

# La vogue du tourisme créatif

## Un concept en pleine évolution

Nous vivons dans un monde en quête d'émotions, de surprise donc de nouveauté. La créativité des uns fait le bonheur des autres. Qu'on le veuille ou non, le secteur touristique est donc contraint de se plier aux diktats d'une époque en prise avec des modes aussi éphémères soient-elles, exprimant l'inventivité et l'imagination d'un lieu.

Le secteur touristique doit aussi composer avec une frange grandissante de la population, éduquée et autonome qui, plus que les autres, tend à donner du sens à sa vie, en s'adonnant à une sorte de création et d'invention permanente. Dépassant largement le groupe des « cultural creatives » identifié en premier lieu aux USA puis dans le monde entier, cette population en quête de créativité « extérieure » et « intérieure » est d'autant plus intéressante qu'elle constitue probablement l'un des segments les plus porteurs d'avenir et de renouvellement de l'offre et la demande touristiques.

### ● La créativité qui vient d'en haut

Mais, qu'est ce que la créativité ? En premier lieu, il s'agit de la capacité d'innovation d'une collectivité locale, d'une institution, d'un entrepreneur, d'un artisan, d'un artiste.

Dans le secteur qui nous concerne, ce sont toutes les nouveautés en matière d'architecture, d'hébergement, de res-

tauration, de promenades, de visites, d'activités, suffisamment originales pour surprendre et provoquer l'envie d'être vues. Et, fort heureusement, depuis quelques années, celles-ci sont nombreuses. Que dire par exemple des hébergements insolites qui fleurissent un peu partout, depuis la cabane dans les arbres, aujourd'hui un classique, jusqu'aux maisons sur pilotis en passant par l'hôtel Jules et Jim à Paris par exemple, qui ne contente pas de fournir des chambres mais proposait des « apéros cachés » et proposera des séances de cinéma ? En matière d'hébergement, la créativité s'exprime à peu près autant désormais que dans la restauration où des investissements moins importants mais tout de même conséquents, ont permis aux plus audacieux de métamorphoser leurs établissements qui en igloo, qui en capsule spatiale, qui en salle de cinéma ou de surprise party des années soixante... Tout en proposant une nourriture insolite, faite de mélanges improbables, servies parfois dans le noir, ou dans une ambiance de couvre-feu, ou encore de polar !

tauration, de promenades, de visites, d'activités, suffisamment originales pour surprendre et provoquer l'envie d'être vues. Et, fort heureusement, depuis quelques années, celles-ci sont nombreuses.

Que dire par exemple des hébergements insolites qui fleurissent un peu partout, depuis la cabane dans les arbres, aujourd'hui un classique, jusqu'aux maisons sur pilotis en passant par l'hôtel Jules et Jim à Paris par exemple, qui ne contente pas de fournir des chambres mais proposait des « apéros cachés » et proposera des séances de cinéma ? En matière d'hébergement, la créativité s'exprime à peu près autant désormais que dans la restauration où des investissements moins importants mais tout de même conséquents, ont permis aux plus audacieux de métamorphoser leurs établissements qui en igloo, qui en capsule spatiale, qui en salle de cinéma ou de surprise party des années soixante... Tout en proposant une nourriture insolite, faite de mélanges improbables, servies parfois dans le noir, ou dans une ambiance de couvre-feu, ou encore de polar !

### ● La créativité de la population

La créativité qui s'exprime à travers un hôtel consacré à Madona ou à travers des transports originaux, tels ceux qui sillonnent de plus en plus nombreux, les rues des grandes villes -voir Touriscopie n° 138- ne suffit pourtant pas. Doit s'y ajouter l'inventivité que les habitants d'une ville ou d'une région sont capables de déployer. Destinés à leur propre consommation, et pas particulièrement à celle des touristes, cet esprit d'innovation, ce sens de l'entreprise, cette envie de changer le quotidien et de le réenchanter, appartiennent à une forme de créativité contemporaine plongeant ses racines à la fois dans le génie national ou régional, dans l'air du temps et dans les réflexes d'une époque post-moderne, privilégiant l'expérience, l'émotion, l'anticonformisme, l'envie de « s'éclater ».

Destinés à leur propre consommation, et pas particulièrement à celle des touristes, cet esprit d'innovation, ce sens de l'entreprise, cette envie de changer le quotidien et de le réenchanter, appartiennent à une forme de créativité contemporaine plongeant ses racines à la fois dans le génie national ou régional, dans l'air du temps et dans les réflexes d'une époque post-moderne, privilégiant l'expérience, l'émotion, l'anticonformisme, l'envie de « s'éclater ».

Destinés à leur propre consommation, et pas particulièrement à celle des touristes, cet esprit d'innovation, ce sens de l'entreprise, cette envie de changer le quotidien et de le réenchanter, appartiennent à une forme de créativité contemporaine plongeant ses racines à la fois dans le génie national ou régional, dans l'air du temps et dans les réflexes d'une époque post-moderne, privilégiant l'expérience, l'émotion, l'anticonformisme, l'envie de « s'éclater ».

Comment ? En bousculant les territoires et en les mélangeant comme on mélange les saveurs et les couleurs, en prenant des risques, notamment ceux d'investir l'espace public et de s'y établir dans le souci d'imposer ses envies d'évoluer au grand air, de déployer son corps, ses instruments de musique ou ses pinceaux, bref son talent... A moins que l'on ne choisisse de déployer sa fantaisie chez soi, dans un espace fermé mais ouvert à tous, où l'on tiendra salons, repas, expositions, concerts... etc.

Créative, voilà pourquoi la population urbaine a inventé les parades de roller ou de vélo, les vide-greniers, les repas entre voisins, les concerts de rue, les piqueniques sur les ponts ou dans les parcs, les massages hors les murs, les happening

nocturnes, les plages et champs éphémères...

## ● La créativité des touristes

Autre forme de créativité enfin, celle des touristes de passage qui ont envie d'en découdre avec les modes traditionnels de visite et de séjour et s'ingénient à trouver de nouvelles façons de découvrir un territoire. A l'affût des informations diffusées par des sites internet un brin décalés, ces touristes se retrouvent de plus en plus souvent là où on ne les attend pas, c'est à dire dans des soirées privées, des cafés de quartier, des promenades sur des thématiques insolites offertes par des associations ou des « greeters »...

Le tourisme créatif est donc bel et bien en partie, la prise de pouvoir du touriste sur l'offre officielle et ses multiples façons non pas de s'accommoder à une offre, mais au contraire de la contourner afin de coller au plus près à ses envies et de ses goûts !

## ● Le réseau du tourisme créatif

Et puis, depuis peu, le site [www.creative-tourismnetwork.org](http://www.creative-tourismnetwork.org) se propose de fédérer tous les territoires capables de proposer aux touristes de passage, une offre d'ateliers, cours, stages... sur tous les thèmes : musique, danse, peinture, cuisine, artisanat, art floral, boulangerie...

A l'origine de ce concept apparu en 2000, les Britanniques Greg Richards et Crispin Raymond, qui l'ont défini de la façon suivante : « *Il s'agit d'un tourisme qui offre aux voyageurs la possibilité de développer leur*

*potentiel créatif en participant activement à des cours ou des expériences caractéristiques de leur lieu de séjour* ».

En somme, il s'agit bel et bien d'une forme de tourisme basé sur l'ouverture et le partage des savoir-faire locaux. Bonne idée ? Probablement. Car, déjà plusieurs capitales dont Paris, Rome et Barcelone ont collecté une part considérable de l'offre créative et l'ont rassemblée sur un site qui, pour celui de Paris, reçoit environ 500 visiteurs tous les jours.

Plus ambitieuse, l'Autriche toute entière s'est lancée dans l'aventure et a ouvert son propre site répertoriant l'offre de toutes ses régions : [www.kreativreisen.at](http://www.kreativreisen.at). Mais, outre les collectivités, institutions et associations peuvent se joindre au mou-

vement et contribuer à proposer aux touristes et à la population locale, une palette de plus en plus diversifiée d'initiations artistiques, artisanales et pourquoi pas technologiques sociales ou de l'ordre du bien-être ?

De plus, les populations locales sont amplement invitées à diffuser leur propre offre d'ateliers et de stages, lesquels sont de plus en plus recherchés par un touriste en quête de contacts, de liens et de plus en plus d'authenticité.

*... Créatif et participatif pourraient donc bien être les deux visages du tourisme de demain. Avec toutes les variantes, les nuances et les évolutions possibles et souhaitables.*

---

## LES MAKER FAIRES : UNE AUTRE FORME DE CRÉATIVITÉ PARTICIPATIVE !

« **Maker Faire** is the Greatest Show on Earth ! » Tout le monde l'aura compris, ces foires d'un genre nouveau sont en passe de surpasser tout ce qui peut exister comme rassemblement de créateurs dans le monde. Avec une différence tout à fait exceptionnelle : les créateurs ne viennent pas pour exhiber leurs œuvres, comme c'est le cas un peu partout, à travers des expositions, des foires, des salons... Non ! Les « makers » se rassemblent pour rencontrer d'autres « makers », leur montrer ce qu'ils font et partager ce qu'ils savent faire avec eux !

Que savent-ils faire ? A peu près tout ce à quoi le cerveau humain est aujourd'hui capable de penser. Notamment, à partir de nouvelles technologies.

La population des « makers » est donc plutôt jeune, très inventive et contribue à dynamiser les lieux où elle se déplace. C'est à dire une série de villes où s'installe à grande vitesse un réseau de foires, grandes et petites.

Très bien réparties sur le territoire nord américain, celles-ci commencent à s'implanter en Europe où la prochaine aura lieu à Dublin le 14 et 15 juillet. Sous la forme d'une mini « maker faire » !

Très fréquentées, ces foires génèrent des flux touristiques importants et surtout des échanges. Elles sont donc bel et bien à la croisée des chemins entre tourisme créatif pur, tourisme participatif et une forme originale de tourisme d'affaires !

Voir : [www.makerfaire.com](http://www.makerfaire.com)

---