



Le numérique au service du patrimoine et d'architecture

Nouha EL-HALAS

Doctorat en Patrimoine culturel et développement,
Faculté des lettres et sciences humaines,
Université Mohamed 1er Oujda. Maroc

Résumé

Ces dernières années, la technologie a réussi de bouleverser notre rapport à l'espace et au temps, et de changer nos habitudes quotidiennes. Grâce au numérique la communication est devenue universelle, infinie et sans limite. Et surtout à cause de la pandémie qui a accéléré la transformation digitale dans tous les domaines, et le monde entier saluait le rôle important que jouent les nouvelles technologies.

Le passage au numérique est devenu plus qu'une nécessité, une urgence, pour de nombreuses raisons. Et comme plusieurs domaines, le patrimoine a aussi donné la place au numérique dans sa stratégie de valorisation, et a laissé les nouvelles technologies de contribuer dans la gestion de ce dernier.

Le présent article propose une analyse sur le rôle du numérique dans le processus de la valorisation et la promotion du patrimoine culturel.

Mots clés : la communication, le digital, les nouvelles technologies, la communication numérique, le patrimoine culturel.



Abstract

In recent years, technology has managed to disrupt our relationship to space and time, and to change our daily habits. Digital communication has become universal, infinite and limitless. And especially because of the pandemic that has accelerated digital transformation in all areas, and the world was applauding the important role that new technologies play.

The digital shift has become more than a necessity, an urgency, for many reasons. And like many fields, heritage has also given place to digital in its valuation strategy, and has allowed new technologies to contribute in the management of the latter.

This article provides an analysis of the role of digital technology in the process of enhancing and promoting cultural heritage.

Keywords: communication, digital, new technologies, digital communication, cultural heritage.



Introduction

La communication entant que notion, ne représente pas seulement un outil pour échanger les informations mais également pour échanger des points de vue politiques, économiques, culturels et sociaux. La communication est toujours liée à plusieurs disciplines, le patrimoine aussi à besoin de communiquer avec son public afin de se faire connaître.

La communication est devenue aujourd'hui une exigence de toute entreprise dans le but de construire une image de marque afin d'attirer différents publics.

On est dans un monde connecté où la communication est devenue infinie et sans limite. On parle d'une communication universelle, transformée et amplifiée par les utopies d'Internet. Et surtout à cause de la pandémie qui a catalysé la transformation digitale dans tous les domaines, et le monde entier a gagné beaucoup d'années en termes de prise de conscience, et en même temps on se rencontre de la valeur des espaces ouverts aux publics et des grands rassemblements.

Dans ce domaine particulier de patrimoine, la digitalisation ou le numérique présente actuellement un axe principal de développement. Il commence à proposer au grand public de nouvelles méthodes de découverte du patrimoine et d'architecture, grâce à des expériences immersives faisant appel à la réalité virtuelle, qui se généralisent dans les expositions permanentes et temporaires des musées.

A travers cet article, nous envisageons d'apporter des éléments de réponse aux interrogations posées sur le rôle de la communication numérique dans la promotion du patrimoine culturel. On posant la question suivante :

Quel est le rôle du numérique dans le processus de commercialisation du patrimoine culturel et architectural ?

Le Patrimoine culturel comme produit économique

Selon l'UNESCO, le patrimoine se définit comme l'ensemble de biens, matériels ou immatériels, ayant une importance artistique ou historique certaine. Et on distingue deux types de patrimoine ; matériel et immatériel.



- Le patrimoine dit « matériel » constitue 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 mobilier.

- Le patrimoine dit « immatériel » est un patrimoine intangible qu'on ne peut le toucher comme : les chants, les coutumes, les danses, les traditions gastronomiques, les jeux, les mythes, les contes et légendes, témoignages, captation de techniques et de savoir-faire, ...

Le patrimoine culturel peut être considéré comme un produit et un processus qui fournit aux sociétés un ensemble de ressources héritées du passé, créées dans le présent et mises à disposition pour le bénéfice des générations futures.

On se basant sur l'approche communicationnelle adoptée par Jean Davallon¹ (2006), ce dernier traite le patrimoine qu'il considère comme étant une construction sociale, du côté des publics plutôt que du côté de sa conservation. Selon l'auteur, pour communiquer le patrimoine trois types d'opérations sont nécessaires ; soit la mise en communication, la mise en exposition et la mise en exploitation² en se basant sur deux logiques ; l'une patrimoniale, l'autre économique.³

Dans le contexte de la valorisation du patrimoine, Davallon attribue prépondérance à la communication. C'est une vision qui insiste sur la nécessité de préserver et de médiatiser son aspect symbolique et spécifique qui constitue sa valeur pour une mise en tourisme. On remarque que l'auteur a insisté sur l'existence de deux volets du patrimoine ; le premier est purement patrimonial qui est associé à la notion d'attachement au patrimoine. Le second est économique, est fondé sur la rentabilisation du patrimoine comme produit touristique exploitable à la limite du maintien d'un juste équilibre entre la mise en support et la mise en service du patrimoine. Dans cette logique, la communication du patrimoine, basée aussi sur la mobilisation des ressources authentiques et spécifiques d'un territoire, vu que le patrimoine est toujours lié à son territoire. Françoise Choay souligne que « la restauration, la réutilisation, la mise en scène et l'animation peuvent être des opérations qui permettent la mise en valeur du monument historique ». ⁴



Actuellement le patrimoine joue un rôle important dans la société. Il est même considéré comme un secteur économique essentiel qui produit de la richesse et crée de l'emploi et il contribue à la dynamisation de l'économie, le patrimoine et le tourisme semblent devenir depuis quelques années deux faces d'une même pièce, étroitement liées.

Lorsqu'on traite le patrimoine d'un point de vue économique, on peut le considérer comme une ressource puissante pour le développement du secteur du tourisme, puisque ce dernier peut offrir une diversification du produit touristique et peut assurer l'équilibre social, le développement spatial et le rayonnement international du pays. Le patrimoine aujourd'hui est appelé à contribuer à la dynamique socioéconomique, à procurer de l'emploi, à promouvoir l'économie locale et réduire la pauvreté.⁵ Le tourisme culturel est créé autour du patrimoine. Ce dernier joue un rôle économique et culturel très important. On va voir dans les lignes qui suivent comment ce patrimoine peut contribuer au développement économique à travers :

a) ***La création d'emplois***

Le tourisme culturel ne permet non pas seulement de remplir les caisses par les recettes des droits d'entrées aux musées et monuments. Il contribue à la création d'emplois que ce soit des emplois directs, indirects ou induits.⁶

- *Les emplois directs* : Ce sont les emplois qui ont un lien direct avec les activités du tourisme culturel. Comme, les postes de gestion des sites, d'accueil des visiteurs, les postes de l'administration des centres culturels, les postes de guides touristiques, des accompagnateurs des touristes, les guides conférenciers ...

- *Les emplois indirects* : Ils constituent les postes de travail liés à la réhabilitation du patrimoine tel que la rénovation et la restauration. Le patrimoine nécessite beaucoup d'actions de mise en valeur pour pouvoir accueillir les touristes. Les façades, les monuments, l'intérieur des bâtiments doivent être rénové, décorés d'un art qui est en harmonie avec le contenu historique. Pour cela, les responsables du patrimoine font appel à des sociétés spécialisées dans ce genre d'interventions qui s'occupent de la rénovation, la restauration, le décor et mais aussi l'entretien régulier du patrimoine.



- *Les emplois induits* : ils comprennent les activités qui accompagnent les visites des touristes aux sites et monuments et qui se trouvent dans la même zone tel que les vendeurs de guides, de cartes, des CD interactifs, les restaurateurs et les hôteliers avec tout le personnel qui peut y avoir, les magasins et les boutiques...

On peut remarquer que le tourisme culturel permet non seulement d'augmenter des recettes qui proviennent des visites de monuments et de musées mais aussi il permet faire revivre et dynamiser toute une région. Il permet aussi de lutter contre la pauvreté et Il aide la population à améliorer son niveau de vie et lui donner les chances de trouver un emploi à plusieurs niveaux : des emplois de divers types qui concernent même les gens à bas niveau qui en peuvent gagner leurs vies en vendant des souvenirs ou des produits de terroir. Il permet aussi aux agriculteurs de trouver un autre marché demandeur tout proche de leurs terres à savoir celui des restaurants et des cuisines des hôtels. Les artisans aussi trouvent un marché de touristes pour vendre leurs produits artisanaux.⁷

Le tourisme culturel peut se positionné dans un marché, ou on trouve des offreurs et des demandeurs. Les offres comprennent des éléments du patrimoine tel que ressources historiques, artisanales, ou artistiques, et les demandeurs constituent le public du tourisme culturel qu'ils soient motivés ou occasionnels. Les acteurs peuvent être les guides touristiques, les animateurs, les accompagnateurs, les conférenciers ...⁸ Cependant, le patrimoine ne peut pas être identique à un produit ou un service sur un marché. En fait il n'est pas conçu pour être vendu ou utilisé mais plutôt pour être vu et découvert par les touristes.

Mais parler du patrimoine en tant que produit peut avoir des conséquences négatives sur lui. En fait, si on a pris la décision de l'exploiter que ce soit pour en tirer des emplois et des recettes, peut l'exposer à un grand danger. Le site ou les monuments peuvent être transformés en sites touristiques qui nécessitent des restaurations et des aménagements qui risquent d'être mal entretenus ou non correctement effectuées avec une médiocre qualité architecturale qui peuvent effacer les traits historiques ou artistiques. Le patrimoine risque aussi de voir les budgets qui lui sont destinés orientés plus vers sa mise en valeur et non pas à sa préservation ce qui finira par son endommagement.⁹



A l'opposé du produit de consommation, le patrimoine n'est pas reproductible. Une fois détruit, on ne peut plus le reconstruire à nouveau. Même si on réussit à le refaire ou le copier au millimètre près, c'est-à-dire si on arrive à refaire le côté matériel, on ne peut pas reconstruire sa dimension immatérielle et symbolique qui en fonde la valeur.¹⁰

On ne peut pas donc considérer le patrimoine comme ni un produit ni un service, et appliquer sur lui les principes d'analyse économique. C'est quelque chose d'exception, qui a une valeur inestimable et invendable. Le patrimoine se différencie aussi par rapport aux produits économiques par le fait qu'il ne vérifie ni la condition d'homogénéité ni celle de substituabilité.¹¹

Un touriste culturel qui cherche un meilleur rapport qualité prix pour accéder à un monument ou un musée ne pourra jamais faire la substitution d'un site à un autre. La satisfaction ou ses attentes d'un produit culturel ne peuvent en aucun cas être les mêmes. En fait, chaque monument ou œuvre historique est faite à part et de façon unique et par une main humaine qui n'existe plus. Elle est imprégnée de plusieurs valeurs de toute une civilisation différente à celle du présent. Donc les sites ne peuvent en aucun cas être soumis la loi de l'offre et de la demande.¹²

Vu le caractère irremplaçable des monuments, les responsables des sites historiques et culturels sont censés ont de conserver ces sites pour le présent et pour les générations du futur.

Patrimoine et territoires

Le développement d'une région se base essentiellement sur la valorisation de ses ressources humaines, naturelles et patrimoniales. Dans ce contexte, les territoires sont confrontés à une forte concurrence sur le marché local, national et international. C'est pour cela que les responsables locaux doivent faire appel aux techniques du marketing et de communication et travailler sur l'amélioration de toutes les composantes du territoire y compris le patrimoine, dans le but de valoriser le territoire et le transformer en destination.

Le patrimoine matériel et immatériel est toujours considéré comme un facteur important dans la construction des nations et contribuant à la cohésion



des générations. Ainsi qu'il constitue un élément essentiel pour plusieurs activités touristiques.

Le patrimoine est fortement lié au concept du territoire, cela signifie que le patrimoine constitue une composante essentielle dans le processus de construction et de commercialisation des territoires.

Dans un contexte de concurrence généralisée entre les territoires, la qualité et l'innovation apparaissent comme des moteurs essentiels de la compétitivité. Ainsi qu'il ne faut pas oublier que les habitants sont les meilleurs ambassadeurs de leurs territoires. C'est pour cela qu'il faut commencer par sensibiliser la population à la sauvegarde de son patrimoine.

La numérisation

Avant de parler de la numérisation comme méthode de sauvegarde et de valorisation, il faut donner d'abord à ce concept une définition claire ; Selon LAROUSSE, la numérisation consiste à transformer un document papier en document numérique mis en ligne. Autrement dit, créer une copie numérique accessible et exploitable en ligne d'un document original au format papier. Ce processus nécessite la mise en œuvre de moyens matériels, logiciels et humains.

La numérisation de documents permet de mieux gérer l'indexation et la documentation, en facilitant l'accès aux différents utilisateurs et chercheurs, tout en renforçant leur sécurité.

La digitalisation est un ensemble de méthodes informatisées qui vise à transformer un objet, un outil, un process ou un métier en une version numérique afin de le remplacer et le rendre plus accessible. Cette transformation digitale a commencé dès l'apparition d'internet, le courrier a été remplacé par les emails, les salons par des forums web, les magasins par des sites e-commerce. Actuellement nous vivons une digitalisation plus large et plus performante qui ne cesse de se développer chaque instant comme le e-commerce, le e-tourisme, les caisses automatiques, les répondeurs automatisés, le transfert d'argent via internet, la communication via les réseaux sociaux...¹³



Le passage au numérique est devenu plus qu'une nécessité, une urgence, pour de nombreuses raisons. La plupart des entreprises ont déjà commencé à proposer leurs services en ligne, par exemple, les banques actuellement envoient à leurs clients les relevés au format numérique, et proposent des opérations bancaires en ligne, ou bien des fournisseurs qui adoptent progressivement la facturation en ligne. Partout, les marques et les ménages prennent le virage du numérique, et des modèles économiques entiers reposent sur le numérique. Petit à petit on remarque la disparition des méthodes traditionnelles et le renforcement du numérique dans tous les domaines.¹⁴

Parmi les avantages de la numérisation, nous pouvons souligner les suivants :

- Il permet d'économiser sur le papier et l'encre d'impression, puisque les documents sont archivés numériquement. En utilisant moins de papier, moins de déchets sont générés, ce qui aide l'environnement.
- Accéder aux documents sur n'importe quel appareil et dans n'importe quel lieu.
- Les documents numériques sont plus faciles à partager. Par exemple, imaginons que nous menions une procédure avec un établissement situé dans une autre ville ou un autre pays. Ensuite, les documents peuvent être envoyés par e-mail, arrivant immédiatement. Ceci, au lieu d'envoyer les papiers correspondants, ce qui prendrait des jours ou des semaines.
- Il est plus facile de localiser un fichier lorsqu'il se trouve sur un support numérique. Ceci, comparé à ce que c'est que de rechercher un document spécifique parmi une pile de papiers.
- La numérisation combat également l'économie informelle et la corruption gouvernementale.
- Préserver l'environnement et faire des économies.
- Une organisation simplifiée des documents, on peut chercher des documents en fonction de leurs noms sans perdre du temps.
- Les documents ne risquent pas de s'abîmer ou de se perdre.



Cependant, la numérisation a aussi quelques inconvénients :

- On trouve encore des gens qui ne peuvent pas facilement se familiariser avec les médias numériques, surtout les personnes âgées. Ainsi, même si une entité change plusieurs de ses procédures en numérique, certains des utilisateurs seront mal à l'aise ou réticents au nouveau système.
- Le numérique n'est pas toujours infallible. Parfois il est menacé par l'erreur humaine ou par des virus, ou par des hackers.
- La numérisation n'est généralement pas immédiate, il faut un certain temps pour pouvoir transférer tous les fichiers, par exemple, d'une entreprise, du support physique vers le support numérique.
- Lorsque des personnes partagent des documents ou des informations sur des supports numériques, il existe toujours un risque que les données tombent entre les mains de personnes sans scrupules comme des pirates informatiques.

Le rôle du numérique dans la commercialisation du patrimoine culturel

Le numérique a bouleversé nos sociétés et nos habitudes et est devenu une nécessité dans notre quotidien, il s'applique à tous les domaines et assure une optimisation du temps et d'argent, ainsi qu'il permet de développer des opportunités dans tous les secteurs.

Le nombre d'utilisateurs d'Internet dans le monde a dépassé les 4.9 Milliard (selon les statistiques de 2021)¹⁵, 73% des connections internet se font à partir d'un Smartphone. Ces dernières années les gens passent plus de temps en ligne et l'utilisation des technologies connectées ne cesse d'augmenter. Chacun de nous possède un Smartphone et l'utilise pour gérer ses comptes bancaires, publier sa vie via les réseaux sociaux, faire du shopping, réserver des billets d'avion ou de trains ou faire des réservations d'hôtels.

Le patrimoine est par nature, une richesse fragile, des monuments qui existent aujourd'hui demain peut être ne seront plus là. Les guerres, les attaques, les conflits



armés, les incendies, les tremblements de terre... sont tous des causes de destruction définitive du patrimoine.

Les mausolées de Tombouctou au Mali, les Buddhas de Bâmiyân en Afghanistan ou encore la cathédrale Notre Dame de Paris ou la ville de Mossoul en Irak, tous ces œuvres ont un jour disparu à cause de multiples problèmes.

Depuis quelques années, la numérisation du patrimoine constitue un enjeu stratégique des musées à travers le monde qui valorisent leurs collections en offrant aux visiteurs une diversité de dispositifs médiatiques. Comme le musée de Guggenheim de Bilbao, ou MET (Metropolitan Museum of Art) de New York, ou bien musée national de Tokyo... Le secteur muséal connaît aujourd'hui de profondes mutations ; plusieurs musées à travers le monde exposent tout ou partie des collections depuis le Web. Comme on peut trouver des musées qui proposent des visites virtuelles en ligne qui donnent accès à différentes collections comme le musée du Louvre de Paris.

Le digital joue un rôle communicatif d'une grande importance, non seulement dans l'accessibilité au patrimoine mais aussi avoir les informations nécessaires et actualisées, le portail internet par exemple présente les programmes de conférences, le calendrier des événements, les restaurations en cours, les tarifs... pour ceux qui ne peuvent pas se déplacer ou qui souhaitent préparer une visite future.

La numérisation du patrimoine encourage les interactions avec le public, elle facilite l'accès de tout le monde et gratuitement aux éléments du patrimoine sans contrainte temporelle ou géographique tant pour le public que pour les chercheurs. Elle présente un nouveau système d'échange et de partage de la connaissance du patrimoine mondial.

Actuellement, la numérisation constitue une phase importante dans le processus de valorisation du patrimoine dans l'objectif de :

-Exploiter les différents outils numériques au service de la valorisation du patrimoine culturel.

-Eveiller la curiosité des internautes sur les endroits culturels et patrimoniales par le biais des technologies multimédias.



- Présenter les atouts patrimoniaux dans un support innovant et facile à utiliser.
- Présenter les différentes catégories du patrimoine (Monuments, musée, lieux de culte, lieux sacrés...)
- Améliorer la visibilité des sites patrimoniaux sur le web.

Développer des outils numériques permet d'écrire une nouvelle page de l'histoire de notre patrimoine, aussi de donner à voir du patrimoine aujourd'hui disparu ou d'entrer dans des lieux inaccessibles grâce aux visites virtuelles.

Le digital pour conserver le patrimoine

L'incendie de la cathédrale Notre-Dame de Paris en 2019 qui a dévasté sa charpente, et sa fameuse flèche et une partie de sa voute, ou bien l'incendie de la grande bibliothèque de l'université de Cap en Afrique du sud en 2021, une bibliothèque qui contenait de précieux manuscrits retraçant toute l'histoire du pays et du continent africain. Ces événements tragiques ont permis largement de comprendre l'importance du numérique pour la conservation et la restauration du patrimoine, et qu'il faut investir intensément dans la transformation digitale et fournir les outils numériques nécessaires pour mieux valoriser notre patrimoine.

Ce n'est pas seulement la digitalisation qui s'oppose aux espaces ouverts aux publics, mais surtout la digitalisation qui permet de valoriser encore mieux les espaces ouverts. C'est-à-dire ne se concentrer pas seulement sur le virtuel mais il s'agit de combiner le virtuel et le physique pour apporter plus de valeur ajoutée. Dans l'objectif d'enrichir la documentation numérique du patrimoine, et aider à reconstruire une partie ou tous du patrimoine détruit.



Conclusion

La numérisation ou la mise en ligne du patrimoine culturel doit être une volonté de tous les acteurs concernés, pour que notre patrimoine rayonne dans le temps, et se faire connaître auprès d'un public de plus en plus connectés et désireux de connaître les richesses de nos territoires.

La digitalisation est devenue un phénomène naturel et le passage au numérique constitue une priorité pour les institutions et établissements patrimoniaux.

La digitalisation n'est pas seulement la préservation et l'animation et l'augmentation de la valeur ajoutée, mais aussi la digitalisation des process des acteurs du patrimoine, et grâce au digital on peut compléter les éléments du patrimoine.

NOTES:

¹ -DAVALLON J., **Le don du patrimoine** : une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Hermes science-lavoisier, Paris, 2006.

² -Ibid, p. 36.

³- Ibid, p. 48.

⁴ -Choay F., **L'allégorie du patrimoine**, Edition du Seuil, Paris, 2007, p. 158.

⁵ - Greffé X., **La valorisation économique du patrimoine**, La documentation française, Paris, 2003, p. 384.

⁶ - Fatima Arib, « **Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ?** », Téoros [Online], 24-1 | 2005, URL : <http://journals.openedition.org/teoros/1482>

⁷ - Fatima Arib, « **Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ?** », Téoros [Online], 24-1 | 2005, URL : <http://journals.openedition.org/teoros/1482>

⁸ - Ibid.

⁹ - Olivier Lazzarotti, « Tourisme culturel et patrimoine : quelques analyses pour un Monde habitable », In : Journal of Urban Research [Online], Briefings, 2010, URL : <http://journals.openedition.org/articulo/1509>.

¹⁰ - Lionel Prigent,. Valeur d'usage et valeur d'existence d'un patrimoine. Une application de la méthode d'évaluation contingente au Mont-Saint-Michel, Thèse de Doctorat de l'Université de Bretagne Occidentale, 2001, p. 67.

¹¹ - Ibid, p. 92.

¹² - Ibid, p. 95.

¹³ - <https://www.alphalives.com/digitalisation>



¹⁴ – <https://experience.dropbox.com/fr-fr/resources/what-is-digitization>

¹⁵ – <https://fr.statista.com/statistiques/571074/nombre-d-utilisateurs-d-internet-dans-le-monde-2005--/>