

Apprendre en pratiquant

Une
série



qui s'appuie sur la recherche et les
actions de développement des capacités

ENGAGEMENT DE LA DIASPORA ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Le tourisme patrimonial dans l'ère numérique

Financé par
l'Union européenne



Mis en œuvre par l'ICMPD



Table des matières

- 03
Contexte
- 04
Défis
- 05
Opportunités
- 06
Le rôle de la diaspora dans le développement du tourisme patrimonial
 - 08 Promouvoir le tourisme patrimonial en Moldavie grâce à l'expertise de la diaspora
 - 09 Le tourisme patrimonial local, lien avec la diaspora en Sierra Leone
 - 11 Quelle est la prochaine étape ?
- 12
Les diasporas en tant que...
 - 12 touristes
 - 14 précurseurs
 - 16 experts interculturels
 - 17 influenceurs
- 18
En savoir plus

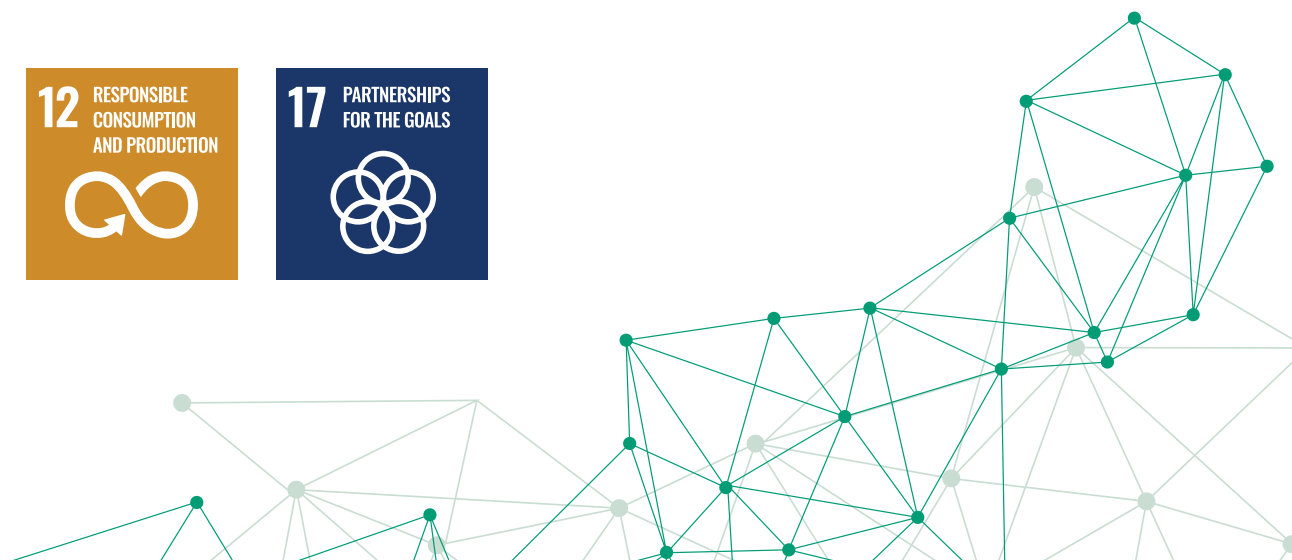
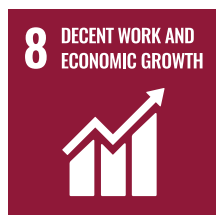


Contexte

Le tourisme culturel est l'un des marchés mondiaux à la croissance la plus rapide, représentant 40 % du secteur touristique, selon l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE). Depuis la pandémie de Covid-19, l'accent a été mis sur la création d'un modèle touristique plus résilient et numérisé. C'était d'ailleurs l'objet de la Journée mondiale du tourisme 2022, qui soulignait l'importance de "repenser le tourisme" en tant que pilier essentiel du développement et contribuant à la réalisation des objectifs de développement durable (ODD). Reconnaisant le lien entre tourisme, éducation et emploi, cette approche durable tient également compte de l'impact environnemental du tourisme et des possibilités de croissance durable.

Le tourisme culturel comprend le tourisme patrimonial, qui se concentre sur les ressources culturelles, historiques et naturelles. Parce qu'il met fortement l'accent sur le renforcement de l'identité culturelle, ce secteur est une voie particulièrement prometteuse pour le développement axé sur la diaspora. Dans ce contexte, la numérisation - un processus qui modifie profondément la manière dont nous accédons à la culture et la vivons en général - a également élargi l'accès aux activités de tourisme patrimonial...

Le lien entre l'engagement des diasporas, le tourisme patrimonial et la numérisation est devenu un domaine d'intérêt majeur pour l'EUDiF, abordé dans le cadre du forum annuel sur l'avenir, d'une étude de cas spécifique et de deux interventions au niveau local en Moldavie et en Sierra Leone. La confluence du travail pratique et des résultats de la recherche a clairement montré que "repenser le tourisme" doit inclure l'engagement de la diaspora. Dans ce dossier, nous réfléchissons à ce que nous avons appris de nos recherches et de nos actions afin de partager des pratiques inspirantes et des idées pour l'élaboration de politiques et d'initiatives futures.



Défis

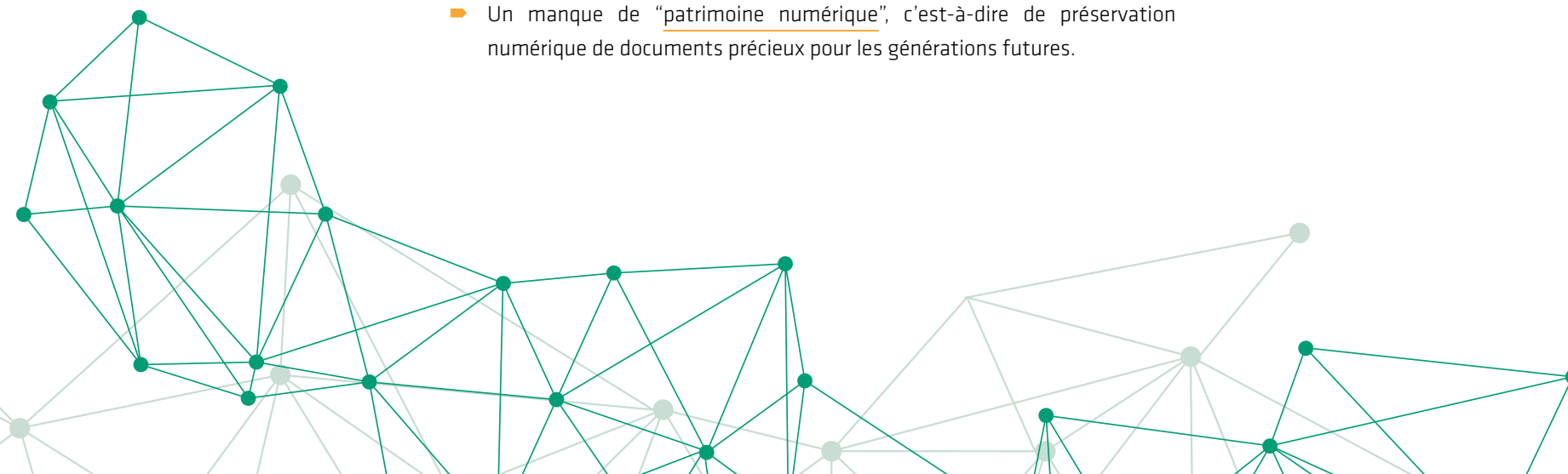
Le tourisme patrimonial est une industrie en plein essor dans plusieurs pays. Cependant, certaines lacunes empêchent les gouvernements et les acteurs locaux de gérer efficacement les sites culturels et d'atteindre leur plein potentiel touristique :

- ▶ Des sites du patrimoine dépourvus d'infrastructures, d'éducation et de loisirs adéquats ;
- ▶ Des capacités institutionnelles insuffisantes pour une conservation et une commercialisation adéquates ;
- ▶ Des entreprises et les consommateurs touchés par les blocages liés à la pandémie et la crise économique ;
- ▶ Les gouvernements doivent préparer la population locale à considérer le tourisme patrimonial comme une opportunité commerciale ;
- ▶ Il est nécessaire d'identifier des partenariats créatifs pour redonner une nouvelle image aux destinations touristiques et répondre à la demande des consommateurs ;
- ▶ Une demande croissante d'accès virtuel aux sites patrimoniaux dans une ère post-Covid et un monde de plus en plus numérisé ;
- ▶ Un manque de "patrimoine numérique", c'est-à-dire de préservation numérique de documents précieux pour les générations futures.

Le saviez-vous

*...un touriste patrimonial
dépense **38 %** de plus par jour
et reste **22 %** plus longtemps
que les autres voyageurs ?*

Source : www.mytravelresearch.com



Opportunités

Malgré ces défis, des opportunités se présentent pour construire le secteur du tourisme patrimonial en générant des collaborations, en améliorant l'échange d'informations entre les secteurs et en réinventant conjointement les services et les produits touristiques. Il y a là un énorme potentiel dans l'exploitation des liens de la diaspora et du transnationalisme pour revitaliser le secteur grâce à des produits *tangibles* (par exemple, des bâtiments, des musées ou des ruines), ainsi qu'à des produits *intangibles* (par exemple, la danse traditionnelle, les contes, la cuisine, les rituels). De plus, à l'ère du numérique, la diaspora des jeunes, férue de technologie, peut jouer un rôle particulier en innovant dans les produits du patrimoine et en faisant progresser le tourisme virtuel.

Dans cet article, basé sur les actions de développement des capacités de l'EUDiF en **Moldavie** et en **Sierra Leone**, nous examinons les contributions des acteurs de la diaspora dans le secteur du tourisme patrimonial. Ces deux actions introduisent de nouvelles approches du tourisme patrimonial par le biais de différents modèles de partenariat de la diaspora et de transfert d'expertise. Nous nous appuyons, en outre, sur l'étude de cas de l'EUDiF sur l'entrepreneuriat des jeunes et le tourisme patrimonial, un travail de recherche mené avec l'université de Winchester et des études de cas de la **Barbade**, du **Brésil** et du **Rwanda**. Elle explore les liens entre l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme patrimonial, l'identité de la diaspora des jeunes et le potentiel de planification à long terme de l'engagement de la diaspora.

Qu'est-ce que le "tourisme virtuel" ?

Le tourisme virtuel implique l'utilisation de la technologie pour améliorer ou créer artificiellement une expérience touristique. Ce modèle offre aux voyageurs un accès à distance qui leur permet de découvrir des destinations sans s'y rendre physiquement. Les méthodes de tourisme culturel virtuel tirent le meilleur parti des avancées technologiques et contribuent à satisfaire la soif de connectivité de la génération du millénaire.

Le rôle de la diaspora dans le tourisme patrimonial

Grâce aux recherches et au travail opérationnel de l'EUDiF, nous avons observé sept rôles que les diasporas jouent souvent dans la consommation, le développement et l'innovation du tourisme patrimonial, bien qu'il puisse y en avoir d'autres. Cette publication aborde plus en détail les quatre premiers rôles, sur la base de notre travail.



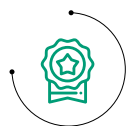
■ Touristes

Le sentiment d'appartenance, la curiosité et le lien étroit avec leur patrimoine personnel incitent de nombreuses personnes à se rendre sur la terre de leurs ancêtres, à rechercher leurs racines et à s'engager auprès de la communauté locale. ▶ [Page 12](#)



■ Créateurs de tendances

Grâce à leur mentalité et à leur expérience mondiales, les membres de la diaspora peuvent être des pionniers en apportant de nouvelles idées et des solutions pratiques, contribuant ainsi à revigorer le secteur et à donner une nouvelle image aux produits et secteurs touristiques à différents niveaux, y compris sur les marchés locaux et internationaux. ▶ [Page 14](#)



■ Experts interculturels

L'avantage des affinités, de la langue et de la compréhension du contexte local permet à la diaspora de transférer son expérience transnationale et de transposer les pratiques mondiales en actions au niveau local. ▶ [Page 16](#)



■ Influenceurs

Grâce à son capital social et à son expérience de la migration, la diaspora peut atteindre divers groupes sociaux et jouer le rôle d'influenceurs dont la communication peut impacter le comportement d'un large éventail de citoyens, et leur permettre de voir le potentiel du tourisme patrimonial durable et d'y prendre part. ▶ [Page 17](#)



Ambassadeurs culturels

Les diasporas sont bien placées pour promouvoir à l'étranger les attraits distinctifs et la beauté de leur pays d'origine, soutenant ainsi les efforts de promotion de l'image de marque nationale.



Le programme des jeunes ambassadeurs de Géorgie, un programme annuel conçu pour les jeunes Géorgiens vivant à l'étranger afin de représenter la Géorgie dans leurs pays de résidence respectifs et visant à promouvoir le tourisme, les investissements et les activités culturelles.



Investisseurs

Grâce à leur connaissance approfondie du pays d'origine et du pays de résidence, les membres de la diaspora sont en mesure d'identifier les opportunités et d'investir dans des entreprises connexes (voyages organisés, marques d'artisanat), agissant parfois en tant qu'investisseurs providentiels. Elle envoie également des fonds pour soutenir la famille, les amis et la communauté au sens large, ce qui permet de soutenir les entreprises locales.



L'Année du retour au Ghana 2019 est une initiative gouvernementale qui encourage la diaspora africaine à venir s'installer en Afrique (en particulier au Ghana), à renouer des liens, à s'impliquer et à investir dans le continent, y compris dans le tourisme.



Entrepreneurs sociaux

Souvent, les membres de la diaspora souhaitent "faire la différence" par le biais de l'entrepreneuriat social. Grâce à leur plus grande capacité d'adaptation au changement et à leur aptitude à travailler dans un environnement multiculturel et numérique, les jeunes entrepreneurs de la diaspora ont par exemple le flair nécessaire pour identifier les marchés de niche et répondre de manière créative aux opportunités qui se présentent dans le secteur culturel.



L'éco-village de Valeni, en Moldavie, a été fondé par la diaspora des jeunes. Il offre une expérience enrichissante avec le musée historique ("House of Logging"), des traditions locales, de la cuisine et de l'agriculture.



Diaspora et tourisme patrimonial en action

Promouvoir le tourisme patrimonial en Moldavie grâce à l'expertise de la diaspora

En partenariat avec le Musée national d'ethnographie et d'histoire naturelle

Résumé

La réserve paysagère de Tipova-Saharna, gérée par le musée, abrite l'un des plus anciens monuments naturels de Moldavie et d'Europe de l'Est. L'EUDiF a contribué à la modernisation des services touristiques dans la réserve et des activités du musée, notamment par :

- ▶ Le pilotage d'outils et de concepts stratégiques pour la reconstruction des itinéraires ;
- ▶ L'exploration de modèles alternatifs de tourisme patrimonial local et d'entrepreneuriat ;
- ▶ Le renforcement des capacités d'organisation et de gestion des sites patrimoniaux par le musée.

Domaines d'activité

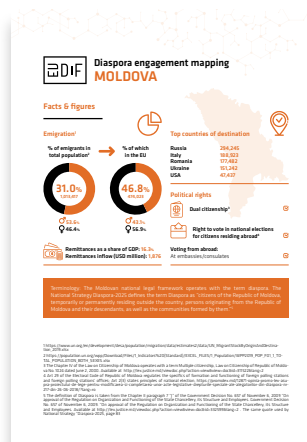
1. L'élaboration d'un dossier conceptuel et de matériel promotionnel pour la route Tipova-Saharna;
2. Le développement de la stratégie de modernisation de l'itinéraire, y compris la note conceptuelle sur la narration;
3. Le renforcement des compétences et des connaissances thématiques en matière de tourisme durable pour le personnel des musées et les autorités locales.



Il s'agit d'un projet unique pour le musée, car il réunit deux membres hautement qualifiés de notre diaspora. Nous avons la possibilité de bénéficier de l'expérience et de l'expertise qu'ils ont accumulées à l'université d'Uppsala en Suède. Cette action contribue aux intenses efforts déployés par le musée pour développer et moderniser l'itinéraire Tipova-Saharna conformément aux normes européennes.

- Petru Vicol, Directeur exécutif, Musée national, Moldavie

En savoir plus



S'appuyer sur les communautés locales est essentiel

Le musée national en a été le principal bénéficiaire, mais l'action a également impliqué les communautés locales. Dès son lancement, autorités locales, guides locaux, artisans, militants, enseignants et historiens ont participé aux discussions, aux formations et aux activités de sensibilisation. Ils ont apporté des perspectives locales et identifié les lacunes existantes. L'implication directe des communautés et des entreprises locales dans le développement du tourisme crée un sentiment d'appropriation de ce qui suit. En outre, si les communautés locales sont impliquées dès le début, elles seront moins enclines à résister aux efforts de développement et seront plus tolérantes à l'égard des touristes.

Le tourisme patrimonial local en tant que lien avec la diaspora en Sierra Leone

En partenariat avec le conseil municipal de Freetown (FCC)
et AfricaOracle

Résumé

L'action soutient les priorités du FCC en matière de tourisme patrimonial, basées sur l'agenda FCC Transform Freetown qui guide la planification du développement de la ville. Transform Freetown souligne le potentiel du tourisme pour la création d'emplois et l'amélioration du secteur des affaires. La collaboration avec l'EUDiF et AfricaOracle permet au FCC de :

- ▶ Élaborer un cadre stratégique pour le tourisme patrimonial afin de donner une nouvelle image aux atouts patrimoniaux de Freetown ;
- ▶ Sensibiliser les autorités nationales et les communautés locales à la valeur du tourisme patrimonial ;
- ▶ Renforcer les capacités et les connaissances du personnel chargé du tourisme patrimonial et des professionnels de la gestion du tourisme au sein du FCC.

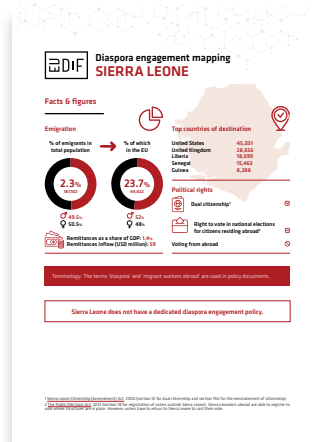
Domaines d'activité

1. L'évaluation des besoins sectoriels et des parties prenantes afin de mieux comprendre les priorités du marché;
2. L'élaboration de paquets stratégiques et conceptuels pour promouvoir le tourisme patrimonial, y compris des notes conceptuelles sur les visites à pied et un festival des racines;
3. Des sessions de formation et d'échanges entre pairs sur le tourisme durable et les meilleures pratiques en matière de tourisme patrimonial pour le personnel du FCC.

En savoir plus



Sierra Leone

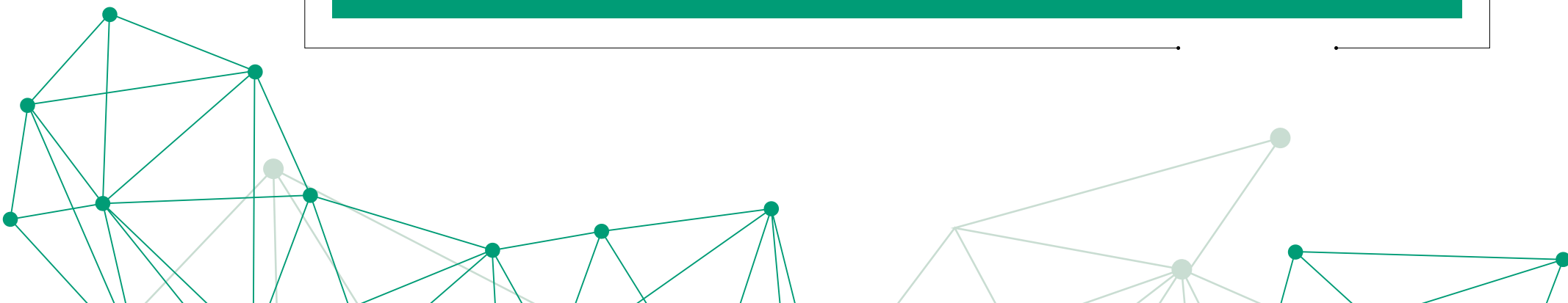


L'action



La diaspora des rapatriés, moteur du dev développement local

L'expérience diasporique (personnelle et professionnelle) peut inspirer des partenariats pour le développement local. Dans le cas de la Sierra Leone, l'action construit sur l'enthousiasme et le leadership du maire de Freetown, Yvonne Aki-Sawyer, une personne de retour de la diaspora qui promeut le programme de transformation du FCC. Son expérience au sein de la diaspora comprend la fondation d'une organisation caritative, la contribution à la lutte contre le virus Ebola et la création de villes jumelées. Le maire Yvonne utilise son expérience à l'étranger pour apporter des opportunités de développement durable à Freetown par le biais de partenariats holistiques, y compris avec la diaspora.



Quelle est la prochaine étape ?

Évolutivité et reproductibilité

Géographique

Ces actions peuvent être reproduites en développant d'autres itinéraires touristiques dans ces deux pays et au-delà.

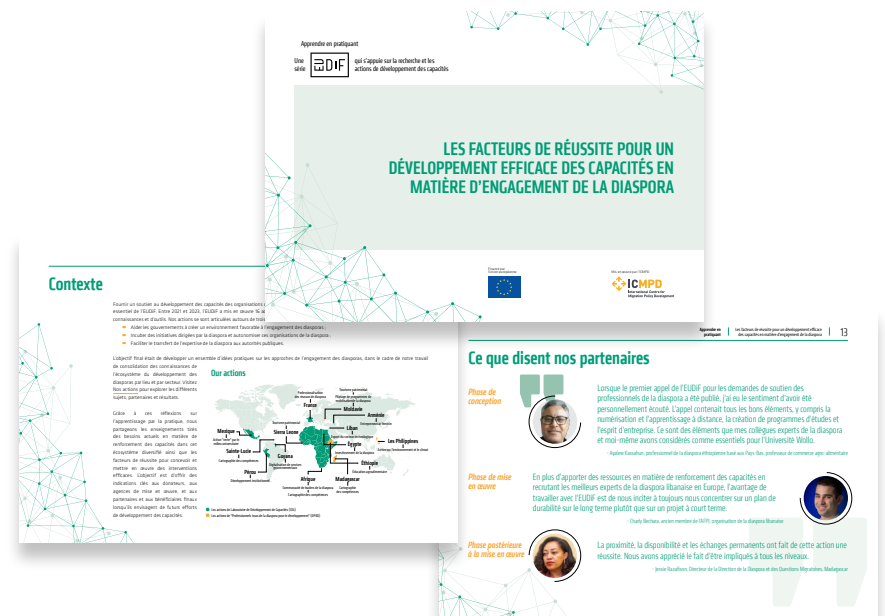
Gamme de services

Les deux bénéficiaires peuvent désormais partager les outils et concepts éprouvés (par exemple, la narration) avec d'autres sous-secteurs de l'industrie du tourisme, tels que le tourisme rural, l'aénotourisme, l'agrotourisme, le tourisme à la ferme et l'écotourisme.

Fourchette de bénéficiaires finaux

Cette démarche peut être étendue à d'autres groupes cibles, tels que les investisseurs, les jeunes de la diaspora, la société civile, etc.

L'action menée avec le conseil municipal de Freetown, en Sierra Leone, s'est inspirée de notre collaboration avec le musée de Moldavie, qui est un exemple direct du potentiel de l'apprentissage par les pairs pour générer des actions. Nous continuons à offrir de tels espaces car nous y voyons un potentiel pour davantage d'initiatives de tourisme patrimonial et d'engagement de la diaspora. En outre, nous sommes heureux de constater que les méthodes utilisées dans le cadre de nos actions produisent les résultats escomptés (et parfois plus encore!). Les actions de l'EUDiF se caractérisent par leur caractère pratique, leur approche multipartite et le rôle de catalyseur joué par la diaspora dans la création de partenariats locaux. Pour plus de détails sur ce que nous considérons comme les facteurs de réussite du développement des capacités, consultez ["Learning by doing : Facteurs de réussite pour le développement des capacités dans le cadre de l'engagement de la diaspora"](#).



Les diasporas en tant que touristes

Les touristes de la diaspora entretiennent souvent des relations profondes avec les sites du patrimoine, en raison de leur lien avec l'histoire ancestrale, les racines, la culture, les traditions, etc. Cela peut s'expliquer par le fait qu'ils peuvent ressentir un sentiment d'appartenance, comme l'indique l'étude de cas de l'EUDiF.

L'étude de cas a montré que les jeunes de la diaspora s'intéressent davantage au patrimoine immatériel parce qu'ils ne se reconnaissent souvent pas dans les produits du patrimoine matériel proposés par leur pays d'origine. Par exemple, les jeunes de la diaspora de la **Barbade** recherchent le patrimoine culturel dans la musique et la nourriture. Un autre exemple nous vient du **Rwanda**, où le gouvernement organise des expériences pour les jeunes Rwandais de la diaspora afin d'explorer un récit sur le pays qui va au-delà de l'histoire récente du génocide souvent enseignée dans leur pays de résidence. Selon un étudiant rwandais, *"cela nous a permis de voir notre passé de nos propres yeux"*. L'intérêt des jeunes de la diaspora pour les produits immatériels s'inscrit dans la tendance récente du tourisme à privilégier les expériences culturelles.

En outre, la diaspora est susceptible de posséder les compétences linguistiques, les contacts, les connaissances générales et les moyens financiers nécessaires. Il est nécessaire de s'engager activement auprès de la population et des entreprises locales. Par rapport aux visiteurs qui n'ont aucun lien avec la diaspora, ils peuvent choisir de séjourner dans des hébergements locaux, de manger dans des restaurants locaux, d'organiser leur propre voyage et de rechercher des expériences thématiques telles que la recherche de racines ou des circuits d'aventure. Ils peuvent ainsi avoir un impact plus direct sur l'économie locale.



La transformation numérique

Le tourisme patrimonial est un domaine dans lequel les diasporas s'engagent numériquement et peuvent être des partenaires dans la co-création du patrimoine, ainsi que des consommateurs. Par exemple, en collaboration avec le musée de la Barbade, le projet EU-LAC- MUSEUMS a conçu un musée virtuel de l'immigration et de la mémoire caribéennes centré sur l'histoire de la génération de migrants Windrush à partir de la fin des années 1940. Ce projet a suscité un grand intérêt pour l'histoire des communautés de la diaspora, mais aussi pour l'histoire plus large des pays d'origine.



Photo des galleries - VMCM (eu-lac.org)

Mesures d'incitation pour la diaspora des jeunes

En outre, les gouvernements peuvent jouer sur ce sentiment d'appartenance et de nostalgie à l'égard du pays du patrimoine pour attirer les touristes de la diaspora, comme dans l'exemple de la Moldavie ci-dessous. La diaspora. Les origines. Programme de retour (DOR) - qui signifie littéralement "votre pays vous manque" - comprend des camps d'été annuels pour la jeune génération de la diaspora. Il est géré par le Bureau des relations avec la diaspora moldave depuis 2013. Le programme vise à sensibiliser la jeune génération à l'identité culturelle et nationale et à renforcer leur lien émotionnel et culturel avec la Moldavie.



Photo tirée du site officiel du Bureau moldave des relations avec la diaspora www.emoldovata.md

Les diasporas en tant que précurseurs

La diaspora peut stimuler l'innovation¹ dans le tourisme patrimonial en établissant de nouveaux partenariats, en pilotant de nouveaux produits et services touristiques ou des modèles d'entrepreneuriat. Dans le cadre de nos actions, nous avons travaillé avec des professionnels de la diaspora qui ont agi comme des précurseurs en co-crédant des produits touristiques patrimoniaux avec le FCC et le musée, respectivement, en apportant de nouvelles idées :

Changement...

	Moldavie	Sierra Leone
dans l'approche du tourisme patrimonial	<i>Les professionnels de la diaspora ont intégré les principes du <u>tourisme durable</u> dans la stratégie de modernisation de la route <u>Tipova-Saharna</u> lors de la co-rédaction du plan d'action de mise en œuvre (2022-2024) avec le musée.</i>	<i>Les acteurs de la diaspora ont sensibilisé le personnel du FCC et les acteurs locaux aux meilleures pratiques en matière de produits touristiques durables en promouvant, par exemple, le concept d'<u>itinéraires thématiques</u> qui favorisent le tourisme patrimonial durable à Freetown.</i>
dans la gestion des sites culturels patrimoniaux	<i>Le modèle du musée en plein air (c'est-à-dire un musée qui recrée des paysages et des bâtiments du passé pour créer une expérience d'histoire vivante pour les visiteurs) a été introduit par des membres de la diaspora ayant une expérience du musée suédois en plein air de <u>Skansen</u> et de la <u>ville médiévale de Visby</u>.</i>	<i>Développement de visites historiques à pied afin de fournir une histoire liée aux sites patrimoniaux et à l'histoire captivante de Freetown. Les circuits pédestres peuvent intégrer des outils numériques pour faciliter la narration le long de l'itinéraire des sites historiques.</i>
dans l'image de marque des produits et services touristiques	<i>Pilotage des produits de narration, par exemple les experts ont fourni une note sur la façon d'organiser des événements de narration, inspirée par la pratique de <u>Land of Legends</u> en Suède.</i>	<i>Conceptualisation la narration et promotion de son pilotage. L'équipe a développé un concept pour un festival Roots qui offre un engagement culturel expérientiel par le biais de la musique, de la danse et d'autres activités.</i>

¹ Introduction de nouvelles choses, idées ou façons de faire, y compris des éléments d'extensibilité, de reproductibilité et, le cas échéant, d'inclusion de groupes spécifiques.

Piloter le modèle de narration

Le conte est une forme de patrimoine culturel immatériel. Cependant, en Moldavie, il n'est pas très utilisé ni connu. Dans le cadre de l'action EUDiF, des professionnels de la diaspora ont préparé une note d'information pour présenter un nouveau type de festival de contes et ont dispensé quelques formations sur la manière d'organiser un tel festival sur la base de leur expérience en Suède. Suite à ces formations et sous la direction de l'expert, le musée a organisé la première édition du **Festival des légendes** à Țipova le 17 septembre 2022. Ce festival a été organisé conjointement par le musée local et une maison d'hôtes gérée par un entrepreneur local. Nous avons été ravis de constater l'utilisation immédiate des fruits de l'action.



Les diasporas en tant qu'experts interculturels

L'expertise interculturelle de la diaspora signifie qu'elle est bien informée pour soutenir le développement des capacités des acteurs locaux. Elles sont en mesure de comprendre quelles pratiques mondiales peuvent être transposées dans le contexte local, tout en tenant compte des sensibilités locales. Grâce à leur connaissance des marchés locaux, elles peuvent également fournir des conseils sur les ressources et les outils qui peuvent être utilisés pour établir des partenariats au niveau local.

Des sessions de formation thématiques et des événements de transfert de connaissances ont été organisés dans le cadre des deux actions et se sont avérés extrêmement utiles pour les bénéficiaires. Ils ont couvert des sujets tels que la collecte de fonds dans le tourisme patrimonial, le tourisme durable, les pratiques modernes en matière de patrimoine et le marketing numérique. En outre, l'EUDiF a facilité les échanges d'apprentissage entre pairs entre la Moldavie et la Sierra Leone sur les meilleures pratiques liées à la narration et au tourisme patrimonial. Outre leur expérience en matière de tourisme, les experts de la diaspora participant aux deux actions sont spécialisés dans la gestion de projets et l'engagement de la diaspora. Les attributs combinés des connaissances professionnelles et de l'aisance culturelle ont été essentiels pour rendre ces interventions aussi engageantes et efficaces que possible.

Dans le cas de la **Sierra Leone**, l'action s'est inscrite dans une approche de travail collectif plus large. Le transfert d'expertise a été mené par une organisation de la diaspora - AfricaOracle au Royaume-Uni - en partenariat avec des experts locaux en tourisme patrimonial (West Africa Heritage Consultancy) et des universitaires (Université de Derby). Les avantages liés à la diversité des points de vue et à la vision de la diaspora ont considérablement enrichi le processus de conception.

Dans le cas de la **Moldavie**, les deux professionnels de la diaspora ont joué un rôle central dans l'action. Cette voix de la diaspora en dit plus sur l'expérience positive et la motivation de l'un d'entre eux. Le musée national de Moldavie a hautement apprécié leur engagement, leurs connaissances approfondies et leur expertise particulière.



Bunce House, un site important pour son utilisation dans le cadre de la traite des esclaves. Il figure sur les circuits en cours d'élaboration.



Formation sur le développement durable organisé à Tipova, Moldavie en 2022

Les diasporas en tant qu'influenceurs

Les progrès rapides de la technologie ont influencé l'industrie du tourisme et ont conduit au soutien de nouvelles expériences, ainsi qu'à un changement dans le comportement et les préférences des consommateurs sur le nouveau marché du tourisme, en particulier pour la jeune génération. Afin d'offrir un accès plus large et plus inclusif aux produits touristiques du patrimoine, il est important d'aller là où se trouvent les communautés, et les médias sociaux sont l'un des moyens de réduire cette fracture.

Les médias sociaux offrent des opportunités aux acteurs qui ne sont pas les "suspects habituels", tels que les jeunes ; ils peuvent jouer le rôle d'activistes, d'influenceurs, de modèles, et donner à leurs contacts les moyens de s'engager activement dans des activités de tourisme durable. Le bouche à oreille étant un canal de vente essentiel - les consommateurs recherchant des "avis authentiques" - les médias sociaux peuvent aider les pays du patrimoine à atteindre un plus grand nombre de touristes, y compris une clientèle internationale. En effet, Facebook, YouTube, TikTok et Instagram constituent les foyers numériques d'un monde d'influenceurs en ligne en constante expansion, où des outils peu coûteux peuvent être utilisés pour promouvoir le tourisme patrimonial, en particulier auprès des jeunes de la diaspora.

Un été rwandais sur les réseaux sociaux

Le Rwanda Youth Club a vu le jour en Belgique en 2019 dans le but de créer des espaces appartenant aux jeunes pour les étudiants et les professionnels de la diaspora afin de créer des réseaux, de socialiser et de parler des questions qui leur tiennent à cœur. L'objectif est de centrer les talents et les intérêts des jeunes de la diaspora rwandaise et de discuter des opportunités de tourisme, d'affaires et de stage disponibles au Rwanda. Pour le voyage d'été des jeunes au Rwanda, ils ont utilisé les médias sociaux pour sensibiliser le public. Pendant le voyage, les participants et les organisateurs ont partagé et re-partagé des photos et des vidéos ; plusieurs participants ont fait des vlogs et des vidéos TikTok. Les organisateurs ont continué à utiliser les médias sociaux après le voyage, en y intégrant des quiz sur le patrimoine et des photos nostalgiques du voyage, afin de susciter un plus grand intérêt. Quelques mois après le voyage, un événement social de suivi très populaire a été organisé, au cours duquel les participants ont discuté de leurs expériences et de ce qu'ils avaient appris. Plus de 200 jeunes Rwandais y ont assisté et ont manifesté beaucoup d'intérêt pour la prochaine tournée estivale des jeunes.

En savoir plus



1. Entrepreneuriat des jeunes et tourisme patrimonial : réflexion à long terme sur l'engagement de la diaspora - leçons tirées du Rwanda, du Brésil et de la Barbade

Le Fonds mondial pour la diaspora de l'Union européenne (EUDiF) a chargé des chercheurs de l'université de Winchester (Royaume-Uni) de mener un projet de recherche basé sur des études de cas, afin d'examiner les liens entre l'identité des jeunes de la diaspora, l'entrepreneuriat et le secteur du tourisme patrimonial à la Barbade, au Brésil et au Rwanda. [Résumé exécutif en français.](#)

2. Collection EUDiF sur les initiatives en faveur de la jeunesse

L'EUDiF a réalisé une cartographie de l'engagement des diasporas dans 108 pays, explorant les politiques, les pratiques et les tendances de l'engagement des diasporas dans le monde. La collection est une compilation de toutes les initiatives liées à l'engagement des jeunes dans la diaspora à travers le monde, rassemblées grâce à notre exercice de cartographie et à des recherches plus approfondies.

3. Tourisme patrimonial et commerce de la nostalgie : Une niche pour la diaspora dans le paysage du développement

Cette étude du Migration Policy Development explore le potentiel de développement des formes de tourisme et de commerce qui impliquent les diasporas.

4. Centre du patrimoine mondial - Programme sur le patrimoine mondial et le tourisme durable

Le programme de l'UNESCO pour le patrimoine mondial et le tourisme durable introduit une nouvelle approche qui met l'accent sur le dialogue et la collaboration entre les parties prenantes, l'intégration de la gestion du tourisme et du patrimoine au niveau de la destination, la valorisation et la sauvegarde des atouts naturels et culturels, et la promotion d'un développement touristique responsable.





5. Le patrimoine mondial face au COVID-19 - Bibliothèque numérique de l'UNESCO

L'UNESCO a lancé une vaste enquête auprès des gestionnaires de sites du patrimoine mondial et des autorités nationales pour comprendre l'impact du COVID-19 sur le patrimoine mondial un an après le début de la pandémie.



6. Célébrations de la Journée mondiale du tourisme | OMT(PDF) Diaspora, patrimoine culturel et tourisme

Cet article explore les rôles potentiels de la diaspora dans la préservation, la promotion et le développement du tourisme autour du patrimoine culturel de Surakarta, en mettant l'accent sur l'interaction entre les considérations économiques et les éléments culturels immatériels pour la prospérité économique et culturelle de la ville.



7. Qu'est-ce que le tourisme virtuel et est-ce l'avenir ? (2023)

Cet article explore le tourisme virtuel en tant que modèle touristique futur à la lumière du tourisme post-Covid 19.



8. Repenser le tourisme (2023)

Apprenez-en plus sur la tendance "Repenser le tourisme" qui suscite un débat sur la reconnaissance du tourisme comme un pilier essentiel du développement et de la contribution aux objectifs du Millénaire pour le développement.

European Union Global Diaspora Facility

ICMPD
Rue Belliard 159
1040 Brussels
Belgium



www.diasporafordevelopment.eu



EU-diaspora@icmpd.org



[@diaspora4devEU](https://twitter.com/diaspora4devEU)

© - 2023 - ICMPD. Tous droits réservés. Licence accordée à l'Union européenne sous conditions.

Cette publication a été financée par l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité de l'EUDiF et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'ICMPD ou de l'Union européenne.

Citation: Hincu D., (2023). Diaspora engagement and economic growth: Heritage tourism in the digital era. EUDiF Learning by doing publication, Brussels: ICMPD.

