

MEMOIRE

- Université PARIS 1 Panthéon Sorbonne
- Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme
- Année universitaire 2005 - 2006
- Master professionnel de Sciences humaines et sociales, mention "TOURISME"
- Master Tourisme 2 année
- Spécialité "Valorisation Touristique des Sites Culturels"
- **Katarzyna Trzeciak**
- "LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME CULTUREL DANS LES GRANDES VILLES EN POLOGNE"

La Pologne, l'un des plus grands pays d'Europe et disposant d'un large accès à la mer Baltique, est située au milieu du continent européen, à l'intersection des grands axes ouest-est et nord-sud. C'est un pays à l'histoire millénaire, aux riches traditions et à l'héritage culturel considérable. Le legs du passé, qui se révèle sous la forme d'ouvrages d'architecture, de souvenirs historiques et d'œuvres d'art, s'harmonise avec la richesse de la nature et des paysages naturels.

Malheureusement sa dépendance vis à vis du communisme est encore très souvent présente à l'esprit des étrangers, ce qui la pénalise comme destination touristique et gêne donc les investissements dans ce domaine. La Pologne essaie donc de présenter depuis quelques années une nouvelle image destinée à changer le point de vue des étrangers à son égard.

Le marché touristique en Pologne est en fort développement. Il existe sous plusieurs formes dont certaines sont plus accessibles et plus attractives pour la clientèle nationale, et d'autres plus attirantes pour la clientèle étrangère. Ce qui est sûr, c'est que le tourisme culturel devient un des éléments de base du marché touristique et économique en Pologne. Le patrimoine culturel et historique du pays est considéré comme un atout touristique de premier ordre et il doit faire à ce titre l'objet d'une stratégie de valorisation et de développement.

L'objectif de cette étude est d'analyser la capacité de la Pologne à développer le tourisme culturel. Elle comporte une étude de cas portant sur quatre grandes villes polonaises : Varsovie (dans le centre-est de la Pologne), Cracovie (au sud), Wrocław (à l'ouest) et Gdansk (au nord). Ces villes ont été choisies pour leur importance historique et culturelle mais aussi pour leur diversité. Il a ainsi été possible d'aborder le problème en prenant en compte la très grande variété de l'offre culturelle proposée par la Pologne.

La problématique de cette étude couvre les principales questions que pose l'avenir du tourisme culturel en Pologne. Elle aborde entre autre, les questions relatives aux modalités du développement : comment développer le tourisme culturel en Pologne et surtout comment le développer pour qu'il soit attractif pour une vaste gamme de clientèles aussi bien nationales qu'étrangères ? Bref, quelle stratégie faut-il adopter pour un développement équilibré du tourisme culturel ?

Une première partie dédiée à l'analyse de l'environnement contient le bilan de la situation géographique, économique et touristique de la Pologne, ainsi qu'une présentation des aspects structurels du tourisme polonais. Elle décrit le changement du modèle après 1989, sa nouvelle organisation, ainsi que le l'offre touristique actuelle. Cette première partie a pour objectif de donner une vision générale de l'état actuel du secteur touristique en Pologne.

La seconde partie se concentre sur le tourisme culturel. Elle présente la situation du tourisme culturel en Pologne et la position qu'il occupe dans l'ensemble du marché. Ce document présente aussi la politique culturelle du pays, les problèmes liés à la gestion du patrimoine, les corrélations entre la culture et le tourisme et enfin la question de la valorisation et de l'exploitation touristique des sites culturels.

La troisième partie qui est constituée de l'étude de cas de quatre grandes villes polonaises : Varsovie, Cracovie, Wrocław et Gdansk, propose des réponses aux questions et suggère des solutions pour le développement équilibré du tourisme culturel en Pologne.

Le potentiel culturel de la Pologne est énorme et il constitue une base parfaite pour le développement du tourisme culturel. Il faut désormais élaborer une stratégie qui garantisse le développement équilibré de ce tourisme culturel. Quelle stratégie faut-il adopter pour s'adapter aux spécificités polonaises ? Un point important nécessaire à toute stratégie culturelle polonaise, concerne la mise en place d'un lien étroit entre l'exploitation touristique du patrimoine et la valorisation et la protection des monuments et des sites. Un aspect essentiel des moyens à mettre en œuvre pour l'exploitation des biens culturels est leur promotion efficace et leur intégration dans des circuits de commercialisation touristique. Dans le cas de la Pologne, les chemins culturels sont une forme intéressante pour populariser et donner accès aux sites.

Les villes historiques sont devenues en Pologne des acteurs incontournables du tourisme culturel. Elles jouent par ailleurs un rôle essentiel pour d'autres secteurs du tourisme national et international comme le tourisme d'affaires, urbain, etc. Les grandes villes polonaises disposent de nombreux atouts pour fortement se développer au niveau du tourisme culturel. Il est cependant nécessaire de satisfaire quelques conditions, dont les plus importantes sont :

- Se forger une image et une identité forte ;
- Développer de nouvelles attractions intéressantes, originales et diverses ;
- Obtenir le soutien du secteur privé (des entreprises et des investisseurs) et de la société locale.

Les grandes villes en Pologne, pour être concurrentielles sur le marché du tourisme culturel, doivent se lancer dans un vaste programme de développement. Il leur faut revaloriser, revitaliser les monuments historiques, aménager leur territoire, fortement améliorer leur système d'information touristique, construire des offres attractives, organiser des événements culturels. Il leur faut par ailleurs mettre en place une promotion efficace en partenariat avec d'autres villes.

TABLE DES MATIERES

Introduction	7
I. L'analyse générale de l'environnement géographique, économique et touristique de la Pologne	9
I. 1. Présentation géographique de la Pologne	10
I. 2. La politique économique de la Pologne	12
I. 3. La situation du secteur touristique en Pologne	13
A. Le changement de modèle du tourisme en Pologne après 1989	13
B. Les structures d'organisation touristique en Pologne	15
C. Le marché des attractions touristiques	17
II. La situation du tourisme culturel en Pologne	21
II. 1. La politique culturelle en Pologne	22
II. 2. Le patrimoine et la politique culturelle	25
II. 3. La culture et le tourisme. Les corrélations	27
II. 4. Les domaines du tourisme culturel – espaces et lieux	31
II. 5. L'offre du tourisme culturel	34
A. Les biens culturels et les monuments en Pologne	35
B. Le patrimoine culturel régional	38
C. L'exploitation du patrimoine culturel dans le cadre du tourisme	40
D. Les voies culturelles comme une forme de la popularisation du patrimoine national	47
E. L'importance des villes historiques dans le tourisme culturel	50

III. Quel développement pour le tourisme culturel ? Etudes de cas	54
III. 1. Le potentiel du tourisme culturel dans les grandes villes polonaises	55
III. 2. Les flux touristiques	62
III. 3. La promotion, aspect important de la politique de chaque ville	64
III. 4. La stratégie de développement comme condition du succès	67
Conclusion	73
Bibliographie	75
Liste des personnes rencontrées	79
Annexes	80