des sections du LMT par certains résidents et offrir des occasions pour proposer des plans de protection.

Les mécanismes de participation communautaire d'une manière indirecte sont nombreux : sensibiliser les résidents à l'importance de leur patrimoine culturel, habiliter les résidents (empowerment en anglais), un processus qui sert à développer leurs compétences pour investir dans des activités de tourisme culturel, établir et maintenir des liens entre les résidents et leur patrimoine culturel, renforcer le sentiment de fierté et d'attachement communautaire.

1.1 Participation d'une manière directe

Plusieurs exemples sont fournis ici pour illustrer la participation communautaire directe dans le développement du tourisme culturel. Nous citons d'abord l'organisation des festivals traditionnels comme c'est le cas de Baskinta : le festival des fleurs, le festival de la pomme, des festivals annuels religieux, etc. Une autre forme de participation est de fournir aux étudiants des opportunités pour proposer des idées et/ou des plans et des stratégies de développement durable du tourisme culturel. Pour le mécanisme « enseigner les savoir-faire », l'atelier de l'artiste Georges Aroyan à Baskinta, l'initiative du commerce équitable sont de bons exemples.

En outre, des projets proposés par des membres actifs de la communauté sont parfois financés par quelques parties prenantes. Par exemple, le projet Lebanon Industry Value Chain Development (LIVCD) a financé plusieurs projets avec des conditions qui répondent à certains indicateurs de management et de gestion durable ; c'est que la vision et les objectifs des bénéficiaires doivent correspondre à la stratégie du tourisme rural au Liban. Le projet DASKARA fournit aussi aux résidents la possibilité de proposer des idées des projets durables en faveur des 17 objectifs de développement durable des NU. En effet, chaque village rural inscrit sur l'application peut proposer un ou trois projets de développement durable en respectant des conditions précises et selon des étapes claires à suivre. Les projets

sélectionnés seront financés par des donateurs locaux et internationaux. Cependant, dans certains cas, les parties prenantes adoptent et mettent en place des projets proposés par les résidents eux-mêmes sans pour autant déclarer l'origine de ces nouvelles idées.

Les résultats ont montré que dans certains cas, les résidents sont sollicités pour la présentation du patrimoine culturel. C'est particulièrement le cas des nouveaux projets initiés par les parties prenantes. Entre autres, nous citons le projet DAS-KARA qui a commencé par des visites de terrains dans différentes régions rurales libanaises afin d'identifier les potentiels du tourisme culturel. Cette procédure a nécessité une collaboration étroite avec des membres des différentes municipalités des régions et des groupes de résidents. Dans d'autres cas, les opinions des résidents sont négligées. C'est le cas des éco-tours opérateurs interviewés. Mr. Gilbert Moukheiber a déclaré que « solliciter les résidents n'est pas pertinent pour le cas de Liban avec un nombre limité de visiteurs par an, ce qui signifie un impact minimal sur les atouts et les attractions du patrimoine culturel ».

Le LMT a récemment initié le mécanisme qui sert à faire adopter les sections du sentier par des membres de la communauté locale, à maintenir les sentiers et rapporter tout acte de violence. C'est une initiative de protection efficace qui responsabilise les résidents pour qu'ils protègent eux-mêmes leur patrimoine culturel. La DGA travaille aussi avec certains des résidents qui rapportent toute menace causée non seulement par les phénomènes naturels mais aussi par les actes de violence sur les attractions du patrimoine culturel.

1.2 Participation d'une manière indirecte

La sensibilisation des résidents à l'importance de leur patrimoine culturel se fait de diverses façons : soit sous forme de programmes d'éducation, soit sous forme de visites de familiarisation organisées aux attractions du patrimoine culturel. À ce propos, le programme du LMT est un bon exemple. Le programme d'éducation « Trail to every classroom program » introduit en coopération avec le ministère de l'éducation a été adopté par les écoles publiques dans les régions rurales liba-

naises couvrant le LMT. Il sert à former et soutenir les éducateurs pour qu'ils puissent intégrer les principes et les approches de protection de l'environnement et du patrimoine culturel dans leurs cours. Mrs. Martine Btaish nous a déclaré que :

Pour nous, les étudiants sont nos partenaires principaux. Ils doivent tous d'abord savoir et apprécier pour qu'ils puissent protéger. C'est alors à propos de la sensibilisation des éducateurs et non pas seulement les étudiants.

Le LMT dispose également des plateformes virtuelles d'apprentissage concernant le patrimoine culturel et naturel, comme « Mountain explorers ». Cette plateforme offre aux enfants cinq ressources principales d'apprentissage : sur la culture, l'eau, la biodiversité (la flore et la faune), les forêts, ainsi que des ressources historiques. Aussi, les ministères du tourisme et de la culture ont lancé une compétition entre les écoles dans les régions rurales libanaises visant à créer une personnalité de la perspective des étudiants représentant l'identité rurale du Liban. Le mouvement culturel de Baskinta crée aussi des compétitions pour les étudiants de Baskinta dans le but de les sensibiliser. Les livres des écrivains sont distribués aux étudiants, des aides scolaires sont offertes à ceux et celles qui les lisent et font la connaissance de l'écrivain, de sa vie et de sa philosophie. Nous mentionnons aussi que tous les projets de l'association Baskinta Baytouna ont pour but principal d'établir des liens entre les résidents et leur patrimoine culturel.

En effet, le but principal des propriétaires privés des attractions du patrimoine culturel interviewés à Baskinta était de faire connaître cette richesse aux résidents et aux visiteurs. Pour eux, la sensibilisation des gens est beaucoup plus importante que les profits économiques. Mr. Georges Arayan a même déclaré dans son discours que :

Je m'intéresse pas aux revenus économiques de mon atelier. Ce qui m'intéresse, c'est que les résidents de Baskinta soient fiers de notre patrimoine culturel.

Autres déclarations de Mrs. Suha Haddad illustrant l'importance morale du

musée de Mikhail Naimy pour elle :

Ma passion pour cette maison et mon amour à Mikhail Naimy sont beaucoup plus importants que les revenus économiques. L'an dernier, j'ai refusé que ce musée soit listé dans le répertoire national du patrimoine culturel, de peur qu'il soit délaissé et mal géré. J'ai préféré m'en occuper moi-même afin de bien le préserver et m'assurer de sa bonne gestion.

D'autre part, habiliter les résidents consiste en premier lieu à renforcer et à améliorer leurs capacités et compétences pour qu'ils puissent eux-mêmes développer et gérer le tourisme culturel. Cela est réalisé de différentes manières. Une des manières les plus importantes est de former les femmes, les producteurs et les guides locaux. Plusieurs exemples peuvent être fournis à ce sujet. Le programme de développement communautaire introduit par le LMT sert à renforcer les capacités des guides locaux pour qu'ils puissent influencer le comportement des visiteurs. Beyond Beirut a aussi fourni des cours pour des parties prenantes locales dans le village d'Ehden pour améliorer leurs capacités à développer des offres touristiques. Arcenciel a travaillé aussi avec 105 femmes à Taanayel dans la région de la Bekaa et les a formées sur les mesures de sécurité et d'hygiène alimentaire à prendre et à respecter.

Bien que les parties prenantes aient fait les efforts nécessaires afin d'intégrer et d'assurer la bonne application des indicateurs de management et de gestion durable et s'engager de ce fait dans les communautés locales, il n'en demeure pas moins qu'à ce propos, de nombreux échecs ont été relevés. Plusieurs indicateurs de gestion socio-économique durable ne sont pas intégrés dans leurs stratégies et plans, à savoir le pourcentage des résidents satisfaits de l'impact du tourisme culturel et le fait qu'aucune des actions de gestion n'est ni développée ni menée directement par les résidents. Néanmoins, d'autres indicateurs sont adoptés par quelques parties prenantes pour mesurer la satisfaction des résidents, comme par exemple le nombre des résidents qui participent aux événements culturels organisés par les parties prenantes.

2 Actions de gestion mises en place par les parties prenantes

Nous présentons ce cadre de management et de gestion durable dans la figure 23. Les actions de gestion sont divisées en plusieurs catégories : les actions de gestion des visites et des visiteurs, les actions de gestion des atouts/attractions du tourisme culturel, les actions d'identification, de présentation et de promotion des atouts/attractions du tourisme culturel.

2.1 Actions d'identification et de présentation des atouts du patrimoine culturel

Pour identifier et présenter les atouts matériels et les atouts immatériels du patrimoine culturel, les personnes interrogées nous disent mener des actions de gestion basées sur des sources communautaires. Cela signifie que ces atouts sont identifiés à partir des visites de terrain pour écouter les histoires et les narrations des résidents dans les régions rurales libanaises et explorer les écrits des auteurs. Bien sûr, les livres et les contes des écrivains sont de bonnes sources d'informations sur les atouts matériels et les atouts immatériels. Également, la plupart des interviewés se fient à leur propre expérience, c'est-à-dire qu'ils comptent sur leur expérience de travail dans les régions rurales libanaises.

Après avoir identifié ces atouts, les interviewés créent des listes indicatives. Par exemple, le LMT possède une liste indicative des sites archéologiques dans les régions rurales libanaises qu'il couvre. La DGA possède aussi une liste des attractions du patrimoine national libanais. Les listes sont mises à jour à chaque fois qu'un site ou une attraction est identifiée comme patrimoine nationale ou est signalée comme ayant besoin d'être protégé. En plus, un site identifié comme ayant des potentiels touristiques sera également ajouté à la liste. Le projet DASKARA fournit aux personnes la possibilité de faire ajouter des sites du patrimoine culturel sur l'application après les avoir fait vérifier par les gestionnaires du projet.

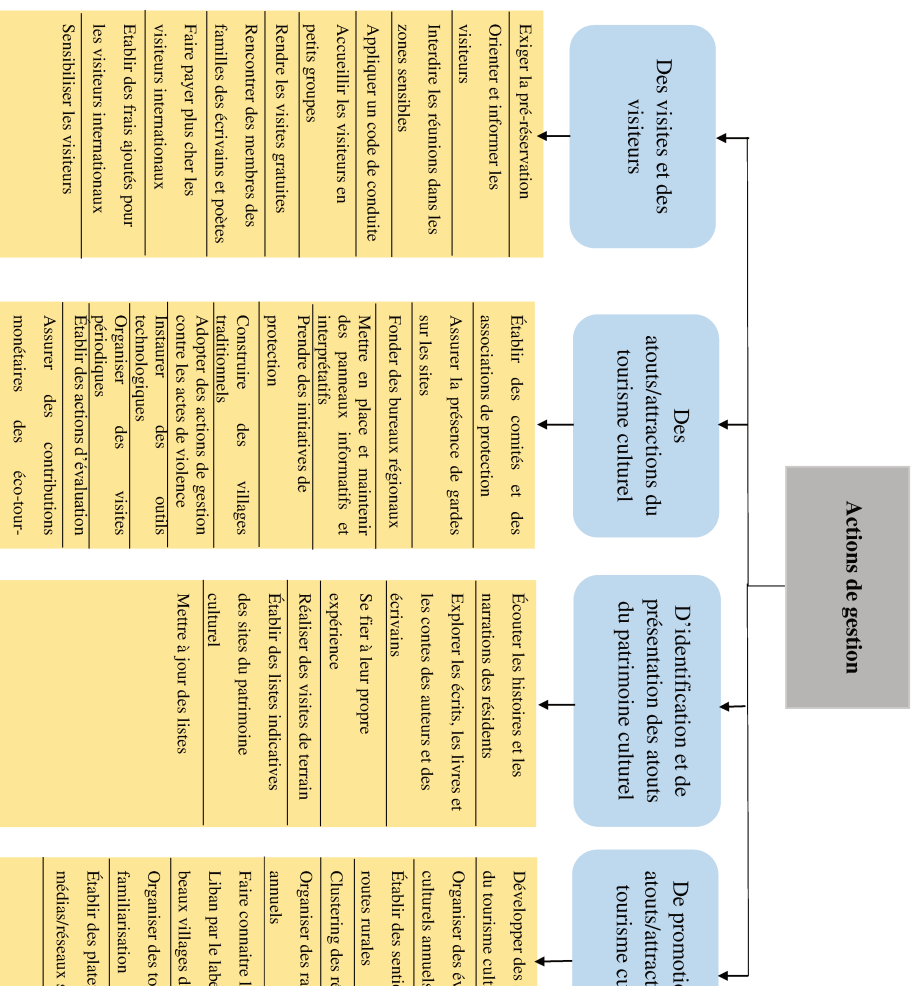


FIGURE 23 – Les actions de gestion du tourisme culturel.

2.2 Actions de gestion des visites et des comportements des visiteurs

Lors de notre enquête, nous avons identifié plusieurs actions de gestion des visites et des visiteurs, nous les énumérons ci-contre :

- Rendre les visites gratuites,
- Offrir aux visiteurs la possibilité de rencontrer des membres des familles des écrivains et des poètes,
- Faire payer un tarif plus cher aux visiteurs internationaux par rapport aux visiteurs locaux pour les visites guidées,
- Établir des frais ajoutés pour les visiteurs internationaux,
- sensibiliser les visiteurs sur l'importance de protéger le patrimoine culturel en donnant des conseils pratiques d'un comportement favorable.

En fait, le pré-réservation pour réaliser des visites des attractions du patrimoine culturel est nécessaire pour des raisons d'organisation et de protection. L'exigence de pré-réservation n'est pas appliquée par toutes les parties prenantes interrogées et est liée au type de la visite et des activités du tourisme. Orienter et informer les visiteurs, avant et pendant leur visite, sur les services et les activités disponibles est une action de gestion menée principalement par la municipalité de Baskinta, les éco-tours opérateurs et les guides touristiques locaux. Concernant les réunions dans les zones sensibles, dans le jardin commémoratif de l'écrivain Mikhail Naimy à Baskinta par exemple, les réunions qui ne sont pas essentiellement à des fins d'explorer le site et son importance culturelle sont interdites.

Les résultats des entretiens ont montré que des codes de conduites sont appliqués de manière indirecte, principalement sous la forme de lignes directrices, d'orientation vers un comportement responsable et de sensibilisation des visiteurs vers l'importance de protéger le patrimoine culturel. Pour certains interviewés, comme pour le cas du LMT, les randonneurs du sentier sont conscients de leur comportement puisqu'ils exercent cette activité pour protéger. En ce qui concerne le musée de Mikhail Naimy, les visiteurs l'admirent et le respectent, ils apprécient beaucoup sa philosophie et sa vie, alors un code de conduite n'est pas nécessaire.

En ce qui concerne les limites sur la taille du groupe, cette action de gestion est menée différemment par les parties prenantes interrogées. Nous illustrons cette action à travers plusieurs exemples. L'accès à l'atelier de Mr. Georges Arayan se fait par groupe de 25 personnes maximum. Pour le cas du musée de Mikhail Naimy, une limite est appliquée quand le nombre de visiteurs affecte négativement la qualité de l'expérience et de l'information acquise. En d'autres termes, si le nombre de visiteurs d'un groupe dépasse les 50, ils seront divisés en plusieurs petits groupes de 12 personnes. Pour le cas de l'éco-tour opérateur TLB destinations, le nombre de visiteurs ne dépasse pas les 10 personnes par groupe. Le centre culturel d'Abdallah Ghanem a la capacité de recevoir entre 50 et 100 visiteurs en même temps.

2.3 Actions de gestion des atouts/attractions du tourisme culturel

Les actions de gestion qui ont pour but de protéger les atouts et les attractions du tourisme culturel sont assez nombreuses. Comme le montre notre cadre de management et de gestion durable dans la figure 23, ces actions comprennent ce qui suit : établir des comités et des associations de protection, assurer la présence des gardes sur les attractions et recueillir les déchets, fonder des bureaux régionaux, mettre en place et maintenir des panneaux informatifs et interprétatifs, prendre des initiatives de protection, construire des villages traditionnels sur le même modèle que ceux des civilisations anciennes, c'est-à-dire « en brique de terre », initiative de protection lancée principalement par Arcenciel dans la région de la Bekaa, adopter des actions de gestion contre les actes de violence, instaurer des outils technologiques, organiser des visites périodiques, établir des actions d'évaluation et assurer des contributions monétaires des éco-tours opérateurs.

Plusieurs comités et associations de protection sont établis par la plupart des parties prenantes interrogées. À titre d'exemple, le LMT a formé un comité et des clubs de jeunes dans chacune des régions rurales libanaises couvrant le LMT qui ont pour rôle de maintenir et de protéger les sentiers. L'association culturelle

d'Abdallah Ghanem à Baskinta gère toute activité liée au centre. La présence des gardes sur les attractions est une action de gestion menée principalement par la municipalité de Baskinta. Concernant la gestion des déchets, l'association Baskinta Baytouna a déjà mené un projet et Arcenciel traite 80% des déchets médicaux, elle a des centres de tris sélectifs des déchets bio-pesticides.

Des membres des bureaux régionaux affiliés au ministère de la culture au Liban effectuent des visites périodiques et des activités de maintenance sur les sites inscrits sur la liste du patrimoine culturel national (des interventions ponctuelles). Également, des panneaux informatifs et interprétatifs sont placés tout au long du SLB et bien sûr, à l'entrée des autres attractions dans les régions rurales libanaises. Pour les initiatives de protection, le LMT a lancé un programme sous le nom de « plaidoyer et politique » qui a pour but de protéger les sentiers du LMT, une autre initiative de protection « hike it, protect it », etc.

Les actions adoptées contre les actes de violence prennent plusieurs formes. Elles peuvent se faire soit en rapportant les menaces, par exemple tout dommage survenu aux objets relevant du patrimoine culturel est relevé, noté et mentionné par les éco-tours opérateurs qui sont bien formés sur les éthiques du tourisme responsable. En plus, des membres des résidents et des municipalités sont formés pour informer la DGA des menaces ou de n'importe quelle autre action nécessaire pour protéger les attractions du tourisme culturel. Le programme du LMT « adopter le sentier » est une autre action de gestion contre les actes de violence : les sections du LMT sont adoptées par des membres des communautés locales³⁸ qui effectuent des visites périodiques aux sentiers pour les maintenir et les protéger en rapportant toute action aux gestionnaires de l'organisation LMT.

Pour les actions d'évaluation, nous citons celle de l'ONG « les plus beaux villages du Liban » qui consiste à évaluer la performance des villages en conformité avec des conditions et des critères de gestion et de protection fixés par l'organisation en commun accord, sous forme d'un mémorandum de compréhension. Dans

38. Un mémorandum de compréhension est signé avec ces membres pour une durée de deux ans.

le cas où les villages labellisés ne respectent pas le label qui leur a été attribué, il leur sera retiré afin que ces villages améliorent leur performance pour atteindre un management et une gestion durable³⁹. D'autres formes d'évaluation adoptées par les personnes interrogées consistent en un développement d'une liste d'indicateurs du tourisme durable par rapport à laquelle les projets sont évalués avant et après leur mise en œuvre.

Les contributions monétaires des éco-tours opérateurs prennent la forme de donation pour des ONGs, notamment un pourcentage des revenus économiques. En effet, une somme variant entre 5% et 10% est distribuée aux ONGs et à des associations de protection du patrimoine culturel. Dernier point, mais pas le moindre, des outils technologiques sont intégrés dans la gestion, nous citons par exemple les caméras, l'utilisation des logiciels du Système d'Information Géographique (SIG), l'outil technologique « SAP » utilisé par Arcenciel étant considéré comme le plus grand logiciel au Liban, etc.

2.4 Actions de promotion des atouts/attractions du tourisme culturel

Les actions de promotion des atouts/attractions du tourisme culturel sont variées et comprennent le fait de développer des applications du tourisme culturel, d'organiser des événements culturels, des tours de familiarisation et des randonnées annuelles, d'établir des sentiers et des routes rurales, de construire le label « les plus beaux villages du Liban » et bien sûr d'établir des plateformes de médias/réseaux sociaux.

Pour les applications, nous présentons entre autres, l'application « Holy Lebanon » concernant le tourisme religieux au Liban introduit par Dr. Nour Farrahaddad, application considérée comme la première à présenter et promouvoir les sites religieux du Liban. L'application et la plateforme centralisée DASKARA développée par l'American University of Beirut (AUB) incluent la majorité des aspects naturels et culturels du patrimoine national libanais, les services touristiques

39. Plus de 63 villages culturels ruraux parmi 2000 ont été labellisés.

et les installations disponibles dans les régions rurales libanaises, les heures d'ouverture et de fermeture des établissements touristiques, les frais associés et les tarifs d'entrées aux attractions touristiques, les coordonnées des parties prenantes et des guides touristiques locaux, des suggestions et des recommandations sur les moments et les saisons les plus adéquats et convenables aux visites ainsi que les événements culturels planifiés. Ces applications sont considérées comme des outils technologiques de promotion des atouts du patrimoine culturel.

Pour les événements culturels, l'organisation de l'évènement annuel HORECA et les événements culturels organisés par la DGA, comme par exemple les festivals traditionnels, aident à la promotion des attractions du patrimoine culturel. Également, établir des sentiers et des routes rurales est une bonne façon de lier entre elles et de promouvoir la richesse culturelle des régions rurales libanaises présentée dans une même offre touristique. Mrs. Hiba Hassanieh illustre l'importance des sentiers et des routes rurales en déclarant que « le Liban est un petit pays, les visiteurs réalisent des visites rapides et cherchent à visiter de nombreuses attractions dans un même temps ».

L'initiative personnelle de familiarisation lancée par l'association LMT comme membre fondateur du réseau mondial de sentiers, sous le nom de « sentiers amis-Friendship trails », consiste en une collaboration avec des associations étrangères, selon laquelle une tranche du sentier est nommée en référence à un village étranger qui à son tour, attribue le nom d'un village libanais connu pour ses activités liées au patrimoine culturel, à une tranche de son sentier rural. Le label « les plus beaux villages du Liban » est une autre initiative de promotion du tourisme culturel qui sert à faire connaître les villages du Liban par l'installation des panneaux mentionnant le label aux portes des villages labellisés.

Toutes les personnes interrogées ont déjà établi des plateformes de médias/réseaux sociaux. Les plus connues sont les pages Facebook, Instagram, et des pages web pour la visibilité et la promotion des attractions du tourisme culturel. Hospitality services a développé des plateformes numériques comprenant des publications et des nouvelles sur le tourisme culturel. D'autres actions de promotion concernent

le lancement des campagnes de marketing et des brochures sur les attractions et les activités liées au tourisme culturel, comme celles du ministère du tourisme dont la campagne « vous êtes chez vous », par exemple.

De nouveau, les échecs des parties prenantes interviewées, dans la mise en place des actions de management et de gestion durable, sont nombreux. Les atouts immatériels du patrimoine culturel sont mal gérés, les actions d'identification et de promotion de ces atouts sont limitées. Quelques propriétés privées associées aux fameux auteurs et philosophes de Baskinta sont aussi mal gérées par leurs propriétaires. Également, plusieurs indicateurs de développement et de planification durable du tourisme culturel ne sont pas intégrés dans les plans de gestion des interviewés. Nous citons par exemple le pourcentage de développement du tourisme culturel et les impacts du tourisme, le nombre de visiteurs, ce nombre est mesuré par certains des interviewés comme par le LMT et l'éco-tour opérateur « TLB destinations », et la présence des cartes touristiques officielles sur les attractions du patrimoine culturel des régions rurales libanaises⁴⁰.

3 Amélioration de la qualité de vie économique des résidents

Les contributions des parties prenantes à l'amélioration de la qualité de vie économique des résidents prennent plusieurs formes et divers mécanismes.

Nous les présentons dans la figure 24 :

1. Établir un commerce équitable ;
2. Encourager les achats des fournisseurs locaux et/ou du commerce équitable ;
3. Créer des marchés pour les fermiers et les agriculteurs ;

40. Seules les attractions touristiques principales sont placées sur la carte géographique du ministère du tourisme au Liban.

4. Organiser des expositions et autres formes de manifestations ;
5. Promouvoir les maisons d'hôtes et les hébergements locaux ;
6. Développer le travail des guides touristiques locaux.

Le commerce équitable à Baskinta a été établi en 2017 par une initiative personnelle de l'association Baskinta Baytouna. Baskinta est aujourd'hui étiquetée comme étant « le village du commerce équitable ». En 2017, l'exposition internationale du commerce équitable a pris lieu à Baskinta dans l'école des frères. Arcenciel a établi aussi un commerce équitable « Souk El Tayeb » en 2017, les agriculteurs y exposaient et vendaient leurs produits aux clients directement sans passer par des intermédiaires-commerçants. Ce commerce dans les régions rurales libanaises génère des profits économiques aux résidents et particulièrement aux femmes et aux fermiers, tout en leur offrant des marchés externes pour vendre leurs produits locaux.

La plupart des parties prenantes interviewées ont montré un intérêt élevé aux achats auprès des fournisseurs locaux et/ou du commerce équitable et encouragent les visiteurs à le faire. Les guides touristique locaux aident aussi les résidents de manière directe à produire des profits économiques en encourageant les visiteurs à réaliser leurs achats auprès des fournisseurs locaux. Toutefois, les éco-tours opérateurs réalisent leurs achats chez les fournisseurs locaux dans le cas où ces fournisseurs ont les produits/services demandés.

L'organisation des expositions fournit également des revenus économiques pour les résidents des régions rurales libanaises. Hospitality services est le leader dans ce domaine. Des expositions annuelles sont organisées par cette entreprise privée. Les coopératives des femmes participent chaque année aux expositions nationales et internationales. La coopérative des femmes à Baskinta est constituée de 47 résidents qui profitent économiquement de ces expositions. Mr. Georges Hobeika participe chaque année à des expositions dans son village Baskinta et dans d'autres villages, afin de vendre des produits traditionnels de tricot.

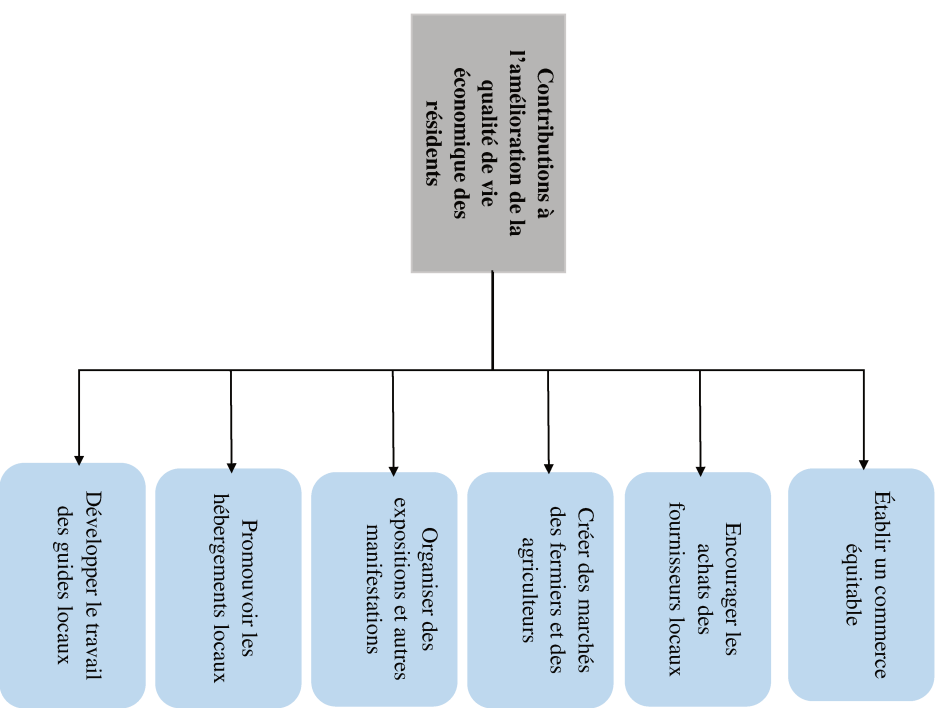


FIGURE 24 – Les contributions du tourisme culturel à l'amélioration de la qualité de vie é locales.

La plupart des personnes interrogées ont déclaré avoir une préférence aux hébergements locaux et maisons d'hôtes. Cette préférence contribue par elle-même à l'amélioration de la qualité de vie économique des résidents. Mrs. Martine Btaish a déclaré qu'en 2018, le LMT a produit 100000\$ de revenus économiques directs apportés aux hébergements locaux, aux maisons d'hôtes et aux guides touristiques locaux.

Des échecs des parties prenantes ont été aussi remarqués dans ce cadre du management et de la gestion durable. Plusieurs indicateurs de gestion socio-économique durable ne sont pas intégrés dans les stratégies et les plans des personnes interviewées, nous citons surtout le pourcentage de résidents qui profitent et qui exercent une activité dans le secteur du tourisme culturel.

4 Les défis rencontrés par les parties prenantes

Les défis rencontrés par les parties prenantes dans les régions rurales libanaises sont des défis liés directement et indirectement au management et à la gestion durable du tourisme culturel. Comme le montre la figure 25, les enjeux qui les affectent de manière directe comprennent une collaboration et une coopération inefficaces de la part des parties prenantes, un manque de confiance dans la performance des parties prenantes de la part des résidents et des visiteurs pour des raisons de manque de savoir-faire et de savoir techniques, des ressources financières limitées et un manque de soutien de la part des autorités locales, ainsi qu'une application inefficace des lois et des cadres de protection et les problèmes liés à la propriété privée des sites du patrimoine culturel. Par contre, la crise économique, politique et sécuritaire au Liban et les conséquences négatives de la mondialisation sont considérées comme des défis indirects.

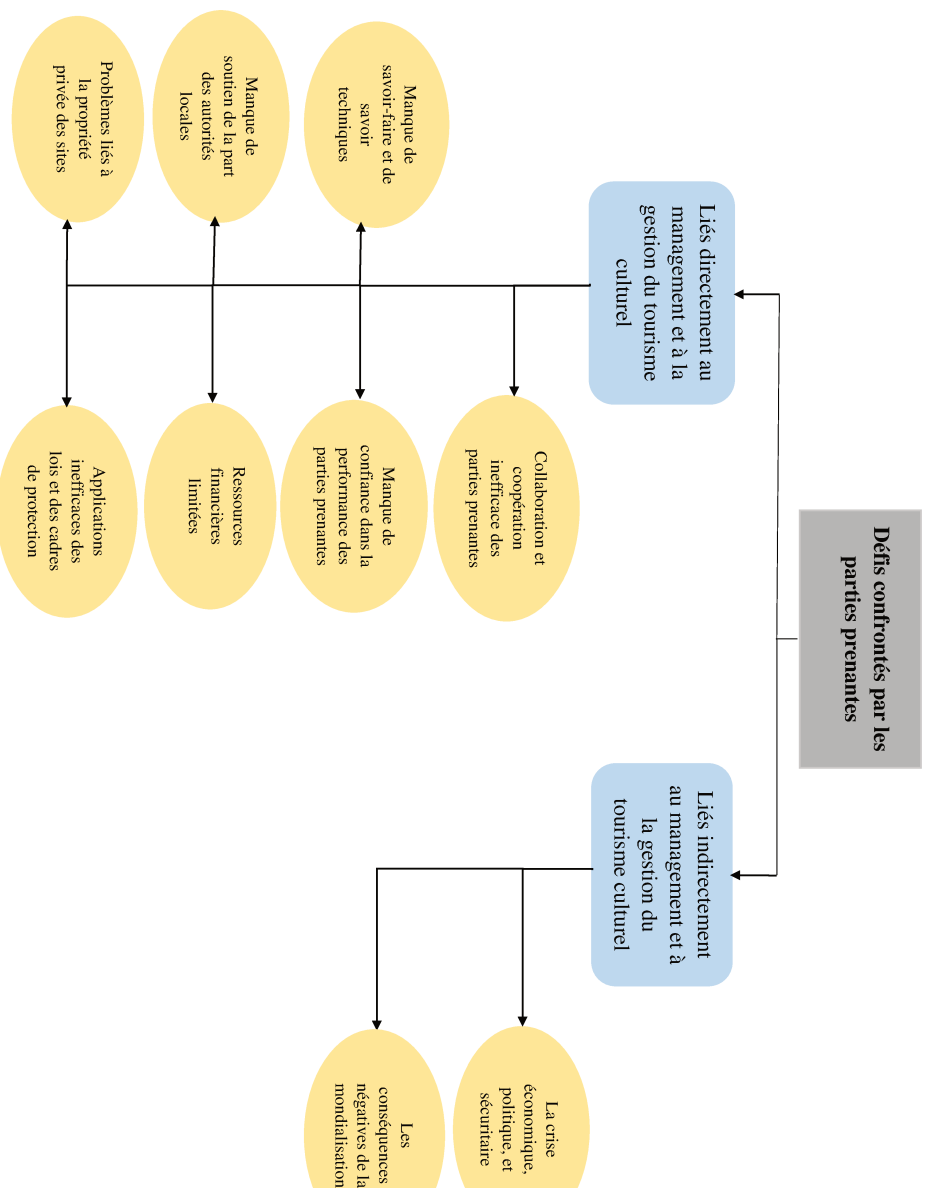


FIGURE 25 – Les défis rencontrés par les parties prenantes

4.1 Défis liés directement au management et à la gestion durable du tourisme culturel

Le problème des ressources financières limitées a été signalé par presque toutes les personnes interviewées. Cela les empêche dans la plupart des cas, de maintenir leurs projets et activités à long terme. L'art du tricot de Mrs. Georges Hobeika à Baskinta est en danger, il n'existera peut-être plus à l'avenir à cause des problèmes financiers et du manque de soutien de la part des autorités compétentes qui, elles-mêmes, n'ont pas assez de ressources financières. Mrs. Hiba Hassanieh nous a déclaré que le budget ministériel accordé au ministère du tourisme est l'un des plus faibles.

Le manque de confiance dans la performance des parties prenantes de la part des résidents et des visiteurs pour des raisons de manque de savoir-faire et de savoir techniques est un autre enjeu qui entrave le management et la gestion durable du tourisme culturel. Ce manque de confiance peut avoir des conséquences négatives sur la durabilité du patrimoine culturel. Nous illustrons ici cette idée par l'incident survenu avec Mr. Georges Aroyan (considéré dans ce cas comme un des résidents de Baskinta), à qui des articles précieux ont été volés de son atelier. Cela lui a fait perdre sa confiance dans la performance et le travail des guides touristiques locaux et l'a poussé à prendre la décision de ne plus recevoir de visiteurs dans son atelier.

La collaboration entre les parties prenantes engagées dans le management et la gestion durable du tourisme culturel est considérée comme inefficace. Nous notons également des conflits entre le ministère du tourisme et la DGA dans le cas des sites du patrimoine culturel inscrits sur la liste du patrimoine national (conflits entre objectifs de protection et de tourisme).

En fait, les personnes interrogées ont déclaré que le choix des parties prenantes primaires ou des organisations principales avec lesquelles elles collaborent, dépendent des objectifs, des activités des projets et des initiatives développées. Les parties prenantes incluent les municipalités des régions rurales libanaises, des membres des résidents, des ONGs (aux niveaux local, national et international), le

ministère du tourisme, le ministère de l'environnement, le ministère de la culture, des universités publiques et privées etc.

Les mécanismes de collaboration prennent plusieurs formes : développement et organisation des projets et des activités en lien avec le tourisme culturel, participation à des événements, soutien technique et financier, etc. Chacune des parties prenantes interviewées maintient un pouvoir et une influence équilibrée et dominante sur les autres parties prenantes selon leur domaine de compétences et en fonction de la catégorie de la partie prenante.

Au Liban, une loi sur les antiquités⁴¹ et les cadres de protection du patrimoine culturel régit ce domaine mais son application reste inefficace. Les interviewés ont déclaré des actes de violence sur les sites du patrimoine culturel dans les régions rurales libanaises de la part de quelques résidents et visiteurs. La DGA protège seulement les sites du patrimoine culturel inscrits sur la liste du patrimoine national avec des interventions ponctuelles pour la protection des sites sensibles ou en danger. Il convient de préciser que l'inscription des sites du patrimoine culturel sur la liste et leur protection suit plusieurs étapes :

1. Le propriétaire du site doit soumettre une demande auprès de la DGA en déclarant et détaillant les valeurs matérielles et immatérielles pour lesquelles le site est considéré comme appartenant au patrimoine culturel libanais. D'après la loi libanaise sur les antiquités, pour que les sites soient considérés comme appartenant au patrimoine culturel, ils doivent être bâtis il y a plus de 200-250 ans.
2. La demande est évaluée par rapport aux conditions et critères (le site est traditionnel, authentique, a une importance architecturale, etc.) fixées par la loi d'antiquité.
3. Après évaluation, la DGA réalise des visites du site pour vérifier toutes les informations et les documents soumis.

41. La loi sur les antiquités est la seule loi officielle au Liban qui sert à protéger les atouts du patrimoine culturel. Selon cette loi, le patrimoine culturel est divisé en patrimoine bâti, musées, et fouilles.

La propriété privée des attractions du patrimoine culturel non-inscrits sur la liste du patrimoine national a des avantages mais aussi des inconvénients. Les deux exemples suivants concernant Baskinta illustrent bien ce défi. Le centre culturel d'Abdallah Ghanem montre l'aspect positif de la propriété privée. En réalité, le centre est la propriété privée de la famille d'Abdallah Ghanem qui accueille les visiteurs sans aucun problème ni conflit. Au contraire, la maison de Mikhail Naimy à Chakhroub, habitée aujourd'hui par Mrs. Siham Naimy (la femme de Mr. Youssef Naimy-neveu de Mikhail Naimy) illustre l'aspect négatif de la propriété privée : en effet, la famille refuse de recevoir les visiteurs, sauf en cas de pré-réservation.

L'absence des bases de données sur les régions rurales libanaises et des statistiques sur le nombre des visiteurs est considérée aussi comme un défi. Même si elles existent, elles ne sont pas toujours partagées. Nous trouvons des brochures par muhafaza, avec les attractions touristiques principales du patrimoine culturel.

4.2 Défis liés indirectement au management et à la gestion durable du tourisme culturel

La situation et les conditions défavorables au Liban (les crises économique, politique, et sécuritaire etc.) affectent négativement le management et la gestion durable du tourisme culturel. Ces conditions instables constituent un environnement et des pratiques non durables. Cela crée des risques de protection inefficace du patrimoine culturel et des actions de gestion inutilement mises en place.

La mondialisation a des conséquences négatives sur l'appréciation et la protection du patrimoine culturel. Pour certaines personnes interrogées à Baskinta, la mauvaise application et l'utilisation infructueuse des outils technologiques ainsi que les tendances actuelles du développement et de la mondialisation constituent parfois des effets négatifs sur la protection du patrimoine culturel.

5 Évaluation de la performance des parties prenantes

Sur la base des interprétations des résultats des entretiens, nous présentons dans le tableau 30, une évaluation globale de la performance des parties prenantes interviewées par rapport aux cinq gammes d'indicateurs/catégories de management et de gestion durable du tourisme culturel. En référence aux informations exposées dans le tableau 30, les principes/chartes internationales de protection auxquelles les interviewés font référence sont le label Agir pour un tourisme responsable (ATR) suivi particulièrement par les éco-tours opérateurs. C'est un système d'évaluation externe développé par l'association ATR qui sert à évaluer l'engagement des opérateurs de voyage souhaitant non seulement agir pour un tourisme responsable, mais aussi faire la démonstration de leur engagement. D'autres principes/chartes suivis par les personnes interrogées sont les principes des 17 objectifs de développement durable des NU et la charte du tourisme responsable, etc.

Les parties prenantes avec lesquelles nous nous sommes entretenus ont assuré qu'elles poursuivent des efforts pour gérer le tourisme culturel d'une manière durable et qu'elles visent toujours à évaluer leurs efforts soit par la distribution des sondages des opinions, soit par des évaluations quantitatives de leurs activités ou des évaluations à mi-parcours par rapport aux indicateurs de développement et de gestion durable. Malgré les efforts déployés, la gestion du tourisme culturel est loin d'être durable. Comme le montre le tableau 30, la performance des interviewés par rapport aux trois des catégories de management et de gestion durable est évaluée comme étant une faible performance. En fait, les ONGs, les projets développés au niveau national et les associations de développement durable sont plus actifs dans ce domaine que les autres parties prenantes interrogées.

TABLEAU 30 – Évaluation de la performance des parties prenantes

Catégorie de management et de gestion durable	Niveau de performance
Management et gestion socio-économique durable	<p>Bonne performance</p> <p>Une contribution efficace à l'amélioration de culturelle des communautés locales.</p> <p>Des actions efficaces de sensibilisation des résidents et des mécanismes puissants appliqués pour notamment former les femmes, les guides touristeurs, etc.</p> <p>Un développement efficace des moyens de subsistance équitable et les marchés des fermiers et artisans locaux à l'amélioration de la qualité de vie de la communauté.</p> <p>Une bonne performance des parties prenantes impliquées dans le développement des projets et de l'économie locale.</p>
Management et gestion durable du patrimoine culturel	<p>Faible performance</p> <p>La protection inefficace des atouts immatériels du patrimoine culturel.</p> <p>Des initiatives et des actions de gestion lancées tardivement et de manière inefficace.</p> <p>Des lois de protection au niveau national insuffisantes.</p>

Catégorie de management et de gestion durable **Niveau de performance**

Management et gestion durable du patrimoine culturel

Une intégration partielle des outils technologiques des atouts du patrimoine culturel.

Des visites périodiques prévues mais pas toujours La présentation et la promotion des atouts/culturel avec une intégration limitée du variata

Développement et planification durable

Bonne performance

La bonne gestion de la relation entre tourisme peu de conflits entre les visiteurs et les résidents L'intégration des visions et des approches de gestion durable (approche de parties prenantes, approche de leadership, etc.) dans les plans et part des parties prenantes interviewées.

La bonne guidance de la gestion du tourisme pes/chartes internationales de protection. La réalisation de recherches scientifiques par les interrogées ou par leurs partenaires pour identifier de nouveaux projets du tourisme culturel.

Concevoir des produits touristiques durables

Faible performance

La plupart des personnes interrogées assurent atouts du patrimoine culturel afin de les intégrer touristiques qu'elles proposent sans toutefois se sou

Catégorie de management et Niveau de performance de gestion durable

Concevoir des produits touristiques durables

La plupart des personnes interrogées se font une idée de la gestion durable en fonction de leur expérience personnelle afin d'intégrer la dimension culturelle dans l'élaboration et le développement de produits touristiques au lieu de compter sur des indicateurs de gestion durable.

Les offres touristiques développées ne sont pas toujours adaptées aux attentes des visiteurs. Les contributions monétaires à la protection du patrimoine culturel ne sont pas toujours suffisantes.

Le patrimoine culturel et les traditions culturelles sont valorisés dans les produits et les services touristiques. Les visiteurs ne respectent pas toujours les codes de conduite du patrimoine culturel.

Collaboration des parties prenantes

Faible performance

Les parties prenantes interviewées ne collaborent pas toujours de manière proactive.

Les communautés locales ne sont pas toujours impliquées dans la gestion du patrimoine culturel dans les projets de développement.

Les résidents eux-mêmes mènent et développent des initiatives de gestion.

Les défis de management et de gestion durable sont identifiés. Des conflits d'intérêt existent entre les parties prenantes.

Le fait d'être pro-actif dans la gestion du patrimoine culturel est encouragé et toujours réalisé.

Toutefois, des histoires de réussite et des leçons apprises peuvent inspirer et améliorer le management et la gestion durable du tourisme culturel dans d'autres pays connaissant une situation similaire. Parmi les histoires et les leçons mentionnées par les interviewés : encourager les communautés locales à mieux apprécier leur patrimoine culturel ; créer des opportunités et des occasions pour les résidents des régions rurales libanaises pour ne pas se déplacer vers les régions urbaines ; développer et mettre en place des projets pilotes ; introduire des applications sur le tourisme culturel ; renforcer l'identité du tourisme rural au Liban, etc.

Le modèle structurel de la perception des visiteurs

Dans ce chapitre nous présentons l'analyse des résultats des 500 questionnaires réalisés en ligne et en direct sur le terrain de recherche- Baskinta. Nous avons calculé Alpha de Cronbach pour vérifier la fiabilité des 5 échelles de mesures. Nous avons obtenu des valeurs entre 0.713 et 0.916 montrant ainsi une très bonne cohérence interne (Hair et al., 2010).

1 Le profil socio-démographique des enquêtés

Nous présentons dans le tableau 31 les caractéristiques socio-démographiques des répondants à l'enquête par questionnaire. Selon les résultats, la majorité des enquêtés (92%) sont de nationalité Libanaise et 8% seulement sont d'autres origines (jordanienne, française, brésilienne, américaine, syrienne, canadienne, espagnole, etc.). La plupart des enquêtés sont des visiteurs domestiques (88%) (de toutes les régions rurales et régions urbaines du Liban) et 12% des visiteurs internationaux. Cela montre l'importance du tourisme domestique au Liban, c'est le tourisme intérieur impliquant des résidents d'un pays voyageant uniquement dans ce pays (Vincent & Evanno, 2022). La plupart des enquêtés sont âgés entre 20 et 40 ans avec une majorité de femmes (68%). Un grand nombre des visiteurs interrogés est célibataire ou marié.

TABLEAU 31 – Les caractéristiques socio-démographiques des en

Variables	Catégorie	%
Nationalité	Libanaise	92
	Autre	8
Type de vi- siteurs	Visiteurs domestique	88
	Visiteur international	12
Âge	20-30	48
	31-40	18
	41-50	19
	51-60	11
	> 61	4
Sexe	Homme	32
	Femme	68
État civil	Célibataire	51
	Marié/e	41
	Divorcé/e	3
	Veuф/Veuve	4
	Autre (ex. fiancé/e)	1

Variables	Catégorie
Niveau d'éducation	Diplôme du 3 ^e cycle universitaire (doctorat, master) Diplôme du 1 ^{er} cycle universitaire (BTS, DUT) CAP, BEP ou diplôme de même niveau Brevet des collèges, BEPC Certificat d'études primaires Aucun diplôme
Situation actuelle	Sans emploi Étudiant/e Étudiant/e qui travaille Indépendant/e Travail à temps plein Travail à temps partiel Autre (copropriétaire, retraité, enseignant/e, etc.)
Salaire mensuel	Pas de salaire mensuel fixe Moins de \$800 \$800-\$1000 \$1050-\$2050 \$2100-\$3000 Plus de \$3000
Nombre de visite	Première visite Visite répétée

Concernant leur niveau d'éducation, la majorité (81%) sont titulaires d'un diplôme d'étude du premier et 3^e cycle universitaire. Comparant ce résultat au profil des visiteurs des attractions du patrimoine culturel (Herbert, 2011 ; Lynch et al., 2010 ; Simard et al., 2012), nous remarquons une grande similitude entre les deux, c'est que les visiteurs des attractions du patrimoine culturel ont un bon niveau d'éducation. 72% d'entre eux ont un emploi rémunéré, soit un emploi à plein temps ou à temps partiel, soit un travail indépendant. Pour le salaire mensuel, 8% des enquêtés n'ont pas voulu répondre à cette question, alors que 35% n'ont pas de salaire mensuel fixe. 34% ont dit gagner entre \$800 et \$3000, le pourcentage restant gagne moins de \$800 ou plus de \$3000.

Fait intéressant, le résultat concernant le nombre de visites à Baskinta a montré que le plus de la moitié des enquêtés (59%) ont affirmé qu'ils opèrent ces visites de façon répétée. Nous mentionnons ici que les visiteurs interrogés ont pris connaissance de la région de Baskinta grâce à de multiples sources :

- Les plateformes de médias/réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, les pages web, etc.) ;
- Les magazines et les revues de voyage et de tourisme ;
- Le télévision ;
- Les brochures sur les régions rurales libanaises en général et sur Baskinta en particulier ;
- Leurs familles et leurs amis (de bouche à oreille) ;
- Les livres qu'ils lisaient à l'école et la notoriété des écrivains, philosophes, et poètes de Baskinta ;
- Les organisations et les agences de tourisme ;
- Le scoutisme et les mouvements de scouts ;
- Les tours organisés par leurs écoles et leurs universités ;
- Pour bon nombre d'entre eux, Baskinta et leur ville natale.

2 Les résultats descriptifs

Les résultats descriptifs présentés dans le tableau 32 montrent les moyennes, les médianes, et les écart-types des 43 indicateurs/ items du questionnaire. Les items

de l'échelle de mesure orientation des valeurs vers la protection ou la non-protection du patrimoine culturel ont été codés VDP pour les valeurs de préservation et VDU pour les valeurs d'usage. Les items de l'échelle de mesure des motivations des visiteurs (facteurs d'incitation et d'attraction) ont été codés MOV. Les items de l'échelle de mesure des actions de gestion ont été codés AGD pour les actions de gestion directes et AGI pour les actions de gestion indirectes.

Concernant la première échelle, comme le montre le tableau, la plupart des visiteurs interrogés tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation et en même temps vers des valeurs d'usage (moyenne entre 4.050 et 4.666) sauf pour deux items, VDP2 (3.874) et VDP3 (3.224). Cela signifie que les enquêtés ont convenu de la nécessité de la protection du patrimoine culturel pour les générations futures sans pour autant affecter négativement le niveau de vie des communautés locales. En plus, ils ont également été d'accord sur le fait que les attractions du patrimoine culturel peuvent satisfaire leurs loisirs et peuvent être des ressources économiques importantes.

Pour la deuxième échelle, les items ont des moyennes allant de 3.210 à 4.448. Ces résultats impliquent que les motivations des enquêtés sont variées et différentes. La motivation qui a poussé la majorité des enquêtés à faire ces visites, c'est qu'ils ont toujours voulu connaître et découvrir un nouvel endroit, vivre une expérience authentique en lien avec le tourisme culturel, améliorer leurs connaissances culturelles et historiques, participer à des événements culturels, etc. Baskinta est une attraction ayant des caractéristiques du patrimoine culturel, réputée pour le tourisme culturel. Ces points ont joué un rôle important quant au choix de Baskinta comme destination touristique.

TABLEAU 32 – Résumé des résultats.

Variabiles	Moyenne	Médiane
VDP1	4.666	5
VDP2	3.874	4
VDP3	3.224	4
VDP4	4.228	4
VDP5	4.050	4
VDP6	4.350	5
VDU1	4.166	4
VDU2	4.468	5
MOV1	3.700	4
MOV2	3.958	4
MOV3	4.448	5
MOV4	4.010	4
MOV5	3.858	4
MOV6	4.198	4
MOV7	4.192	4
MOV8	4.048	4
MOV9	4.214	4
MOV10	3.892	4
MOV11	4.108	4
MOV12	3.710	4
MOV13	3.782	4
MOV14	3.638	4
MOV15	3.740	4
MOV16	4.074	4

Variables	Moyenne	Médiane
MOV17	3.420	4
MOV18	3.234	3
MOV19	3.210	3
MOV20	3.654	4
MOV21	4.004	4
MOV22	4.328	4
MOV23	3.940	4
MOV24	3.946	4
MOV25	4.298	4
AGD1	3.420	3
AGD2	3.900	4
AGD3	3.792	4
AGD4	3.838	4
AGI1	3.944	4
AGI2	4.156	4
AGI3	4.022	4
AGI4	3.648	4
AGI5	3.674	4
AGI6	3.202	3

Pour notre troisième et dernière échelle de mesure, les moyennes varient entre 3.202 et 4.156. La majorité des enquêtés ont accordé une importance élevée pour les actions de gestion indirectes, particulièrement pour les trois premiers items : mettre en place des panneaux informatifs et interprétatifs tout au long du SLB ; la sensibilisation des visiteurs sur l'importance de protéger le patrimoine culturel en donnant des conseils pratiques sur un comportement favorable et permettre aux visiteurs de participer à l'activité de cueillette des pommes (festival des pommes). Une bonne moyenne et une grande importance ont été accordées aux actions de gestion directes, principalement pour les items AGD2 et AGD4 : appliquer un code de conduite et accueillir les visiteurs des attractions du patrimoine culturel en petits groupes (entre 10 et 15 visiteurs).

3 Les résultats sur l'AFE

Dans cette section de notre analyse quantitative, nous présentons l'AFE que nous avons appliquée pour explorer les principaux facteurs d'incitation et d'attraction à l'origine de l'échelle de mesure des motivations des visiteurs. Nous avons alors adopté la technique d'Analyse en Composante Principale (ACP) avec rotation varimax. Cette technique est définie comme « une procédure qui permet de représenter les variables observées en composantes sur la base de corrélations. Il s'agit d'une procédure descriptive basée sur un algorithme ». Notre objectif était alors de représenter les variables observées en un nombre minimum de composantes/facteurs qui expliquent une part de la variance aussi large que possible (Berger, 2021). Plusieurs méthodes ont été employées pour déterminer le nombre de facteurs à retenir, dont principalement : total variance explained (variance cumulative de la variable), eigenvalue (valeur propre), et scree plot (la parcelle d'éboulis) (Watkins, 2018).

Dans la figure 26, nous montrons les résultats sur la parcelle d'éboulis pour les facteurs d'incitation et d'attraction. Comme le montre la figure, quatre facteurs « composantes principales » ont une valeur propre supérieure à 1 et ont alors été conservés. Les résultats de l'AFE sont présentés dans le tableau 33. Ces quatre facteurs constituent environ 59.3% de la variance totale.

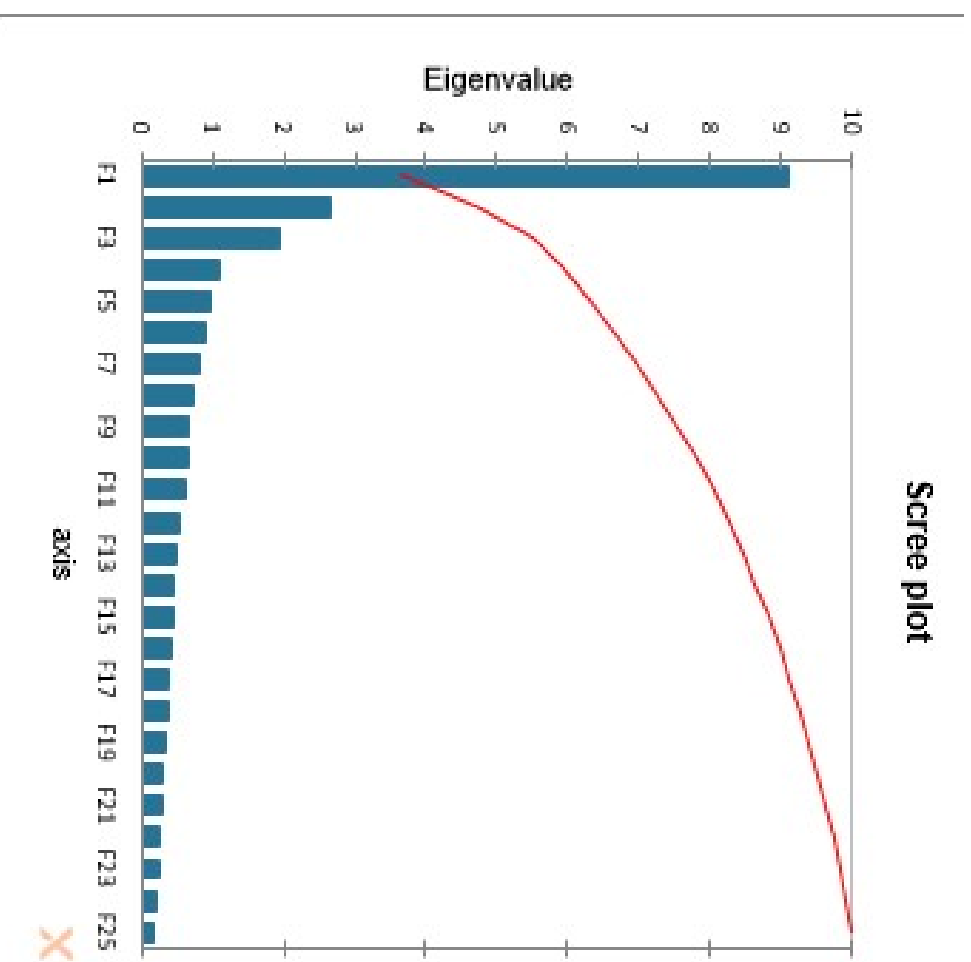


FIGURE 26 – La parcelle d'éboulis des valeurs propres pour les facteurs d'incit

TABLEAU 33 – Les résultats de l'AFE sur les facteurs d'incitation et d'attraction en visiteurs.

Items	Facteurs	Moyenne	Écart type
Facteur 1 : socialisation, connaissances et renouvellement			
MOV1	Rencontrer des gens venant du monde entier.	3.70	1.147
MOV2	Passer du temps avec ma famille et/ou mes amis.	3.96	1.054
MOV3	Profiter des paysages pittoresques.	4.45	0.724
MOV4	Être physiquement et/ou émotionnellement renouvelé/e.	4.01	1.030
MOV5	Prendre plaisir de l'hospitalité des gens.	3.86	0.961
MOV6	Visiter un endroit que j'ai toujours voulu visiter.	4.19	0.856
MOV7	Visiter des endroits dont j'ai déjà entendu parler (le bouche-à-oreille).	4.19	0.881
Facteur 2 : caractéristiques du patrimoine culturel			
MOV8	Baskinta est une attraction rurale réputée pour le tourisme culturel.	4.05	0.848
MOV9	Baskinta me permet de découvrir la diversité des paysages naturels et culturels.	4.21	0.762
MOI10	Baskinta me permet d'explorer des monuments historiques.	3.89	0.850
MOV11	Baskinta me permet d'améliorer mes connaissances sur des philosophes, écrivains, poètes et peintres célèbres.	4.11	0.816

Items	Facteurs	Moyenne	Écart type
Facteur 2 : caractéristiques du patrimoine culturel			
MOV12	Baskinta me permet de découvrir des outils industriels traditionnels.	3.71	0.916
MOV13	Baskinta me permet de participer à des festivals traditionnels.	3.78	0.955
MOV14	Baskinta me permet de découvrir la richesse en lien avec la religion.	3.64	0.962
MOV15	Baskinta me permet d'apprendre la gastronomie locale.	3.74	0.954
MOV16	Baskinta me permet de vivre une expérience authentique.	4.07	0.884
Facteur 3 : estime de soi			
MOV17	Revenir sur mon lieu de naissance.	3.42	1.300
MOV18	Réfléchir sur mes valeurs religieuses.	3.23	1.283
MOV19	Atteindre une perfection spirituelle.	3.21	1.265
Facteur 4 : exploration et renforcement culturel			
MOV20	Goûter à de nouveaux aliments.	3.65	1.038
MOV21	Découvrir le mode de vie rural.	4.04	0.884
MOV22	Améliorer mes connaissances culturelles et historiques.	4.33	0.831
MOV23	Participer à des événements originaux.	3.94	0.915
MOV24	Partager un sentiment d'appartenance avec la communauté locale de la destination visitée.	3.95	0.997
MOV25	Vivre une expérience authentique (réelle, origine, pure).	4.29	0.794
Pour que les items ne seront pas éliminés, leurs coefficients de saturation doivent être			

Le premier facteur intitulé « socialisation, connaissances, et renouvellement » se compose de 7 variables de mesure (de MOV1 à MOV7) avec des coefficients de saturation allant de 0.439 à 0.756, supérieurs au niveau accepté de 0.4 (Kyriazos, 2018). Ces items reflètent bien les motivations des visiteurs envers les activités en lien avec le fait de passer du temps et de s’amuser, explorer des endroits pour la première fois et se renouveler physiquement et émotionnellement. Le deuxième facteur intitulé « caractéristiques du patrimoine culturel » se compose de 9 variables de mesure (de MOV8 à MOV16) avec des coefficients de saturation allant de 0.618 à 0.749, portant tous sur des caractéristiques du patrimoine culturel propres à Baskinta.

Le troisième facteur est intitulé « estime de soi » et comporte 3 variables de mesure (de MOV17 à MOV19) avec des coefficients de saturation allant de 0.707 à 0.831 reflétant l’intérêt des enquêtés envers des valeurs religieuses et une perfection spirituelle. Le dernier facteur est intitulé « exploration et renforcement culturel » incluant 6 variables de mesure avec des coefficients de saturation allant de 0.463 à 0.750 et reflétant les motivations des visiteurs pour explorer et renforcer leurs connaissances culturelles.

Pour notre cadre conceptuel déjà développé dans la première partie de la thèse, nous considérons les facteurs 1 et 3 comme reflétant une importance faible accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs et les facteurs 2 et 4 comme reflétant une importance élevée accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs.

4 Les résultats sur le PLS-MES

Dans la figure 27, nous présentons le cadre conceptuel de notre thèse qui a été modifié sur la base des résultats de l’AFE concernant les facteurs d’incitation et d’attraction en lien avec les motivations des visiteurs. Nous mesurons alors l’importance élevée accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs par deux facteurs de motivations : visiteurs motivés par des caractéristiques du patrimoine culturel et exploration et renforcement culturel. Néanmoins, la faible

importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs est également mesurée en terme de deux facteurs : d'une part la socialisation et les connaissances et d'autre part le renouvellement et l'estime de soi.

Nous citons de nouveau nos six hypothèses avec des modifications apportées aux deux premières et deux dernières hypothèses de recherche.

H1a : Les visiteurs qui sont principalement motivés par les facteurs de socialisation, de connaissances, de renouvellement et d'estime de soi (importance faible au patrimoine culturel dans leurs motivations) tendent à avoir une orientation vers des valeurs d'usage.

H1b : Les visiteurs qui sont principalement motivés par des facteurs en lien avec des caractéristiques du patrimoine culturel, l'exploration et le renforcement culturel (importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations) tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation (non-usage).

H2a : Les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes.

H2b : Les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs d'usage accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

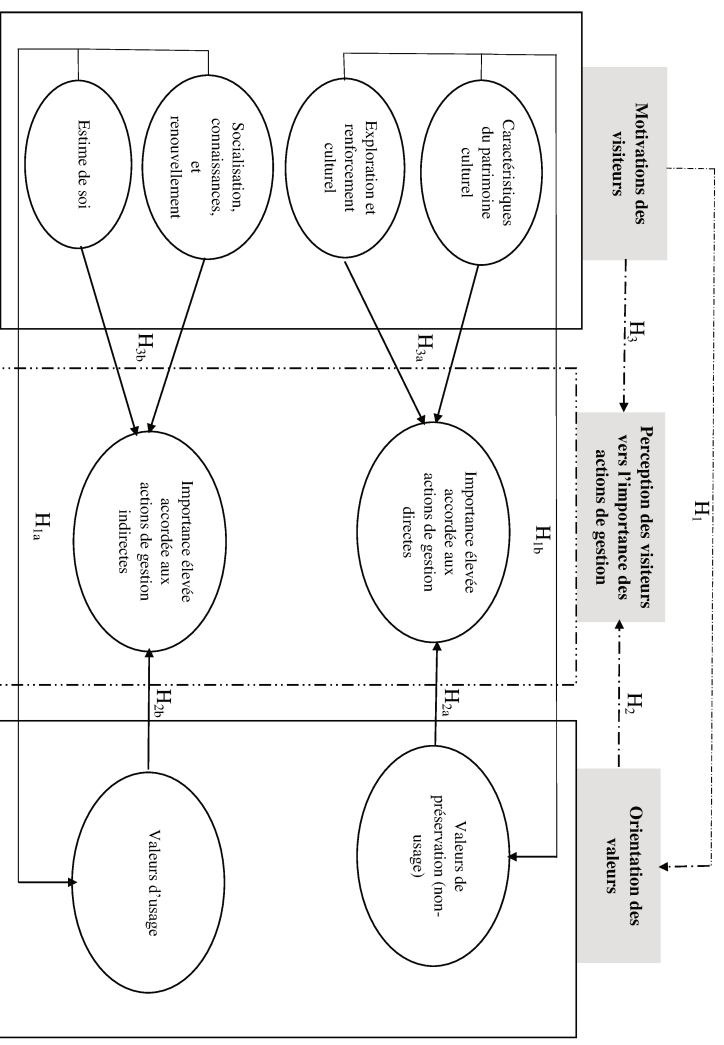


FIGURE 27 – Le cadre conceptuel modifié de la perception des visiteurs envers l'importance directes et des actions de gestion indirectes du tourisme culturel.

H3a : Les visiteurs qui accordent une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes des facteurs en lien avec des caractéristiques du patrimoine culturel et exploration et renforcement culturel accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes.

H3b : Les visiteurs qui accordent une importance faible au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes des facteurs de socialisation, de connaissances et du renouvellement et de l'estime de soi accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

4.1 Le modèle de mesure

Avant de développer et valider notre modèle structurel, nous devons valider notre modèle de mesure. Pour y faire, il faut premièrement confirmer que tous les items ont une charge externe supérieure à 0.50 (Prudon, 2015). Nous avons alors calculé le PLS Algorithm qui a montré que toutes les variables de mesures ont des coefficients de saturation variant entre 0.573 et 0.805 (tableau 34), considérés comme acceptables sauf pour les quatre items VDP2, VDP3, AGI5, et AGI6 qui ont des coefficients de saturation inférieurs à 0.50 et qui sont alors éliminés du modèle.

Nous avons ensuite appliqué plusieurs méthodes et mesures de validité et de fiabilité : Alpha de Cronbach, fiabilité composite, Average Variance Extracted (AVE) (tableau 35) et validité discriminante en appliquant trois techniques : critère de Fornell-Larcker, croix de chargement, et HTMT (tableaux 36 à 38).

Pour la fiabilité des variables latentes, les résultats sur Alpha de Cronbach et fiabilité composite ont montré que toutes les variables latentes ont respectivement des valeurs supérieures à 0.7, allant de 0.710 à 0.902 pour Alpha de Cronbach et des valeurs entre 0.833 et 0.920 pour la fiabilité composite. Ces résultats suggèrent que toutes les variables latentes sont fiables et ont une bonne cohérence interne (Fornell, 1981 ; Garthwaite, 1994).

TABLEAU 34 – Les résultats sur le PLS Algorithm.

Items	Facteurs/variables de mesure
L'orientation des valeurs	
Facteur 1 : valeurs de préservation (non-usage)	
VDP1	On doit protéger les ressources du patrimoine culturel pour les générations futures.
VDP2	On doit protéger les ressources du patrimoine culturel pour que les gens puissent visiter à l'avenir même si cela signifie sacrifier le niveau de vie des communautés.
VDP3	On peut prendre goût à voir les attractions du patrimoine culturel sans les visiter.
VDP4	On s'inquiète que la prochaine génération n'ait pas l'opportunité de visiter les attractions du patrimoine culturel.
VDP5	On s'intéresse aux attractions du patrimoine culturel qui sont intactes.
VDP6	On est ravi que des attractions du patrimoine culturel sont protégées même si elles sont moins accessibles.
Facteur 2 : valeurs d'usage	
VDU1	On doit protéger les attractions du patrimoine culturel parce qu'elles peuvent être utilisées pour des loisirs.
VDU2	Les attractions du patrimoine culturel sont des ressources importantes pour les visiteurs.
Importance des actions de gestion	
Facteur 1 : actions de gestion directes	
AGD1	Interdire les réunions dans les attractions du patrimoine culturel qui ne sont pas adaptées à des fins d'explorer le site.
AGD2	L'application d'un code de conduite.

Items Facteurs/variables de mesure

Importance des actions de gestion

Facteur 1 : actions de gestion directes

- AGD3 Accroître le nombre de gardes sur les attractions du patrimoine culturel.
AGD4 Accueillir les visiteurs aux attractions du patrimoine culturel en petits groupes (entre 10 et 15 visiteurs).
-

Facteur 2 : actions de gestion indirectes

- AGI1 Mettre en place des panneaux informatifs et interprétatifs tout au long du Site.
AGI2 Sensibiliser les visiteurs sur l'importance de protéger le patrimoine culturel dominant des conseils pratiques d'un comportement favorable.
AGI3 Permettre aux visiteurs de participer à l'activité de cueillette des pommes (fesses des pommes).
AGI4 Offrir aux visiteurs la possibilité de rencontrer des membres des familles des vains et des poètes.
AGI5 Rendre les visites aux attractions du patrimoine culturel gratuites.
AGI6 Faire payer plus cher les visiteurs internationaux que les visiteurs domestiques.
-

Motivations des visiteurs

Facteur 1 : socialisation, connaissances et renouvellement

- MOV1 Rencontrer des gens venant du monde entier.
MOV2 Passer du temps avec ma famille et/ou mes amis.
MOV3 Profiter des paysages pittoresques.
MOV4 Être physiquement et/ou émotionnellement renouvelé/e.
MOV5 Prendre plaisir de l'hospitalité des gens.
MOV6 Visiter un endroit que j'ai toujours voulu visiter.
MOV7 Visiter des endroits dont j'ai déjà entendu parler (le bouche-à-oreille).
-

Items Facteurs/variables de mesure

Motivations des visiteurs

Facteur 2 : caractéristiques du patrimoine culturel

- MOV8 Baskinta est une attraction rurale réputée pour le tourisme culturel.
- MOV9 Baskinta me permet de découvrir la diversité des paysages naturels et culturels.
- MOI10 Baskinta me permet d'explorer des monuments historiques.
- MOV11 Baskinta me permet d'améliorer mes connaissances sur des philosophes, écrivains, peintres célèbres.

- MOV12 Baskinta me permet de découvrir des outils industriels traditionnels.
- MOV13 Baskinta me permet de participer à des festivals traditionnels.
- MOV14 Baskinta me permet de découvrir la richesse en lien avec la religion.
- MOV15 Baskinta me permet d'apprendre la gastronomie locale.
- MOV16 Baskinta me permet de vivre une expérience authentique.

Facteur 3 : estime de soi

- MOV17 Revenir sur mon lieu de naissance.
- MOV18 Réfléchir sur mes valeurs religieuses.
- MOV19 Atteindre une perfection spirituelle.

Facteur 4 : exploration et renforcement culturel

- MOV20 Goûter à de nouveaux aliments.
- MOV21 Découvrir le mode de vie rural.
- MOV22 Améliorer mes connaissances culturelles et historiques.
- MOV23 Participer à des événements originaux.
- MOV24 Partager un sentiment d'appartenance avec la communauté locale de la destination.
- MOV25 Vivre une expérience authentique (réelle, origine, pure).

Les items doivent avoir des charges externes supérieures à 0.50.

TABLEAU 35 – Les résultats sur les méthodes de validité et fiabilité des variables

Matrice	Alpha de Cronbach
Valeurs de préservation (non-usage)	0.720
Valeurs d'usage	0.710
Actions de gestion directes	0.792
Actions de gestion indirectes	0.769
Socialisation, connaissances et renouvellement	0.836
Caractéristiques du patrimoine culturel	0.902
Estime de soi	0.813
Exploration et renforcement culturel	0.817

Pour la fiabilité des variables latentes, les valeurs de Alpha de Cronbach et de la fiabilité doivent être supérieur à 0.7. Pour la validité des variables latentes, les valeurs doivent à 0.50 pour l'AVE.

TABLEAU 36 – Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes-crit

Actions de gestion directes	0.784					
Actions de gestion indirectes		0.768				
Caractéristiques du patrimoine culturel			0.750			
Estime de soi				0.853		
Exploration et renforcement culturel					0.733	
Socialisation, connaissances et renouvellement						0.710
Estime de soi	0.082	0.067	0.385	0.853		
Exploration et renforcement culturel	0.337	0.360	0.499	0.479	0.733	
Socialisation, connaissances et renouvellement	0.307	0.293	0.498	0.514	0.723	0.710
Valeurs d'usage	0.284	0.369	0.260	0.108	0.403	0.333
Valeurs de préservation (non-usage)	0.360	0.407	0.297	0.071	0.414	0.311

Les variables latentes doivent avoir des coefficients de saturation supérieurs à leurs variables latentes.

TABLEAU 37 – Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes

	Actions de gestion directes	Actions de gestion indirectes	Caractéristiques du patrimoine culturel	Estime de soi	Exploration et renforcement culturel	Socialisation, connaissances et
Actions de gestion directes	0.885					
Actions de gestion indirectes	0.377	0.381				
Caractéristiques du patrimoine culturel	0.115	0.138	0.455			
Estime de soi	0.409	0.447	0.573	0.578		
Exploration et renforcement culturel	0.372	0.352	0.567	0.644	0.882	
Socialisation, connaissances et renouvellement	0.409	0.533	0.348	0.192	0.580	0.46
Valeurs d'usage	0.475	0.547	0.355	0.211	0.540	0.38
Valeurs de préservation (non-usage)						

Pour que les variables latentes soient valides, les valeurs doivent être inférieures à

TABLEAU 38 – Les résultats sur la validité discriminante des variables latentes-

	Actions de gestion directes	Actions de gestion indirectes	Caractéristiques du patrimoine culturel	Estime de soi	Exploration et renforcement culturel	Socialisation, connaissances et renouvellement
AGD1	0.767	0.456	0.331	0.164	0.257	0.262
AGD2	0.821	0.641	0.222	0.046	0.255	0.236
AGD3	0.821	0.681	0.276	0.037	0.330	0.272
AGD4	0.726	0.655	0.181	0.011	0.197	0.185
AGI1	0.628	0.822	0.284	0.071	0.366	0.274
AGI2	0.696	0.737	0.229	-0.050	0.282	0.220
AGI3	0.507	0.765	0.243	0.038	0.241	0.207
AGI4	0.550	0.743	0.234	0.126	0.200	0.188
MOV1	0.195	0.136	0.289	0.480	0.478	0.643
MOV2	0.191	0.144	0.296	0.417	0.424	0.641
MOV3	0.252	0.278	0.347	0.234	0.560	0.730
MOV4	0.186	0.195	0.376	0.449	0.526	0.711
MOV5	0.228	0.206	0.415	0.461	0.566	0.753
MOV6	0.266	0.250	0.352	0.285	0.592	0.790
MOV7	0.198	0.212	0.383	0.311	0.480	0.691
MOV8	0.207	0.215	0.734	0.194	0.308	0.324
MOV9	0.300	0.332	0.746	0.116	0.396	0.392

	Actions de gestion directes	Actions de gestion indirectes	Caractéristiques du patrimoine culturel	Estime de soi	Exploration et renforcement culturel	Socialisation, connaissances et renouvellement
MOV10	0.227	0.179	0.717	0.274	0.372	0.327
MOV11	0.324	0.342	0.733	0.192	0.332	0.283
MOV12	0.195	0.214	0.731	0.378	0.346	0.359
MOV13	0.229	0.228	0.808	0.367	0.444	0.427
MOV14	0.206	0.188	0.728	0.501	0.357	0.411
MOV15	0.239	0.228	0.777	0.400	0.428	0.432
MOV16	0.236	0.230	0.767	0.211	0.359	0.383
MOV17	0.129	0.134	0.330	0.833	0.432	0.425
MOV18	0.046	0.022	0.326	0.904	0.393	0.440
MOV19	0.025	0.001	0.328	0.821	0.396	0.451
MOV20	0.169	0.232	0.321	0.409	0.703	0.535
MOV21	0.257	0.249	0.365	0.343	0.779	0.491
MOV22	0.281	0.323	0.321	0.172	0.682	0.430
MOV23	0.168	0.206	0.323	0.355	0.750	0.512
MOV24	0.289	0.271	0.427	0.480	0.710	0.510
MOV25	0.285	0.281	0.390	0.293	0.709	0.697
VDP1	0.261	0.378	0.188	-0.148	0.248	0.153

	Actions de gestion directes						
	Actions de gestion indirectes						
	Caractéristiques du patrimoine culturel						
	Estime de soi						
	Exploration et renforcement culturel						
	Socialisation, connaissances et renouvellement						
VDP4	0.275	0.324	0.288	0.126	0.359	0.274	
VDP5	0.245	0.193	0.216	0.148	0.283	0.256	
VDP6	0.283	0.312	0.174	0.055	0.322	0.226	
VDU1	0.191	0.267	0.259	0.186	0.364	0.307	
VDU2	0.289	0.357	0.179	-0.006	0.316	0.256	

Les items doivent avoir des meilleures charges pour leurs propres variables latentes charges sur les autres variables latentes.

Nous remarquons d'après les résultats dans le tableau 35 que la variable « caractéristiques du patrimoine culturel » a une valeur alpha de 0.902 et une valeur de fiabilité composite de 0.920 considérée alors comme ayant une excellente fiabilité et cohérence interne. Concernant la validité des variables latentes, les résultats sur l'AVE ont montré que toutes les variables latentes ont des valeurs supérieures à 0.50, variant entre 0.505 et 0.728 (tableau 35), ce qui renforce la validité convergente des variables (Diño & de Guzman, 2015).

Les résultats sur la méthode validité discriminante appliquée par la technique de critère de Fornell-Larcker (tableau 36) confirment que toutes les variables latentes ont des coefficients de saturation (marqués en gras) supérieurs à leurs corrélations avec les autres variables latentes. La technique HTMT appliquée (tableau 37) renforce de nouveau la validité des variables latentes en générant des valeurs inférieures à 0.90. Selon les résultats de la technique croix de chargement présentés dans le tableau 38, tous les items/variables de mesure ont des meilleures charges pour leurs propres variables latentes (indiqués en gras et en différentes couleurs) en comparaison à leurs charges sur les autres variables latentes (croix de chargement). Sur la base de ces résultats, nous assurons que chacune des variables latentes est statistiquement validée, elle peut alors constituer indépendamment une échelle de mesure. Le modèle de mesure représente donc une bonne validité discriminante (Kyriazos, 2018 ; Nunkoo et al., 2013).

4.2 Le modèle structurel

Cette section est divisée en deux sous-sections. Dans la première sous-section, nous présenterons les résultats sur le modèle conceptuel et sur nos hypothèses. La sous-section « modèle structurel révisé » développe les résultats sur le modèle structurel après l'intégration de la variable médiatrice, nous exposons aussi notre modèle structurel final proposé.

Le modèle structurel initial

Nous avons réalisé une analyse du modèle structurel pour tester notre modèle conceptuel ; le modèle structurel obtenu est présenté dans la figure 28. Les résultats sur les relations entre les variables latentes sont présentés dans le tableau 39. Selon les coefficients des chemins présentés dans le tableau, 8 relations sont considérées statiquement significatives comme ayant des valeurs-t supérieures à 1.96 et des valeurs-p inférieures à 0.05 (Kock, 2014). Nous avons alors validé ces 8 relations. Alors qu'on a partiellement validé les 2 autres relations puisqu'elles ont des valeurs-t inférieures à 1.96 (respectivement 1.939 et 1.927) et des valeurs-p proche de 0.05 (respectivement 0.053 et 0.055) (soulignées en rouge).

Nous résumons les résultats obtenus sur nos hypothèses de recherche dans le tableau 40. Nous avons partiellement accepté l'hypothèse H1a, parce que les visiteurs qui accordent une faible importance au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes de deux facteurs : « socialisation, connaissances et renouvellement » d'une part, et « estime de soi » d'autre part, ne tendent pas principalement à avoir une orientation vers des valeurs d'usage. Autrement dit, les visiteurs qui, en général, ont une orientation vers des valeurs d'usage n'accorderont pas tous une faible importance au patrimoine culturel dans leurs motivations. Concernant la deuxième hypothèse H1b, elle a été totalement acceptée : les visiteurs qui accordent une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes de deux facteurs : « caractéristiques du patrimoine culturel » et « exploration et renforcement culturel » tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation (non-usage).

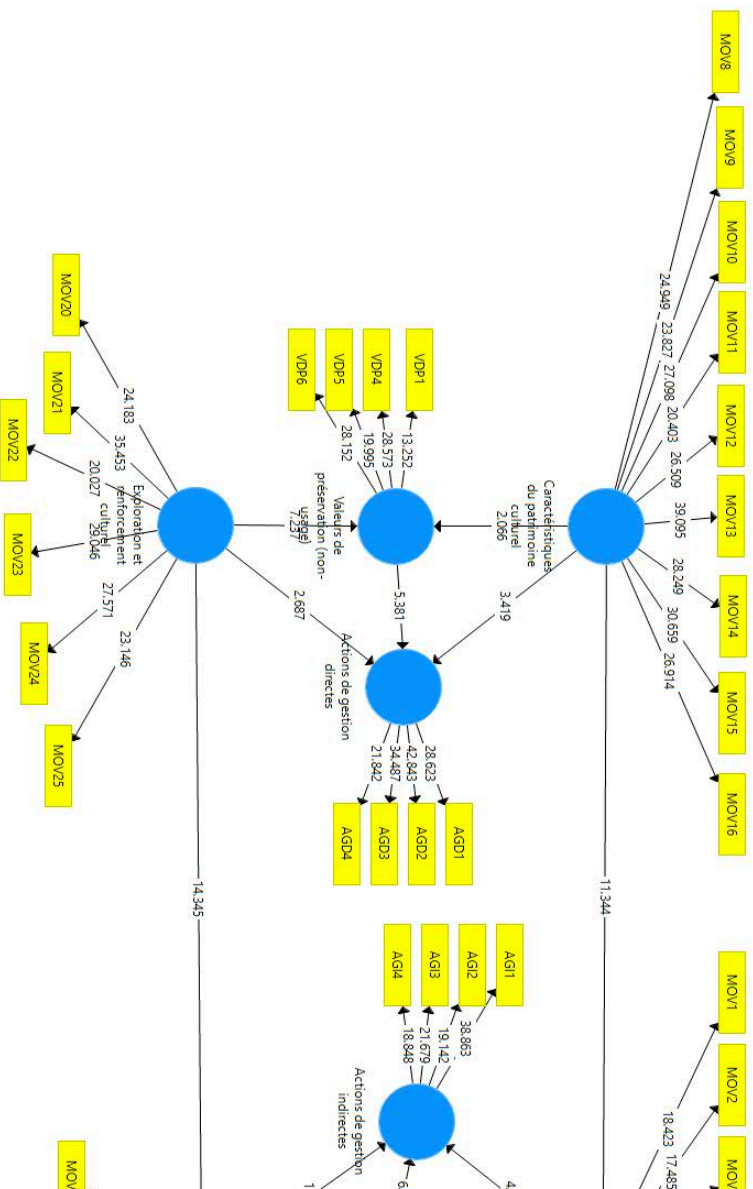


FIGURE 28 – Le modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'importance du tourisme culturel, leurs motivations et leur orientation des valeurs (modèle initial).

TABLEAU 39 – Les résultats sur les relations entre les variables la
Relations **Échantillon**
initial (O)

Caractéristiques du patrimoine culturel -> actions de gestion directes	0.177
Caractéristiques du patrimoine culturel -> valeurs de préservation (non-usage)	0.119
Estime de soi -> actions de gestion indirectes	-0.093
Estime de soi -> valeurs d'usage	-0.099
Exploration et renforcement culturel -> actions de gestion directes	0.145
Exploration et renforcement culturel -> valeurs de préservation (non-usage)	0.354
Socialisation, connaissances et renouvellement -> actions de gestion indirectes	0.242
Socialisation connaissances, et renouvellement -> valeurs d'usage	0.381
Valeurs d'usage -> actions de gestion indirectes	0.300
Valeurs de préservation (non-usage) -> actions de gestion directes	0.249
Relation significative : valeur t>1.96; valeurs-p<0.05 (recommandé par Kock, 20	

TABLEAU 40 – Les résultats sur nos hypothèses de recherche

Hypothèse de recherche	Résultat
H1a : importance faible au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs -> valeurs d'usage	Partiellement
H1b : importance élevée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs -> valeurs de préservation (non-usage)	Totalement
H2a : valeurs de préservation (non-usage) -> actions de gestion directes	Totalement
H2b : valeurs d'usage -> actions de gestion indirectes	Totalement
H3a : importance élevée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs -> actions de gestion directes	Totalement
H3b : importance faible au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs -> actions de gestion indirectes	Partiellement

La troisième et la quatrième hypothèse H2a et H2b ont été totalement acceptées, ce qui signifie qu'il existe une relation positive entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion. En d'autres termes, les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes, alors que les visiteurs qui tendent à avoir une orientation vers des valeurs d'usage accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

Les résultats sur H3a ont contribué à la validation de la relation entre motivations des visiteurs et la perception vers l'importance des actions de gestion directes. Ceci signifie que l'importance élevée accordée par les visiteurs au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes de deux facteurs : « caractéristiques du patrimoine culturel » et « exploration et renforcement culturel » a un effet positif sur l'importance accordée aux actions de gestion directes.

Pour notre dernière hypothèse de recherche, les résultats ont montré qu'une relation positive partielle existe entre les motivations des visiteurs et la perception vers l'importance des actions de gestion indirectes. Toutefois, nous ne sommes pas sûrs que les visiteurs qui accordent une importance faible au patrimoine culturel dans leurs motivations, mesurée en termes de deux facteurs : « socialisation, connaissances, et renouvellement » et « estime de soi » accorderont une importance élevée aux actions de gestion indirectes.

Ces résultats sur nos hypothèses de recherche et les relations entre les variables latentes, particulièrement les relations partielles identifiées impliquent que les motivations des visiteurs peuvent avoir un rôle médiateur sur la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion du tourisme culturel. Notre quatrième hypothèse a été alors formulée de la sorte : la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion est médiatisée par les motivations des visiteurs. Les deux sous-hypothèses sont formulées comme suit :

H4a : la relation positive entre l'orientation vers des valeurs de préservation

et l'importance accordée aux actions de gestion directes est médiatisée par l'importance élevée accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs. C'est-à-dire, il existe une relation indirecte entre l'orientation vers des valeurs de préservation et l'importance accordée aux actions de gestion directes.

H4b : la relation positive entre l'orientation vers des valeurs d'usage et l'importance accordée aux actions de gestion indirectes est médiatisée par l'importance faible accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs. C'est-à-dire qu'il existe une relation indirecte entre l'orientation vers des valeurs d'usage et l'importance accordée aux actions de gestion indirectes.

Nous avons alors réalisé une analyse pour accepter ou refuser ces hypothèses. Les résultats sont présentés et interprétés dans la section suivante.

Le modèle structurel révisé

Une analyse de médiation a été alors réalisée pour évaluer le rôle médiateur de la variable « motivations des visiteurs » sur la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion (Sarstedt et al., 2020). Le modèle structurel obtenu est présenté dans la figure 29.

Nous interprétons les résultats obtenus dans le tableau 41. Concernant l'hypothèse H4a : valeurs de préservation (codée VDP)-> une importance élevée est accordée au patrimoine culturel (codée PCE)-> actions de gestion directes (codée AGD), les résultats ont montré que l'effet total de l'orientation vers des valeurs de préservation sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion directes est significatif (coefficient=.361, $p < .05$). Après l'intégration de la variable médiatrice « importance élevée accordée au patrimoine culturel » dans les motivations des visiteurs mesuré en termes des variables de mesures (MOV10 à MOV16 et MOV22 à MOV25), l'effet direct de l'orientation vers des valeurs de préservation sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion directes est resté significatif (coefficient=.242, $p = .000$).

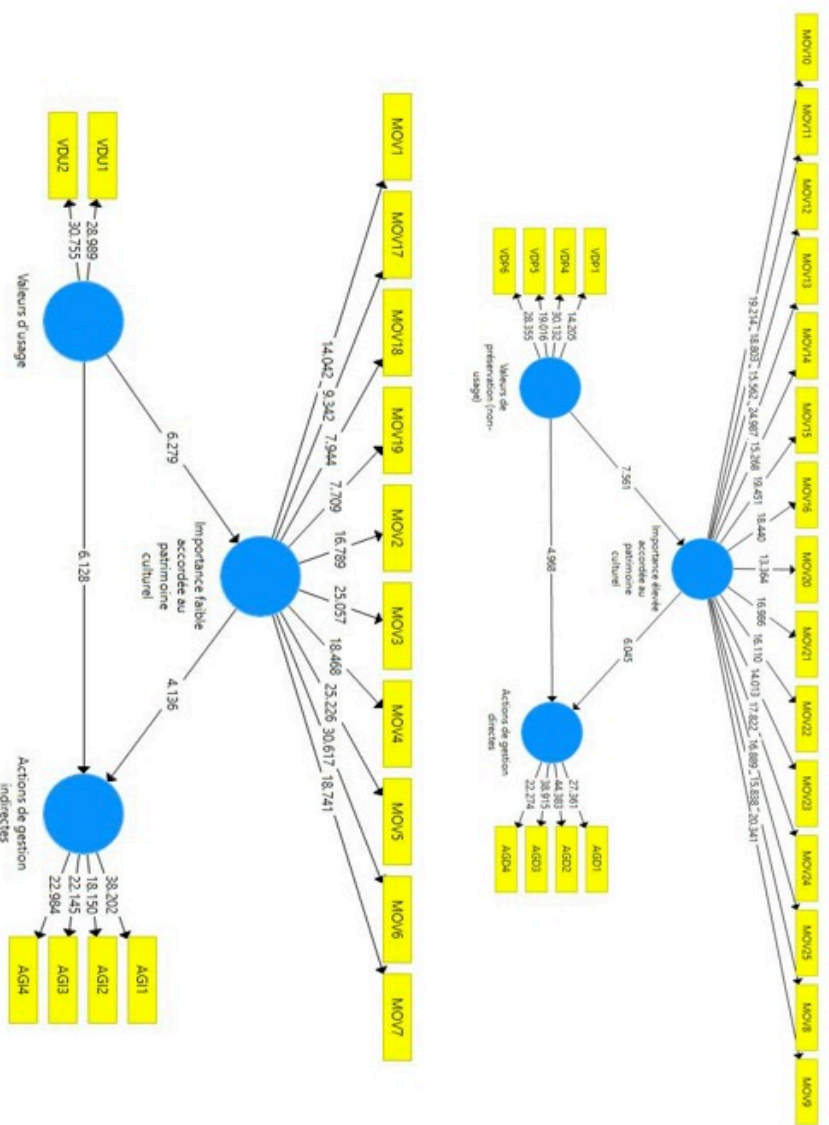


FIGURE 29 – Le modèle structurel de la relation entre l'orientation des valeurs et l'imp de gestion médiatisée par les motivations des visiteurs (modèle révisé).

TABLEAU 41 – Les résultats sur l'analyse de médiation.

Effet total (ODV > ADG)		Effet direct (ODV > ADG)	
Coefficient	Valeur-p	Coefficient	Valeur-p
.361	.000	.242	.000
.371	.000	.309	.000
Effets indirects de ODV sur ADG par MOV			
Hypothèse	Coefficient	Écart-type	Valeur-T
H4a : VDP->PCF->AGD	.119	0.024	4.987
H4b : VDU->PCF->AGI	.062	0.020	3.140

ODV : orientation des valeurs, ADG : actions de gestion, MOV : motivations des v
VDP : valeurs de préservation, PCF : importance élevée accordée au patrimoine cul
AGD : actions de gestion directes, VDU : valeurs d'usage,
PCF : importance faible accordée au patrimoine culturel, AGI : actions de gestion
BI : intervalle de confiance corrigé

L'effet indirect de l'orientation vers des valeurs de préservation sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion directes médiatisé par « l'importance élevée accordée au patrimoine culturel » dans les motivations des visiteurs est aussi significatif (coefficient=.119, $t=4.987$, $p=.000$).

Cela montre que la relation entre VDP et AGD est partiellement médiatisée par PCE, puisque la relation directe et indirecte entre VDP et AGD est significative. Pour cela, nous avons partiellement accepté l'hypothèse H4a. En effet, l'importance accordée aux actions de gestion directes est influencée par l'orientation vers des valeurs de préservation d'une manière directe et indirecte par la médiation de quelques items de motivations.

D'après les résultats obtenus dans le tableau 41, l'hypothèse H4b : valeurs d'usage (codée VDU)-> importance faible accordée au patrimoine culturel (codée PCF)-> actions de gestion indirectes (codée AGI), est partiellement acceptée. L'effet total de l'orientation vers des valeurs d'usage sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion indirectes est significatif (coefficient=.371, $p<.05$). Après l'intégration de la variable médiatrice « importance faible accordée au patrimoine culturel » dans les motivations des visiteurs mesuré en termes des variables de mesures (MOV1 à MOV7 et MOV17 à MOV19), l'effet direct de l'orientation vers des valeurs d'usage sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion indirectes est resté significatif (coefficient=.309, $p=.000$). L'effet indirect de l'orientation vers des valeurs d'usage sur l'importance élevée accordée aux actions de gestion indirectes médiatisé par « l'importance faible accordée au patrimoine culturel » dans les motivations des visiteurs est également significatif (coefficient=.062, $t=3.140$, $p=.002$).

Cela montre que la relation entre VDU et AGI est partiellement médiatisée par PCF, puisque l'impact direct et indirect du VDU sur AGI est significatif. Pour cela, nous avons accepté partiellement l'hypothèse H4b : l'importance accordée aux actions de gestion indirectes est influencée par l'orientation vers des valeurs d'usage d'une manière directe et indirecte par la médiation de quelques items de motivations.

Le modèle structurel proposé

Sur la base de notre analyse des résultats, nous terminons notre chapitre par la proposition d'un modèle structurel général de la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion (figure 30). Pour examiner la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion, il faut explorer et comprendre la relation entre celle-ci, l'orientation des valeurs et l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs. D'une part, les visiteurs qui ont une orientation vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations (qui peut être mesurer en termes de deux facteurs : caractéristiques du patrimoine culturel ; exploration et renforcement culturel) ce qui contribue à une préférence pour des actions de gestion directes. En plus l'orientation vers des valeurs de préservation a une influence positive directe et indirecte sur la préférence pour des actions de gestion directes par la médiation de l'importance élevée accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs (médiation partielle identifiée).

D'autre part, les visiteurs qui ont une orientation vers des valeurs d'usage accorderont une importance faible au patrimoine culturel dans leurs motivations (qui peut être mesurer en termes de deux facteurs : socialisation, connaissances et renouvellement ; estime de soi) ce qui contribue à une préférence pour des actions de gestion indirectes. En plus, l'orientation vers des valeurs d'usage a une influence positive directe et indirecte sur la préférence pour des actions de gestion indirectes par la médiation de la faible importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs (médiation partielle identifiée).

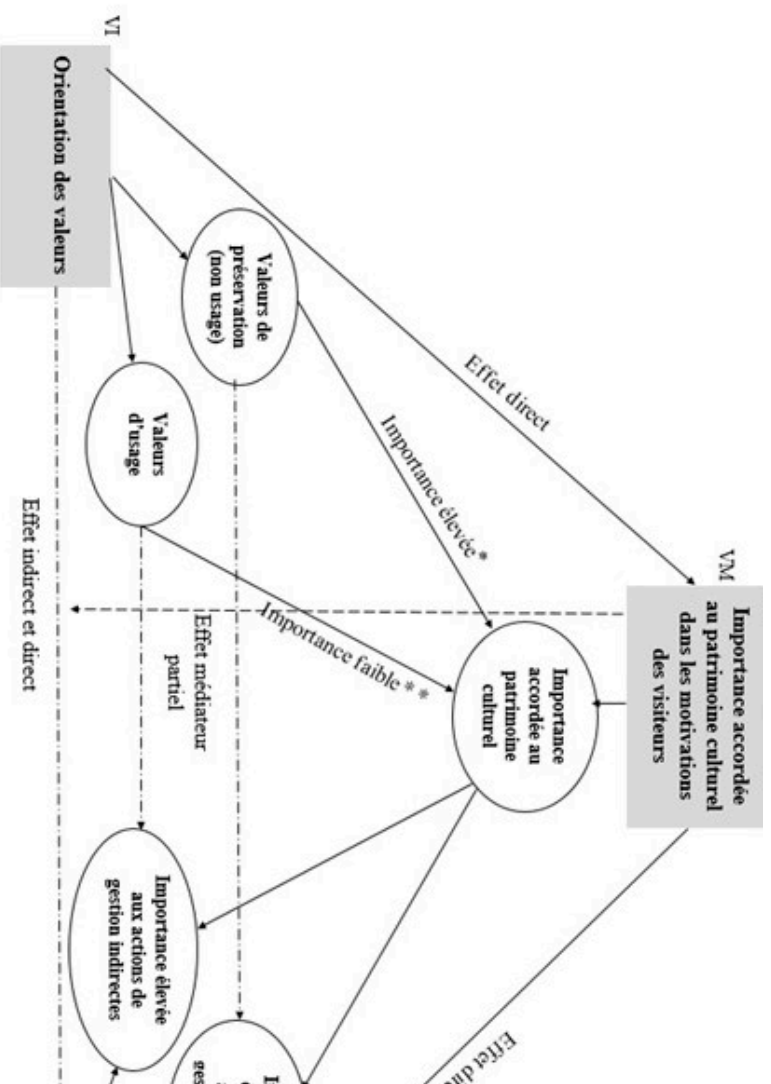


FIGURE 30 – Le modèle structurel de la perception des visiteurs envers l'importance des valeurs et l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs. VI : Valeur Indépendante, VM : Valeur Médiatrice, VD : Valeur Dépendante. * Mesure caractéristique du patrimoine culturel ; exploration et renforcement culturel ; ** Mesure de socialisation, connaissances et renouvellement ; estime de soi.

Tout au long de cette partie, nous avons bien pu répondre à nos questions de recherche. L'engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel est devenu claire. Les quatre cadres de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises ont bien montré les formes et les mécanismes sur lesquelles s'appuient les parties prenantes primaires concernées.

Les stratégies, les plans et les actions de gestion menées par les personnes interrogées dans les régions rurales libanaises sont considérés comme leurs accomplissements et contributions au management et à la gestion durable du tourisme culturel, bien que les échecs qui ont été relevés montrent que la gestion du tourisme culturel est loin d'être durable. Malgré les efforts déployés par les personnes interviewés, les défis directs et indirects identifiés créent toujours des obstacles affectant négativement les progrès accomplis dans ce domaine du tourisme durable.

L'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel examiné grâce à un échantillon de 500 visiteurs qui se sont rendus à Baskinta au cours des quatre dernières années, nous a permis de développer un nouveau modèle structurel. Ce dernier aide les chercheurs à étudier la perception des visiteurs envers l'importance des actions de gestion directes et indirectes menées pour gérer les comportements des visiteurs et les activités en lien avec le tourisme culturel. Nous procéderons dans la dernière section de cette thèse à la discussion des résultats obtenus.

Discussions et conclusions générales

Les résultats de cette thèse nous ont permis de rehausser notre compréhension du management et de la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales et d'explorer également de nouvelles relations et de nouveaux modèles. Nous apportons donc des contributions diverses à l'ensemble des connaissances qui en découlent. Dans cette dernière section de notre thèse, nous discutons les implications et les contributions de nos résultats non seulement pour le cas du Liban, mais également pour d'autres pays au niveau international.

Le modèle pratique du management et de la gestion durable du tourisme culturel

Dans la figure 31, nous montrons notre modèle pratique de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales, modèle qui a été développé sur la base des quatre cadres de management et de gestion durable (chapitre 1-partie 3). Les résultats des 25 entretiens réalisés ont contribué au développement de ce modèle. Nous avons abordé la plupart des thèmes et des aspects à ce sujet et nous en sommes venus à la conclusion que ce modèle général de management et de gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales peut être adopté par les chercheurs et les gestionnaires de ce type de tourisme.

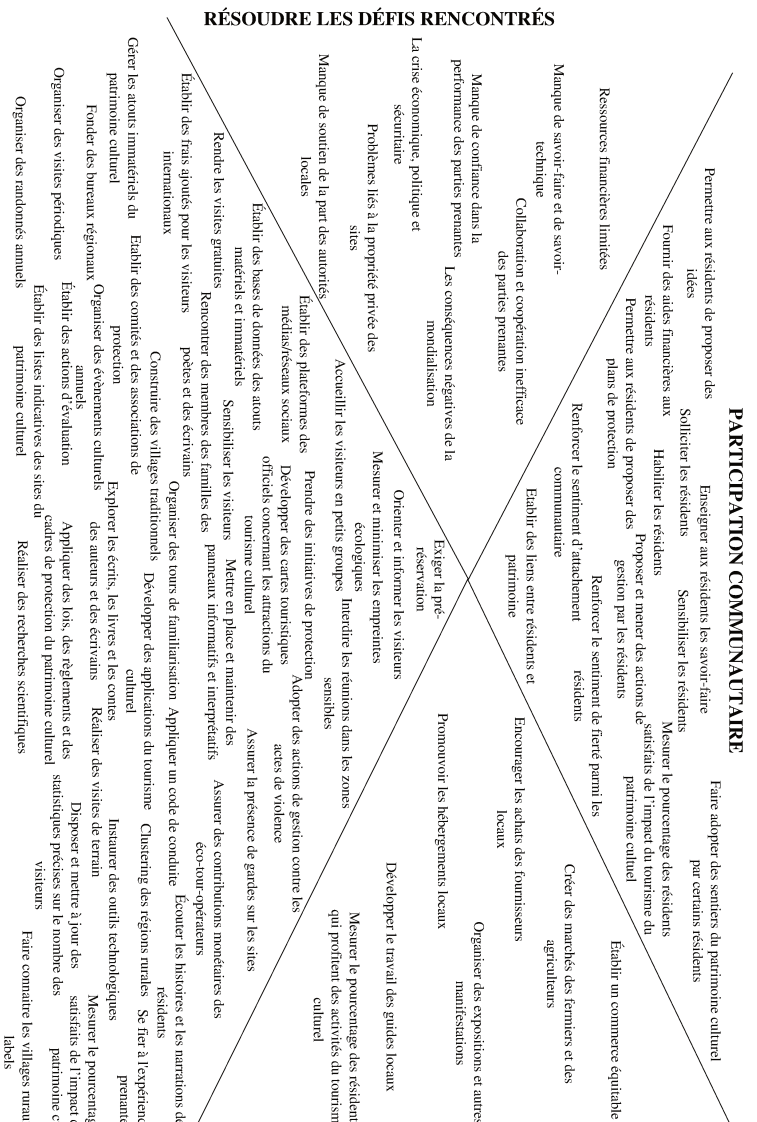


FIGURE 31 – Le modèle pratique de management et de gestion durable du tourisme cul

Pour le cas des régions rurales libanaises, comme nous l'avons montré, plusieurs actions et pratiques de management et de gestion durable ne sont pas intégrés dans les plans et les stratégies de gestion des personnes interrogées. Celles-ci incluent :

- Sous le thème des mécanismes de participation communautaire : proposer et mener des actions de gestion par les résidents ; mesurer le pourcentage des résidents satisfaits de l'impact du tourisme culturel ;
- Mesurer le pourcentage des résidents qui profitent des activités du tourisme culturel est considéré comme étant une forme d'amélioration de la qualité de vie économique des résidents ;
- Pour les actions de gestion durable : établir des bases de données des atouts matériels et des atouts immatériels, mesurer le pourcentage des visiteurs satisfaits de l'impact du tourisme culturel ; mesurer et minimiser les empreintes écologiques ; développer des cartes touristiques officiels concernant les attractions du tourisme culturel, gérer les atouts immatériels du patrimoine culturel, appliquer des lois, des règlements et des cadres de protection du patrimoine culturel, disposer et mettre à jour des statistiques précises sur le nombre de visiteurs.

Cependant, au regard des indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel (Abou Arrage et al., 2015 ; Commission Européenne (CE), 2016 ; Global Sustainable Tourism Council (GSTC), 2013 ; Landorf, 2009 ; Ngamsomsuke, 2011) ces actions et pratiques doivent être considérées et adoptées par les chercheurs, les décideurs et les professionnels pour améliorer ou maintenir le management et la gestion durable du tourisme culturel dans régions rurales, c'est ce qui nous a poussés à les ajouter à ce modèle.

Bien sûr, l'application de ce modèle dans d'autres pays et par d'autres chercheurs dépend de plusieurs facteurs et de conditions et situations diverses. Comme par exemple, le niveau de développement du tourisme en général et du tourisme culturel en particulier, le degré d'engagement et la performance des parties prenantes dans ce domaine, le niveau de soutien des autorités locales, les défis rencontrés, les orientations et les désirs des parties prenantes concernées etc. Il pourrait ainsi être modifié pour répondre à ces conditions et variables.

En appliquant ce modèle, nous nous orientons vers un management et une gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales. Pour atteindre une telle gestion et maintenir le tourisme culturel au Liban à long terme, les personnes et les organismes concernés doivent suivre des procédures, des mesures et des stratégies claires et responsables. Il est indispensable d'intégrer les indicateurs de management et de gestion durable dans les interventions (projets, plans, initiatives, activités) des parties prenantes mais le plus important concerne ces acteurs qui devraient faire des efforts et poursuivre leur travail pour assurer une bonne mise en place et un suivi convenable à leurs interventions. Les parties prenantes doivent donc préserver leurs performances louables dans certains domaines de management et de gestion durable comme la gestion socio-économique durable et le développement et la planification durable. Elles doivent par contre améliorer ou même adopter de nouvelles mesures pour garantir une performance intéressante dans les autres domaines.

Les atouts immatériels du patrimoine culturel des régions rurales libanaises ne sont ni bien gérés ni bien protégés. Nous recommandons le développement des produits touristiques durables et des offres écologiques sous forme des chaînes culturelles (Qi et al., 2013). Pour les atouts immatériels de Baskinta par exemple, nous rappelons d'abord que cette région est connue pour son patrimoine culturel immatériel, la chaîne culturelle étant une des meilleures formes de développement du tourisme culturel. Elle peut inclure la diversité patrimoniale de Baskinta tout en connectant les inscriptions romaines, les livres et les écrits des auteurs, des poètes et des philosophes, le site de l'embuscade du patriarche, la vallée des crânes, les pratiques du commerce équitable, etc. Sur ce point, les développeurs peuvent notamment créer un forfait touristique qui attirerait les visiteurs et les motiverait à venir découvrir Baskinta. Le développement et la promotion des atouts immatériels des régions rurales libanaises peuvent aussi prendre d'autres formes et comprennent l'organisation des événements culturels traditionnels pour célébrer les traditions et les pratiques culturelles.

En outre, la perception des acteurs, visiteurs et résidents, peut être utilisée pour

développer des produits touristiques diversifiés et en même temps, satisfaire les désirs des parties prenantes et protéger les valeurs des atouts immatériels (Depke et al., 2016 ; Shames & Ghadban, 2018). Toutefois, créer des labels/ étiquettes pour les villages sur la base de leurs atouts immatériels serait également un bon moyen de renforcement du tourisme. Il serait aussi intéressant de se focaliser sur les différents auteurs et artistes des régions rurales libanaises, leur notoriété et les symboles qu'ils représentent et d'établir des liens entre eux et les culturelles internationales. Pour les mécanismes de protection des atouts immatériels, nous suggérons l'établissement et la mise à jour des bases de données de ces atouts, le développement et la mise en place des cadres de protection en coopération avec les autorités locales et les communautés locales, etc. De cette façon, nous accroissons la compétitivité du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises tout en offrant une expérience authentique et une image touristique écologique (Iazzi et al., 2015), nous sensibilisons les résidents et les visiteurs à la protection du patrimoine culturel et de ses atouts immatériels et diversifions aussi bien le marché que les produits touristiques.

Les défis rencontrés par les parties prenantes présentent toujours des obstacles qui entravent leurs progrès et leurs efforts à maintenir et à protéger le patrimoine culturel des régions rurales libanaises à long terme. Toutefois, les problèmes liés directement au management et à la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises nécessitent des solutions et des stratégies sur le terrain de la part des personnes concernées. Nous citons plusieurs solutions possibles :

- Attirer des investisseurs, de la diaspora libanaise⁴² par exemple, pour de nouveaux projets. Hatipoglu et al. (2022) ont souligné l'importance de cette idée en examinant les impacts des projets de tourisme de petite et moyenne envergure sur le développement durable des régions rurales. Ils ont en plus renforcé l'idée que la durabilité de ces projets et la maximisation des avantages et des profits nécessitent la mise en place de plusieurs actions et activités : identifier les ressources disponibles, déterminer les objectifs et

42. La diaspora libanaise est considérée comme une des plus grandes diaspora du monde entier relative à la population du pays d'origine. Le nombre des membres de la diaspora libanaise constitue aujourd'hui environ 15,000,000.

l'engagement des communautés locales sur le plan social, etc.

- Constituer des réseaux d'affaires des entrepreneurs et des intervenants locaux et régionaux. Le but est de créer des projets de développement durable du tourisme culturel et d'assurer un suivi continu de ces projets et de leurs impacts économiques, socio-culturels et environnementaux. L'entrepreneuriat étant un facteur de développement durable, dans les régions rurales les projets d'entrepreneuriat peuvent diversifier les produits touristiques et développer le tourisme durable (MaiaLordkipanidze et al., 2005).
- Travailler à régler les problèmes liés à la propriété privée des sites du patrimoine culturel comme par exemple pour le cas de Baskinta, où tous les sites ne sont pas inscrits sur la liste du patrimoine national mais possèdent des valeurs historiques, architecturales, authentiques et immatérielles. Tout d'abord, les gestionnaires des sites doivent être conscients de ces valeurs et de l'importance de leurs sites au niveau national et doivent aussi être convaincus que le ministère de la culture et les autres organismes concernés peuvent véritablement protéger leurs sites.
- Pousser à l'adoption de lois et de règlements visant à protéger le patrimoine culturel des régions rurales libanaises ou même provoquer le gouvernement libanais pour initier une nouvelle loi ou des nouveaux cadres de protection. Cette démarche relève particulièrement du rôle des ONGs, des associations de développement et de protection et des activistes aux niveaux local et national.

Mettant en œuvre ces solutions, les parties prenantes peuvent renforcer la confiance des communautés locales et des visiteurs dans leur performance, générer des revenus supplémentaires, renforcer les savoir-faire et les savoir-techniques, etc. Néanmoins, si ces défis peuvent être relevés et surmontés par les parties prenantes, d'autres restent toujours beaucoup plus difficiles à résoudre.

Management et gestion durable du tourisme culturel et management des crises économiques, sanitaires et politiques

Depuis l'an 2018, il est évident que le Liban affronte des crises économique, sanitaire et politiques sévères. Nous ne voulons pas entrer dans des discussions portant sur les responsables de cette situation qui sévit au Liban, car ce qui est le plus important à notre avis, c'est de trouver des solutions efficaces et pratiques pour éviter et minimiser les effets négatifs de ces crises sur le secteur du tourisme culturel. La crise économique a en effet la plus grande influence et les impacts négatifs les plus persistants sur la situation au Liban. Elle est classée parmi le top 10 des crises dans le monde et remporte probablement la 3ème place : une des crises financières et économiques les plus graves dans le monde depuis le milieu du XIX^e siècle (World Bank In Lebanon, 2021). Selon la Banque Mondiale, le PIB réel a baissé de 10.5% en 2021 (The World Bank, 2022) et le secteur du tourisme au Liban ne fait pas exception. Il est à noter que l'économie du Liban repose principalement sur le secteur du tourisme (19.1% du PIB en 2018, contribution directe et indirecte) (IDAL, 2019), ce secteur accusant un grave déclin depuis l'année 2019. Selon un article paru dans « L'Orient Today », le Liban a du mal à attirer des visiteurs internationaux en raison de la crise économique (Taleb, 2021).

La crise politique au Liban est un autre défi auquel les parties prenantes font face. En fait, la crise économique est due en grande partie à l'absence d'une politique économique rationnelle. Elle est enracinée dans les problèmes structurels, la corruption, l'absence de bonnes pratiques de gouvernance et des stratégies politiques efficaces, etc. (El Charif, 2021). Ces problèmes politiques ont mené à l'instauration d'un manque de confiance dans les institutions gouvernementales libanaises de la part des résidents, des visiteurs, des organisations internationales, de la société civile, etc. (Ghosn & Parkinson, 2019). Cela est clairement sorti au grand jour avec la révolution et les manifestations publiques qui ont commencé le 17 Octobre 2019 au Liban (Ghosn & Parkinson, 2019).

Le coronavirus ou la pandémie de la COVID-19 qui est apparue vers la fin de l'année 2019 est l'une des plus graves crises sanitaires (UCI Health, 2020). Elle a

eu des impacts négatifs énormes sur tous les aspects et les secteurs dans les pays du monde entier. La pandémie du coronavirus n'a pas seulement affecté la santé et le bien-être des personnes, mais aussi leur situation économique et socioculturelle, ainsi que leur mode de vie (Organisation Mondiale de la Santé (OMS), 2022). Même le développement durable, les progrès et les contributions des pays par rapport aux 17 objectifs de développement durable des NU ont été négativement influencés (NU, 2021).

De ce fait, les secteurs du tourisme ont subi une série de répercussions importantes. Par rapport aux résultats des chercheurs dans ce domaine, les impacts de la pandémie sur les secteurs du tourisme vont des pertes économiques et du déclin du nombre de touristes aux changements dans la demande touristique, les préférences de voyage et les motivations des visiteurs (Abbas et al., 2021 ; Foo et al., 2021 ; Jaipuria et al., 2021). Les activités touristiques dans les régions rurales ont aussi été limitées ou même interdites à cause du confinement imposé par les gouvernements (Joshi & Gupta, 2021 ; Vaishar & Štastná, 2022).

Le Liban, déjà confronté à des problèmes et des crises diverses, a ainsi connu des régressions remarquées dans pratiquement tous ses secteurs (Wehbi, 2020). Les impacts de la pandémie sur le tourisme domestique au Liban sont un peu satisfaisants avec un renforcement des voyages intérieurs en comparaison au tourisme émetteur. Des changements ont également été remarqués dans le processus de prise de décision, puisque les visiteurs ont évité les zones et régions dans lesquelles le nombre des cas de COVID-19 augmentait ou était le plus élevé (Abou Arrage & Ghadban, 2020).

Pour diminuer les impacts négatifs des crises susmentionnées sur le secteur de tourisme culturel dans les régions rurales libanaises, plusieurs actions et stratégies de développement, de management et de gestion durable doivent être exécutées avec rigueur. Parmi ces solutions nous recommandons :

- Renforcer le commerce équitable. Nous rappelons que le commerce équitable est « une façon de commercer qui assure une juste rémunération aux

producteurs issus de pays pauvres pour leur permettre de développer leur activité à long terme ainsi que leur niveau de vie, tout en pratiquant si possible des modes de production respectueux de l'environnement »⁴³. Il s'agit donc d'une stratégie de management et de gestion durable du tourisme culturel vu la détérioration de la situation économique.

- Avec l'effondrement de la valeur de la monnaie libanaise, visiter le Liban pour des raisons touristiques est devenue abordable à l'échelle du pays. Les parties prenantes doivent saisir cette occasion pour attirer des touristes venus du monde entier, en misant surtout sur les membres de la diaspora libanaise, motivés à revenir sur leur lieu de naissance. Appliquer cette stratégie renforce le tourisme culturel et protège ces atouts. L'étude de Salem & Merhi (2019) souligne l'importance du tourisme de la diaspora pendant la crise économique et politique au Liban.
- Renforcer le travail et le pouvoir des ONGs, des entrepreneurs locaux et des associations des sociétés civiles pour investir dans le secteur du tourisme culturel. En général, en ce qui concerne le tourisme durable, les communautés locales font plus confiance au travail des ONGs et des organisations civiles qu'au travail des agences gouvernementales (Nunkoo & Ramkissoon, 2011 ; Stronza & Gordillo, 2008 ; Zuo et al., 2017).
- Développer et mettre en œuvre des pratiques politiques qui servent à invoquer des financements extérieurs et des investisseurs étrangers.
- Concernant la crise sanitaire, les chercheurs ont récemment publié plusieurs études sur les impacts que cette crise a sur le tourisme culturel ou le tourisme culturel et les stratégies de prévention, atténuation et d'intervention. Naramski et al. (2022) ont évalué les impacts de la COVID-19 sur les activités dans les sites du tourisme culturel européens. Des restrictions à l'accès aux sites, une baisse du nombre de touristes et une diminution des revenus ont toutes été déclarées. Les auteurs ont bien recommandé de limiter la concurrence et favoriser un environnement de collaboration entre les parties prenantes et la mise en œuvre des actions critiques. D'autres stratégies de prévention sont aussi avancées, elles comprennent : la mesure et le respect

43. <https://youmatter.world/fr/definition/commerce-equitable-definition-avantages-exemples/>.

de la capacité d'accueil et l'accès aux attractions culturelles, l'intégration des mesures de sécurité et d'hygiène professionnelles dans la gestion des attractions culturelles, la promotion du tourisme culturel au niveau national, etc. (Elgammal & Refaat, 2021 ; Flew & Kirkwood, 2021). Les recherches menées sur le tourisme au Liban (i.e. Kataya, 2021 ; Yacoub & ElHajjar, 2021) ont examiné ce secteur de manière générale et ont certes permis de mieux lutter contre la crise sanitaire. En définitive, pour faire face à ce type de crise, les parties prenantes du secteur du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises doivent élaborer et mettre en œuvre des stratégies et des actions pro-actives et innovantes, appliquer des mesures de gestion de la crise et utiliser des outils technologiques.

Management et gestion durable du tourisme culturel et tourisme intelligent

À l'ère de l'Internet et de la révolution technologique, l'intégration des nouvelles technologies et des médias sociaux dans la gestion du tourisme culturel est devenue primordiale (Gvaramadze, 2022 ; Nadda et al., 2015). Selon Kontogianni et al. (2020), « associées à la technologie, les attractions du patrimoine culturel peuvent être proposées aux touristes différemment, d'une manière plus attrayante, plus active et plus excitante ». L'application de la technologie avancée dans un contexte de développement durable peut être réalisée par l'adoption du concept du tourisme intelligent (smart tourism en anglais). Nous discutons donc ce concept compte tenu de ses importantes implications pour le développement, le management et la gestion durable du tourisme culturel. Le tourisme intelligent a été officiellement introduit au domaine académique par Buhalis et Amaranggana en 2014, 2015. Il a un large sens et peut ainsi avoir plusieurs définitions. En général, il est caractérisé par deux aspects principaux (Mehraliyev et al., 2019) :

1. Le développement et l'utilisation des TIC, des technologies avancées, des dispositifs numériques inter-connectés et des outils d'intelligence artificielle.
2. L'application du concept de développement durable pour atteindre un management et une gestion durable des ressources environnementales et hu-

maines et un comportement responsable des parties prenantes.

L'étude de Kontogianni et al. (2020) sur l'évolution de ce concept d'une perspective de recherche a montré que les recherches sur le tourisme intelligent ont augmenté de façon remarquable au cours des six dernières années. Le concept des destinations touristiques intelligentes est largement examiné par les chercheurs dans le domaine du tourisme intelligent. Les destinations touristiques intelligentes sont définies comme étant des destinations touristiques adoptant des plateformes technologiques dans le but d'échanger des informations liées aux activités du tourisme. Les destinations touristiques intelligentes sont caractérisées par des environnements embarqués, des processus innovateurs, des dispositifs d'utilisateur final aux trois niveaux : micro, mezzo et macro, et des collaborations étroites entre les parties prenantes (Baggio et al., 2020).

Les destinations touristiques intelligentes ont pour but d'une part, d'améliorer et de personnaliser l'expérience touristique ainsi que de renforcer la compétitivité et l'innovation des destinations touristiques et d'autre part, de gérer et de protéger les ressources dans un cadre de développement durable. En plus, elles s'appuient sur divers outils des TIC, comme par exemple, des applications internet pour les objets (des applications qui relient les objets intelligents gérés et surveillés indépendamment du temps et du lieu), des services de communications mobiles, des services informatiques hébergés, des outils d'intelligence artificielle (Del Chiappa & Baggio, 2015; Muthuraman & Al Hazi, 2019). Pour que les destinations touristiques intelligentes réussissent, plusieurs facteurs doivent être pris en considération : les interactions entre les différentes catégories de parties prenantes ; le comportement responsable sur différents plans : environnemental, social et économique ; l'expérience et la satisfaction maximisées ; la mise en œuvre des actions de management et de gestion durable, etc. (Foronda-Robles et al., 2020 ; Shafiee et al., 2019).

Par conséquent, pour le développement des destinations touristiques intelligentes du patrimoine culturel au Liban ainsi que dans d'autres régions du monde, plusieurs stratégies doivent être développées et appliquées. Nous recommandons

certaines de celles-ci :

- Intégrer et utiliser des outils technologiques comme les applications de la réalité virtuelle/la réalité augmentée (expression qui désigne les dispositifs permettant de simuler numériquement un environnement par la machine-ordinateur)⁴⁴. Cela peut garantir non seulement une protection efficace des atouts du patrimoine culturel et une expérience innovante des visiteurs, mais aussi une promotion des attractions du patrimoine culturel à l'échelon international (Idris et al., 2021).
- Organiser des visites audio-guidées dans les attractions variées du patrimoine culturel. Le but est de sensibiliser les visiteurs afin qu'ils apprécient et protègent le patrimoine culturel, améliorer l'expérience touristique et offrir des services personnalisés (Lee, 2017).
- Mettre en œuvre des processus de gouvernance et des activités de suivi et d'évaluation.
- Renforcer l'utilisation des médias sociaux pour le transfert rapide et uniforme des connaissances entre ceux qui constituent le système d'innovation dans les destinations touristiques intelligentes du patrimoine culturel.

Implications du modèle structurel de la perception des visiteurs

Les résultats obtenus à partir des 500 questionnaires, nous ont permis de développer un nouveau modèle structurel (voir figure 30) tout en validant les relations entre l'orientation des valeurs, les motivations des visiteurs et leur perception envers l'importance des actions de gestion du tourisme culturel. En analysant ces relations, nous sommes en droit de répondre à notre deuxième question de recherche et d'affirmer que les visiteurs peuvent être engagés dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales en explorant et inspectant leur perception envers des actions de gestion directes et des actions de gestion indirectes. Ce modèle a plusieurs implications pour les chercheurs et les

44. <https://www.artefacto-ar.com/realite-virtuelle/>.

gestionnaires des attractions du patrimoine culturel au niveau mondial et pour le Liban en particulier.

En ce qui concerne l'orientation des valeurs, comme les résultats l'ont montré, la majorité des visiteurs sont orientés vers des valeurs de préservation et vers des valeurs d'usage. Pour eux, les attractions du patrimoine culturel doivent être non seulement protégées pour les générations futures tout en stabilisant voire même améliorant le niveau de vie des communautés locales, mais elles doivent aussi être utilisées dans le but de satisfaire leurs loisirs. Plusieurs variables peuvent influencer l'orientation des valeurs vers des valeurs de préservation ou des valeurs d'usage, comme par exemple le niveau d'éducation des visiteurs et leur antécédents ethniques et culturels, leur niveau de conscience vers l'importance de protéger le patrimoine culturel, leurs attitudes et comportements, les conditions de développement et de gestion de l'attraction culturelle visitée, etc (Hedlund et al., 2012; Watkins & Gnoth, 2011). Les chercheurs ont donc besoin de mieux étudier les valeurs que les visiteurs attribuent aux ressources et aux atouts du patrimoine culturel, étant donné que très peu d'études les ont examinées.

En outre, les motivations des visiteurs identifiées d'après les résultats des questionnaires sont assez variées et différentes. Nous avons pu explorer quatre facteurs principaux : « socialisation, connaissances et renouvellement », « estime de soi », « caractéristiques du patrimoine culturel » et « exploration et renforcement culturel ». Ces facteurs vont de pair avec ceux identifiés grâce à la revue de la littérature de notre thèse. Les deux premiers facteurs aident les chercheurs à examiner la faible importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs alors que les deux derniers aident les chercheurs à examiner l'importance élevée accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs puisqu'ils reflètent des motivations qui tendent vers des aspects en lien direct avec le patrimoine culturel.

La revue de littérature nous a permis d'identifier plusieurs actions de gestion directes et actions de gestion indirectes ; la plupart des actions de gestion intégrées dans notre enquête par questionnaire s'accordent avec celles apparues dans la littérature, sauf pour deux qui sont uniques pour Baskinta. Nous apportons donc deux

nouvelles actions de gestion qui traitent de manière indirecte les comportements des visiteurs : permettre aux visiteurs de participer à l'activité de cueillette des pommes (festival des pommes) ; offrir aux visiteurs la possibilité de rencontrer des membres des familles des écrivains et des poètes. Il est très utile que les chercheurs identifient de nouvelles actions de gestion pouvant être appliquées de la même façon dans d'autres contextes de recherche.

Les résultats de nos questionnaires concernant la perception envers l'importance des actions de gestions directes et indirectes, ne sont pas compatibles avec ceux d'Alazaizh et al. (2016). La majorité des visiteurs impliqués par le tourisme culturel à Baskinta ont accordé une importance élevée aux actions de gestion indirectes. Ce résultat correspond à l'étude présentée par Borrie et al. (2001) qui ont trouvé que les visiteurs du parc national de Yellowstone ne soutiennent pas les mesures restrictives de gestion quand cela réduit la qualité de leur expérience. En général, une approche qui combine entre des actions de gestion directes et indirectes s'est avérée utile pour gérer les attractions du patrimoine culturel en appliquant des régulations strictes et directes afin de minimiser les impacts négatifs tout en augmentant la conscience des visiteurs vers les impacts potentiels (Pedersen, 2002).

Nous arrivons à notre nouveau modèle structurel proposé. Il est considéré comme étant une nouvelle connaissance puisque des modèles similaires n'ont pas été développés. Néanmoins, Alazaizh et al. (2016) ont testé les relations entre les trois variables séparément et ont trouvé qu'elles sont liées entre elles par une relation significative, positive et directe. En effet, lorsque le niveau d'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs augmente, les visiteurs tendent à avoir une orientation vers des valeurs de préservation et à soutenir des actions de gestion directes. Toutefois, nous relevons quelques différences entre les relations testées et validées d'après les résultats obtenus suite à l'analyse. L'orientation des valeurs a une influence positive et directe sur l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs, ces dernières influençant directement la perception des visiteurs vers l'importance des actions de gestion. Ceci signifie que les visiteurs ayant une orientation vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs

motivations, ce qui contribue à une préférence pour des actions de gestion directes et vice versa. Ce soutien aux actions de gestion directes par les visiteurs qui vont plutôt vers des valeurs de préservation montre que les visiteurs reconnaissent l'importance et l'unicité du patrimoine culturel de Baskinta, alors que la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion est partiellement médiatisée par l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs.

Ainsi, notre nouvelle hypothèse formulée et validée implique une médiation partielle entre ces deux variables. Les visiteurs peuvent accorder une importance élevée aux actions de gestion directes puisqu'ils ont une orientation vers des valeurs de préservation. En même temps, les visiteurs orientés vers des valeurs de préservation accorderont une importance élevée aux actions de gestion directes étant donné qu'ils ont accordé une importance élevée au patrimoine culturel dans leurs motivations. Il en va de même pour la relation entre l'orientation vers des valeurs d'usage et les actions de gestion indirectes.

Ce nouveau modèle structurel proposé constitue un cadre théorique naissant, sur lequel les chercheurs peuvent s'appuyer pour examiner l'engagement des visiteurs dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales. Les gestionnaires des attractions touristiques culturelles et les développeurs des offres touristiques dans les régions rurales libanaises et dans des pays présentant des conditions semblables peuvent bénéficier directement de ce modèle pour renforcer, modifier ou même développer et mener des actions de gestion modernes.

En plus, dans le but d'éviter d'éventuels conflits d'intérêt entre les gestionnaires et les visiteurs et afin de garantir le respect des actions de gestions de la part des visiteurs, les gestionnaires doivent prendre en considération les préférences de ces derniers. Nos résultats montrent effectivement que les visiteurs comprennent et apprécient l'importance du patrimoine culturel, leurs opinions doivent donc informer la prise de décision et le développement des stratégies et des actions de management et de gestion durable. En outre, les visiteurs peuvent être divisés en

segments selon leurs orientations, motivations et leur perception vers l'importance des actions de gestion. Nous insistons donc sur l'importance de la collaboration entre les parties prenantes dans les régions rurales libanaises et soulignons la nécessité de la préserver, voire la développer. Les conflits d'intérêt entre les personnes concernées doivent être résolus et des mécanismes de coopération efficaces sont obligatoires pour gérer les attractions touristiques culturelles de manière durable. Une compréhension et analyse des désirs, intérêts et objectifs des parties prenantes peuvent renforcer la collaboration entre eux (Ferretti, 2016).

Conclusions générales

Le tourisme durable est un concept clé, toujours en tendance dans l'industrie du tourisme. Il ne fait aucun doute que ce concept est l'alternative du tourisme de masse et que ses principaux objectifs consistent à protéger les ressources culturelles et naturelles et à maintenir une balance entre les besoins des générations présentes et futures. L'application de ce concept aux différentes formes de tourisme est toutefois mise en question. Pour le cas du tourisme culturel, l'intégration du tourisme durable présente dans certains cas des réussites mais aussi des échecs dans d'autres cas.

Les recherches secondaires et primaires que nous avons réalisées ont bien mis en avant le sujet du management et de la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales, un des concepts les plus importants mais les moins étudiés. Notre revue de la littérature, notre expérience et nos visites de terrain de recherche au Liban nous ont permis de constituer une compréhension théorique et pratique de ce concept et de ses notions. Nous avons alors étudié l'engagement des parties prenantes primaires par la sélection et la construction d'indicateurs en lien direct et indirect avec le management et la gestion durable du tourisme culturel dans le but d'explorer et d'évaluer les formes et les mécanismes développés et mis en place par les parties prenantes. Comme les visiteurs sont négligés par les chercheurs et aussi par les gestionnaires des attractions culturelles, nous avons décidé d'étudier leur perception envers des actions de gestion directes et des actions de

gestion indirectes afin d'aborder leur engagement. Nous avons également examiné la relation entre ces actions et l'orientation des visiteurs vers des valeurs de préservation ou d'usage ainsi que leurs motivations de voyage.

Les parties prenantes primaires avec lesquelles nous nous sommes entretenus ont une bonne compréhension du concept du tourisme durable et de ses implications sur le développement et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises. Par contre, les efforts qu'elles poursuivent pour mettre cela en action sont insuffisants et parfois inefficaces. Nous avons noté qu'un bon nombre d'activités et d'actions de gestion sont développées mais ne sont pas mises en œuvre par la plupart des parties prenantes, ajoutons à cela les problèmes d'organisation et de collaboration qui affectent négativement le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises. Plusieurs actions et initiatives de développement du tourisme culturel ont alors été élaborées mais la protection de ce dernier est encore inappropriée, parce que la gestion ne répond pas totalement ni aux objectifs ni aux indicateurs de management et de gestion durable. Une protection efficace du patrimoine culturel des régions rurales libanaises nécessite des politiques, des stratégies, des initiatives et des approches complètes et réfléchies.

Par ailleurs, nous avons constaté que la plupart des enquêtés sont en même temps orientés vers des valeurs de préservation aussi bien que vers des valeurs d'usage ; la visite de Baskinta a été pour eux une occasion de profiter des loisirs proposés tout en explorant la culture de la région. La majorité des visiteurs ont accordé une importance élevée pour les actions de gestion indirectes. Une relation à effet direct et indirect a été identifiée entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion médiatisée par l'importance accordée au patrimoine culturel dans les motivations des visiteurs.

Les résultats obtenus suite aux entretiens et questionnaires passés nous ont clairement informés sur les domaines de bonne et excellente performance des parties prenantes interrogées, leurs échecs ainsi que sur les opinions des enquêtés. C'est donc notre point de départ pour un management et une gestion durable du

tourisme culturel dans les régions rurales libanaises. L'originalité de cette thèse repose sur le développement et la proposition de deux nouveaux modèles. Ces modèles aident les chercheurs à adresser l'engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales et guident les décideurs et les gestionnaires pour qu'ils puissent améliorer leur gestion dans ce domaine et mieux protéger le patrimoine culturel et ses atouts matériels et immatériels.

Les limitations de notre recherche et les futures études

Les limitations de notre recherche sont d'ordre pratique (rencontrés sur le terrain de recherche). La crise sanitaire- la pandémie de la COVID-19, l'explosion du port de Beyrouth au Liban (j'étais à Beyrouth quand l'explosion a eu lieu, il m'a fallu pas mal de temps pour me remettre du choc), la situation économique (la crise de la monnaie et sa dévaluation par rapport au dollar américain), la politique et les problèmes de sécurité au Liban, les problèmes de l'électricité, etc. ont eu des conséquences négatives sur le bon déroulement de ma thèse, sur la période de collecte des données, ainsi que sur mes engagements personnels et professionnels. La crise sanitaire a créé des problèmes et des obstacles quant à l'accès au terrain de la recherche et la collecte de données. Je n'ai même pas pu me déplacer pour récupérer les questionnaires remplis par la guide locale qu'avant Juin 2020, ce n'est qu'en Juin 2020 que j'ai eu retour de la part des universités contactées pour mener les questionnaires auprès de leurs étudiants.

Notre thèse a soulevé de nombreux résultats intéressants et proposé de nouvelles connaissances, mais ces contributions présentent néanmoins certaines limites qui peuvent être examinées dans des recherches futures. Étudier l'engagement des résidents dans le management et la gestion durable du tourisme culturel et leur perception envers les valeurs des atouts et des ressources du patrimoine culturel peut apporter des valeurs ajoutées aux résultats et améliorer le modèle pratique du management et de la gestion durable. De nouvelles études peuvent intégrer des ob-

servations sur le terrain pour s'assurer que les actions, les projets et les initiatives identifiés sont vraiment appliqués par les parties prenantes. Il semble également utile d'aborder notre sujet dans le contexte des régions urbaines.

En outre, le modèle structurel de la perception des visiteurs a besoin d'exploration et de validation dans d'autres contextes de recherche. Ajoutons également que d'autres variables peuvent être intégrées dans le modèle structurel comme ayant un effet potentiel sur la relation entre l'orientation des valeurs et l'importance accordée aux actions de gestion. Nous mentionnons par exemple l'orientation personnelle vers des valeurs culturelles (Cardona et al., 2017; Watkins & Gnoth, 2011; Woosnam et al., 2009), l'attachement au lieu, la satisfaction des visiteurs, la qualité de leur expérience touristique (Borrie et al., 2002), etc. Les chercheurs peuvent de même étudier l'engagement des visiteurs en appliquant d'autres méthodologies, comme par exemple des discussions en ligne avec un échantillon des visiteurs actifs sur les plateformes de médias sociaux pour connaître, analyser et développer leurs opinions et leurs idées.

Bibliographie

Avertissement : Les références des sites internet cités de façon indirecte ne sont pas mentionnées que dans les notes de bas de page. La construction de la bibliographie s'est faite selon le modèle de l'American Psychological Association 7th Edition.

Aas, C., Ladkin, C., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48. 10.1016/j.annals.2004.04.005.

Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism : Transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033>.

Abdul Halim, S., & Azizah Ishak, N. (2017). Examining Community Engagement in Heritage Conservation Through Geopark Experiences from The Asia Pacific Region. *Kajian Malaysia*, 35(1), 11-38. 10.21315/km2017.35.Supp.1.2.

Abou Arrage, J. (2015). *Rural tourism strategy and action plan* (rapport non publié). Liban.

Abou Arrage, J., & Ghadban, S. (2020). Lebanon's Economic Crisis and Covid-19 Impact on Domestic Tourism Market. Extrait de <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15738.93127>.

Abou Arrage, J., Khreis, A., El-Kurdi, A., Mikhael, M., & Nasr, F. (2015). Sustainable Tourism Management-A Collection of Studies from Malta, Lebanon and Jordan. Malte : HELAND.

Achim, A. (2020). Esprit et enjeux de l'analyse factorielle exploratoire. *The Quantitative Methods for Psychology*, 16(4), 213-247. 10.20982/tqmp.16.4.p213.

Administration centrale des statistiques (2014). Population libanaise, le profile du governorat de Beyrouth et de Mont Liban. Extrait de <http://www.cas.gov.lb/>.

Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event : The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism management*, 52, 468-477. 10.1016/j.tourman.2015.06.027.

Alazaizeh, M. M., Hallo, J. C., Backman, S. J., Norman, W. C., & Vogel, M. A. (2018, Février-Mars). Giving voice to heritage tourists : indicators of quality for a sustainable heritage experience at Petra, Jordan. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 01-16.

Alazaizeh, M. M., Hallo, J. C., Backman, S. J., Norman, W. C., & Vogel, M. A. (2016). Value orientations and heritage tourism management at Petra Archaeological Park, Jordan. *Tourism Management*, 57, 149-158. 10.1016/j.tourman.2016.05.008.

Alberts, H. C., & Hazen, H. D. (2010). Maintaining authenticity and integrity at cultural world heritage sites. *The Geographical Review*, 100(1), 56-73. 10.1111/j.1931-0846.2010.00006.x.

Al-hagla, K. S. (2010). Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach : A case study of the Cultural Heritage and Urban Development [CHUD] project in Saida, Lebanon. *Cities*, 27, 234-248.

Almeida, A., & Machado, L. P. (2021). Rural Development and Rural Tourism : The Impact of Infrastructure Investments. 10.5772/intechopen.95610.

Anadón, M. (2019). Les méthodes mixtes : implications pour la recherche « dite » qualitative. *Recherches qualitatives*, 38(1), 105-123. 10.7202/1059650ar.

Andrea, V., Tampakis, S., Tsantopoulos, G., & Skanavis, C. (2013). « Local peoples » and « visitors » views on infrastructure and services in protected areas : a case study from Evros, Greece. *Int. J. Green Economic*, 7(4), 358-373. 10.1504/I-JGE.2013.058558.

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism research*, 19, 665-690.

Arcand, P. (2008). La conservation du patrimoine des sociétés touarègues du Sahara algérien et le tourisme écoculturel : critique des politiques culturelles de l'UNESCO [Mémoire de thèse non publiée]. Université de Québec : Montréal.

Arzeni, S. (2009). The impact of culture on tourism. Paris : Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

Asharq Al-Awsat (2017). Lebanon Launches Religious Cultural Tourism Project - ASHARQ AL-AWSAT English. Extrait de <https://english.aawsat.com/theaawsat/lifestyle-culture/lebanon-launchesreligious-cultural-tourism-project>.

Badré, M., & Barthod, C. (2012). Indicateurs de gestion durable : principes et précautions. *Revue Forestière Française*, 5, 657-663.

Baggio, R., Micera, R., & Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations : a critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407-423. 10.1108/JHTT-01-2019-0011.

Ballantyne, R., Hughes, K., & Bond, N. (2016). Using a Delphi approach to identify managers' preferences for visitor interpretation at Canterbury Cathedral World Heritage Site. *Tourism management*, *54*, 72-80. 10.1016/j.tourman.2015.10.014.

Baral, N., Hazen, H., & Thapa, B. (2017). Visitor perceptions of World Heritage value at Sagarmatha (Mt. Everest) National Park, Nepal. *Journal of Sustainable Tourism*, *25*(10), 1494-1512. 10.1080/09669582.2017.1291647.

Baral, N., Stern, M. J., & Hammett, A. L. (2012). Developing a scale for evaluating ecotourism by visitors : a study in the Annapurna Conservation Area, Nepal. *Journal of sustainable tourism*, *20*(7), 975-989. 10.1080/09669582.2012.663379.

Barthod-Prothade, M. & Leroux, E. (2021). Le rôle des acteurs publics dans la réalisation des activités éco-touristiques en zone rurale et de montagne en Corse. *Gestion et management public*, *8*(2), 39-65. 10.3917/gmp.082.0039.

Basco, R., Hair Jr, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021, Octobre). Advancing family business research through modeling nonlinear relationships : Comparing PLS-SEM and multiple regression. *Journal of Family Business Strategy*. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100457>.

Benton, G. (2011). Visitor Perceptions of Cultural Resource Management at Three National Park Service Sites. *Visitor Studies*, *14*(1), 84-99. 10.1080/10645578.2011.557631.

Berger, J. L. (2021). *Analyse factorielle exploratoire et analyse en composantes principales : guide pratique*. Extrait de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03436771v2>.

Blessing, L. T. M., & Chakrabarti, A. (2009). *DRM, a Design Research Methodology*. London : Springer London.

Bou Antoun, L. (2019). *L'activité vitivinicole comme base d'une dynamique territoriale : le cas de la Bekaa au Liban* (Thèse de doctorat). Extrait de <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02013073>.

Bogahawatte, C. (2013). Socio-cultural impacts of tourism.

Boley, B. B., & Johnson Gaither, C. (2016). Exploring empowerment within the Gullah Geechee cultural heritage corridor : implications for heritage tourism development in the Lowcountry. *Journal of Heritage Tourism*, 11(2), 155-176. 10.1080/1743873X.2015.1080712.

Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). Importance Performance Analysis [IPA] of sustainable tourism initiatives : The resident perspective. *Tourism management*, 58 66-77. 10.1016/j.tourman.2016.10.002.

Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). Measuring empowerment : Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale [RETS]. *Tourism Management*, 45, 85-94. 10.1016/j.tourman.2014.04.003.

Borrie, W. T., Freimund, W. A., & Davenport, M. A. (2002). Winter visitors to Yellowstone National Park : their value orientations and support for management actions. *Human Ecology Review*, 9(2), 41-48.

Bramwell, B. (1994). Rural tourism and sustainable rural tourism. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 01-06. 10.1080/09669589409510679.

Brida, J. G., Disegna, M., & Osti, L. (2013). The effect of authenticity on visitors' expenditure at cultural events. *Current Issues in Tourism*, 16, 266-285.

Brundtland, G. H. (1987). *Report of the world commission on environment and development : our common future*. UK : Oxford University.

Bryce, D., Curran, R., O'Gorman, K., & Taheri, B. (2015). Visitors' engage-

ment and authenticity : Japanese heritage consumption. *Tourism management*, 46, 571-581. 10.1016/j.tourman.2014.08.012.

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism : Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. 10.1016/j.annals.2012.02.003.

Buggey, S. (1999). Une introduction a l'étude des paysages culturels autochtones. Commission des lieux et monuments historiques du Canada. Paysage et histoire, Ottawa.

Buizard, J. M. (2015). Perception consciente ou perception inconsciente : quel rapport entre perception et conscience?. *L'évolution psychiatrique*, 80(4), 740-749. 10.1016/j.evopsy.2015.02.001.

Byiringiro, F. (2013). The Agricultural Sector of Lebanon. Commission Économique et Sociale pour l'Asie Occidentale [CESAO]. Extrait de <http://css.escwa.org.lb/sdd/3217/p2.pdf>.

Cannas, R. (2016). The Sustainable Tourism Management of Cultural Heritage : the Case of the Rosas Mine in Sardinia. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7(14), 38-59. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/6331>.

Cardona, A. R., Sun, Q., Li, F., & White, D. (2017). Assessing the Effect of Personal Cultural Orientation on Brand Equity and Revisit Intention : Exploring Destination Branding in Latin America. *Journal of Global Marketing*, 30, 282-296.

Casteran, H., & Roederer, C. (2013). Does authenticity really affect behavior? the case of the Strasbourg Christmas market. *Tourism Management*, 36, 153-163.

Cetin, G., & Bilgihan, A. (2014). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137-154. 10.1080/13683500.2014.994595.

Chaker, A., El-Fadl, K., Chamas, L., Abi Zeid Daou, M., & Hatjian, B. (2006). Towards a national strategic environmental assessment system in Lebanon. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 24(2), 103-114. 10.3152/147154606781765264.

Chang, J., Wall, G., & Hung, J. C. (2012). Tourists' Perceptions of Aboriginal Heritage Souvenirs. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(6), 684-700. 10.1080/10941665.2011.640700.

Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1), 29-35. 10.1016/j.tourman.2009.02.008.

Chen, C. F., & Chen, P. C. (2010). Resident Attitudes toward Heritage Tourism Development. *Tourism Geographies : An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 12(4), 525-545. 10.1080/14616688.2010.516398.

Chen, G., & Huang, S. (2018). Understanding Chinese cultural tourists : typology and profile. *Journal of travel and tourism marketing*, 35(2), 162-177. 10.1080/10548408.2017.1350253.

Chhabra, D. (2010). Student Motivations : A Heritage Tourism Perspective. *Anatolia*, 21(2), 249-269. 10.1080/13032917.2010.9687102.

Chiabai, A., Paskaleva, K., & Lombardi, P. (2013). E-Participation Model for Sustainable Cultural Tourism Management : a Bottom-Up Approach. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 35-51. 10.1002/jtr.871.

Chirikure, S., Manyanga, M., Ndoro, W., & Pwiti, G. (2010). Unfulfilled promises? Heritage management and community participation at some of Africa's cultural heritage sites. *International Journal of Heritage Studies*, 16(1-2), 30-44. 10.1080/13527250903441739.

Choi, H. C., & Murray, L. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of sustainable tourism*, 18(4), 575-594. 10.1080/09669580903524852.

Chronis, A. (2005). Coconstructing heritage at the gettysburg storyscape. *Annals of tourism research*, 32(2), 386-406. 10.1016/j.annals.2004.07.009.

Cocolas, N., Walters, G., & Ruhanen, L. (2015). Behavioral adaptation to climate change among winter alpine tourists : an analysis of tourist motivations and leisure substitutability. *Journal of sustainable tourism*, 24, 846-865.

Commission européenne. (2016). *Boîte à outils du système européen d'indicateurs du tourisme pour la gestion durable des destinations*. Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne.

Commission Européenne (CE). (2000). Pour un tourisme rural de qualité-La gestion intégrée de la qualité [GIQ] des destinations touristiques rurales. Luxembourg : Office des publications officielles des Communautés européenne.

Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F., & Ritter, P. (2007). Resident Perceptions of Sustainable Tourism in Chongdugou, China. *Society & Natural Resources*, 20(6), 511-525. 10.1080/08941920701337986.

Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory : An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900. 10.1177/0149206305279602.

Cuevas, F. (2017). *Glossaire du management- vocabulaire et dynamique des organisations*.

Dann G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184-194.

- Dany, L. (2016). Analyse qualitative du contenu des représentations sociales. In G. Lo Monaco, S. Delouvee & P. Rateau (Eds.), *Les représentations sociales* (pp. 85-102). Bruxelles : De Boeck.
- Davenport, J., & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments : A review. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, 67(1-2), 280-292. 10.1016/j.ecss.2005.11.026.
- Davis, A. (2017). It wasn't me, it was my festival me : The effect of event stimuli on attendee identity formation. *Tourism Management*, 61, 484-500. 10.1016/j.tourman.2017.03.007.
- De Juan Alonso, J. M. (2010). UICN-Tourisme durable en Méditerranée, situations et perspectives, stratégies et actions [Document de travail]. Malaga : Camara.
- Dekhili, S., & Achabou, M. (2014). La perception de l'écotourisme : Complexité sémantique et attentes des consommateurs. *RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 10(1), 37-57. 10.3917/rimhe.010.0037.
- Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations : Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145-150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>.
- Demaline, K. (2011). The quality of life in community district 3 : nightlife impacts.
- Depke, S. C., Lück, C., Peters, J., Wellmer, L., & Seidel, S. (2016). Creating tangible and intangible hospitality products with a sustainable value – The case of the Altes Land apples. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 37-43. 10.2989/RHM.2016.6.1.5.1293.
- Desmarais, C., & Moscarola, J. (2004). Analyse de contenu et analyse lexicale,

Le cas d'une étude en management public. Extrait de https://www.researchgate.net/publication/237819079_Analyse_de_contenu_et_analyse_lexicale_Le_cas_d%27une_etude_en_management_public.

Development Alternative Inc (DAI). (2013). USAID Lebanon Industry Value Chain Development-LIVCD annual progress report- october 1st 2012 to september 30th, 2013. Project report. Lebanon.

Diallo, M. F., Diop-Sall, F., Leroux, E., & Valette-Florence, P. (2015). Comportement responsable des touristes : Le rôle de l'engagement social. *Recherche et Applications en Marketing-RAM*, 30(3), 88-108. 10.1177/0767370115571048.

Diño, M. J. S. & De Guzman, A. B. (2015). Using Partial Least Squares (PLS) in Predicting Behavioral Intention for Telehealth Use among Filipino Elderly. *Educational Gerontology*, 41(1), 53-68. 10.1080/03601277.2014.917236.

Dorobantu, M. R., & Nistoreanu, P. (2012). Rural Tourism and Ecotourism –the Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania. *Economy Transdisciplinarity cognition*, 15(1), 259-266.

Dragouni, M., & Fouseki, K. (2018). Drivers of community participation in heritage tourism planning : an empirical investigation. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 237-256. 10.1080/1743873X.2017.1310214.

Driscoll, D. L., Appiah-Yeboah, A., Salib, P., & Rupert, D. J. (2007). Merging Qualitative and Quantitative Data in Mixed Methods Research : How To and Why Not. *Ecological and Environmental Anthropology*, 3(1), 19-28.

Dubois, A., & Gadde, L. E. (2002). Systematic combining : an abductive approach to case research. *Journal of Business Research*, 55(7), 553-560. 10.1016/S0148-2963(00)00195-8.

Dunning, H., Williams, A., Abonyi, S., & Crooks, V. (2007). A Mixed Method

Approach to Quality of Life Research : A Case Study Approach. *Social Indicators Research*, 85(1), 145-158. 10.1007/s11205-007-9131-5.

El-Baba, J. (2015). The Sustainable Development Framework in Lebanon A National Assessment. Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) report.

El Charif, K. (2021, Septembre 13). Lebanon from August 2015 to October 2019 : Attempts to Rehabilitate a Nation. *Al Sharq Strategic Research*. Extrait de https://research.sharqforum.org/2021/09/13/lebanon/?gclid=EAIaIQobCh\MIm46jhc2v-QIV6I0DBx20HwDNEAAYAiAAEgI2uvD_BwE.

Elgammal, I. & Refaat, H. (2021). Heritage Tourism and COVID-19 : Turning the Crisis into Opportunity within the Egyptian Context. In V. G. Gowreesunkar, S. W. Roy, H. Maingi, & R. Micera (Eds.), *Tourism Destination Management in a Post-Pandemic Context (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations)* (pp. 37-48). Bingley : Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-511-020211003>.

El-Jisr, K., & Chabarekh, C. (2012). National report to the United Nations conference on sustainable development (Rio+20). Liban : Beyrouth.

El Maalouf, H., Ghadban, S., & Shames, M. (2015). Nightlife Tourism : A Blessing or a Curse for Host Communities? « A Case Study on Gemmayzeh, Lebanon ». *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 4(2), 01-13.

Espiner, S., Orchiston, C., & Higham, J. (2017). Resilience and sustainability : a complementary relationship? Towards a practical conceptual model for the sustainability–resilience nexus in tourism. *Journal of sustainable tourism*, 25(10), 1385-1400. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1281929>.

Falak, S., Chiun, L. M. & Wee, A. Y. (2016). Sustainable rural tourism : An indigenous community perspective on positioning rural tourism. *TOURISM*, 64(3),

311-327.

Farsari, I. (2012). The Development of a Conceptual Model to Support Sustainable Tourism Policy in North Mediterranean Destinations. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(7), 710-738. 10.1080/19368623.2012.624298.

Fatimah, T. (2015). The impacts of rural tourism initiatives on cultural landscape sustainability in Borobudur area. *Procedia Environmental Sciences*, 28, 567-577. 10.1016/j.proenv.2015.07.067.

Ferretti, V. (2016). From stakeholders analysis to cognitive mapping and Multi-Attribute Value Theory : An integrated approach for policy support. *European Journal of Operational Research*, 253(2), 524-541. 10.1016/j.ejor.2016.02.054.

Flew, T. & Kirkwood, K. (2021). The impact of COVID-19 on cultural tourism : art, culture and communication in four regional sites of Queensland, Australia. *Media International Australia*, 178(1), 16-20. <https://doi.org/10.1177/1329878X20952529>.

Fonseca, F. P., & Ramos, R. A. R. (2012). Heritage Tourism in Peripheral Areas : Development Strategies and Constraints. *Tourism Geographies*, 14(3), 467-493. 10.1080/14616688.2011.610147.

Foo, L.-P., Chin, M.-Y., Tan, K.-L., & Phuah, K.-T. (2021). The impact of COVID-19 on tourism industry in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2735–2739. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1777951>.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.

Foronda-Robles, C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Fernández-Tabales, A. (2020). Progress and stakes in sustainable tourism : Indicators for smart coastal

destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1864386>.

Franch, M., Martini, U., & Buffa, F. (2010). Roles and opinions of primary and secondary stakeholders within community-type destinations. *Tourism Review*, 65(4), 74-85. 10.1108/16605371011093881.

Fredholm, S. (2016). Assets in the age of tourism : the development of heritage planning in Ghanaian policy. *Journal of Contemporary African Studies*, 34(4), 498-518. 10.1080/02589001.2017.1285011.

Garthwaite, P. H. (1994). An Interpretation of Partial Least Squares. *Journal of the American Statistical Association*, 89(425), 122-127.

Ghadban, S., Shames, M., Abou Arrage, J., & Abou Fayyad, A. (2017). Rural tourism in Lebanon : what does the market reveal?. *Revue Management & Avenir*, 96, 165-185.

Ghosn, F., & Parkinson, S. E. (2019). Lebanese protesters don't trust their government to reform. Here's why. Extrait de <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/10/23/lebanese-protesters-dont-trust-their-government-reform-heres-why/>.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2013). Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators-suggested performance indicators. Extrait de <https://www.gstcouncil.org/global-sustainable-tourism-criteria-for-hotels-and-tour-operators-suggested-performance-indicators-draft-version-20-10-december-2013/>.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2013). GSTC Tour Operator Criteria Suggested Performance Indicators. Extrait de <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria-for-tour-operators/>.

Golay, P., Reverte, I., Lecerf, T. (2015). *Analyse factorielle confirmatoire : approche bayésienne*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, pp. 265-284.

Guan L. Luo Y. Tang L. R. (2015). An exploratory study of decision makers for choosing wedding banquet venues : push and pull motivations. *International journal of tourism cities*, 01 162-174.

Guerrón Montero, C. (2015). Tourism, cultural heritage and regional identities in the Isle of Spice. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(1), 01-21. 10.1080/14766825.2013.877473.

Gvaramadze, A. (2022). Digital Technologies and Social Media in Tourism. *European Scientific Journal*, 18(10), 28-38. 10.19044/esj.2022.v18n10p28.

Haddad, N. A., & Fakhoury, L. A. (2016). Towards developing a sustainable heritage tourism and conservation action plan for Irbid's historic core. *International Journal of Architectural Research : ArchNet-IJAR*, 10, 36-59.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2017). Mirror, mirror on the wall : a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 616-632. 10.1007/s11747-017-0517-x.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 02-24. 10.1108/EBR-11-2018-0203.

Hamade, K., Malorgio, G., & Midmore, P. (2011). *Combining qualitative and quantitative approaches to rural development analysis : the case of agricultural intensification in Lebanon*. The annual Agricultural Economics Society Conference. Warwick.

Harcombe, D. P. T. (n.d.). The economic impacts of tourism.

Hayes, N. B. (2012). *The Relationship Between Cultural Heritage Tourism and Historic Crafting & Textile Communities* (Thèse de Master). University of Pennsylvania, Philadelphia, PA. Extrait de https://repository.upenn.edu/hp_theses/541.

Helmy, E., & Cooper, C. (2002). An Assessment of Sustainable Tourism Planning for the Archaeological Heritage : The Case of Egypt. *Journal of sustainable tourism*, 10(6), 514-535. 10.1080/09669580208667185.

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111(4), 317-326. 10.1108/00070700910951470.

Herazo, B., & Lizarralde, G. (2016). Understanding stakeholders' approaches to sustainability in building projects. *Sustainable Cities and Society*, 26, 240-254. 10.1016/j.scs.2016.05.019.

Herbert, D. (2011). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of tourism research*, 28(2), 312-333. 10.1016/S0160-7383(00)00048-7.

Heritage and Landscape (HELAND). (2013). *6^e visite de terrain à Baskinta* (rapport non publié). Liban.

Hobeika, P. (1946). *Biskinta et ses familles*. Baskinta-Liban : Mouvement culturel de Baskinta et des alentours.

Hoggard, W., Avenarius, C. B., Kline, C., & Ward, W. (2018). Diversifying eastern North Carolina heritage sites : tour guides' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 62-76. 10.1080/1743873X.2016.1253701.

Holtorf, C. (2013). Cultural Heritage and the Challenge of Sustainability. *Heritage & Society*, 6(2), 199-204. 10.1179/2159032X13Z.0000000008.

Horizons Solidaires. (2013). *Tourisme durable et solidaire : notions, enjeux, pratiques* (Cahiers No. 65).

Houpin, S. (2010). *Mobilité urbaine et développement durable en Méditerranée : diagnostic prospectif régional* (Les Cahiers du Plan Bleu, 9). Valbonne : Centre d'activités régionales du PNUE/PAM.

Hsu, C. H. C., & Huang, S. S. (2016). Reconfiguring Chinese cultural values and their tourism implications. *Tourism management*, 54, 230-242. 10.1016/j.tourman.2015.11.011.

IDAL. (2019). *Tourism sector in Lebanon-2019 factbook*. Extrait de <https://investinlebanon.gov.lb/Content/uploads/SideBlock/190821090035585~IDAL-Tourism%20factbook%202019.pdf>.

Idris, I., Adi, K.R., Firmansyah, R., Nadhianty, A., Mobarq, M.H., Putri, P.G., Pratama, A.S., & Wahono, E.R. (2021). Developing smart tourism using virtual reality as a tourism promotion strategy in Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 35(2), 332–337. <https://doi.org/10.30892/gtg.35210-656>.

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (2011). *Principes de la Valette pour la sauvegarde et la gestion des villes et ensembles urbains historiques*. XVII^e assemblée générale, Paris.

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (1999). *International cultural tourism charter-managing tourism at places of heritage significance*. 12th assemblée générale, Mexico.

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (1990). *Charter for the protection and management of the archaeological heritage*. Préparée par International Committee for the Management of Archaeological Heritage (ICAHM) et approuvée par le 9^e assemblée générale au Lausanne.

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) (1965). *La charte de Venise 1964*. II^e congrès international des architectes et des techniciens des monuments historiques, Venise.

Investment Development Authority of Lebanon (IDAL). (2020). Gouvernorat du Mont Liban. Extrait de https://investinlebanon.gov.lb/en/lebanon_at_a_glance/invest_in_regions/mount_lebanon_governorate.

Io, M. U., & Hallo, L. (2011). Tour guides' interpretation of the Historic Center of Macao as a World Cultural Heritage site. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(2), 140-152. 10.1080/14766825.2011.568621.

Iversen, N. M., Hem, L. E. & Mehmetoglu, M. (2016). Lifestyle segmentation of tourists seeking nature-based experiences : the role of cultural values and travel motives. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 38-66. 10.1080/10548408.2014.998359.

Jaafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes : A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, 48, 154-163. 10.1016/j.tourman.2014.10.018.

Jaipuria, S., Parida, R., & Ray, P. (2021). The impact of COVID-19 on tourism sector in India. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 245-260. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1846971>.

Jambu, M., Bernard, Y., & Fénelon, J. P. (1978). Analyse du contenu-codage et analyse des données. *Consommation*, 4, 23-63.

James A. R., & Paterson, R. (2016). Cultural heritage law, International law association Johannesburg conference, Johannesburg.

Jenny, J. (1997). Methodes Et Pratiques Formalisees D'Analyse De Contenu

Et De Discours Dans La Recherche Sociologique Francaise Contemporaine. Etat Des Lieux Et Essai De Classification. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 54, 64-122. 10.1177/075910639705400104.

Johnston, C. S. (2014). Towards a theory of sustainability, sustainable development and sustainable tourism : Beijing's hutong neighborhoods and sustainable tourism. *Journal of sustainable tourism*, 22(2) 195-213. 10.1080/09669582.2013.828731.

Joshi, V. A., & Gupta, I. (2021). Assessing the impact of the COVID-19 pandemic on hospitality and tourism education in India and preparing for the new normal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(5), 622-635. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2021-0068>.

Kang, S., Kim, K., Ryan, C., & Park, S. (2014). What Makes People Travel to Cultural Heritage Festival?. *International Journal of Tourism Sciences*, 14(3), 70-88. 10.1080/15980634.2014.11434700.

Kataya, A. (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic on International and Lebanese Tourism Indicators. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati*, 01-13. <https://doi.org/10.35219/eai15840409185>.

Kausar, D. R. K., & Gunawan, M. P. (2018). Managing heritage tourism in Toraja : strengthening local values and improving tourists' experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 550-561. 10.1080/1743873X.2017.1411356.

Kempiak, J., Hollywood, L., Bolan, P., & McMahon-Beattie, U. (2017). The heritage tourist : an understanding of the visitor experience at heritage attractions. *International Journal of Heritage Studies*, 23(4), 375-392. 10.1080/13527258.2016.1277776.

Kettaneh, S. (n.d.). *Le Liban-étude en tourisme*. Beyrouth-Liban : Dar El Sa-

dek.

Khakzad, S., Pieters, M., & Van Balen, K. (2015). Coastal cultural heritage : A resource to be included in integrated coastal zone management. *Ocean & Coastal Management*, 118, 110-128. 10.1016/j.ocecoaman.2015.07.032.

Kim, B., Kim, S. S., & King, B. (2016). The sacred and the profane : Identifying pilgrim traveler value orientations using means-end theory. *Tourism Management*, 56, 142-155.

Kitnuntaviwat, V. & Tang, J. C. S. (2008). Residents' Attitudes, Perception and Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(1), 45-60. 10.1080/14790530801936452.

Ko, E., Lee, S., & Whang, H. (2013). Authenticity in traditional culture marketing : consumers' perceptions of Korean traditional culture. *Journal of Global Fashion Marketing*, 4, 93-111.

Kock, N. (2014). *One-tailed or two-tailed P values in PLS-SEM ?*. Laredo, TX : ScriptWarp Systems.

Kontogianni, A., & Alepis, E. (2020). Smart tourism : State of the art and literature review for the last six years. *Array*, 6, 01-12. 10.1016/j.array.2020.100020.

Korso Feciane, F. (2016). Vecteur De Développement Local : Cas De La Région De Beni Snous [Mémoire de Master]. Université Abou BekrBelkaid De Tlemcen : Algérie.

Kothari, C. R. (2004). *Research methodology : methods and techniques* (2nd ed.). India : New Age International (P) Ltd., Publishers.

Kumar, J., Hussain, K., & Kannan, S. (2015, May). Positive vs negative economic impacts of tourism development : a review of economic impact studies.

In Asia Pacific Tourism Association [APTA], Developments of the new tourism paradigm in the Asia Pacific region. Proceedings of the 21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conference (pp. 405-413). Kuala Lumpur : Malaysia.

Kunik, D. (2013). De l'objet manufacturé au patrimoine matériel : de la valeur de l'artisanat dans le Japon moderne. *Ebisu*, 50.

Kyriazos, T. A. (2018). Applied Psychometrics : Sample Size and Sample Power Considerations in Factor Analysis (EFA, CFA) and SEM in General. *Psychology*, 09(8), 2207-2230. 10.4236/psych.2018.98126.

Ladki, S. M., & Sadik, M. W. (2004). Factors Affecting the Advancement of the Lebanese Tourism Industry. *Journal of Transnational Management Development*, 9(2-3), 171-185. 10.1300/J130v09n02_09.

Lai E. R. (2011). Motivation : a literature review (rapport de recherche). Extrait de http://images.pearsonassessments.com/images/tmrs/Motivation_Review_final.pdf.

Laing, J., Wheeler, F., Reeves, K., & Frost, W. (2014). Assessing the experiential value of heritage assets : A case study of a Chinese heritage precinct, Bendigo, Australia. *Tourism Management*, 40, 180-192. 10.1016/j.tourman.2013.06.004.

Lamberti, L., Noci, G., Guo, J., & Zhu, S. (2011). Mega-events as drivers of community participation in developing countries : The case of Shanghai World Expo. *Tourism Management*, 32(6), 1474-1483. 10.1016/j.tourman.2010.12.008.

Landorf, C. (2009). Managing for sustainable tourism : a review of six cultural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 53-70. 10.1080/09669580802159719.

Landorf, C. (2009). A Framework for Sustainable Heritage Management : A Study of UK Industrial Heritage Sites. *International Journal of Heritage Studies*,

15(6), 494–510. 10.1080/13527250903210795.

Laroud, A., & Rashka, M. (1998). *Le Bekaa-Liban*. Liban : ministere de tourisme.

Larson, L. R., & Poudyal, N. C. (2012). Developing sustainable tourism through adaptive resource management : a case study of Machu Picchu, Peru. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(7), 917-938. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2012.667217>.

Lebanon Mountain Trail Society. (2019, Septembre). The Lebanon Mountain Trail. *The magazine of the Lebanon mountain trail association*, 8.

Le, T. M. B. (2012). Tourisme et développement durable sur le littoral et les îles de la baie de Nha Trang (Vietnam). [Thèse de doctorat non publiée]. Extrait de <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01230947/>.

Lee, S. J. (2017). A review of audio guides in the era of smart tourism. *Information Systems Frontiers*, 19(4), 705-715. 10.1007/s10796-016-9666-6.

Lee, T. H., Jan, F. H., & Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of communitybased tourists. *Tourism management*, 36, 454-468.10.1016/j.tourman.2012.09.012.

Lee, S., Phau, I., Hughes, M., Li, Y. F., & Quintal, V. (2016). Heritage Tourism in Singapore Chinatown : A Perceived Value Approach to Authenticity and Satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(7), 981-998. 10.1080/10548408.2015.1075459.

Lejeune, S. (2010). L'intégration des principes de développement durable dans le tourisme. Approche systémique et territoriale des logiques d'action françaises [Thèse non publiée]. Institut de recherche et d'étude supérieures du tourisme. Paris, France.

Leroux, E. (2016). Management du tourisme durable : attractivité du territoire, patrimoine et gastronomie. *Management & Avenir*, 3(85), 107-112. 10.3917/mav.085.0107.

Leroux, E. (2015). Management du tourisme responsable, vecteur d'innovation environnementale, sociale, économique et territoriale. *Management & Avenir*, 2(76), 111-119. 10.3917/mav.076.0111.

Leroux, E., & Pupion, P. C. (2014). Management du tourisme et des loisirs. France.

Leroux, E. (2010). Stratégie et Développement Durable : du concept de l'Optimum Ecotouristique à la pratique. *Management & Avenir*, 4(34), 306-317. 10.3917/mav.034.0306.

Létourneau, E. L. (2009). Le patrimoine culturel immatériel dans les programmes de réhabilitation destinés aux peuples autochtones. *JSTOR*, 42, 153-172.

Li, X., Shen, H., & Wen, H. (2016). A Study on Tourists Perceived Authenticity towards Experience Quality and Behavior Intention of Cultural Heritage in Macao. *International Journal of Marketing Studies*, 8(4), 117-123. 10.5539/ijms.v8n4p117.

Li, X., & Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals : integration of emotional solidarity. *Journal of sustainable tourism*, 25(4), 517-535. 10.1080/09669582.2016.1224889.

Lingard, L., Albert, M., & Levinson, W. (2008). Grounded theory, mixed methods, and action research. *BMU*, 337, 459-461. 10.1136/bmj.39602.690162.47.

Liu, G. & Chen, J. S. (2014). A Dynamic Model for Managing Cultural Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2014.904805>.

López-Guzmán, T., Torres Naranjo, M., & Pérez Gálvez, J. C. (2019). Segmentation and motivation of foreign tourists in world heritage sites. A case study, Quito (Ecuador). *Current Issues in Tourism*, 22(10), 1170-1189. 10.1080/13683500.2017.1344625.

López-Guzmán, T., Torres Naranjo, M., Pérez Gálvez, J. C., & Carvache Franco, W. (2017).

Loubet del Bayle, J. L. (2000). *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Paris : L'Harmattan.

Loulanski, T., & Loulanski, V. (2011). The sustainable integration of cultural heritage and tourism : a meta-study. *Journal of sustainable tourism*, 19(7), 837-862. 10.1080/09669582.2011.553286.

Lozato-Giotart, J. P., Leroux, E., & Balfet, M. (2012). *Management du tourisme : territoires, offres et stratégies (3^e édition)*. Paris : Librairie Eyrolles.

Lynch, M. F., Duinker, P., Sheehan, L., & Chute, J. (2010). Sustainable Mikmaw cultural tourism development in Nova Scotia, Canada : examining cultural tourist and Mikmaw perspectives. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 539-556. 10.1080/09669580903406605.

Lyon, A., Hunter-Jones, P., & Warnaby, G. (2017). Are we any closer to sustainable development ? Listening to active stakeholder discourses of tourism development in the Waterberg Biosphere Reserve, South Africa. *Tourism management*, 61, 234-247. 10.1016/j.tourman.2017.01.010.

Maatouk, M. F. (2009). *Baskinta (1861-1943) : son histoire politique, administrative, économique et sociale*. El Metn-Liban : Entreprise El Jmayel d'impression.

MacRae, G. (2017). Universal heritage meets local livelihoods : 'awkward en-

gagements' at the world cultural heritage listing in Bali. *International Journal of Heritage Studies*, 23(9), 846-859. 10.1080/13527258.2017.1339107.

MaiaLordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043>.

Makhzoumi, J., Talhouk, S., Zurayk, R., & Sadek, R. (2012). Landscape Approach to Bio-Cultural Diversity Conservation in Rural Lebanon Editor (Ed.), Perspectives on nature conservation-patterns, pressures and prospects, 179-199.

Marien, B., & Beaud, J. P. (2003). *Guide pratique pour l'utilisation de la statistique en recherche : le cas des petits échantillons*. Québec : agence universitaire de la francophonie.

Maruyama, N. U., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2016). Residents' attitudes toward ethnic neighborhood tourism [ENT] : perspectives of ethnicity and empowerment. *Tourism Geographies*, 19(2), 265-286. 10.1080/14616688.2016.1258432.

Maruyama, N. U., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2015). Comparing levels of resident empowerment among two culturally diverse resident populations in Oizumi, Gunma, Japan. *Journal of sustainable tourism*, 24(10), 1442-1460. 10.1080/09669582.2015.1122015.

Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Vinzon, L. (2015, Octobre-Juin). Sustainability indicators of rural tourism from the perspective of the residents. *Tourism Geographies*, 17(4), 586-602. 10.1080/14616688.2015.1062909.

Mat Radzuan, I. S., Fukami, N., & Ahmad, Y. (2015). Incentives for the conservation of traditional settlements : residents' perception in Ainokura and Kawagoe, Japan. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(4), 301-329. 10.1080/14766825.2014.952302.

Mbaiwa, J. E., & Sakuze, L. K. (2009). Cultural tourism and livelihood diversification : The case of Gcwihaba Caves and XaiXai village in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(1), 61-75. 10.1080/14766820902829551.

McCool, S. F., & Moisey, R. N. (2008). *Tourism, recreation, and sustainability : linking culture and the environment* (2nd ed.). Cambridge, MA : CABI.

McDowall, S., & Choi, Y. (2010). A Comparative Analysis of Thailand Residents' Perception of Tourism's Impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55. 10.1080/15280080903520576.

McKercher, B., Ho, P. S. Y., & Cros, H. D. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management : evidence from Hong Kong. *Tourism management*, 26(4), 539-548. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.018>.

Mehraliyev, F., Choi, Y., & Köseoglu, M. A. (2019). Progress on smart tourism research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 522-538. 10.1108/JHTT-08-2018-0076.

Mgonja, J. T., Backman, K. F., Backman, S. J., Moore, D. D., & Hallo, J. C. (2016). A structural model to assess international visitors' perceptions about local foods in Tanzania. *Journal of sustainable tourism*, 25(6), 796-816. 10.1080/09669582.2016.1250768.

Ministère des Affaires étrangères. (2021). The European market potential for cultural tourism. Extrait de <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cultural-tourism/market-potential>.

Ministère de la défense nationale commandement de l'armée-Direction des Affaires Géographiques. (Cartographe). (2017). Carte du Liban-Baskinta [Carte topographique]. Liban : Direction des Affaires Géographiques.

Mitchell, N., Rössler, M., & Tricaud, P. (2009). Paysages culturels du patrimoine mondial-Guide pratique de conservation et de gestion (N° 26). France : Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO).

Mohamed Ahmed, A. (2013). *Proposition d'une méthode mixte d'évaluation de l'incidence des médias sur le processus de conception architectural* (Thèse de doctorat non publiée). Université Laval, Québec.

Moswete, N., & Lacey, G. (2015). « Women cannot lead » : empowering women through cultural tourism in Botswana. *Journal of sustainable tourism*, 23(4), 600-617. 10.1080/09669582.2014.986488.

Mouton, J., & Marais, H. C. (1988). *Basic concepts in the methodology of the social sciences* HSRC studies in research methodology (N° 4). Pretoria : Human Sciences Research Council.

MRC de Maskinongé. (2018). Développement durable. Extrait de <http://www.mrc-maskinonge.qc.ca/services/developpement-durable.htm>..

Muhi, B., & Jovanović, D. V. (2012). Rural tourism as a factor of integral and sustainable development of rural areas and Villages of Serbia and Voivodina. *Herald Journal of Geography and Regional Planning*, 01(2), 014-018. <http://www.heraldjournals.org/hjgrp/archive.htm>.

Müller, L. (2008). Intangible and tangible landscapes : an anthropological perspective based on two South African case studies. *SAJAH*, 23, 118-138.

Murdy, S., Alexander, M., & Bryce, D. (2018). What pulls ancestral tourists 'home'? An analysis of ancestral tourist motivations. *Tourism management*, 64, 13-19. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.011>.

Muthuraman, S., & Al Haziazi, M. (2019). Smart Tourism Destination—New Exploration towards Sustainable Development in Sultanate of Oman. 2019 5th

International Conference on Information Management (ICIM), 332–335. <https://doi.org/10.1109/INFOMAN.2019.8714652>.

Nada, R., Omar, E. A., & Baba, E. K. (2021). Impact des caractéristiques des tableaux de bord sur la performance organisationnelle des entreprises marocaines : Analyse factorielle exploratoire. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 4(4), 506-528.

Nadda, V. K., Dadwai, S. S., Mulindwa, D. & Vieira, R. (2015). Role of Social Media in Tourism. In A. A. Camillo (Ed.), *Handbook of Research on Global Hospitality and Tourism Management* (pp. 142-162). United States of America : IGI Global.

Nadia Nicholas, L., Thapa, B., & Jae Ko, Y. (2009). Residents' perception of a world heritage site-the Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of tourism research*, 36(3), 390-412. [10.1016/j.annals.2009.03.005](https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.005).

Nahrath, S. & Bréthaut, C. (2016). La coordination entre régimes institutionnels de ressources comme condition d'une gestion durable des ressources touristiques alpines. *Journal of Alpine Research- Revue de géographie alpine*, 104(3), 01-16. [10.4000/rga.3327](https://doi.org/10.4000/rga.3327).

Naramski, M., Szromek, A. R., Herman, K., & Polok, G. (2022). Assessment of the Activities of European Cultural Heritage Tourism Sites during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation : Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 44-100. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010055>.

Nations Unies (NU). (2021). The Sustainable Development Goals Report 2021. Extrait de <https://unstats.un.org/sdgs/report/2021>.

Nations Unies (NU). (2018). Objectifs de développement durable. Extrait de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr>.

Nations Unies (NU). (2002). Johannesburg summit 2002-Lebanon country profile. Extrait de <http://www.un.org/esa/agenda21/natlinfo/wssd/lebanon.pdf>.

Neumeier, S., & Pollermann, k. (2014). Rural Tourism As Promoter Of Rural Development – Prospects And Limitations : Case Study Findings From A Pilot Project promoting Village Tourism. *European Countryside*, 6(4), 270-296. 10.2478/euco-2014-0015.

Ngamsomsuke, W., Hwang, T. C. & Huang, C. J. (2011). *Sustainable Cultural Heritage Tourism Indicators. International Conference on Social Science and Humanity (Volume 5)* (pp. 516-519). Singapore : IACSIT Press.

Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2016). Chinese heritage tourists to heritage sites : what are the effects of heritage motivation and perceived authenticity on satisfaction?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1155-1168. 10.1080/10941665.2015.1125377.

Nguyen, H. H., & Cheung, C. (2014). The classification of heritage tourists : a case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50. 10.1080/1743873X.2013.818677.

Niamitché, C. (1998). *Tourisme et styles de vie familiaux : vers un modèle global de la motivation et du processus de choix de destination touristique* (thèse de master non publiée). Université du Québec, France.

Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of tourism research*, 38(3), 964-988. 10.1016/j.annals.2011.01.017.

Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Community perceptions of tourism in small island states : a conceptual framework. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(1), 51-65. 10.1080/19407960903542318.

Nunkoo, R., Ramkissoon, H., Gursoy, D. (2013). Use of Structural Equation

Modeling in Tourism Research : Past, Present, and Future. *Journal of Travel Research*, 52(6), 759-771. 10.1177/0047287513478503.

Oikonomopoulou, E., Delegou, E. T., Sayas, J., & Moropoulou, A. (2017). An innovative approach to the protection of cultural heritage : The case of cultural routes in Chios Island, Greece. *Journal of Archaeological Science : Reports*, 14, 742-757. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jasrep.2016.09.006>.

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). (2019). Liste du patrimoine mondial. Extrait de <https://whc.unesco.org/fr/list/>.

Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). (2007). *Safeguarding Intangible Heritage and Sustainable Cultural Tourism : Opportunities and Challenges*. Vietnam.

Organisation Mondiale de la Santé (OMS). (2022). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. Extrait de <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2021). Rural tourism. Extrait de <https://www.unwto.org/rural-tourism>.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2018). Tourisme international : les résultats des premiers mois 2018 sont supérieures aux attentes. Extrait de <https://www.unwto.org/fr/press-release/2018-06-25>.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2017). Faits saillants OMT du tourisme. Espagne : UNWTO.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2005). Sustainable development. Extrait de <https://www.unwto.org/sustainable-development>.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2005). Sustainable development of tourism. Extrait de <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (1995). What tourism managers need to know : a practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism. Madrid : OMT.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (n.d.). Extrait de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>.

Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2016). An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia : a Social Exchange Theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 284-300. 10.1080/10941665.2016.1236826.

Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2012). Motive Based Segmentation of the Cultural Tourism Market : A Study of Turkish Domestic Tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(3), 165-186. 10.1080/1528008X.2012.645199.

Packer, J., Ballantyne, R., & Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues : Implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism management*, 44, 101-107.

Park, E., & Kim, S. (2016). The potential of Cittaslow for sustainable tourism development : enhancing local community's empowerment. *Tourism planning and development*, 13(3), 351-369. 10.1080/21568316.2015.1114015.

Parts, P. K., Rennu, M., Jääts, L., Matsin, A., Metslang, J. (2011). Developing sustainable heritage-based livelihoods : an initial study of artisans and their crafts in Viljandi County, Estonia. *International Journal of Heritage Studies*, 17(5), 401-425. 10.1080/13527258.2011.589199.

Pedersen, A. (2002). Managing tourism at world heritage sites : A practical

manual for world heritage site managers. Paris, France : UNESCO World Heritage Center.

Pharaon, M. (2016). Lebanon rural tourism strategy. Ministry of tourism. Extrait de <http://mot.gov.lb/fr/Publications/Miscellaneous>.

Plaisant, O., Courtois, R., Réveillère, C., Mendelsohn, G. A., & John, O. P. (2010). Validation par analyse factorielle du Big Five Inventory français (BFI-Fr). Analyse convergente avec le NEO-PI-R. *Annales Médico-psychologiques, revue psychiatrique*, 168(2), 97-106. 10.1016/j.amp.2009.09.003.

Plieninger, T., Bieling, C., Ohnesorge, B., Schaich, H., Schleyer, C., & Wolff, F. (2013). Exploring Futures of Ecosystem Services in Cultural Landscapes through Participatory Scenario Development in the Swabian Alb, Germany. *Ecology and society*, 18(3), 01-16.

Poudel, J. (2014). Socio-Cultural Impact in Tourism : A Case Study of Sauraha, Nepal. *Journal of Advanced Academic Research*, 01(2), 47-55. 10.3126/jaar.v1i2.16588.

Prudon, P. (2015). Confirmatory Factor Analysis as a Tool in Research Using Questionnaires : A Critique. *Comprehensive Psychology*, 4, 01-18. 10.2466/03.CP.4.10.

Pulido-Fernández, J. I., Andrades-Caldito, L., & Sanchez-Rivero, M. (2015). Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. *Journal of sustainable tourism*, 23(1), 47-64. 10.1080/09669582.2014.909447.

Qi, Q., Yang, Y., & Zhang, J. (2013). Attitudes and experiences of tourists on calligraphic landscapes : A case study of Guilin, China. *Landscape and Urban Planning*, 113, 128-138. 10.1016/j.landurbplan.2013.01.007.

Rahhal, N. (2015). Reconstructing cultural tourism-Zawya MENA Edition. Executive. Extrait de https://www.zawya.com/story/Reconstructing_cultural_tourism_in_Lebanon-ZAWYA20150804071400/.

Raj, R., & Vignali, C. (2010). Creating local experiences of cultural tourism through sustainable festivals. *European journal of tourism, hospitality and recreation, 01*(1), 51-67.

Rake, C. (2011). Projet d'appui au développement local dans le nord au Liban (ADELNORD) (Rapport semestriel N° 2). Liban : Conseil du Développement et de la Reconstruction (CDR).

Rakhmatova, M. Z. (2015). Tourisme et autonomisation des communautés locales. Le cas de la région du Pamir tadjik. *Téoros. Revue de recherche en tourisme, 34*.

Ramkissoon, H., & Uysal, M. S. (2011). The effects of perceived authenticity, information search behaviour, motivation and destination imagery on cultural behavioural intentions of tourists. *Current Issues in Tourism, 14*(6), 537-562. 10.1080/13683500.2010.493607.

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Ahmad, A. G., & Barghi, R. (2017). Community participation in World Heritage Site conservation and tourism development. *Tourism management, 58*, 142-153. 10.1016/j.tourman.2016.10.016.

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives, 16*, 335-345. 10.1016/j.tmp.2015.10.001.

Reeves, K., & Long, C. (2011). Unbearable pressures on paradise? : Tourism and Heritage Management in Luang Prabang, a World Heritage Site. *Critical Asian Studies, 43*(1), 03-22. 10.1080/14672715.2011.537849.

Rezaei, N., Mirzaei, R., & Abbasi, R. (2018). A study on motivation differences among traditional festival visitors based on demographic characteristics, case study : Gol-Ghaltan festival, Iran. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(2), 120-137. 10.1080/15470148.2017.1404952.

Richards, G. (2018). Cultural Tourism : A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. 10.1016/j.jhtm.2018.03.005.

Rieks, S. (2006). The WHYs of Intangible Heritage. UNESCO intangible heritage section, Newfoundland and Labrador.

Ritchie, B. W., Burns, P., & Palmer, C. (2005). *Tourism research methods : integrating theory with practice*. Wallingford, Oxfordshire, UK ; Cambridge, MA : CABI Pub.

Robertson, M. (2009). Aite Dachaidh : Re-connecting People with PlaceIsland Landscapes and Intangible Heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 15(2-3), 153-162. 10.1080/13527250902890639.

Robinson, R. N. S., & Clifford, C. (2012). Authenticity and festival foodservice experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 571-600. 10.1016/j.annals.2011.06.007.

Roger, M. A. G., & Raoul, K. R. (n.d.). *Cours d'initiation à la méthodologie de recherche*. Abidjan : École pratique de la chambre de commerce et d'industrie.

Romelaer, P. (2004). L'entretien de recherche. In P. Roussel & F. Wacheux (Eds.), *Management des ressources humaines : méthodes de recherche en sciences humaines et sociales* (pp. 101-137). France : De Boeck Supérieur.

Rose, S. (2017). Sustaining Lebanon's rural tourism-An increasingly popu-

lar trend that still lacks a proper legal framework. Executive magazine. Extrait de <http://www.executive-magazine.com/hospitality-tourism/sustaining-lebanons-rural-tourism>.

Sabourin, P. (2008). L'analyse de contenu. In M. Canto-Klein, N. Ramognino (Eds.), *Les faits sociaux sont pourvus de sens* (pp. 01-22). Québec : Recherche sociale, Presses de l'Université du Québec.

Sader, A. (1976). Modèles structurels appliqués au tourisme international dans l'optique d'un développement du tourisme étranger au Liban [Thèse de doctorat non publiée]. Université Paris IX Dauphine, Paris.

Saftic, D., Tezak, A., & Luk, N. (2011). *Stakeholder approach in tourism management : implication in Croatian tourism*. 30th International Conference on Organizational Science Development. Portorož : Slovenia.

Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism : issues, threats and opportunities. *Journal of sustainable tourism*, 20(1), 09-22. 10.1080/09669582.2011.596279.

Salem, G. (2011). Les enjeux du patrimoine au Liban Baalbek : quelles échelles pour quels patrimoines?. (Thèse de doctorat non publiée). Université de Lyon, France.

Salem, G., & Merhi, E. (2019). Diaspora tourism in Lebanon : a strategy to maintain tourism efficiency during crisis. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 7(1), 31-52.

Sardouk, N. (2016). *Liban portes à cœur ouvert-une initiative dans les maisons d'hôtes*. Liban : ministère de tourisme. Sarkis, H. S. (1999). *Mont Liban gouvernorat*. Liban : ministere de tourisme.

Sarstedt, M., Hair Jr, J. F., & Ringle, C. M. (2022a, Avril). "PLS-SEM : in-

deed a silver bullet” – retrospective observations and recent advances. *Journal of Marketing Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1080/10696679.2022.2056488>.

Sarstedt, M., Hair Jr, J. F., Pick, M., Liengaard, B. D., Radomir, L., & Ringle, C. M. (2022b, Janvier). Progress in partial least squares structural equation modeling use in marketing research in the last decade. *Psychology & Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.21640>.

Sarstedt, M., Hair Jr, J. F., Nitzl, C., Ringle, C. M., & Howard, M. C. (2020). Beyond a tandem analysis of SEM and PROCESS : Use of PLS-SEM for mediation analyses!. *International Journal of Market Research*, 62(3), 288-299. [10.1177/1470785320915686](https://doi.org/10.1177/1470785320915686).

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair Jr, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In : Homburg, C., Klarmann, M., Vomberg, A.E. (eds) *Handbook of Market Research*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2.

Schianetz, K., & Kavanagh, L. (2008). Sustainability Indicators for Tourism Destinations : A Complex Adaptive Systems Approach Using Systemic Indicator Systems. *Journal of sustainable tourism*, 16(6), 601-628. [10.2167/jost766.0](https://doi.org/10.2167/jost766.0).

Schmitt, B., & Goffette-Nagot, F. (2000). Définir l’espace rural ? De difficulté d’une définition conceptuelle à la nécessité d’une délimitation statistique. *Économie rurale*, 257(1), 42-55. [10.3406/ecoru.2000.5180](https://doi.org/10.3406/ecoru.2000.5180).

Scholtz, M., Viviers, P. A., & Maputsoe, L. (2019). Understanding the residents’ social impact perceptions of an African Cultural Festival : the case of Macufe. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(2), 166-185. [10.1080/14766825.2018.1426592](https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1426592).

SDC Political Economy and Development PED Network. (2012). Stakeholder Analysis and Mapping.

Sekaran, U. & Wiley, J. (2010). *Data collection methods. Research methods for business, a skill building approach* (Fourth edition). pp. 218-254.

Sentier de Montagne du Liban. (2019). Baskinta Literary Trail. Liban : Sentier de Montagne du Liban.

Sentier de Montagne du Liban. (2008). Baskinta Literary Trail. [Brochure]. Georges Aroyan : Liban, Dar El Kotoub.

Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). *Golden age of mass tourism : its history and development*. InTech : Croatia.

Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations : A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287–300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>.

Shames, M. (2020, Avril 23). Ancient handicrafts in rural Lebanon. *World History Encyclopedia*. Extrait de <https://www.worldhistory.org/article/1545/ancient-handicrafts-in-rural-lebanon/>.

Shames, M., & Ghadban, S. (2018). Measuring sustainable tourism management at Lebanese rural cultural landscapes. *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, 6(2), 32-46.

Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J. H., Ting, H., Vaithilingam, S. & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM : guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322-2347. 10.1108/EJM-02-2019-0189.

Simard, C., Thorne, S., White, B., & Whyte, B. (2012). Cultural and heritage tourism-a handbook for community champions. Terry Hood : Canada.

Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting Visitors to a Culinary Event : Motivations, Travel Behavior, and Expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 44-67. <https://doi.org/10.1080/19368620801989022>.

Song, H. J., Lee, C. K., Kang, S. K., & Boo, S. J. (2012). The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior. *Tourism management*, 33(6), 1417-1428. 10.1016/j.tourman.2012.01.004.

Stephens, J., & Tiwari, R. (2015). Symbolic estates : community identity and empowerment through heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 21(1), 99-114. 10.1080/13527258.2014.914964.

Stephenson, J. (2008). The Cultural Values Model : An integrated approach to values in landscapes. *Landscape and Urban Planning*, 84(2), 127-139. 10.1016/j.landurbplan.2007.07.003.

Stevens, C. (2006). Mesurer le développement durable (cahier statistiques N° 10). Paris : Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE).

Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of tourism research*, 35(2), 448-468. 10.1016/j.annals.2008.01.002.

Strzelecka, M., & Wicks, B. E. (2015). Community Participation and Empowerment in Rural Post-Communist Societies : Lessons from the Leader Approach in Pomerania, Poland. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 381-397. 10.1080/21568316.2015.1013564.

Stubbs, M. (2004). Heritage-sustainability : developing a methodology for the sustainable appraisal of the historic environment. *Planning, Practice and Research*, 19, 285-305.

Su, M. M., Wall, G., & Xu, K. (2016). Heritage tourism and livelihood sustain-

nability of a resettled rural community : Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of sustainable tourism*, 24(5), 735-757. 10.1080/09669582.2015.1085868.

Su, Y. W., & Lin, H. L. (2014). Analysis of international tourist arrivals worldwide : The role of world heritage sites. *Tourism management*, 40,, 46-58. 10.1016/j.tourman.2013.04.005.

Swanson K. K., & DeVereaux, C. (2017). A theoretical framework for sustaining culture : Culturally sustainable entrepreneurship. *Annals of tourism research*, 62, 78-88. 10.1016/j.annals.2016.12.003.

Swensen, G., Jerpåsen, G. B., Sæter, O., & Tveit, M. S. (2013). Capturing the Intangible and Tangible Aspects of Heritage : Personal versus Official Perspectives in Cultural Heritage Management. *Landscape research*, 38(2), 203-221. 10.1080/01426397.2011.642346.

Taleb, W. (2021, Décembre 11). Lebanon is struggling to attract tourists ahead of a normally busy holiday season. *L'Orient Today*. Extrait de <https://today.lorientlejour.com/article/1284432/lebanon-is-struggling-to-attract-tourists-ahead-of-a-normally-busy-holiday-season.html>.

Tan, S. K., Tan, S. H., Kok, Y. S., & Choon, S. W. (2018). Sense of place and sustainability of intangible cultural heritage-The case of George Town and Melaka. *Tourism Management*, 67, 376-387. 10.1016/j.tourman.2018.02.012.

Tayah, M. C. (2016). *Liban : portes à coeur ouvert, une initiative dans les maisons d'hotes*. Liban : Ministère de tourisme.

Tengberg, A., Fredholm, S., Eliasson, I., Knez, I., Saltzman, K., & Wetterberg, O. (2012). Cultural ecosystem services provided by landscapes : Assessment of heritage values and identity. *Ecosystem services*, 2, 14-26.

Terzić, A., Jovičić, A., & Simeunović-Bajić, N. (2014). Community Role in Heritage Management and Sustainable Tourism Development : Case Study of the Danube Region in Serbia. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 10, 183-201.

The World Bank. (2022). Lebanon's Economic Update — April 2022. Extrait de <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/0aad08f40c2fdc3d62e5531925452384-0280012022/original/9-mpo-sm22-lebanon-lbn-kcm5.pdf>.

Thirumaran, K., Dam, M. X., & Thirumaran, C. M. (2014). Integrating Souvenirs with Tourism Development : Vietnam's Challenges. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 57-67. 10.1080/21568316.2013.839471.

Torrente, P. (2009). Développement durable, tourisme et territoire. Quelques éléments préalables pour une approche systémique. *Journal for Communication Studies*, 2, 131-148.

Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development : a review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31-47. 10.1080/14616688.2013.867530.

Touloupa, S. (2010). Casting Identity in the Cultural Tourism Industry : Greek Tourist Guides in a 'Mission' of Heritage Interpretation. *Public Archaeology*, 9(1), 04-33. 10.1179/175355310X12657988535506.

UCI Health. (2020). *Why is COVID-19 so dangerous?*. Extrait de <https://www.ucihealth.org/blog/2020/04/why-is-covid19-so-dangerous>.

Union Européenne (UE). (2008). *Tourisme responsable et territoires – Document d'orientation stratégique pour l'aide publique au développement de la France*.

United Nations Sustainable Development (UNSD). (1992). *Agenda 21, Brazil*.

United States Agency for International Development (USAID). (2018). *Lebanon Industry Value Chain Development (LIVCD) project* (Quarterly progress report-year 6, quarter 3). Liban : USAID.

Vafadari, A. (2008). Visitor Management, the Development of Sustainable Cultural Tourism and Local Community Participation at Chogha Zanbil, Iran. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 10(3), 264-304. 10.1179/175355209X452804.

Vaishar, A., & Šťastná, M. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 187–191. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839027>.

Vance-Borland, K., & Holley, J. (2011). Conservation stakeholder network mapping, analysis, and weaving : Conservation stakeholder networks. *Conservation Letters*, 4(4), 278-288. 10.1111/j.1755-263X.2011.00176.x.

Van der Merwe, C. D. (2016). Tourist guides' perceptions of cultural heritage tourism in South Africa. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 34, 117-130. 10.1515/bog-2016-0039.

Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. D. L. A. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism : Is a universal model possible?. *Annals of tourism research*, 38(2), 460-480. 10.1016/j.annals.2010.10.004.

Varmazyari, H., Babaei, M., Vafadari, K., & Imani, B. (2017). Motive-based segmentation of tourists in rural areas : the case of Maragheh, East Azerbaijan, Iran. *International Journal of Tourism Sciences*, 17(4), 316-331. 10.1080/15980634.2017.1400807.

Vincent, J., & Evanno, Y. M. (2022, Juin). Tourismes domestique et international, une impossible opposition. *Teoros*. <http://journals.openedition.org/teoros/11123>.

Vong, F. (2013). Relationships among perception of heritage management, satisfaction and destination cultural image. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(4), 287-301. 10.1080/14766825.2013.852564.

Wanlin, P. (2007). *L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels*. Association pour la recherche qualitative.

Watkins, M. W. (2018). Exploratory Factor Analysis : A Guide to Best Practice. *Journal of Black Psychology*, 44(3), 219-246. 10.1177/0095798418771807.

Watkins, L., & Gnoth, J. (2011). The value orientation approach to understanding culture. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1274–1299. 10.1016/j.annals.2011.03.003.

Weaver D. B., Kwek, A., & Wang, Y. (2017). Cultural connectedness and visitor segmentation in diaspora Chinese tourism. *Tourism Management*, 63, 302-314. 10.1016/j.tourman.2017.06.028.

Wearing, S. L., Wearing, M., & McDonald, M. (2010). Understanding local power and interactional processes in sustainable tourism : exploring village-tour operator relations on the Kokoda Track, Papua New Guinea. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 61-76. <https://doi.org/10.1080/09669580903071995>.

Wehbi, M. (2020). COVID19 : Impact on Lebanese Economy. *International Journal of Science and Research*, 9(4), 1648-1652. 10.21275/SR20426185244.

Wijayanti, A., & Damanik, J. (2018). Analysis of the tourist experience of management of a heritage tourism product : case study of the Sultan Palace of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 01-12. 10.1080/1743873X.2018.1494182.

Wijesuriya, G., Thompson, J., & Young, C. (2014). *Gérer le patrimoine culturel mondial-manuel de référence*. France : UNESCO.

Woillez, M. (2014). *Construction d'une gouvernance partagée pour une gestion durable du tourisme dans les territoires insulaires* (Thèse de doctorat non publiée). Université de Corse-Pascal Paoli : France.

Wong, I. A., Wan, Y. K. P., & Qi, S. (2015). Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 294-315. 10.1080/09669582.2014.953542.

Woosnam, K. M., McElroy, K. E., & Van Winkle, C. M. (2009). The Role of Personal Values in Determining Tourist Motivations : An Application to the Winnipeg Fringe Theatre Festival, a Cultural Special Event. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(5), 500-511. 10.1080/19368620902950071.

World Bank In Lebanon. (2021). *Lebanon overview*. Extrait de <https://www.worldbank.org/en/country/lebanon/overview#1>.

Xie, Y., & Xu, J. (2004). Cultural Tourism vs Tourist Culture : Case of Domestic Tourism in Modern Beijing. *Tourism Recreation Research*, 29(2), 81-88. 10.1080/02508281.2004.11081446.

Xu, S., Liu, Y., Qian, Y., & Wang, Q. (2017). The significance of the West Lake pattern and its heuristic implications for creating China's heritage tourism economics. *Tourism management*, 58, 286-292. 10.1016/j.tourman.2016.03.013.

Yacoub, L. & ElHajjar, S. (2021). How do hotels in developing countries manage the impact of COVID-19? The case of Lebanese hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 929-948. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0814>.

Yankholmes, A. K. B., & Akyeampong, O. A. (2010). Tourists' perceptions

of heritage tourism development in Danish-Osu, Ghana. *International Journal of Tourism Research*, 12, 603–616. 10.1002/jtr.781.

Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 01-18. 10.1016/j.annals.2016.07.008.

Yolal, M., Çetinel, F., & Uysal, M. (2009). An Examination of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship : Eskişehir International Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10(4), 276-291. 10.1080/15470140903372020.

Zhou, Q., Zhang, J., & Edelman, J. R. (2013). Rethinking traditional Chinese culture : A consumer-based model regarding the authenticity of Chinese calligraphic landscape. *Tourism management*, 36, 99-112. 10.1016/j.tourman.2012.11.008.

Zhou, Q., Zhang, J., Zhang, H., & Ma, J. (2015). A structural model of host authenticity. *Annals of Tourism Research*, 55, 28-45. 10.1016/j.annals.2015.08.003.

Zoto, S., Qirici, E., & Polena, E. (2013). Agrotourism - A Sustainable Development for Rural Area of Korca. *European Academic Research*, 1(2), 209-223.

Zuo, B., Gursoy, D., & Wall, G. (2017). Residents' support for red tourism in China : The moderating effect of central government. *Annals of Tourism Research*, 64, 51-63. 10.1016/j.annals.2017.03.001.

Annexe **A**

Les interviewés-enquête par entretien

Ces tableaux présentent les personnes interrogées choisies dans les régions rurales libanaises et à Baskinta pour l'enquête par entretien.

TABLEAU A.1 – Les personnes interviewées (dans les régions rurales)

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
Organisation non gouvernementale (ONG)	Association for the Protection of the Lebanese Heritage (APLH). Mr. Josef haddad (membre fondateur et secrétaire général).	L'association pour la protection du patrimoine libanais est une organisation enregistrée depuis le juillet 2010 au Ministère des affaires intérieures. Ses missions principales sont : la sensibilisation au respect du patrimoine auprès de la jeunesse libanaise en particulier ; la création d'événements culturels et artistiques caractères patrimonial ; la protection des sites naturels la sauvegarde et la protection des monuments et édifices traditionnels, civils ou religieux à caractère patrimonial etc.
Beyond Beirut. Mrs. Nell Bou Ghazale (manager du projet).	Beyond Beirut. Mrs. Nell Bou Ghazale (manager du projet).	Beyond Beirut a pour mission d'encourager le développement du tourisme expérimental au-delà des limites de ville de Beyrouth comme moyen de développement économique durable dans le Liban rural. Les trois grands buts de l'organisation sont : 1) améliorer la qualité de vie et les services touristiques des régions rurales libanaises 2) faire le marketing des régions rurales libanaises en collaboration avec Lebanon traveler (un magazine axé sur le tourisme au Liban) ; 3) développer des produits durables sur la base du patrimoine culturel. Beyond Beirut participe aussi à l'organisation du festival de la pomme à Baskinta.

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
ONG	<p>Les plus beaux villages du Liban. Mrs. Magy Khoubbieh (manager du projet).</p>	<p>L'association « les Plus Beaux Villages du Liban » est une association à but non lucratif, née de la passion des fondateurs pour le patrimoine rural libanais et culture, plusieurs fois millénaire. L'association a trois buts principaux : 1) faire connaître les villages du Liban par l'installation de panneaux mentionnant le label aux portes des villages labellisés ; 2) préserver les villages du Liban par l'engagement des villages à respecter une charte de qualité et la sensibilisation de l'opinion publique libanaise ; 3) développer les villages du Liban par la promotion du tourisme et du développement local.</p>
	<p>Le Mountain Trail (LMT). Mrs. Martine Btaish (directeur exécutif).</p>	<p>Le LMT est le premier sentier de randonnée longue distance au Liban. Ce sentier est d'une longueur de 4 km à une altitude de 570- 2073 au-dessus du niveau la mer. Il est constitué de 27 sections principales et latérales passant par 76 villages, un site du patrimoine mondial, deux réserves de biosphère et 5 zones protégées. Il reflète la richesse naturelle et culturelle des montagnes libanaises, relie les régions rurales et renforce le tourisme rural tout en encourageant un comportement responsable des résidents et des visiteurs.</p>

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
ONG	<p>Arcenciel. Mrs. Hoda Kassatly (manager du département du patrimoine culturel), Mrs. Kim Issa (Responsable de la stratégie générale), Mr. Gilbert Moukheiber (directeur du programme tourisme).</p>	<p>Arcenciel est une association à but non lucratif créée en 1985 en pleine guerre civile. En 1995, elle est reconnue d'utilité publique par le Décret Présidentiel N754 Elle travaille avec et pour toute personne en difficulté et se construit autour de 5 programmes (mobilité sans tourisme responsable, accompagnement jeunesse, activité sociale, environnement et agriculture durables) avec plusieurs centres répartis sur tout le territoire libanais. Biso qu'aconfessionnelle et apolitique, arcenciel développe propose des politiques nationales dans tous les secteurs où elle est active. Arcenciel participe au développement durable de la société en soutenant les communautés vulnérables et en intégrant les personnes marginalisées via distinction aucune. Pour le département du patrimoine culturel, le rôle principale d'Arcenciel est de revitaliser le style traditionnel de l'architecture libanaise et de protéger le patrimoine culturel. Le programme tourisme été récemment établi (en 2006). Ce programme travaille sur le développement territorial du patrimoine culturel et non pas site par site.</p>

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
Entreprise privée	Hospitality services. Mrs. Randa Feraoun (manager du projet).	Fondée en 1993 par le duo père-fille Noulhad et Jouma Dammons, avec le soutien instrumental de feu Claudi Comaty-Dammons, Hospitality Services est une société d'édition et de gestion d'événements basée à Beyrouth au Liban. L'entreprise organise des salons professionnels majeurs et des événements grand public au cœur de secteurs de la gastronomie, de l'hôtellerie et du tourisme régional.
Projets au niveau national en lien avec le tourisme culturel	Lebanon Industry Value Chain Development (LIVCD). Mrs. Nour Mounkachar (Leader de la chaîne de valeurs du tourisme).	LIVCD est un projet soutenu par Beyond Beirut et financé par l'United States Agency for International Development (USAID). Il a commencé en 2013 et s'est tenu en janvier 2019. Son objectif principal était d'aider les opportunités économiques hors de la capitale à Beyrouth, notamment dans les zones rurales libanaises. Il consiste, entre autres, à offrir des programmes et des services touristiques compétitifs tout en préservant les activités agricoles et le patrimoine culturel et historique des régions rurales libanaises. Le projet vise en premier lieu à renforcer le tourisme rural durable au Liban tout en développant des projets avec des parties prenantes locales.

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
Projets au niveau national en lien avec le tourisme culturel	Daskara. Mr. Ramzi (un membre du Daskara est une plateforme sous forme de guide sur nature et la culture. Il sert surtout de référence et source d'informations, notamment sur des sites naturels et culturels au Liban (la plateforme couvre actuellement plus de 200 villages culturels au Liban). Les sources d'informations proviennent des communautés locales.	L'idée du projet « Daskara » (village authentique) commencé en 2011 par un groupe d'étudiants et d'enseignants de l'American University of Beirut (AUB) Daskara est une plateforme sous forme de guide sur nature et la culture. Il sert surtout de référence et source d'informations, notamment sur des sites naturels et culturels au Liban (la plateforme couvre actuellement plus de 200 villages culturels au Liban). Les sources d'informations proviennent des communautés locales.
Agences gouvernementales (ministères)	Ministère du tourisme. Mrs. Hiba Hassanieh (responsable du développement du tourisme rural).	Le Ministère du tourisme est chargé de : promouvoir le tourisme au Liban ; réglementer, coordonner et contrôler les professions touristiques, les associations et les organismes privés ; promouvoir et exécuter des projets d'investissements touristiques ; appliquer des lois et des règlements relatifs au tourisme. Le département de tourisme rural au ministère du tourisme est responsable d'activités de promotion du tourisme rural et de la mise œuvre des programmes de développement de ce dernier
La Générale Antiquités (DGA). Tania (section Liban).	Direction des Antiquités (DGA). Mrs. Tania Zaven (section Mont Liban).	Le rôle principal de la DGA est le développement d'événements culturels, la protection des sites du patrimoine culturel, la découverte des sites historiques, et

Catégorie de partie prenante	Organisation-représentant/e	Rôle/activités principal/s
Activistes et experts en tourisme culturel	Dr. Nour Farra Haddad.	Experte en tourisme culturel, jouissant d'une grande expérience à cet égard.
	Dr. Pascal Abdallah.	Expert en écotourisme et en activités relatives au travail des tours opérateurs .
Éco-tour opérateur	TLB destinations. Mr. Dander Nader (manager du TLB destination).	TLB destinations a été établi en 1996. L'éco-tour opérateur organise, pour les visiteurs européens et africains des tours en lien avec le tourisme responsable et le tourisme rural principalement sur les sites historiques ceux du patrimoine culturel.
	33 North. Mr. Gilbert Moukheiber (manager du 33 North).	33 North organise des tours en lien avec le tourisme solide sur des « sites incontournables » comme Baalbeck Jeita, Tyr, Byblos, etc. Les tours organisées par 33 North inclut les visites de sites du patrimoine culturel inscrit et non-inscrits sur la liste du patrimoine national du Liban.

TABLEAU A.2 – Les personnes interviewées (à Baskinta).

Catégorie de partie prenante	Association-représentant/e	Rôle/activités principal
Association de développement durable	Baskinta Bayrouna et les villages alentours. Mr. Nazih El Khoury Hanna (membre du comité de gestion et un des fondateurs de l'association).	Baskinta Bayrouna a été créée en 2012, c'est une association active dans le développement et la gestion de projets en lien avec le développement durable et le patrimoine culturel.
Propriétés privées associées aux fameux auteurs et philosophes de Baskinta	Mouvement culturel de Baskinta et des villages alentours. Mr. François Taniou Hbaikah (membre/président du comité de gestion et un de ses fondateurs).	Le mouvement a été créé en 1990, il a comme rôle principal d'organiser des activités en lien avec le patrimoine culturel principalement, des cérémonies de reconnaissance aux familles des auteurs, des écrivains, et des festivals locaux, imprimeries de Baskinta, des festivals locaux, imprimeries des écrivains et des poètes, organiser des livres d'éducation et de sensibilisation, etc. Le mouvement est constitué de 64 membres administratifs.
Propriétés privées associées aux fameux auteurs et philosophes de Baskinta	Le centre culturel d'Abdallah Ghanem. Dr. Ghaleb Ghanem (un des gestionnaires du centre).	Le centre est composé de plusieurs sections : une bibliothèque, une salle d'exposition, une salle de séminaires, une bibliothèque publique gratuite avec 8000 livres et ouvrages), une salle de séminaires, et une section pour les réunions privées. Le centre est ouvert au public 5 jours/semaine pendant 6 jours/semaine pendant l'été.

Catégorie de partie prenante	Association-représentant/e	Rôle/activités principal
Propriétés privées associées aux fameux auteurs et philosophes de Baskinta	Les maisons familiales de Suleiman Kettaneh. Mr. Youssef Kettaneh (le neveu de l'écrivain Suleiman Kettaneh et un des gestionnaires des maisons).	Suleiman Kettaneh a vécu pendant 69 ans dans ces maisons.
La maison et l'atelier de l'artiste Georges Aroyan	La maison et le musée de Mikhail Naimy à Zalka-Beyrouth. Mrs. Suha Haddad (la nièce de Mikhail Naimy et gestionnaire du site).	C'est la maison familial du peintre Georges Aroyan il habite encore aujourd'hui. C'est aussi son atelier regroupe une douzaine de peintures et des tableaux. Mikhail Naimy passa les 20 dernières années de sa vie dans cette maison. La maison est considérée un musée où sont exposées toutes ces affaires personnelles (initiative de développement personnelle par Haddad-la nièce de Mikhail Naimy et la mère de Haddad). Ces affaires ont été transférées dans une maison située dans le Mont Liban à cause des problèmes financières. Le musée inclut une bibliothèque regroupe une collection des livres de l'écrivain. Chaque section de la maison a un symbole et des significations associées aux aspects de la vie et à la philosophie de l'écrivain Naimy.

Catégorie de partie prenante	Association-représentant/e	Rôle/activités principal
Artisanat traditionnel	L'art du tricot. Mr. Georges Hobelka.	<p>Il n'existe plus des facteurs/ateliers se rapportant artisanat pour des raisons financières et suite à la remarquée des taux d'intérêt sur la demande produits de tricot au niveau local et national. L'artisan résident Mr. Georges Hobelka a gardé vivant tricot jusqu'à nos jours. Les outils industriels traditionnels qui ont été utilisés sont toujours disponibles l'entrepôt de sa maison, accessibles aux visiteurs mande.</p>
Guide touristique local	Mrs. Mireille Tobchrani.	<p>Cela fait 10 ans que Mrs. Mireille Tobchrani par Sentier Littéraire de Baskinta (SLB). Il existe encore trois guides touristiques à Baskinta.</p>
Autorité administrative	Mr. Sabee Abi Haidar (vice-président de la municipalité de Baskinta).	<p>Le rôle principal de la municipalité de Baskinta gestion durable du tourisme culturel est de surveiller activités en lien avec ce type de tourisme et de maintenir les sites du patrimoine culturel.</p>

Annexe **B**

L'enquête par entretien

TABLEAU B.1 – Les questions des entretiens

Questions	Indicateurs
Contribution du tourisme culturel au développement de l'économie local	Est-ce-que vous considérez que le tourisme culturel de l'économie local ? Si oui, comment mesurez-vous cette contribution ?
Contribution du tourisme culturel au développement du tourisme local	Est-ce-que vous considérez que le tourisme culturel du tourisme local ? Si oui, comment mesurez-vous cette contribution ?
Les activités du tourisme culturel offrent des opportunités d'emploi pour les communautés locales	Est-ce-que les activités du tourisme culturel offrent aux résidents ? Si oui comment ?
Le tourisme culturel améliore la qualité de vie économique des résidents	Est-ce-que le tourisme culturel améliore la qualité des résidents ? Si oui comment ?
Satisfaction des résidents envers les impacts du tourisme culturel	Est-ce-que les résidents sont-ils satisfaits de l'impact des résidents culturels ?
Pourcentage de résidents satisfaits de l'impact du tourisme culturel	Si oui, quel est le pourcentage des résidents satisfaits culturels ?

Indicateurs	Questions
Identification des atouts matériels et des atouts immatériels du patrimoine culturel	Quels sont les atouts matériels du patrimoine culturel et immatériels ? Comment identifiez-vous ces atouts ? (processus de reconnaissance, etc.)
Existence d'une base de données des atouts matériels	Est-ce que vous disposez d'une base de données des atouts matériels ?
Fréquence de mise à jour de la base de données des atouts matériels	Si oui, à quelle fréquence la base est-elle mise à jour ? (trimestriellement, ça dépend, etc.)
Lois ou règlements visant à protéger les atouts matériels, et des preuves de leur application	Est-ce que les lois ou les règles actuelles protègent les atouts matériels ? Si oui, comment vous les protégez ?
Mise en place des actions durables de gestion des atouts matériels du patrimoine culturel	Quelles sont les actions de gestion mises en place pour les atouts matériels du patrimoine culturel ?
Visibilité des atouts matériels du patrimoine culturel	Est-ce que les atouts matériels sont placés sur la carte ?
Adoption et application des cadres de protection des atouts matériels du patrimoine culturel	Est-ce que les atouts matériels sont intégrés dans des plans de gestion ? Si oui, quel/s est/sont ce/s cadre/s ?

Indicateurs	Questions
Organisation des événements en relation avec le patrimoine culturel de la région	Est-ce-que vous organisez des événements en lien de la région ?
Existence d'une base de données des atouts immatériel	Si oui, quels sont ces événements ? Est-ce-que vous disposez d'une base de données d
Fréquence de mise à jour de la base de données des atouts immatériels	Si oui, à quelle fréquence la base est-elle mise à jour lement, trimestriellement, ça dépend, etc.)
Programme de célébration du patrimoine culturel immatériel	Est-ce-qu'il existe des programmes de célébration matériel ? Si oui, quels sont ces programmes ?
Mise en place des actions durables de gestion des atouts immatériels du patrimoine culturel	Quelles sont les actions de gestion mises en place atouts immatériels du patrimoine culturel ?
Adoption et application des cadre de protection des atouts immatériels du patrimoine culturel	Est-ce-que les atouts immatériels sont intégrés dans Si oui, quel/s est/sont ce/s cadre/s ?
Gestion appropriée de la relation entre patrimoine culturel et tourisme culturel	Comment gérez-vous la relation entre le patrimoine culturel ?
Application du concept de la durabilité au développement et à la gestion du tourisme culturel	Est-ce-que vous adoptez et vous appliquez le concept gestion du tourisme culturel ?

Indicateurs	Questions
Application d'un processus durable de gestion	Quel processus de gestion durable adoptez-vous ?
Établissement d'une vision claire pour un futur durable	Est-ce-que vous avez une vision de gestion durable ? Si oui, quelle est cette vision ? Sinon, quelle vision ?
Application des approches durables de gestion du tourisme culturel	Quelle/s approche/s adoptez-vous dans la gestion du tourisme culturel ?
Le développement d'une politique/stratégie de gestion durable en adéquation avec les ressources culturelles	Quelle politique/stratégie de gestion durable du tourisme culturel avez-vous et suivez-vous ?
Une grande partie de la destination touristique relève du domaine de la politique ou du plan de protection du patrimoine culturel	Quels sont les éléments clé de cette politique/stratégie de gestion durable du tourisme culturel ? Quelle partie des régions rurales est couverte par cette politique/stratégie ?
Mise en place des actions durables de planification et de gestion du tourisme culturel	Quels actions/axes de gestion/outils de gestion du tourisme durable avez-vous ?
Intégration des atouts du patrimoine culturel dans des plans du tourisme durable	Est-ce-que les atouts matériels et immatériels sont pris en compte dans les plans de gestion du tourisme durable ?
	Si oui, comment, si non pourquoi ?

Indicateurs	Questions
Gestion de sécurité	Quelles sont les actions de gestion mises en place p la région, des communautés locales et des visiteurs?
Intégration des nouveaux outils technologiques à faible impact dans la gestion du tourisme culturel qui sert à protéger le patrimoine culturel et ses éléments	Intégrez-vous des outils technologiques dans la gestion? Si oui, quels sont ces outils et à quel niveau sont-ils n'y avez-vous pas recours?
La gestion du tourisme culturel est guidée par les principes internationaux de protection et de gestion durable	Est-ce-que les chartes internationales/les principes culturels et de gestion durable du tourisme guident la gestion? Si oui, quelle/s charte/s adoptez-vous?
Les clients sont conscients des comportements appropriés et ont une compréhension générale de la protection de l'environnement naturel et culturel	Est-ce-que les visiteurs se comportent-ils d'une manière appropriée et ces ressources? Si oui, comment mesurez-vous leur comportement?
Existence d'un code de conduite	Existe-il un code de conduite des visiteurs? Si oui, quel est le pourcentage de visiteurs respectueux?

Indicateurs	Questions
Développement des activités touristiques durables (qui protègent le patrimoine culturel et l'identité culturelle)	Est-ce que les activités touristiques développées sont durables et les caractéristiques de la région ? Si oui, comment ?
Réaliser des recherches scientifiques pour informer la prise de décision	Est-ce que vous réalisez des recherches scientifiques pour mener des recherches ? Si oui, quand et pour quels objectifs ?
Résoudre les problèmes de gestion du tourisme culturel	Quels sont les problèmes de gestion du tourisme culturel ? Que faites-vous pour les résoudre ? D'après votre expérience, quelles sont les histoires pratiques relatives à la gestion du tourisme culturel ? Quelles sont les leçons apprises qui pourraient être appliquées dans d'autres régions/ pays afin qu'on en profite ? Comment évalueriez-vous l'efficacité des efforts de gestion du tourisme culturel ?

Indicateurs	Questions
Diversification du marché et des produits	Comment développez-vous et promouvez-vous les produits culturels ? Est-ce que vous prenez en considération les percevants ?
Renforcer une image touristique écologique (l'authenticité est mise en avant)	Est-ce que l'image de la région renforce l'authenticité matériels et les atouts immatériels de la région ? Si oui, comment ?
Développer et concevoir des offres écologiques du tourisme culturel	Est-ce que les offres touristiques disponibles dans la région permettent la protection du patrimoine culturel ? Si oui, comment ?
Les achats proviennent principalement des fournisseurs locaux et/ou du commerce équitable (les entreprises locales sont impliquées dans les services offerts)	Est-ce que les achats proviennent principalement du commerce équitable ?
L'organisation réalise et entretient des contributions monétaires à la protection du patrimoine culturel	Est-ce que vous réalisez et enregistrez des contributions au patrimoine culturel ? Si oui, comment ?

Indicateurs	Questions
L'organisation fournit un soutien en nature ou sous une autre forme au patrimoine culturel	Est-ce que vous fournissez un soutien en nature ou patrimoine culturel ? Si oui, comment ?
L'organisation s'assure que ses activités n'entravent pas les accès aux sites du patrimoine culturel	Est-ce que vous s'assurez que vos activités n'entravent pas le patrimoine culturel ? Si oui, comment ?
Les acteurs du tourisme culturel offrent des expériences authentiques en lien avec le patrimoine culturel	Est-ce que vous offrez aux visiteurs des expériences authentiques du patrimoine culturel ? Si oui, comment ?
Toute utilisation d'artefacts est transparente et/ou documentée et signalée	Est-ce que toute utilisation d'artefacts est transparente et signalée ? Si oui, comment ?
Les visiteurs n'endommagent pas les objets relevant du patrimoine culturel	Est-ce que les visiteurs respectent les objets du patrimoine culturel, en prenant soin... ? Si oui, comment ?

Indicateurs	Questions
Participation des communautés locales dans la gestion du tourisme culturel	Est-ce-que les communautés localesont intégrés c et de protection du tourisme culturel ? Si oui, comment ?
Les communautés locales ont été sollicitées pour la présentation du patrimoine culturel dans les offres touristiques	Est-ce-que les communautés locales ont été sollicitées pour la présentation du patrimoine culturel dans les offres touristiques ? Si oui, comment ?
Développement des projets et des programmes d'engagement des communautés locales	Est-ce-que vous développez des projets et/ou des programmes d'engagement des communautés locales dans la gestion c
Mise en place des actions de gestion développées par les communautés locales	Est-ce-que les communautés locales mettent en place des actions de gestion développées par les communautés locales ? Si oui, quelles sont ces actions ?
Collaboration étroite avec les parties prenantes concernées	Qui sont les parties prenantes primaires ou les autres parties prenantes concernées auxquelles vous collaborez pour gérer le patrimoine culturel ? Quelles sont les formes et les mécanismes de collaboration ? C'est-a-dire quelles sont les relations entre les parties prenantes ? (pour les collaborateurs et les concurrents)
Maintenance d'un pouvoir équilibré	Selon vous, quel pouvoir/quelle influence vous avez exercé ?

L'enquête par questionnaire-version française

Le tourisme du patrimoine culturel au Baskinta

Valeurs, motivations et perceptions des visiteurs vers le tourisme du patrimoine culturel du Baskinta

Chers répondants,

Nous vous remercions par avance d'avoir accepté de participer à notre enquête en ligne conçue dans le cadre d'une recherche doctorale qui a pour but d'améliorer la gestion du tourisme du patrimoine culturel aux régions rurales libanaises. Il prendra environ 10 minutes à compléter. Soyez assurés que vos réponses sont complètement anonymes et que les résultats ne seront pas échangés ou partagés avec des tiers.

Avez-vous visité Baskinta au cours des quatre dernières années ?

Oui

Non

Avez-vous visité des attractions du patrimoine culturel au Baskinta ? Telles que, les attractions du Sentier Littéraire de Baskinta-SLB, les églises et les monastères, etc.

Oui

Non

Orientation des valeurs vers la protection ou la non protection du patrimoine culturel

Cette section mesure vos valeurs d'orientation vers la protection ou la non protection du patrimoine culturel en générale

Veillez évaluer votre niveau d'accord ou de désaccord par rapport aux affirmations suivantes sur l'échelle suivante : Pas du tout d'accord, Pas d'accord, Ni en désaccord ni d'accord, D'accord, Tout à fait d'accord.

Valeurs de préservation (nos-usage)

- On doit protéger les ressources du patrimoine culturel pour les générations futures.
- On doit protéger les ressources du patrimoine culturel pour que les gens puissent les visiter dans l'avenir même si cela signifie quitte à sacrifier le niveau de vie des communautés locales.
- On peut prendre goût à voir les attractions du patrimoine culturel sans les visiter et cela en regardant des films et/ou en lisant des livres.
- On s'inquiète que la prochaine génération n'ait pas l'opportunité de visiter les attractions du patrimoine culturel dont on profite actuellement.
- On s'intéresse aux attractions du patrimoine culturel qui sont intactes.
- On est ravi que des attractions du patrimoine culturel sont protégées même si on n'aime pas les visiter.

Valeurs d'usage

- On doit protéger les attractions du patrimoine culturel parce qu'elles peuvent satisfaire nos loisirs.
- Les attractions du patrimoine culturel sont des ressources importantes pour le secteur économique.

Les items d'incitation associés aux motivations : Les facteurs d'incitation sont les facteurs qui ont initiés des motifs pour réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel.

Veillez évaluer votre niveau d'accord ou de désaccord par rapport aux affirmations suivantes sur l'échelle suivante : Pas du tout d'accord, Pas d'accord, Ni en désaccord ni d'accord, D'accord, Tout à fait d'accord.

- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais goûter de nouveaux aliments.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais découvrir le mode de vie rural.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais améliorer mes connaissances culturelles et historiques.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais participer à des événements originaux.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais partager un sentiment d'appartenance avec la communauté locale de la destination visitée.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais revenir sur mon lieu de naissance.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais réfléchir sur mes valeurs religieuses.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais atteindre une perfection spirituelle.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais rencontrer des gens venant du monde entier.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais passer du temps avec ma famille et/ou mes amis.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais profiter des paysages pittoresques.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais vivre une expérience authentique (réelle, origine, pure).
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais être physiquement et/ou émotionnellement renouvelé/e.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais prendre plaisir de l'hospitalité des gens.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais visiter un endroit que j'ai toujours voulu visiter.
- J'étais motivé/e à réaliser une expérience en lien avec le tourisme du patrimoine culturel parce que je voulais visiter des endroits dont j'ai déjà

entendu parler (bouche-à-oreille).

Les items d'attraction associés aux motivations : les facteurs d'attraction sont les facteurs qui vous ont motivés à choisir Baskinta.

Veillez évaluer votre niveau d'accord ou de désaccord par rapport aux affirmations suivantes sur l'échelle suivante : Pas du tout d'accord, Pas d'accord, Ni en désaccord ni d'accord, D'accord, Tout à fait d'accord.

- Baskinta est une attraction rurale réputée pour le tourisme du patrimoine culturel.
- Baskinta me permet de découvrir la diversité des paysages naturels et culturels.
- Baskinta me permet d'explorer des monuments historiques.
- Baskinta me permet d'améliorer mes connaissances sur des philosophes, écrivains, poètes et peintres célèbres.
- Baskinta me permet de découvrir des outils industriels traditionnels.
- Baskinta me permet de participer à des festivals traditionnels.
- Baskinta me permet de découvrir la richesse en lien avec la religion.
- Baskinta me permet d'apprendre la gastronomie locale.
- Baskinta me permet de vivre une expérience authentique.

La perception d'importance envers les actions de gestion du tourisme du patrimoine culturel : Veuillez indiquer votre niveau perçu d'importance pour chacune des actions de gestion directes et indirectes mise en place au Baskinta sur l'échelle suivante : Pas du tout importante, Légèrement importante, Importante, Très importante, Extrêmement importante.

Actions de gestion directes

- Interdire les réunions dans les attractions du patrimoine culturel qui ne sont pas essentiellement à des fins d'explorer le site.
- L'application d'un code de conduite.
- Accroître le nombre de gardes sur les attractions du patrimoine culturel.
- Accueillir les visiteurs aux attractions du patrimoine culturel en petit groupe (entre 10 et 15 visiteurs).

Actions de gestion indirectes

- Mettre en place des panneaux informatifs et interprétatifs tout au long du Sentier Littéraire de Baskinta- SLB.
- La sensibilisation des visiteurs sur l'importance de protéger le patrimoine culturel en donnant des conseils pratiques d'un comportement favorable.

- Permettre aux visiteurs de participer à l'activité de cueillette des pommes (festival des pommes).
- Offrir aux visiteurs la possibilité de rencontrer des membres des familles des écrivains et des poètes.
- Rendre les visites aux attractions du patrimoine culturel gratuites.
- Faire payer plus cher les visiteurs internationaux que les visiteurs domestiques pour les visites guidées.

Caractéristiques socio-démographiques

Votre nationalité :

Votre lieu de résidence :

Votre âge :

Votre sexe :

Homme

Femme

Votre état civil :

Célibataire

Marié/e

Divorcé/e

Veuf/Veuve

Autre :

Quel est le plus haut diplôme que vous ayez obtenu ?

Diplôme du 3ème cycle universitaire (doctorat, mastère)

Diplôme du 1er cycle universitaire (BTS, DUT, ou équivalent, Baccalauréat)

CAP, BEP ou diplôme de même niveau

Brevet des collèges, BEPC

Certificat d'études primaires

Aucun diplôme

Quelle option convient le mieux à votre situation actuelle ?

Sans emploi

Étudiant/e

Étudiant/e qui travaille

Indépendant/e

Travail à temps plein

Travail à temps partiel

Autre

Votre salaire mensuel

Pas de salaire mensuel fixe

Moins de 800

800–1000

1050–2050

2100–3000

Plus de 3000

Autre :

La dernière fois que vous avez visité Baskinta c'était votre ?

Première visite

Visite répétée

Comment avez-vous pris connaissance de la région du Baskinta ? :

Si vous êtes intéressés de voir les derniers résultats, merci de laisser votre adresse e-mail :

Glossaire

A

- actions de gestion directes** actions de gestion traitant d'une manière directe les comportements des visiteurs. xxv, xxvi, 104, 105, 108, 110, 114–117, 164, 209, 212, 217–221, 232–235, 237–239, 254–258
- actions de gestion indirectes** actions qui visent à changer les facteurs en relation avec les décisions que les visiteurs utilisent pour définir leur comportement. xxv, xxvi, 104, 105, 108, 109, 115–118, 164, 209, 212, 217–219, 221, 232–235, 237–239, 254–259
- AFE** est une méthode d'analyse factorielle qui présente une famille de méthodes quantitatives par lesquelles on cherche à comprendre un ensemble de variables observées en termes de dimensions plus abstraites qu'on appelle facteurs. xxii, 169, 170, 212, 214, 216
- agrotourisme** défini comme le tourisme basé sur la découverte des savoir-faire agricoles d'un territoire. 33, 34, 125, 126
- analyse de contenu** est une technique de traitement de données préexistantes par recensement, classification et quantification des traits d'un corpus. 123, 147, 167, 168, 175, 177, 345
- approche abductive** est une approche intégrée de recherche qui combine entre plusieurs activités de recherche et entre observations empiriques et théoriques permettant aux chercheurs d'élargir leurs compréhensions de la théorie et des phénomènes empiriques. 147, 148
- approche de gestion par les valeurs** les sites patrimoniaux se définissent à travers les valeurs qui leur sont accordées. La gestion par les valeurs est une gestion coordonnée et structurée des sites du patrimoine culturel dont le but est de protéger. 62, 74
- approche de leadership** le leadership est l'influence politique, psychologique, sociale, etc. d'un individu sur un groupe d'individus ou d'un groupe d'individus sur un autre groupe. Le leader a des compétences personnelles qui lui confèrent une différence et qui lui permettent d'être écouté et suivi par

- un groupe de personnes. 41, 201
- approche de méthode mixte** est une approche utilisée dans un contexte complexe de recherches, avec des méthodes qualitatives et quantitatives. 9, 123, 147, 148
- approche de parties prenantes** la théorie des parties prenantes, « stakeholder theory », propose une approche participative de la conception de la stratégie. C'est une conception fondée sur une négociation constructive où l'on s'arrange pour que chacune des parties prenantes trouve son intérêt à coopérer. 62, 63, 74, 118, 201
- approche Delphi** développée initialement aux États-Unis par la Rand Corporation dans les années 1960, elle vise à organiser la consultation d'experts sur un sujet précis. Le principe est que des prévisions itératives réalisées par un groupe structuré d'experts sont généralement plus fiables que celles faites par des groupes non structurés ou des individus. La méthode Delphi est sans doute la technique qui a fait l'objet du plus grand nombre d'applications dans le monde entier. 112
- approche participative** fondée sur l'établissement d'un dialogue permanent entre populations et agents techniques, sur le respect mutuel et le principe de partenariat, ainsi que sur la reconnaissance du savoir-faire local. 40, 201
- atouts immatériels** peuvent couvrir différentes formes : chants, coutumes, danses, traditions gastronomiques, jeux, mythes et rituels, contes et légendes, petits métiers, témoignages, documents écrits et archives (dont des audiovisuels). xxii, 4, 5, 10, 15, 16, 35, 38, 39, 43, 58, 61, 64, 72, 73, 88, 89, 91, 119, 123, 125–127, 134, 136, 140, 177, 184, 191, 200, 245–247
- atouts matériels** comprennent principalement des paysages construits, de l'architecture et de l'urbanisme, des sites archéologiques et géologiques, certains aménagements de l'espace agricole ou forestier, des objets d'art et du patrimoine industriel (outils, instruments, machines, bâti, etc.). xxii, 4, 5, 10, 15, 16, 38, 39, 43, 58, 61, 72, 77, 88, 89, 119, 123, 125, 126, 134, 136, 142, 145, 177, 184, 245
- attachement communautaire** mesure selon laquelle les individus s'identifient à un environnement particulier. 84, 86, 88, 91, 180
- authenticité** valeur ajoutée de l'expérience touristique, elle est catégorisée sous trois formes: authenticité objective, authenticité construite et authenticité existentielle. 4, 8, 40, 76, 77, 92, 93, 95, 100, 102, 103, 112, 201, 344
- autonomisation communautaire** l'engagement actif des communautés locales pour qu'elles soient par elles-mêmes des agents de changement, et qu'elles aient la capacité de résoudre leurs problèmes indépendamment, de prendre des décisions, de mettre en œuvre des actions et d'évaluer leurs solutions. 63, 84, 85, 87, 344

B

boule de neige est une technique d'échantillonnage par dépistage de liens. Elle a été introduite par Goodman en 1961, selon laquelle on demande aux individus faisant partie de l'échantillon initial d'identifier des connaissances à eux qui pourront aussi faire partie de l'échantillon afin d'augmenter le nombre de personnes interrogées ou sollicitées. Ces dernières sont alors ajoutées à notre étude et peuvent nous guider vers d'autres personnes qui, elles aussi, citeront d'autres connaissances.... 147, 150, 345

C

commerce équitable alternative au commerce mondial dominant. En s'appuyant sur des chaînes commerciales plus courtes et transparentes, il permet aux producteurs de vivre décemment de leur travail et d'être acteurs de leur modèle de développement. Le commerce équitable est le pilier d'une économie respectueuse des droits économiques, sociaux, culturels et environnementaux. 23, 77, 127, 141, 161, 162, 180, 191, 192, 246, 250

construction d'indicateurs la construction et le suivi d'indicateurs pertinents constituent une démarche logique et a priori rationnelle pour s'assurer de la conformité entre les objectifs globaux et leur mise en œuvre pratique dans des politiques, dans des actions concrètes de gestion ou dans des projets. 118, 152, 153, 258

D

design de méthode mixte séquentiel exploratoire les chercheurs commencent par la réalisation d'une ou plusieurs méthodes qualitatives dont les résultats contribuent au développement des méthodes quantitatives. xxv, 10, 148, 149

destinations touristiques intelligentes sont celles qui innovent et offrent une infrastructure technologique de pointe, qui garantissent le développement durable du territoire touristique, qui sont accessibles à tous et facilitent l'interaction et l'intégration des visiteurs tout en améliorant leur expérience et la qualité de vie des habitants. 253, 254

développement durable répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. xiii, xxv, cccxlviii, 4, 8, 11, 15, 17–23, 34, 39, 40, 59, 61, 62, 65, 68, 69, 71, 76, 88, 114, 150, 153, 177, 180, 199, 247, 248, 250, 252, 253, 343

E

- échantillon de convenance** un échantillon de convenance désigne un échantillon choisi lors d'une étude pour des raisons plutôt pratiques (accessibilité, coût...) que pour des raisons de méthodologie et de représentativité. 151, 166
- écotourisme** concept datant de la fin des années 1980, il sert en premier lieu à protéger l'environnement et les zones naturelles. 25, 33, 34, 126, 135
- enquête par entretien** un entretien est une série de questions ouvertes, directives et/ ou semi-directives. 9, 10, 123, 147, 148, 150, 152, 172, 175, 345
- enquête par questionnaire** un questionnaire est une série de questions méthodiquement posées afin de définir un cas, une situation, une demande parmi un grand nombre de possibilités. 9, 10, 86, 123, 147, 148, 151, 156, 157, 165, 172, 175, 205, 255, 345
- entrepreneuriat culturel durable** concept qui encourage l'application des modèles d'entrepreneuriat pour soutenir et améliorer les valeurs et les traditions d'une communauté pour ses avantages auto-définis, plutôt que d'imposer des modèles d'entrepreneuriat économiques susceptibles de modifier les conditions d'une communauté. 113
- entretien semi-directif centré (ou ciblé)** se concentre sur une expérience précise (une étude de cas par exemple). Le chercheur pose des questions ouvertes sur une situation ou un événement en particulier. 152
- espace rural** désigne la campagne, un espace cultivé habité qui s'oppose au concept de ville, d'espace urbain. 25, 26
- espace urbain** l'ensemble, d'un seul tenant, de plusieurs aires urbaines et des communes multipolarisées qui s'y rattachent. 25

F

- facteurs d'incitation et d'attraction** les facteurs d'incitation sont définis comme étant des variables motivant les touristes à voyager. Alors que, les facteurs d'attraction sont des variables qui attirent les touristes à une certaine destination touristique qui, pour eux, peut satisfaire leurs facteurs d'incitation. xxii, xxvi, 94, 95, 115, 159, 170, 209, 212–214, 216

G

- gamme d'indicateurs** type d'indicateur qui combine entre plusieurs indicateurs simples et fournit des interprétations intégrées ainsi qu'une nouvelle perspective sur un phénomène précis. 16, 68, 69, 153, 154, 177, 199
- gestion durable** consiste en un changement du système stratégique et du processus de prise de décision. C'est ainsi une orientation économique vers des stratégies plus durables et vers une préservation des ressources environnementales. xiii, xx–xxii, xxvi, cccxlviii, 1, 3–5, 7, 8, 10–12, 16, 60–63, 65,

67–75, 77, 79–81, 83, 85, 88, 92, 93, 95, 104, 111, 112, 114, 115, 118, 119, 148, 153, 154, 169, 173, 175, 177–184, 186–192, 194, 196, 198–203, 241, 243–247, 249–254, 257–260, 343–346

gouvernance action et manière de gouverner au sein d'un État, d'une entreprise ou de toute organisation ou institution, qu'elle soit publique ou privée. 22, 41, 249, 254

H

habiliter c'est un processus socio-politique qui articule une dynamique individuelle d'estime de soi et de développement de ses compétences avec un engagement collectif et une action sociale transformative. 180, 183, 200

M

management du tourisme durable des pratiques de management spécifiques et adaptées à l'analyse des différentes composantes du secteur touristique: son poids dans l'économie, les formes multiples que prennent les activités touristiques, ses impacts sur l'environnement et l'aspect socio-culturel des destinations touristique. 3–5, 10, 60, 61

méthodes qualitatives les méthodes de recherche qualitatives regroupent un ensemble de méthodes de recherche qualitatives. Parmi les plus utilisées dans les entretiens (de type directif et semi-directif), des observations participantes et non participantes et des focus groupes (ou entretien collectif). 123, 147, 148

méthodes quantitatives sont des méthodes de recherche utilisant des outils d'analyse mathématiques et statistiques, en vue de décrire, d'expliquer et de prédire des phénomènes par le biais de données historiques sous forme de variables mesurables. 123, 147, 148

O

offres écologiques offres/ produits du tourisme à faible impact sur les atouts et les sites du patrimoine culturel. 77, 246

orientation des valeurs dans le domaine de la gestion du tourisme du patrimoine culturel, l'orientation des valeurs (vers l'usage ou vers la préservation du patrimoine culturel) est un ensemble de propositions liées, portant à la fois des valeurs et des considérations existentielles. Les valeurs d'usage sont des valeurs marchandes, celles liées aux avantages de l'usage récréatif, tandis que les valeurs de préservation sont liées aux avantages de la simple existence des ressources du patrimoine culturel. xiii, xxi, xxii, xxvi, cccxlviii, 12, 104–107, 115, 117, 157, 158, 165, 171, 209, 220, 231, 234–237, 239, 240, 254–257, 259, 261

P

participation communautaire c'est la création d'occasions qui permettent à tous les membres d'une communauté et à la société en général, de contribuer activement, d'influencer le processus de développement ainsi que de partager équitablement les bénéfices du développement. xxvi, 67, 86, 88, 177–181, 183, 245, 345

patrimoine culturel l'ensemble de tous les biens naturels ou créés par l'homme sans limite de temps ni de lieu, il constitue alors l'objet de la culture. xiii, xxi, xxii, xxv, xxvi, cccxlviii, 1, 3–5, 7–12, 15, 16, 27, 33–42, 48, 54, 59–65, 67, 69, 71–81, 84–89, 91, 92, 95, 97, 102–105, 107, 110–115, 117, 119, 123, 125, 126, 134, 136, 150–152, 154–158, 162, 164, 165, 167, 172, 177, 178, 180–184, 186, 188–191, 194, 196–198, 200–203, 208, 209, 212, 214–217, 219–230, 232–235, 237–240, 245–248, 252–257, 259, 260, 343–345

patrimoine culturel immatériel dénomination « patrimoine culturel immatériel » utilisée par l'Unesco visant à désigner les pratiques artistiques liées aux arts vivants et les pratiques culturelles collectives (rituels, arts et manifestations interdisciplinaires traditionnelles). Les pratiques culturelles immatérielles sont en constante évolution dans l'espace et dans le temps. 11, 32, 37, 43, 55, 56, 64, 73, 125, 134, 136, 140, 141, 145, 246, 345

patrimoine culturel matériel constitué de l'ensemble des monuments, des sites, des centres urbains, des sites archéologiques, des paysages culturels, etc. xxi, 11, 32, 36, 43, 45, 47, 50, 52, 125, 134, 136, 142–145, 345

PLS-MES le moindres carrés partiels-PLS est une méthode du modèle de l'équation structurelle-MES qui permet de tester et de valider des relations de cause à effet complexes avec des variables latentes. 147, 170, 171, 175, 216, 217, 219, 221, 223, 225, 227, 229, 231, 233, 235, 237, 239, 346

R

recherche explicative l'objectif principal des études explicatives est d'indiquer la causalité entre des variables ou des événements. 147

recherche exploratoire est un type de recherche qui sert à étudier un phénomène sur lequel n'existe que peu de modèles élaborés ou de théories ou un phénomène qui a été convenablement testé et étudié dans une société ou une culture mais pas dans les autres. 147

régions rurales caractérisées par sept aspects: située hors des régions urbaines, péri-urbaines, et côtières; se rapproche plus d'un village; à faible densité de population et/ou d'emploi; espace ouvert; espace faiblement diversifié; où on y trouve des établissements à petite échelle; utilisation des terres dominée par l'agriculture et une activité agricole importante, englobe des espaces forestiers et des zones naturelles. xiii, xxi, xxvi, cccxlviii, 1, 4, 10,

12, 24–29, 32, 34, 43, 51, 55, 57, 70, 113, 125, 134, 169, 205, 243–248, 250, 254, 257, 258, 260

régions rurales libanaises régions situées hors zones urbaines, avec une population ne dépassant pas les 10 000 habitants, d'une surface naturelle dominant la surface habitée, avec un niveau faible d'urbanisation, des infrastructures peu développées et une utilisation de terres dédiée principalement à l'agriculture. xiii, xx, xxi, cccxlviii, 1, 5, 7–12, 15, 25, 27, 28, 32, 43–47, 50, 54–59, 61, 114, 123, 125, 126, 150, 168, 173, 175, 177, 178, 181, 182, 184, 187, 188, 190–192, 194, 196–198, 203, 208, 241, 245–248, 250, 252, 257–260, 345

régions urbaines concentration démographique d'au moins 1 000 habitants et une densité de population d'au moins 400 habitants au kilomètre carré, d'après les chiffres de population du recensement actuel. Tout territoire situé à l'extérieur des régions urbaines est considéré comme région rurale. 15, 25, 27, 32, 99, 203, 205, 261

S

sensibiliser augmenter la conscience des gens envers l'importance de développer et protéger leur patrimoine culturel. 178, 180, 182, 186, 254

sites du patrimoine mondial appellation attribuée à des lieux ou des biens, situés à travers le monde, possédant une valeur universelle exceptionnelle. A ce titre, ils sont inscrits sur la Liste du patrimoine mondial afin d'être protégés pour que les générations futures puissent les apprécier à leur tour. xxi, 7, 38, 52, 53

T

technique aléatoire pure sont des procédés dans lesquels le choix de l'échantillon est fondé uniquement sur le hasard. 147, 151, 167

théorie des échanges sociaux théorie portant sur la compréhension des échanges des ressources entre les individus et l'activité/ action dans une situation d'interaction. Elle examine les relations interpersonnelles. 84, 86

tourisme ensemble d'activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. xiii, xxi, xxv, cccxlviii, 1, 3–5, 7, 8, 10, 15, 16, 18, 20–25, 32–41, 43, 59–64, 68, 70, 77, 84, 86, 87, 89, 94, 107, 112–114, 119, 134, 135, 156, 158, 164, 170, 186, 191, 196, 201, 205, 208, 243, 245, 247, 249, 250, 252, 253, 258

tourisme à base communautaire forme de tourisme géré directement par des communautés locales, en général basées dans des régions rurales et pauvres et qui permet de faire bénéficier les populations locales en leur assurant un maximum de gains et de retombées financières. xiii, cccxlvi, 33

tourisme culturel une catégorie de tourisme rurale dont l'objectif est de faire découvrir le patrimoine culturel et le mode de vie d'une région et de ses habitants. C'est alors le tourisme qui compte sur les atouts du patrimoine culturel et les transforme en offres touristiques. Il prend lieu quand le motif principal de voyage est de participer à une activité culturelle ou patrimoniale. xiii, xx–xxii, xxv, xxvi, cccxlvi, 1, 3–5, 7–12, 15, 16, 25, 33–39, 41–45, 47, 49, 51–53, 55, 57, 59–71, 73–75, 77, 79–81, 83–88, 92, 93, 95, 104, 105, 110–116, 118, 119, 123, 125–127, 135, 145, 147, 148, 150–156, 159, 161, 162, 164–166, 169–173, 175, 177, 178, 180, 181, 183–185, 187–191, 193, 194, 196–203, 209, 214, 218, 222, 231, 234, 241, 243–254, 256–260, 343–346

tourisme de la diaspora la diaspora représente un marché lucratif pour une destination touristique. Les diasporas peuvent être considérées comme des agents de développement des secteurs de tourisme. 251

tourisme de masse défini comme étant le nombre de touristes visitant en même temps une destination touristique. 4, 20, 21, 258

tourisme domestique c'est le tourisme intérieur impliquant des résidents d'un pays voyageant uniquement dans ce pays. 205, 250

tourisme durable forme alternative de développement qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, tout en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels et des communautés d'accueil. 3–5, 7, 11, 15, 19–23, 33, 36, 38, 39, 60, 61, 63, 65, 68–70, 74, 76, 84, 86, 87, 104, 112, 114, 118, 119, 153, 154, 156, 170, 189, 241, 248, 251, 258, 259, 343

tourisme équitable résulte d'une véritable harmonie entre les personnes, les cultures et l'environnement. Pour répondre à ces engagements, le tourisme équitable et solidaire se fonde sur trois piliers: le commerce équitable, la solidarité internationale et l'économie sociale et solidaire. 23

tourisme gastronomique forme de tourisme rural axé vers la découverte des spécialités culinaires d'un pays ou d'une région. 33, 34

tourisme intelligent c'est le tourisme soutenu par des efforts intégrés dans une destination pour collecter et agréger/exploiter les données provenant de l'infrastructure physique, des connexions sociales, des sources gouvernementales/organisationnelles et des corps/esprits humains, en combinaison avec l'utilisation des technologies avancées pour transformer ces données en expériences sur place, tout en mettant clairement l'accent sur l'efficacité, la durabilité et l'enrichissement des expériences touristiques. 252, 253,

346

tourisme religieux repose essentiellement sur l'idée de faire voyager des personnes afin qu'elles puissent se rapprocher d'un lieu consacré à la dévotion, à la mémoire, à l'apparition d'une présence ou à un endroit sacré ou important pour une tradition religieuse. 189

tourisme responsable tourisme qui participe à la promotion d'une culture de paix tout en protégeant le patrimoine et les ressources naturelles du pays. 23, 188, 199

tourisme rural généralement défini comme le tourisme qui prend lieu hors des villes et des zones côtières, dans des territoires à faible densité démographique. xiii, cccxlviii, 3, 4, 15, 24, 25, 32, 61, 62, 114, 180, 203, 343

tourisme rural durable c'est le tourisme durable qui prend lieu dans les régions rurales et désigne des changements observables autant du côté de la demande que de celui de l'offre. 11, 23–25, 27, 29, 31, 33, 343

tourisme solidaire l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) définit en 2006 le tourisme solidaire comme regroupant les formes de tourisme « alternatifs » qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires. 23

Index

- action de gestion, xiii, 9, 10, 12, 72, 74, 75, 80, 92, 104, 105, 108, 110, 115, 119, 157, 164, 165, 171, 177, 183–188, 198, 200, 202, 209, 220, 221, 231, 234–237, 239–241, 245, 254–259, 261
- action de gestion directe, 104, 105, 108, 110, 114–117, 164, 209, 212, 217–221, 223–228, 232–235, 237–239, 254–258
- action de gestion indirecte, 104, 105, 108, 109, 115–118, 164, 209, 212, 217–219, 221, 223–228, 232–235, 237–239, 254–257, 259
- action de promotion, 190, 191
- action durable, 72–74
- action d'évaluation, 187, 188
- activiste, 126
- activité agricole, 25–27, 34, 141
- agriculteur, 191, 192
- agriculture, 4, 26–28, 32, 34, 133–135
- agrotourisme, 33, 34, 125, 126
- Akkar, 28, 29, 43, 46, 47, 49, 58, 125
- anti-Liban, 28, 53
- approche de gestion par les valeurs, 62, 74
- approche de leadership, 41, 201
- approche de parties prenantes, 62, 63, 74, 118, 201
- approche Delphi, 112
- approche durable, 39, 74, 119
- approche participative, 40, 201
- architecture, 37
- archive, 37
- artisanat traditionnel, 55, 56, 103, 141
- atout immatériel, xiii, 4, 5, 10, 15, 16, 35, 38, 39, 43, 58, 61, 64, 72, 73, 77, 88, 89, 91, 119, 123, 125–127, 134, 136, 140, 177, 184, 191, 200, 245–247
- atout matériel, xiii, 4, 5, 10, 15, 16, 38, 39, 43, 58, 61, 72, 77, 88, 89, 119, 123, 125, 126, 134, 136, 142, 145, 177, 184, 245
- attachement communautaire, 84, 86, 88, 91, 180
- attraction culturelle, 10, 252, 255, 258
- attraction du patrimoine culturel, 181, 182, 186, 190, 191, 198, 208, 212, 220, 221, 252, 254–256
- attraction rurale, 214, 222
- attraction touristique, 172, 198
- attraction touristique culturelle, xiii
- attraction touristique culturelle, 257, 258
- authenticité, 4, 8, 40, 76, 77, 92, 93, 95, 100, 102, 103, 112, 201

- autonomisation communautaire, 63, 84, 85, 87
- Baalbeck-Hermel, 28, 29, 44, 45, 49, 51, 53, 56, 58, 125
- Baskinta, xiii, 9–11, 123, 125–127, 129–136, 138–145, 150, 151, 156, 159, 161, 162, 164–168, 172, 175, 178, 180, 182, 186, 188, 191, 192, 196, 198, 205, 208, 209, 214–216, 222, 241, 246, 248, 255–257, 259
- Bekaa, 28, 29, 43, 46, 47, 49, 50, 52–55, 57, 125, 126, 183, 187
- biodiversité, 182
- chant, 1, 37
- civilisation, 42, 187
- collaboration, 32, 41, 60, 63, 67, 69, 80, 81, 88, 112, 154, 181, 190, 194, 196, 197, 202, 251, 253, 258, 259
- commerce équitable, 23, 77, 127, 141, 161, 162, 180, 192, 246, 250
- communauté locale, 22, 24, 32–34, 63, 67, 70, 72, 78–80, 83–89, 91, 103, 138, 156, 178, 181, 183, 188, 193, 202, 203, 209, 215, 220, 222, 247, 248, 251, 255
- communauté rurale, xiii
- connaissance, 40, 41, 64, 84, 92, 96, 97, 99, 100, 106
- connaissance culturelle, 209, 215, 216, 222
- connaissance traditionnelle, 36
- construction patrimoniale, 42, 43
- conte, 37, 127, 140, 184
- coutume, 1, 37, 97, 100
- cuisine authentique Libanaise, 55
- culture, 4, 25, 34–36, 38, 40, 71, 92, 96, 97, 99–101, 103, 106, 161, 182, 259
- danse, 37, 97
- destination culturelle, 97
- destination touristique, 3, 5, 21, 33, 35, 36, 40, 41, 72, 73, 75, 77, 92, 94, 99, 103, 104, 110, 159, 177, 209, 253
- destination touristique intelligente, 253, 254
- document écrit, 37
- durabilité, 18, 19, 40, 41, 65, 68, 72, 74, 86, 113, 196, 247
- développement durable, xiii, 4, 8, 11, 15, 17–23, 34, 39, 40, 59, 61, 62, 65, 68, 69, 71, 76, 88, 114, 150, 153, 177, 180, 199, 247, 248, 250, 252, 253
- engagement, xiii, 7–11, 16, 21, 27, 33, 63, 65, 67, 80, 83–87, 92, 93, 103, 104, 111, 114, 115, 118, 119, 148, 173, 241, 245, 248, 257–261
- entrepreneuriat culturel durable, 113
- entretien, xiii, 12, 91, 123, 148, 152, 153, 155, 156, 159, 168, 175, 177, 186, 199, 243, 259
- espace rural, 25, 26
- espace urbain, 25
- esprit du lieu, 89
- facteur d'attraction, 94, 101
- facteur d'incitation, 94, 96
- facteur d'attraction, 94, 159
- facteur d'incitation, 94
- facteurs d'incitation et d'attraction, 94, 95, 115, 159, 170, 209, 212–214, 216
- festival, 39, 54, 88, 89, 95–97, 100, 103, 127, 145, 146, 161, 162,

- 180, 212, 215, 221, 222, 256
festival traditionnel, 180, 190
folklore, 100
- gamme d'indicateurs, 177
gamme d'indicateurs, 16, 68, 69, 153, 154, 199
gastronomie locale, 215, 222
gestion durable, xiii, 1, 3–5, 7, 8, 10–12, 16, 60–63, 65, 67–70, 72, 74, 75, 80, 83, 85, 88, 92, 93, 95, 104, 111, 112, 114, 115, 118, 119, 148, 153, 154, 169, 173, 175, 177, 178, 180, 183, 184, 187, 189, 191, 194, 196, 198–203, 241, 243–247, 249–254, 257–260
gestion socio-économique durable, 69–71, 154, 183, 194, 200, 246
gouvernance, 22, 41, 249, 254
guide touristique, 8, 32, 63, 76, 83, 102, 111, 112, 150, 167, 183, 186, 190, 192, 194, 196, 200
- habiliter, 180, 183, 200
histoire, 89, 102, 184
- identité culturelle, 19, 21, 34, 36, 37, 39, 72, 87, 89, 90
identité rurale, 182
image touristique écologique, 247
indicateur, 3, 5, 8–11, 16, 41, 65, 68–81, 153–155, 180, 183, 189, 191, 194, 199, 202, 208, 245, 246, 259
inscription romain, 246
itinéraire culturel, 113
- jeux, 37
- Liban, xiii, 5–8, 11, 15, 16, 25, 27–32, 34, 42–48, 50–52, 55–62, 69, 114, 119, 123, 126, 132–136, 139, 145, 147, 150, 152, 153, 155, 164, 166, 180–182, 188–190, 194, 197, 198, 203, 205, 243, 246, 249–253, 255, 258
- Liban Nord, 28, 29, 43, 44, 47, 49, 53, 55–57, 125, 133
légende, 37, 140
- management, xiii, 1, 3–5, 7–12, 16, 25, 39, 60–63, 65–70, 72–75, 77, 80, 81, 83–85, 88, 92, 93, 95, 104, 111, 112, 114, 115, 118, 119, 148, 153, 154, 169, 173, 175, 177, 178, 180, 183, 184, 187, 189, 191, 194, 196, 198–203, 241, 243–247, 249–254, 257–260
management du tourisme durable, 3–5, 10, 60, 61
ministère de la culture, 7, 63, 83, 111, 182, 188, 197, 248
ministère du tourisme, 7, 25, 63, 83, 111, 114, 150, 182, 191, 196, 197
- Mont Liban, 27–29, 43–48, 50–59, 125, 127, 128
monument historique, 35, 46, 50, 52, 59, 64
motivations des visiteurs, xiii, 10, 12, 92–96, 101, 104, 115, 117, 119, 159–161, 164, 169–171, 209, 212, 214, 216, 217, 221, 222, 231, 233–240, 250, 254–257, 259
- municipalité, 8, 63, 83, 111, 126, 150, 181, 186, 188, 196
musée, 46, 47, 50, 126, 152, 183, 186, 187
mythe, 1, 37, 89, 127

- mémoire, 89
- narration, 184
- noms des lieux, 127, 140
- norme, 105
- objet d'art, 1
- objet d'art, 37
- offre touristique, 178, 183, 190
- offre écologique, 77, 246
- organisation non gouvernementale, 7, 40, 63, 83, 111
- orientation des valeurs, xiii, 12, 104–107, 115, 117, 157, 158, 165, 171, 209, 220, 231, 234–237, 239, 240, 254–257, 259, 261
- outil industriel, 1, 215, 222
- participation communautaire, 67, 86, 88, 177–180, 245
- partie prenante, xiii, 5, 7, 9–11, 16, 20, 21, 32, 39, 40, 60, 62–65, 67, 69, 78, 80, 81, 83, 88, 89, 104, 111–113, 118, 119, 123, 154, 156, 168, 173, 177, 178, 180, 181, 183, 184, 186, 187, 190–192, 194–197, 199–202, 241, 245–249, 251–253, 258–261
- parties prenantes, 60
- patrimoine, 15, 18, 36, 43, 59, 64, 95, 97, 101, 107, 158, 184
- patrimoine archéologique, 64
- patrimoine culturel, xiii, 1, 3–5, 7–12, 15, 16, 27, 33–42, 48, 54, 59–65, 67, 69, 71–81, 84–89, 91, 95, 97, 102–105, 107, 110, 112–115, 117, 119, 123, 125, 126, 134, 136, 150–152, 154–158, 162, 164, 165, 167, 172, 177, 178, 180–184, 186, 188–191, 196–198, 200–203, 209, 212, 214–217, 219–230, 232–235, 237–240, 245–248, 253–257, 259, 260
- patrimoine culturel immatériel, 11, 32, 37, 43, 55, 56, 64, 73, 125, 134, 136, 140, 141, 145, 246
- patrimoine culturel matériel, 11, 32, 37, 43, 45, 47, 50, 52, 125, 134, 136, 142–145
- patrimoine industriel, 37
- patrimoine national, 184, 188, 189, 196–198, 248
- patrimoine religieux, 161
- paysage construit, 37, 52
- paysage culturel, 4, 9, 32, 52, 89, 126, 161, 214, 222
- paysage culturel rural, 52
- perception, xiii, 8–10, 12, 39, 62, 63, 67, 84–93, 102–104, 110–112, 114, 116, 117, 119, 147, 157, 159, 170, 175, 218, 231, 234, 239–241, 246, 254, 256, 258, 260, 261
- petit métier, 37
- planification durable, 191, 201, 246
- pratique, 40, 64, 89, 90, 108, 109, 126, 127, 141, 162
- pratique culturelle, 246
- pratique durable, 104
- produit touristique, 247, 248
- produit touristique durable, 69, 77, 154, 201, 202, 246
- produit traditionnel, 192
- promotion durable, 113
- protection, xiii, 3, 5, 11, 21, 33, 35, 39–41, 61, 63–65, 71–73, 75, 76, 78, 81, 84, 85, 88, 103, 105, 107, 110, 113, 115, 119, 123, 150, 156–158, 165,

- 180–182, 186–189, 194,
196–199, 201, 202, 245, 247,
248, 254, 259
- questionnaire, 12, 110, 123, 148, 151,
152, 157, 165–167, 175, 205,
208, 254–256, 259
- relation spirituelle, 89
- ressource culturelle, xiii, 5, 18, 22,
27, 33, 34, 37, 41, 61, 89,
110, 131, 178, 258
- ressource naturelle, 178
- richesse culturelle, 190
- rituel, 1, 37, 105
- route rurale, 190
- région libanaise, 27
- région rurale, xiii, 1, 4, 9, 10, 12,
24–29, 32, 34, 43, 44, 46, 51,
55, 57, 70, 113, 125–127, 134,
169, 205, 243–248, 250, 254,
257, 258, 260
- région rurale libanaise, xiii, 5, 7–12,
15, 25, 27, 28, 32, 43–47, 50,
54–59, 61, 114, 123, 125, 126,
150, 168, 173, 175, 177, 178,
181, 182, 184, 187, 188,
190–192, 194, 196–198, 203,
208, 241, 245–248, 250, 252,
257–260
- région urbaine, 15, 25, 27, 32, 99,
134, 203, 205, 261
- régions rurale libanaise, 1
- résident, 7, 8, 11, 25, 40, 50, 63, 70,
71, 83, 84, 86–91, 133, 135,
136, 141, 143, 162, 177, 178,
180–184, 188, 191, 192, 194,
196, 197, 200–203, 205,
245–247, 249, 260
- savoir-faire, 33, 34, 55, 56, 178, 180,
194, 196
- sensibilisation, 181, 182, 186, 200,
212
- sensibiliser, 178, 180, 182, 186, 254
- sentiment de fierté, 180
- signification, 37, 76, 91, 105, 126,
127, 140, 145, 161
- site archéologique, 1, 37, 46, 50, 59,
78, 108, 109, 184
- site du patrimoine culturel, 35, 86,
88, 92, 95, 102–105, 107,
109–112, 115, 178, 181, 184,
194, 196, 197, 248
- site du patrimoine mondial, 7, 38,
52, 53, 111, 112
- site géologique, 1, 37
- site historique, 57, 64, 78
- site religieux, 44, 45, 114, 126, 136,
144, 189
- site touristique culturel, 27
- symbole, 51, 76, 126, 145
- technologies de l'information et des
communications, 252
- théorie des échanges sociaux, 84, 86
- tourisme, xiii, 1, 3–5, 7, 8, 10, 15, 16,
18, 20–25, 32–41, 43, 59–64,
68, 70, 77, 84, 86, 87, 89, 94,
107, 112–114, 119, 134, 135,
156, 158, 164, 170, 186, 191,
196, 201, 205, 208, 243, 245,
247, 249, 250, 252, 253, 258
- tourisme culturel, xiii, 1, 3–5, 7–12,
15, 16, 25, 33–39, 42, 44, 52,
59–71, 74, 75, 77, 80, 81,
83–88, 92, 93, 95, 104, 105,
110–116, 118, 119, 123,
125–127, 135, 145, 147, 148,
150–156, 159, 161, 162,
164–166, 169–173, 175, 177,
178, 180, 181, 183–185,
187–191, 193, 194, 196–203,

- 209, 214, 218, 222, 231, 234,
241, 243–252, 254, 256–260
- tourisme de la diaspora, 251
- tourisme de masse, 4, 20, 21, 258
- tourisme domestique, 205, 250
- tourisme durable, 3–5, 7, 11, 15,
19–23, 33, 36, 38, 39, 60, 61,
63, 65, 68–70, 74, 76, 84, 86,
87, 104, 112, 114, 118, 119,
153, 154, 156, 170, 189, 241,
248, 251, 258, 259
- tourisme gastronomique, 33, 34
- tourisme intelligent, 252, 253
- tourisme religieux, 189
- tourisme responsable, 23, 188, 199
- tourisme rural, xiii, 3, 4, 15, 24, 25,
32, 61, 62, 114, 180, 203
- tourisme rural durable, 11, 23, 24, 33
- tourisme solidaire, 23
- tourisme à base communautaire, xiii,
33
- tourisme équitable, 23
- touriste, 250–252
- tradition, 54, 57, 64, 78, 90, 105, 113,
146, 246
- tradition culturelle, 202
- tradition gastronomique, 1, 37, 141
- témoignage, 37
- urbanisme, 37
- v, 254
- valeur culturelle, 18, 90, 91, 105, 106,
261
- valeur d’usage, xiii, 9, 104, 105, 117,
157, 158, 209, 217, 220,
223–225, 232, 233, 235,
237–239, 255, 259
- valeur de préservation, xiii, 9, 104,
105, 107, 117, 157, 158, 209,
217, 220, 223–225, 230,
232–235, 237–239, 255–257,
259
- valeur d’usage, 230, 234, 238, 239,
257
- valeur immatérielle, 197, 248
- valeur matérielle, 72, 197
- valeur perçue, 67, 84, 85, 89, 91, 103
- valeur religieuse, 215, 216, 222
- vestige, 46, 57, 59, 140
- village, 5, 25, 27, 43, 44, 46, 50–52,
57, 58, 91, 125–127, 135, 136,
140, 145, 180, 183, 188–190,
192, 247
- village traditionnel, 187
- visiteur, xiii, 3, 4, 7–10, 12, 20, 21,
23, 24, 32–35, 38, 40, 41, 59,
63, 67, 75, 79, 83, 89, 92–95,
102–105, 107–110, 112,
114–117, 119, 123, 145–148,
151, 152, 157–159, 162, 163,
165–167, 170, 175, 177, 178,
181–184, 186, 187, 190–192,
194, 196–198, 201, 202, 205,
208, 209, 212, 216–219, 221,
230, 231, 234, 239–241,
245–250, 254–259, 261
- zone agricole, 27
- zone naturelle, 25, 26, 33
- zone rurale, 113
- éco-tour opérateur, 7, 63, 83, 111,
181, 186–189, 191, 192, 199
- écotourisme, 25, 33, 34, 126, 135
- équitable, 191
- événement culturel, 9, 64, 89, 103,
123, 151, 162, 164, 183, 189,
190, 209
- événement culturel traditionnel, 246

Table des matières

Résumé	xiii
Remerciements	xv
Acronymes	xvii
Sommaire	xix
Liste des tableaux	xxi
Table des figures	xxv
Introduction générale	1
I Patrimoine culturel, tourisme, management et gestion durable : aperçu théorique et pratique au niveau global et au Liban	13
1 Le tourisme culturel, le management et la gestion durable	17
1 Le développement durable : une brève présentation	17
2 Le tourisme durable : définitions et évolution	20
3 Le tourisme rural durable	24
3.1 Le tourisme rural au Liban	25
3.2 Les catégories du tourisme rural durable	33
4 Le concept de tourisme culturel : aperçu au niveau globale et au Liban	34
4.1 Définitions et importance du tourisme culturel	36
4.2 L'intégration du concept de tourisme durable au tourisme culturel	38
4.3 Le tourisme culturel au Liban : évolution historique, identification du patrimoine culturel et analyse sur le plan national	42
5 Le management et la gestion durable du tourisme culturel	60

5.1	Stratégie et politique de management et de gestion durable du tourisme culturel au Liban	61
5.2	Les approches adoptées dans le management et la gestion durable du tourisme culturel	62
5.3	Les chartes internationales de gestion et de protection du patrimoine culturel	63
5.4	Modèles de management et de gestion durable du tourisme culturel	65
5.5	Indicateurs de management et de gestion durable du tourisme culturel	68
2	L'état de l'art de la thèse	83
1	Les études sur l'engagement des communautés locales	83
1.1	La perception vers le développement et la gestion du tourisme culturel	84
1.2	L'autonomisation communautaire	87
1.3	La participation des communautés locales à la protection, au management et à la gestion du tourisme culturel	88
1.4	La perception et la valeur perçue quant aux atouts du patrimoine culturel	89
2	Les études sur l'engagement des visiteurs	92
2.1	Les motivations des visiteurs	92
2.2	L'authenticité perçue et l'expérience touristique	95
2.3	La perception vers le management et la gestion du tourisme culturel	104
3	Les études sur l'engagement des autres parties prenantes	111
3.1	Perception des guides touristiques	111
3.2	Perception vers les politiques et les stratégies de développement et de gestion du tourisme culturel	112
4	Aperçu général sur les études menées au Liban	114
5	Le cadre conceptuel de l'engagement des visiteurs	114
II	La conception de la recherche	121
3	Le terrain de la recherche-la région rurale libanaise-Baskinta	125
1	Choix de l'étude de cas-processus de sélection	125
2	Baskinta	127
2.1	Situation géographique et origine de nom de Baskinta	127
2.2	Profil démographique et géographique de Baskinta	131
2.3	Évolution historique de Baskinta : un aperçu	132
2.4	Niveau de développement économique de Baskinta	134

2.5 Le patrimoine culturel matériel et le patrimoine culturel immatériel de Baskinta	134
4 Méthodologie de la recherche	147
1 Les techniques d'échantillonnage	150
1.1 Le choix des interviewés et la technique de boule de neige . . .	150
1.2 L'échantillon du questionnaire	151
2 Les méthodes de collecte des données	152
2.1 Le développement de l'enquête par entretien	152
2.2 Le développement de l'enquête par questionnaire	156
3 Les méthodes d'analyse	167
3.1 L'analyse de contenu	167
3.2 AFE et analyse PLS-MES	169
 III Engagement des parties prenantes primaires dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises	 173
5 Les cadres du management et de la gestion durable	177
1 La participation communautaire dans le management et la gestion durable	178
1.1 Participation d'une manière directe	180
1.2 Participation d'une manière indirecte	181
2 Actions de gestion mises en place par les parties prenantes	184
2.1 Actions d'identification et de présentation des atouts du patrimoine culturel	184
2.2 Actions de gestion des visites et des comportements des visiteurs	186
2.3 Actions de gestion des atouts/attractions du tourisme culturel .	187
2.4 Actions de promotion des atouts/attractions du tourisme culturel	189
3 Amélioration de la qualité de vie économique des résidents	191
4 Les défis rencontrés par les parties prenantes	194
4.1 Défis liés directement au management et à la gestion durable du tourisme culturel	196
4.2 Défis liés indirectement au management et à la gestion durable du tourisme culturel	198
5 Évaluation de la performance des parties prenantes	199
 6 Le modèle structurel de la perception des visiteurs	 205
1 Le profil socio-démographique des enquêtés	205
2 Les résultats descriptifs	208

3	Les résultats sur l'AFE	212
4	Les résultats sur le PLS-MES	216
4.1	Le modèle de mesure	219
4.2	Le modèle structurel	229
	Discussions et conclusions générales	243
	Le modèle pratique du management et de la gestion durable du tourisme culturel	243
	Management et gestion durable du tourisme culturel et management des crises économiques, sanitaires et politiques	249
	Management et gestion durable du tourisme culturel et tourisme intelligent	252
	Implications du modèle structurel de la perception des visiteurs	254
	Conclusions générales	258
	Les limitations de notre recherche et les futures études	260
	Bibliographie	263
	A Les interviewés-enquête par entretien	307
	B L'enquête par entretien	317
	C L'enquête par questionnaire-version française	327
	Index	337
	Table des matières	343

Management et gestion durable du tourisme culturel : le cas des régions rurales au Liban

Résumé

Le tourisme culturel est une catégorie du tourisme rural, connu comme tourisme à base communautaire qui touche directement au patrimoine culturel des communautés rurales et sert à protéger leurs atouts matériels et immatériels. Un management et une gestion durable de ce concept garantit la protection du patrimoine culturel et le développement durable de ce type de tourisme. C'est l'idée principale de notre thèse, nous l'abordons dans le contexte des régions rurales libanaises, des régions riches en ressources culturelles et naturelles, caractérisées par une diversité des attractions touristiques culturelles. Le tourisme culturel dans les régions rurales libanaises, prototype du tourisme au Liban, constitue un secteur promoteur de développement durable. Ce secteur subit des problèmes qui vont de l'application inefficace des lois et des règlements et des situations économique et politique défavorables aux problèmes locaux. Dans l'une des premières tentatives, nous visons donc à étudier et à examiner l'engagement des parties prenantes dans le management et la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises ou plus précisément, l'engagement des décideurs clés et des visiteurs (domestiques et internationaux effectuant des visites d'un seul jour ou un séjour de plus d'une journée). Pour atteindre cet objectif, nous avons adopté une méthodologie mixte basée sur des méthodes qualitatives et quantitatives de collecte de données. Nous avons donc mené des entretiens avec 25 acteurs impliqués dans le développement, le management et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales libanaises et réalisé des questionnaires en ligne et en direct sur le terrain avec 500 visiteurs impliqués dans le tourisme culturel à Baskinta- étude de cas de notre thèse, une des régions rurales libanaises les plus réputées pour ce type de tourisme. Nous avons pu développer un nouveau modèle pratique général du management et de la gestion durable du tourisme culturel dans les régions rurales. Nous illustrons et interprétons ce modèle d'après les résultats obtenus à partir des entretiens qui ont montré les performances des interviewés dans plusieurs domaines et catégories de management et de gestion durable. Un nouveau modèle structurel est aussi proposé, servant à examiner l'engagement des visiteurs tout en explorant et analysant les relations qui existent entre leur perception envers des actions de gestion directes et indirectes, leur orientation vers des valeurs de préservation et d'usage et leurs motivations de voyage. Les trois hypothèses formulées ont permis de valider les relations entre ces trois variables. Les résultats empiriques ont aussi abouti au développement d'une nouvelle relation à médiation partielle entre l'orientation des valeurs comme variable indépendante et la perception envers des actions de gestion comme variable dépendante médiatisée partiellement par les motivations des visiteurs. Les contributions et les nouvelles connaissances acquises à travers cette thèse sont diverses et ont pour but d'améliorer le management et la gestion du tourisme culturel dans les régions rurales sur les champs pratique et théorique.

Mots clés : management du tourisme durable, tourisme culturel, gestion durable du tourisme, régions rurales libanaises, baskinta, engagement des parties prenantes

Laboratoire CEPN UMR CNRS 7234

Campus de Villtaneuse – Bâtiment de la Présidence – 99 Av. Jean Baptiste Clément – 93430 Villetaneuse – France

Cultural tourism sustainable management: the case of the rural regions in Lebanon

Abstract

Cultural tourism is one category of rural tourism, known as community-based tourism, it deals directly with the cultural heritage of rural communities and seeks to protect their tangible and intangible assets. Managing sustainably this concept guarantees the protection of cultural heritage and the sustainable development of this type of tourism. This is our main idea, which we address within the context of Lebanese rural regions, these are regions rich in cultural and natural resources and characterized by a diversity of cultural touristic attractions. Cultural tourism of the Lebanese rural regions, a prototype of tourism in Lebanon, constitutes a promoting sector of sustainable development. This sector undergoes many problems, ranging from the ineffective application of the concerned laws and regulations and unfavorable economic and political situations to problems at the local level. In one of the first attempts, we seek thus to study and examine the engagement of stakeholders in the sustainable management of cultural tourism in the Lebanese rural regions. More precisely the engagement of key decision-makers and visitors (domestic, inbound, and outbound with same-day visit or overnight stay). To reach this objective, we have adopted a mixed methodology based on qualitative and quantitative data collection methods. We have therefore conducted 25 interviews with key actors engaged in the development and management of cultural tourism within the Lebanese rural regions and online and self-administered questionnaires with 500 visitors who participated in cultural tourism in Baskinta-our case study of this thesis, one of the most reputable Lebanese rural regions for this type of tourism. We have been able to develop a new, general, practical model for the sustainable management of rural regions' cultural tourism. We illustrate and interpret this model by the results obtained through our interviews that showed the performance of the interviewees within various areas and categories of sustainable management. A new structural model is proposed as well which seeks at examining the engagement of visitors by analyzing and exploring the existing relationships between their perceived direct and indirect management actions, their orientation toward the use and non-use values, and their travel motivations. The three formulated hypotheses have allowed us to validate the relationships between these three variables. The empirical findings contributed also to the development of a new partially mediated relationship between value orientation as an independent variable and the perceived management actions as a dependent variable partially mediated by visitors' motivations. The contributions and the new insights gained are varied and seek to ameliorate the management of the rural regions' cultural tourism from theoretical and practical perspectives.

Keywords: sustainable tourism management, cultural tourism, lebanese rural regions, baskinta, stakeholders' engagement
