

AGILITATEURS
université
angers

Développement local par le tourisme (ou levier touristique)

Philippe Violier PR Géographie

ESTHUA

Université d'Angers

Introduction

Tourisme explicitement convoqué dans l'appel à projets Leader :
Construire une offre touristique renouvelée

Tourisme?

- **En fait réponse pas simple**
- **D'un côté définition institutionnelle (Organisation Mondiale du Tourisme mais pas que)**
 - **Une nuitée en dehors de son environnement habituel**
 - et jusque 1 an (3 mois en France)
 - pour différencier les mobilités acceptables de celle perçues comme potentiellement problématiques : les migrations
 - **tous motifs (pèlerin, voyageurs d'affaires, tuberculeux, étudiants et scolaires...)**

Or toutes ces mobilités n'ont rien à voir entre elles

- Exemple un voyageur d'affaires

- Est aux ordres de son employeur
- Ne choisit ni le lieu, ni son emploi du temps, ni ses compagnons/compagnes de voyage...
- En compensation il ne paie rien
- Le touriste n'en fait qu'à sa tête, en contrepartie il paie

- Bien sûr il peut y avoir des interférences mais cela n'est pas la même mobilité

Une autre définition

- **Élaborée à partir de la fin des années 1990 par une équipe de recherche (MIT)**
- **Le tourisme est un système qui a pour finalité la *recréation* des individus par l'habiter hors de son environnement habituel**
- **Pourquoi les individus se déplacent pour être touriste = parce qu'ailleurs c'est mieux**

Tourisme/loisir(s)/temps libre

- **Temps libre = non contraint**
- **Mais en fait plusieurs catégories selon Elias et Dunning (Sport et civilisation. La violence maîtrisée. 1995)**
- **Tourisme relève de la 3^{ème} et en son sein de la 3^{ème} sous catégorie = la + efficace :**
 - « Activités de loisir variées, moins hautement spécialisées, souvent multifonctionnelles et ayant en grande partie un caractère dé-routinisant agréable : c'est-à-dire voyager pendant ses vacances, manger au restaurant pour changer, avoir des relations sexuelles dé-routinisantes, "faire la grasse matinée" le dimanche matin, se consacrer à des soins corporels non quotidiens comme le bain de soleil, se promener. »
 - De plus, tourisme = habiter (s'installer) contrairement aux loisirs donc retombées économiques

La question de la destination

- **Importante car tourisme = déplacement parce que la récréation se passe mieux dans un lieu de qualité**
- **Destination = un lieu ou des lieux soit un espace**
- **Types de lieux (langage courant tout est station)**
 - Lieux créés par le tourisme station (aussi lieu de vie mais touristes implantés en rupture) ou comptoir (pas un lieu de vie = Avoriaz, Les Plagnes, Les Arcs...)
 - Lieux investis villes ou villages (qui peuvent être touristifiés = le tourisme devenu moteur principal comme Buoux ou Morzine) ou sites (isolés pas ou peu d'habitants) = patrimoine mais aussi modernité

Donc notre propos va s'orienter vers

- **La question du développement local/rural (puisque Leader) avec levier touristique**
- **plan intervention trois axes**
 - **1 les fondamentaux (construire une offre touristique...)**
 - **2 ce qui change aujourd'hui (...renouvelée) = qu'est-ce qui change ?**
 - **3 comment entraîner/constituer un réseau ?**

1. Permanences ou fondamentaux du développement local par le tourisme

Le tourisme est une pratique sociale tri-séculaire inventée au XVIIIe / révolution industrielle qui a créé un nouveau partage du temps qui a suscité des inventions en réactions à la montée des contraintes (routines en langage Elias Dunning) comme le sport ou le tourisme



En trois siècles elle a changé

- **Passage d'une pratique de l'élitisme à la diffusion sociale (tourisme de masse)**
- **Marqué par des ruptures dans les pratiques**
 - Ex invention du ski induit passage de la montagne touristique de l'été (thermalisme) à l'hiver
 - Ex passage du thérapeutique au plaisir à la charnière XIXe/XXe
 - Ex passage de tourisme de masse au tourisme de masse personnalisé à partir des années 1980
- **Mais des fondamentaux (= le/les tourisme-s)**
- **Comment concevoir un projet de développement touristique ?**

1.1. Se fonder sur les attentes des touristes

- **et non se regarder le nombril ou le « potentiel » voire la « vocation »**
- **Tous les touristes**
 - y compris dans leur(s) diversité(s)
 - LE touriste cela n'existe pas
 - Il faudra faire des choix notamment
 - Le grand nombre + facile et cela rapport gros
 - Cibler mais coût d'accès pour eux sera + élevé donc plus risqué

1.1. Se fonder sur les attentes des touristes

- **le codage par la/les sociétés exemple le paysage ou l'environnement sont perçus à travers les regards** (notamment des touristes)
 - = espace donné et non "nature"
 - codage =
 - campagne, montagne,
 - Pittoresque pas forcément toute les montagnes cf vallée de la Maurienne

1.1. Se fonder sur les attentes des touristes

- chausser les lunettes des touristes

- quels touristes ? a-t-on le choix ? ça dépend mais éviter la gourmandise genre lapsus pas de cars de japonais
- ceux qui viennent déjà c'est plus facile
 - il y en a toujours dans la France du Sud – AURA- et de l'Ouest surtout cf codage par la société qui privilégie les Sud et l'Ouest / Nord-Est
 - on peut les observer et même leur parler = pourquoi sont-ils là ?
- si vraiment il n'y en a pas commencer par les citadins les plus proches c'est plus simple et moins coûteux

1.1. Se fonder sur les attentes des touristes

- ce qui peut produire des tensions avec les habitants

- que les touristes/le tourisme peuvent déranger mais bon il faut faire avec (communication, intégration...)
- codage par les habitants différent (Buoux cf Decarnin)
- Cela dépend de l'histoire des porteurs de projets (endogènes, exogènes, transitionnels)
- Habitants ne constituent pas une catégorie homogène au contraire la proximité attise les conflits (résidents secondaires)

Exemple de Buoux d'après Decarnin, H. (1999). Le développement local et l'escalade à Buoux. Dans Le tourisme facteur de développement local, Bensahel, L., Donsimoni, M. (dir.).

- À Buoux arrivée de jeunes escaladeurs venus se confronter aux falaises vues dans le village comme un problème pour l'élevage : les habitants les perçoivent comme des gêneurs : se garent n'importe où, font du camping sauvage...
- Puis années 1990 tout bascule, les villageois tombent en amour vis-à-vis des escaladeurs
- Que s'est-il passé ? 1992 fin de la guerre froide, la base de missiles est rangée le village a perdu sa manne militaire : le tourisme prend le relais
- Tous les habitants ont-ils retourné leurs vestes ? Non il reste des irréductibles opposants : les résidents secondaires qui tirent leurs revenus d'ailleurs, qui ont trouvé le paradis et qui ne veulent pas le partager

1.2. Quel projet ?

- **Les pratiques des touristes : dans le système =**
 - ce que les touristes font et qui a du sens à leurs yeux
 - et qui contribue à leur récréation
- **Les pratiques**
 - La découverte
 - Le jeu (~~le sport~~) nous distinguons l'engagement du corps de la compétition institutionnelle, cependant il y a des touristes (+ ou - compétents)
 - Le repos ou soin de soi
 - La sociabilité (transversale)
 - Le shopping
- **Mais des combinaisons = touristes sont des touche à tout avec une pratique dominante qui détermine le choix de la destination**

1.2. Quel projet ?

- **patrimoine un possible mais quel sens ? (Puy du Fou)**
 - Au sens large incluant l'immatériel, l'hébergement, les produits agricoles...
 - Thermalisme
 - Passé du thérapeutique
 - Au ludique (détente, antistress) = Accros du Peignoir, marque créée en 2017 par la RVE, réseau Auv. (ME Ferréol)
- **création autre possibilité (Marciac)**

1.3. Quelle base territoriale?

- **Elle doit être perçue par les touristes**
- **Périmètre de la destination touristique et non du territoire institutionnel**
 - Destination lieu ou espace perçu par les touristes / qualité pour la réussite de leur projet
 - Non territoire institutionnel imposé qui n'a pas de sens pour les touristes
- **Comment articuler les deux**
 - Territoire légitime (décision + financements)
 - Destination qui a du sens auprès des touristes
 - Sachant que des touristes = des destinations (distinction sociale et culturelle)

2. Ruptures ou discontinuités

- **Y a-t-il nouvelle donne (Covid, réchauffement climatique? ...)**
- **Les deux : changements et continuité**
- **Continuité déjà vue donc on aborde les changements**

2.1. Réchauffement climatique

- **perçu récemment mais renvoie à une analyse sur la capacité des sociétés humaines à passer le temps**
- **modèle de dynamique des lieux/changement des pratiques**
 - saison hivernale en montagne se déploie à partir de l'Entre deux guerres et surtout après 1960 avec ski comme dominante
 - mais saison estivale dominante jusque dans les années 1950 n'a pas disparu = mémoire à activer et à adapter

2.1. Réchauffement climatique

- **avant 1914 en montagne tourisme était estival**
 - donc il y a des perspectives : relancer ou renforcer les pratiques hors ski
 - freins possibles ex : quand le ski a été lancé refus d'hôteliers d'installer le chauffage central / importance de l'investissement
 - = comment accompagner les pros ? Subventions incitations accompagnement par des informations
- **de plus neige au-dessus de 2000 donc a priori pour les comptoirs d'altitude**

2.2. Question de la proximité

- **Tourisme et développement durable**

- Déplacement des individus donc simple déplacement des consommations
- Donc une partie question résolue = appliquer partout les gestes responsables
- par forcément évident car relâchement des contraintes mais en même temps l'individu touriste reste l'individu qu'il est

- **Restent cependant**

- La question des transports
- Immobilier sous-utilisé qui génère des gaspillages (lits froids)



2.2. question de la proximité

- Question de la proximité

- avantages de la région AURA
 - globalement beaux paysages selon codages sociaux (+ facile que dans régions du NE ou Ouest/montagne)
 - métropoles proches ou au cœur de la région
- mais enchanter la proximité
 - succès de Center Parc = accueillir des citadins à la campagne
 - raisons des clubs
 - disposition des individus

2.2. Question de la proximité

- **Agriculture/produits locaux/bio**

- Tourisme a déjà insufflé dynamisme à l'agriculture
- Renforcer
- Faire évoluer vers plus de souplesse
 - 39 fermes-auberges en Aura (BF) + une 20 accueil paysan c'est peu
 - Contraintes imposées comme la limitation de la capacité d'hébergement ou la norme des produits dans les fermes-auberges
 - Évolution vers des réseaux (exemple une ferme auberge transforme les produits d'un réseau) et sortir de l'obligation de complémentarité ?

2.2. question de l'immobilier

- **Apprendre le co-habitat touristique**
- **Partage de résidence**
 - Remplacer la propriété individuelle
 - Par la propriété collective avec partage des périodes
 - Ça existe déjà avec les résidences de tourisme ou les mobil-homes

Financement de la réhabilitation du patrimoine bâti

- 1/2 apport par le propriétaire
- 1/4 subventions à l'investissement
- 1/4 prise de participation par des citoyens proches
 - Rémunérés en partie par un droit à deux semaines/an

3. Comment construire un réseau ?

3.1. Partir d'un pré-projet

- **Premièrement élaborer un pré-projet comme nous l'avons vu s'appuyer sur le patrimoine ou la création les options sont ouvertes**
- **Ensuite évoluera pour s'adapter aux réactions**
 - Des autres acteurs engagés
 - Des touristes
 - Exemples le Futuroscope au départ voulu comme une ode à la modernité avec des espaces dédiés aux activités économiques dont agriculture, devenu un parc à thème dédié aux technologies spectaculaires de l'image

3.2 Entraîner

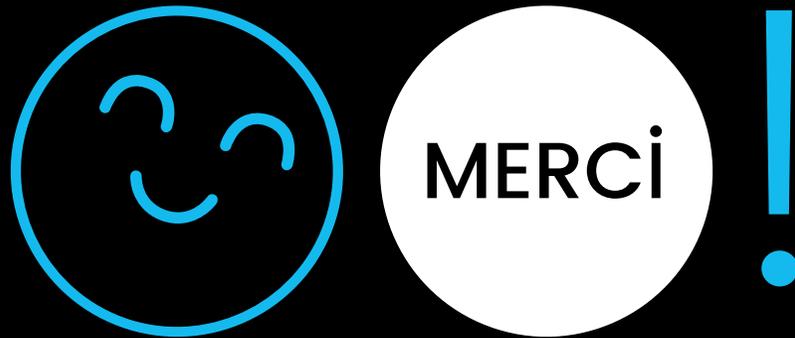
- **C'est la qualité du projet qui fédère**
 - Qualité au sens de tout le monde s'y retrouver
 - Du moins ceux qui veulent s'engager = ne pas attendre tout le monde
- **Deux modalités principales**
 - Le management imposé : un acteur surplombant impose ses décisions il est charismatique (Le voyage à Nantes, Marciac) ou il a les arguments (Center Parc, Le Louvre Lens) il est suivi
 - La mobilisation est construite par un acteur public qui fédère et anime (station de Saint-Jean de Monts Vendée)
- **Dans les deux cas il faut du temps : le temps du développement local n'est pas celui du politique**

Conclusion

- **AURA de nombreux avantages et leviers**
- **Comprendre les aspirations nouvelles**
- **En + une situation plus favorable que dans les années 1960**
 - Lancement stations de ski dans un contexte de montagnes dépeuplées
 - Aujourd'hui dynamique démographique positive

Bibliographie

- Decarnin Hugues, 1999. Le développement local et l'escalade à Buoux. Dans Bensahel, L., Donsimoni, M. (dir.) *Le tourisme facteur de développement local*,
- Elias Norbert et Dunning Eric, 1995. Sports et civilisation. La violence maîtrisée. Payot.
- Violier Philippe (Direction), Philippe Duhamel, Jean-Christophe Gay, Véronique Mondou, 2021. *Le tourisme en France*, ISTE Editions, Volume 1 : approche globale, 288 pages - Volume 2 : approche régionale, 232 pages
- Violier Philippe , 2008. *Tourisme et développement local*, Belin, Sup-Tourisme, 192 pages



univ-angers.fr

Suivez-nous :
univ-angers.fr





AGILITATEURS

université
angers



AGILITATEURS
université
angers