

ACTEURS DU TOURISME ET ESPACES DE DÉCISION EN AUXOIS

Valérie DELIGNIÈRES

URA 908 du CNRS
Université de Bourgogne
Dijon

Résumé

Comprendre, évaluer et analyser les actions engagées ou proposées par les acteurs du tourisme sur un espace rural donné : ainsi pourrait-on résumer les principaux objectifs de cette communication.

A partir des analyses dégagées des bases théoriques et de l'application à un espace donné, il s'agit de mettre l'accent sur les points forts et les faiblesses du système, en insistant particulièrement sur les phénomènes d'emboîtements d'échelles. En effet, lorsqu'ils sont pris en compte dans le raisonnement global, ils permettent instantanément de comprendre à la fois la complexité et les dysfonctionnements majeurs des processus de développement touristique propres à l'espace rural.

Mots clés

Acteurs du tourisme - Auxois (Bourgogne) - Emboîtements d'échelles - Tourisme rural

Le rôle des différents acteurs du tourisme est essentiel à définir si on souhaite comprendre la structure et l'organisation d'un espace touristique. En effet, ce sont eux qui vont choisir, puis fixer les objectifs à atteindre afin de répondre aux attentes de développement souhaitées ; les acteurs induiront donc des effets de contrôle sur le fonctionnement du tourisme qui est assimilé ici à un système. Ce point nécessite l'adhésion à une démarche cohérente et réfléchie ; elle constituera en ce sens la première étape d'analyse de ce travail.

Dans un second temps, il sera intéressant de définir concrètement les conditions de fonctionnement du tourisme au sein d'un espace rural donné. L'exemple retenu correspond à la zone de l'Auxois, région naturelle de la Bourgogne. Cet espace fournira de surcroît l'occasion de s'arrêter sur le nouveau thème des « Pays Touristiques », actuellement très prisé par les administrations, et qui concerne directement le raisonnement géographique. Si cette démarche de recomposition territoriale des espaces touristiques symbolise une réelle volonté de changement dans l'approche du processus décrit, il n'en demeure pas moins qu'elle pose de sérieux problèmes d'application sur le terrain.

1. Acteurs du tourisme et espace de décision

1.1. Les conditions inhérentes au développement du tourisme

On entend par « acteur du tourisme », toute personne ou regroupement de personnes impliqué dans le fonctionnement du « système tourisme » à l'origine d'une action en faveur du développement touristique. En ce sens, tout acteur pourra être identifié comme un élément catalyseur au sein du dit système.

Ces actions peuvent être concrètes (aménagement d'un site, restauration d'un hébergement...), auquel cas elles concernent le plus souvent les acteurs les plus proches du terrain touristique (habitants, municipalités, associations...). Elles peuvent prendre également l'aspect d'une étude de faisabilité, de conseil ou encore d'un apport financier sous formes d'investissements ou de subventions ; dans ce cas, les administrations départementales ou régionales sont les plus souvent concernées. Enfin, elles peuvent prendre l'allure de textes : il s'agit des lois, des décrets ou des règles de fonctionnement, régis la plupart du temps par les administrations étatiques (ministères, fédérations nationales...).

Ce résumé, très rapide, sous-entend déjà deux caractéristiques essentielles, à savoir un degré de complexité assez élevé (expliqué en grande partie par les effets de la décentralisation) et une hiérarchisation des actions touristiques que l'on trouve symbolisée du point de vue géographique par un emboîtement des échelles spatiales. Cette dernière remarque permet, en outre, de poser dès à présent la question des correspondances entre les échelles d'actions retenues par les organismes concernés, à savoir le découpage administratif, et celles propres à l'activité touristique qui sont très fréquemment non administratives. Si les premières permettent une gestion facilitée des actions, elles ne résolvent que très partiellement le problème de la compréhension du fonctionnement d'un espace touristique, qui doit obligatoirement passer par la prise en compte de tous les éléments entrant en jeu pour une optimisation du contrôle du système « tourisme ». Ce dilemme est très difficile à résoudre, mais notons qu'actuellement une prise de conscience évidente est en train d'émerger au sein des ministères parisiens.

Si l'on va un peu plus loin dans le raisonnement, les actions engagées dans le domaine du tourisme soulignent l'importante notion de contrainte. Celle-ci est étroitement liée à la restriction résultant de l'organisation de la réglementation et/ou de l'environnement. Elle a alors pour effet de limiter le choix des solutions dans le fonctionnement du système. La contrainte oblige par conséquent à :

- l'évaluation des spécificités environnementales des contextes pris en compte ;
- un souci de réalisme dans les actions à mener ;
- d'éventuels réajustements dans le temps.

Une action doit donc être pensée, évaluée et suivie dans le temps.

Concernant les éléments de « l'environnement » cités ci-dessus, on distingue :

- l'environnement lié aux utilisateurs, aux bénéficiaires et aux pratiques ; il s'agit ici d'évaluer les caractéristiques des populations locales (attentes et volonté de développement touristique) associées aux atouts dont dispose l'espace en question (types d'espace touristique et types de tourisme). Il convient donc de faire l'inventaire des éléments du paysage touristique et des potentialités locales mobilisées dans le processus de touristification ;
- l'environnement constitué des « outils » : services de réservation, services d'accueil..., tout ce qui compose les réseaux d'informations touristiques ;
- l'environnement de signe et de symbole : représentation du tourisme, signes de reconnaissance, de nouveauté, logos. On fait référence ici à tout ce qui touche l'image touristique véhiculée par la communication. Les effets de mode résultant de l'aspect psychologique de l'espace (comment un espace touristique est imaginé par les clientèles avant de le découvrir) entrent souvent en ligne de compte dans le choix des destinations et donc dans les comportements touristiques. L'engouement actuel du tourisme vert n'est pas sans rapport avec la mode du retour au traditionnel, au naturel. Cette caractéristique essentielle est malheureusement encore difficile à cerner en raison des nombreux éléments subjectifs qui la composent ; il est donc peu aisé de la quantifier et de la modéliser ;
- l'environnement lié aux cultures qui concerne surtout les contacts avec les clientèles étrangères. Même si ce sont justement ces différences qui expliquent en partie l'existence même du tourisme (la recherche du dépaysement), il n'en demeure pas moins qu'elles peuvent être à l'origine d'un effet barrière suscité notamment par les populations d'accueil qui dissuadent toute communication ou intégration. La situation inverse, quant à elle, est plutôt synonyme d'ouverture et d'atout indiscutable. Ce point particulier résume finalement un problème connu, à savoir le contact entre les populations touristiques et les populations locales, parfois peu pris en compte dans certaines actions d'aménagement touristique guidées par un organisme extérieur délocalisé ;
- l'environnement économique, politique et social lié à des conditions jouant à l'échelle nationale. Le tourisme est très sensible aux données économiques et politiques ; deux exemples permettent de comprendre cet aspect :
 - l'évolution des taux des principales monnaies mondiales suscite souvent un report des flux touristiques en faveur des pays les plus avantageux. L'été 1995 a ainsi enregistré une augmentation considérable des arrivées touristiques en Espagne et aux États-Unis en raison de taux de change attractifs ;

- parallèlement, la pratique du tourisme suppose avant tout l'existence des libertés publiques. Un état qui ferme ses frontières ou limite la possibilité d'accès à son territoire freine ou supprime, par là même, l'activité touristique. Au-delà, la pratique du tourisme est également soumise à l'existence des libertés d'association, de commerce et d'industrie. Ce sont des évidences, mais il convient de les rappeler ;

- enfin, l'environnement géographique : il faut voir plus loin que son propre espace touristique afin de comprendre l'interactivité des différentes échelles. Cela suggère un positionnement par rapport aux régions avoisinantes qui créeront des effets de complémentarité ou de concurrence, ainsi que la prise en compte de l'organisation et de la structure spatiale à l'échelle nationale, voire internationale. La position des villes, principales pôles émetteurs et des voies de communication, servant d'accès, permettront de mieux comprendre la répartition spatiale des flux touristiques.

Après évaluation des paramètres énoncés ci-dessus, il convient de prononcer les objectifs recherchés par les acteurs du tourisme et relatifs à l'espace pris en compte. Ceux-ci suggèrent donc la résolution de problèmes (« problem solving ») spécifique à chaque situation décrite. Elle correspond à deux étapes :

- la prise en compte de l'écart qui sépare la situation « idéale » (qui dépendra directement des objectifs choisis) de la situation actuelle. Cette différence permettra alors l'estimation des moyens à mettre en œuvre pour réduire au mieux cet écart ;
- la résolution des problèmes alors évalués devra se fonder sur une démarche clairement définie et soumise aux différents acteurs entrant dans le jeu des processus touristiques.

Les objectifs ainsi définis doivent donc amener les priorités et les actions qui en découlent, tout en prenant en compte les niveaux d'exigence propres à chaque acteur. Il doit y avoir adéquation entre l'évolution de l'offre et de la demande touristiques et les solutions proposées pour une optimisation du fonctionnement du système.

1.2. Typologie des actions touristiques de l'espace rural

D'une manière générale, les actions touristiques peuvent être classées selon sept grandes catégories.

Ainsi, les actions juridiques définissent les règlements, les lois et les décrets décidés ou votés par les organismes étatiques ou européens. Elles définissent les compétences des acteurs et les libertés d'actions.

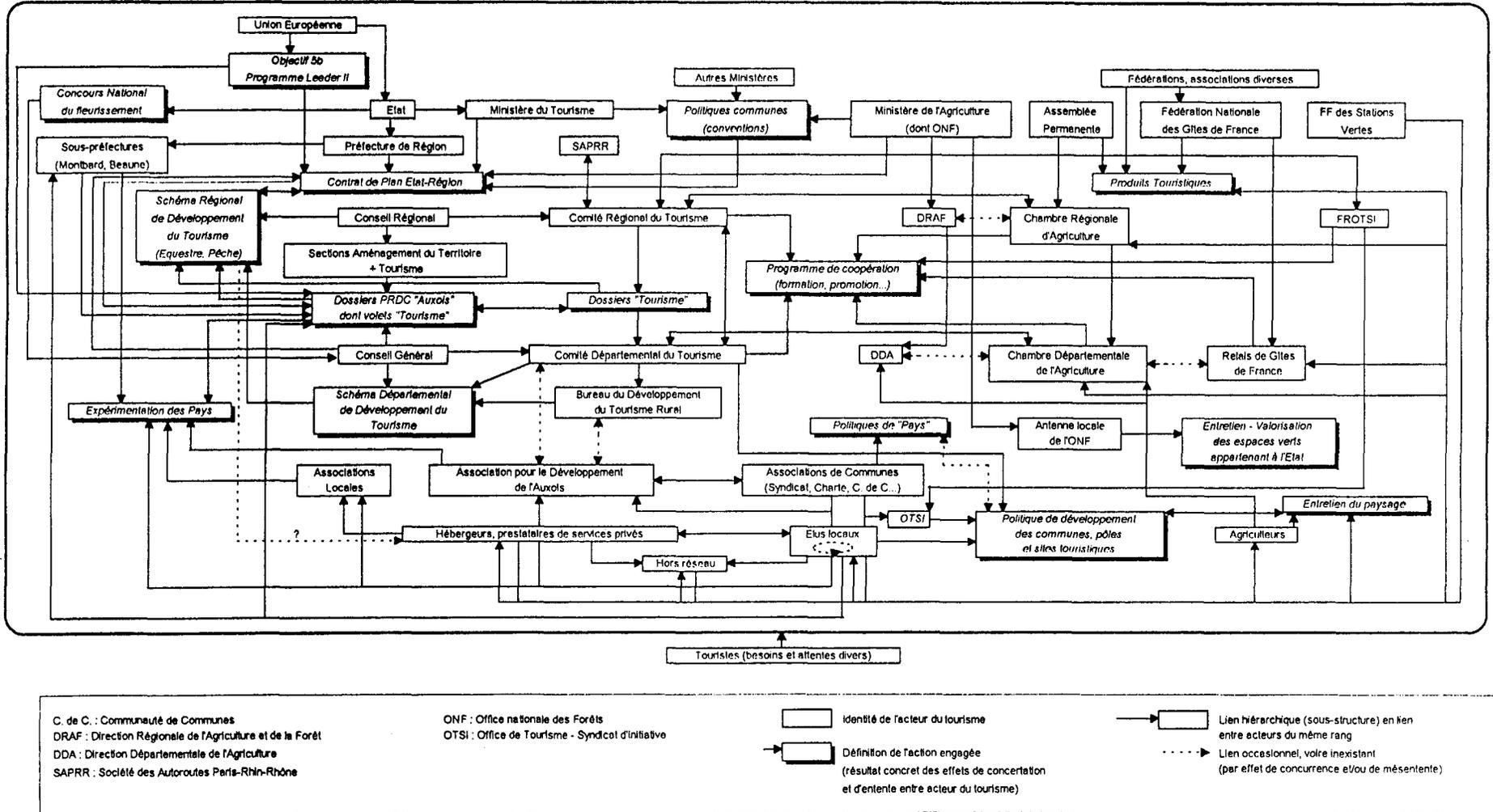
Les actions spatialisées sont également courantes. Un découpage des espaces touristiques fait ressortir quatre grands thèmes : le littoral, la montagne, l'urbain et le rural. 69 % des enveloppes de financements des contrats de Plan Etat-Régions leur sont attribuées dont près des deux-tiers vont aux espaces littoraux et ruraux. Notons la difficulté d'appréhension du tourisme en espace rural (TER) qui ne trouve toujours pas de définition appropriée : il constitue souvent par défaut ce qui reste lorsque l'on a isolé les autres espaces touristiques. Pourtant, une prise de conscience existe puisque dans les contrats de plan 1994-1998, il est inscrit directement ou indirectement (dans ce cas il apparaît dans les volets « développement rural », « environnement » ou « culture ») dans les programmes de développement touristique de 20 régions françaises (Corse et Centre n'en faisant pas partie).

Les actions thématiques, quant à elles, concernent des mesures orientées en fonction de types d'activités : on retrouve ainsi le tourisme fluvial, industriel, culturel et de santé, tous pouvant évidemment appartenir à des types d'espaces touristiques différents. Notons que le tourisme culturel (presque toujours inscrit dans le programme culturel des contrats de Plan et non dans celui du tourisme) a la faveur des acteurs du développement. L'initiative est également suscitée puisque les « thèmes nouveaux » sont encouragés dans certaines régions (Champagne-Ardenne, Haute-Normandie, Bourgogne, Lorraine, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon). Quant au tourisme industriel dont on a beaucoup parlé ces dernières années, il n'apparaît pas (ou très peu) dans les programmes régionaux de développement touristique.

Les actions techniques correspondent au développement d'outils d'expertise, de conseils, et de mesure de l'activité touristique. Elles sont présentes dans presque toutes les régions, sauf dans le Centre, la Basse-Normandie, l'Alsace et le Limousin. Le FACIT (Fonds d'Aide au Conseil et à l'Innovation Touristique) regroupe à lui seul 8 % des montants touristiques des Contrats de Plan.

Les actions socio-économiques sont engagées en faveur de la formation et de l'emploi des acteurs locaux en matière de gestion de l'activité touristique. Des stages de formation peuvent être proposés aux personnes concernées par ce thème.

Figure 1 - Les principaux acteurs intervenant dans le développement touristique de l'Auxois



Les actions matérielles sans aucun doute les actions les plus connues. Elles concernent l'aménagement, la création ou encore la restauration d'équipements ou d'hébergements touristiques. Elles ne sont pourtant pas les plus nombreuses dans les contrats de plan (seulement une région sur deux les mentionne), car elles sont généralement prises en compte dans les programmes exclusivement régionaux et/ou départementaux, ce type d'action nécessitant une proximité spatiale entre les acteurs.

Enfin, les actions immatérielles visent à l'amélioration de l'accueil, de la promotion et de la commercialisation. Elles sont essentielles pour le bon fonctionnement du tourisme et témoignent de l'esprit « commercial » véhiculé par l'image régionale. Les CRT en sont les acteurs privilégiés.

2. Evaluation du fonctionnement du tourisme en Auxois

2.1. Le contexte démographique et socio-économique local

L'Auxois s'étend sur 7 cantons bourguignons, tous situés dans le département de la Côte d'Or. Près de 50 000 personnes y sont recensées en 1990, essentiellement regroupées dans deux villes d'appui situées au nord, Montbard (7 108 habitants) et Semur-en-Auxois (4 545 habitants), et dans cinq bourgs-centres, composés de Vénarey-les-Laumes (3 544 habitants), Arnay-le-Duc (2 040 habitants), Pouilly-en-Auxois (1 372 habitants), Vitteaux (1 064 habitants) et Bligny-sur-Ouche (745 habitants). Hormis ces quelques villes, l'Auxois est un territoire rural puisque le poids des communes rurales est évalué à 65 %. A ce titre, il affiche les caractéristiques démographiques et socio-économiques communes à la plupart des espaces ruraux dits « profonds », et principalement localisés dans la « diagonale du vide ».

Ainsi, sur le plan démographique, la population locale accuse une baisse de 2,5 % depuis 1982 (notamment dans la moitié sud de l'Auxois, plus rurale) ; les densités de population sont donc assez faibles, et tournent en moyenne autour de 24 hab./km². Le vieillissement de la population est de plus en plus important (27 % de la population a plus de 60 ans, contre 20 % en moyenne en France), entraînant a fortiori une sous-représentation des moins de 20 ans (22 % contre 26 % en France) et de la population active (40 % contre 45 % en moyenne en France). Un point positif mérite cependant d'être signalé : l'exode rural semble en nette régression, et a même disparu dans certaines communes dont les soldes migratoires soulignent une nouvelle attractivité. Ce renversement de situation migratoire constitue un bon indicateur pour le tourisme rural.

Du point de vue socio-économique, on assiste à une baisse continue des emplois, notamment salariés qui accusent une perte de 5,1 % entre 1988 et 1992 (ASSEDIC). Presque tous les secteurs d'activités sont touchés, tels l'agriculture (900 exploitations ont disparu depuis 15 ans), l'industrie (-12,5 % d'effectifs entre 1988 et 1992) ou encore le Bâtiment et les Travaux Publics (-12,5 % également). Seul le secteur tertiaire, et plus particulièrement les services marchands et non marchands (hormis le petit commerce), affichent des évolutions positives : +15,7 % entre 1982 et 1990.

On assiste donc à une « tertiarisation » de l'emploi local, et le tourisme est le premier intéressé par cette évolution. Face à cette nouvelle orientation socio-économique, il est apparu nécessaire d'analyser de plus près l'activité touristique de l'Auxois qui s'affirme de plus en plus comme la seule capable d'enrayer les processus de dépeuplement si fréquents dans les milieux ruraux et agricoles.

2.2. Les acteurs du tourisme en Auxois

2.2.1. Les potentialités touristiques locales

Situé entre le Morvan granitique et les plateaux calcaires du Châtillonnais et de la Montagne, l'Auxois s'identifie à deux grands types de paysages. Dans sa moitié sud, les vallées parallèles ont découpé de longs et étroits plateaux que précèdent, surtout aux abords du Morvan, de nombreuses buttes isolées (Montagne de Bard, Mont Rond...). Le nord, quant à lui, se caractérise principalement par des reliefs doucement ondulés et dominés à l'extrême nord par une corniche calcaire qui couronne toutes les hauteurs de l'Auxois (d'où l'appellation « Alésia » qui dériverait d'un mot celte « falaisia » qui signifie chute, falaise).

Autrefois région de polyculture et de vignoble, véritable grenier de la Bourgogne, l'Auxois a subi de plein fouet les effets de la modernisation des moyens de transport et la concurrence des blés étrangers et des vins de la Côte, ce qui a entraîné une profonde mutation des systèmes locaux de production agricole. Actuellement, l'élevage couvre les 2/3 du territoire, ce qui lui donne son aspect verdoyant composé de prairies encadrées par des haies, dessin d'un paysage de bocage aux larges mailles au sein duquel passent notamment l'Ouche et le Canal de Bourgogne, associé à six réservoirs de tailles assez modestes : lac de Pont (sud de Semur), réservoirs de Grosbois (hors zone d'étude), de Panthier (entre Commarin et Châteauneuf), du Tillot (sud-ouest de Châteauneuf), de Chazilly (ouest de Sainte-Sabine) et de Cergey (ouest de Pouilly-en-Auxois) ; notons que ces zones lacustres sont assez bien disposées pour la pratique de loisirs nautiques (voile, planche à voile, aviron...).

Jouant de complémentarité, les legs de l'Histoire sont particulièrement nombreux et constituent finalement les principaux atouts touristiques de l'Auxois ; rappelons d'ailleurs que la Côte d'Or possède l'un des patrimoines historiques les plus importants de France, et parmi les 15 sites de référence retenus par le Comité Départemental du Tourisme, 5 sont localisés en Auxois : Abbaye de Fontenay (est de Montbard, 100 000 entrées en 1994) classée patrimoine de l'UNESCO, Alésia (46 000 visiteurs en 1995), Bussy-Rabutin (nord-est de Vénarey-les-Laumes, 30 500 visiteurs annuels), Châteauneuf (sud-est de Pouilly, 28 500 entrées en 1995) et Commarin (nord-est de Pouilly, près de 10 000 visiteurs). Parallèlement, d'autres pôles et sites concourent à l'enrichissement patrimonial local ; on retiendra en particulier, Semur-en-Auxois (petite ville médiévale), Flavigny-sur-Ozerain (cité de caractère au nord-est de Vénarey-les-Laumes, lieu de fabrication des bonbons à l'anis), l'abbaye cistercienne de la Bussière-sur-Ouche (est-sud-est de Pouilly), ou encore les célèbres forges de Buffon (au nord-ouest de Montbard).

Enfin, un peu en dehors des formes touristiques territorialisées, on citera également le zoo de l'Auxois, situé au sud de Vitteaux, qui a accueilli près de 54 000 personnes en 1995.

Ces potentialités locales sont évidemment exploitées par l'intermédiaire des hébergements touristiques. Ainsi, l'Auxois dispose en 1995 d'une capacité d'accueil de 26 809 lits, représentant une fonction touristique (rapport entre capacité d'accueil et la population locale) de 57,1 %. Ces indices sont en augmentation depuis le dernier inventaire communal de 1988 (INSEE) duquel on pouvait extraire une capacité d'accueil de 22 381 lits correspondant à une fonction de 47,6 %. Au total, la capacité d'accueil touristique de l'Auxois a progressé en moyenne de 2,61 % par an. Signalons enfin que les résidences secondaires pèsent très lourd dans les hébergements touristiques, puisqu'elles représentent 77 % des formules d'accueil (en nombre de lits).

2.2.2. Le pouvoir de décision et d'action touristique

La reconnaissance des espaces d'action et de décision revient en réalité à se poser la question suivante : qui a le pouvoir d'agir sur le développement touristique de l'Auxois ? Pour pouvoir répondre à cette question, cela suppose d'identifier d'une part, les acteurs et d'autre part, la nature des liens entre acteurs intervenant dans le processus de touristification (selon la terminologie de J.C. Dewailly), comme l'indique la figure 1.

Le premier constat de fonctionnement fait référence à un degré de complexité assez élevé, caractéristique du tourisme en espace rural. Allant du simple propriétaire de gîte rural, à la machine Europe, tout le monde, ou presque, peut intervenir à un moment ou à un autre dans le processus de développement touristique de l'Auxois. De multiples institutions ministérielles peuvent intervenir (Tourisme, Agriculture, Environnement pour les plus fréquents) ; les fédérations, associations, principalement à l'origine de la création de produits touristiques (usant fréquemment de la labellisation) peuvent interférer, de telle sorte que le touriste a parfois bien du mal à s'y retrouver (figure 2). Au-delà, cet aspect peut évidemment poser de sérieux problèmes en termes de gestion, de suivi, d'encadrement, de financement, et de rentabilité économique. L'éparpillement géographique des entreprises touristiques, lié au caractère diffus du tourisme rural (97 % des entreprises touristiques rurales comptent moins de 10 salariés, et 67 % d'entre elles n'en ont aucun), peut faire cruellement défaut dans le fonctionnement du système. On ne s'étonnera donc pas des difficultés que rencontrent les responsables du Comité Régional du Tourisme de Bourgogne (CRT) qui se plaignent d'un manque évident d'interlocuteurs locaux. Les schémas régionaux de développement existent (pêche et équestre notamment), mais les acteurs concernés par leur application sont difficilement identifiables sur le terrain.

Des situations de concurrence et de mésentente sont également repérables, et correspondent principalement à deux références spatiales. La première se rapporte à l'échelle départementale et confronte deux institutions, les chambres départementales d'agriculture et les relais de gîtes de France. En raison de leurs démarches assez similaires, ces deux acteurs se retrouvent en concurrence directe car proposant des produits touristiques de même type. Les labels « Bienvenue à la Ferme » et « Gîtes de France » éprouvent ainsi fréquemment certaines difficultés de coexistence. Certes, le CRT essaie de pallier ce dysfonctionnement, grâce à la mise en place de programmes de coopération, sur les thèmes de la formation et de la promotion notamment, mais les frictions sont souvent difficiles à éviter. Parallèlement, on remarque que le Comité Départemental du Tourisme (CDT) de Côte d'Or éprouve quelques difficultés à s'entendre avec l'Association pour le Développement de l'Auxois (ADA), basée à Vitteaux, qui cherche de plus en plus à s'affirmer comme un organisme indépendant. A titre d'exemple, les projets et subventions proposés par le CDT dans le cadre du PRDC (Programme Régional de Développement Coordonné) ont été refusés par l'ADA, cette dernière estimant que les actions envisagées n'étaient pas en accord avec les besoins locaux. En contrepartie, et comme il en sera question au cours du prochain thème d'analyse, l'ADA acquiert actuellement un pouvoir assez important grâce à la mise en place de l'expérimentation des pays. Ainsi, les études actuellement menées dans le domaine du tourisme sont-elles menées en complète autonomie, aucune administration n'ayant droit de regard sur les documents et analyses ainsi réalisés.

La seconde référence spatiale correspond aux échelles intercommunales et/ou intercantionales. Les divergences se rapportent essentiellement à des confrontations entre des politiques de développement touristiques intégrant l'Auxois comme une unité spatiale et une seule, et celles découlant de regroupement intercommunaux dont les principaux objectifs touristiques correspondent à l'émergence de « pays » (Auxois sud - Auxois Nord - Pays de Semur, Vénarey...) au sein même de l'Auxois. La cohésion territoriale est alors assez difficile à atteindre, chaque acteur cherchant au contraire à se distinguer des autres.

Pour terminer, notons que les clientèles touristiques, par leurs besoins et attentes divers, peuvent influencer l'offre et donc le système touristique. Cependant, cela suppose que les acteurs locaux soient en mesure d'accéder à leurs demandes, ce qui, dans la réalité, est loin d'être le cas, faute d'intérêts et de moyens d'évaluation. Ainsi, les politiques de l'offre sont-elles (encore) peu prises en compte.

Face à cette complexité de fonctionnement, et pour répondre à un besoin d'identité territoriale, l'Etat, en collaboration avec les acteurs locaux, ont décidé de lancer un projet de « Pays » qui intègre totalement le secteur touristique. Encore faut-il s'entendre sur la notion de pays, et sur les procédures d'expérimentation...

2.3. Pour plus d'efficacité : l'expérimentation des pays

2.3.1. La notion de « pays »

La notion de « Pays » intéresse prioritairement le tourisme rural qui souffre d'un manque de définition et de contrôle de l'activité. Elle a été proposée en 1993 dans le rapport Descamps (ancien secrétaire d'Etat chargé au Tourisme) et a été confirmée par la nouvelle loi d'orientation du 4 février 1995 relative à l'Aménagement du Territoire.

Le Pays touristique constitue-t-il le moyen de résoudre le problème des limites administratives imposées pour toutes actions touristiques spatialisées ?

Cette question très géographique reste un point des plus difficiles à résoudre. En effet, les propositions de regroupements territoriaux, même si elles contiennent des objectifs valorisants, sont des plus floues : ainsi, « l'identité de nos espaces touristiques de l'intérieur reposera sur la notion, clairement identifiée, de « pays touristiques », regroupant des communes, quelques fois des cantons ayant un intérêt de développement touristique commun » (Rapport Descamps). L'intérêt de l'intercommunalité est donc clairement affichée en 1993. Pourtant, le discours change en 1995 : la nouvelle loi affirme que « les pays doivent avoir une dimension suffisante :... ils seront de nature supra-cantonale ». « L'intercantonalité » est maintenant privilégiée. En outre, un pays « s'insérera dans les limites administratives régionales mais il pourra également déborder sur plusieurs départements ». On imagine très vite la complexité qui s'en suivra dans la gestion d'un pays touristique appartenant à plusieurs départements, qui, a fortiori, n'appartiennent peut-être pas à la même région. Comment faire fonctionner d'une manière satisfaisante une entité touristique inscrite dans une unité spatiale appropriée, mais toujours gérée par un organisme administratif ?

La démarche dans la volonté de création de « label territorial » doit être avant tout le résultat d'une volonté locale sous l'impulsion d'une administration régionale. En ce sens, le rapport Descamps affirme que les « préconisations (ministérielles) iront dans le sens d'une amélioration de la compréhension des phénomènes touristiques en vue d'une prise de conscience des acteurs concernés, plutôt que d'imposer des solutions qui ne pourraient se décréter de façon dirigiste et s'appliquer localement de la même façon ». La nouvelle loi va dans le même sens puisqu'elle affirme que « c'est donc aux acteurs locaux, et notamment aux élus locaux qu'incombe le rôle majeur dans la délimitation des futurs pays ». Cette volonté de décentralisation va, certes, donner encore plus de poids au rôle des régions, mais elle ouvre la porte à un travail des plus complexes. Comment évaluer, reconnaître l'image porteuse d'un Pays ? Selon quels critères ? 42 pays tests sont actuellement à l'étude en France.

L'idéal serait qu'un pays touristique corresponde à une réalité géographique avec des points communs (de type naturel, culturel, historique) pouvant susciter un thème de découverte locale, fil conducteur pour la promotion et la reconnaissance locales : « ce sont des pays disposant d'une image porteuse, qui structureront l'offre, tout en lui donnant une certaine homogénéité, et qui, regroupés ensuite, entre eux, formeront l'image d'une province, d'une région et finalement de la France ». Des grilles d'évaluation touristique communes à tout l'espace français ne devraient-elles pas être obligatoirement appliquées pour permettre une homogénéisation dans le processus en cours ?

Après enquête sur le terrain, notons pour terminer, que les maires des communes de l'Auxois attendent en priorité de la création des pays, une reconnaissance et une identité territoriale (pour 36,6 % d'entre eux). Au second rang, et à égalité (19,5 % chacun), on trouve ensuite la contribution au développement local et le soutien socio-économique contre la désertification latente des campagnes. En revanche, l'impulsion à la motivation des partenaires semble peu envisagée, puisque seulement 5 % des maires ont retenu cet objectif.

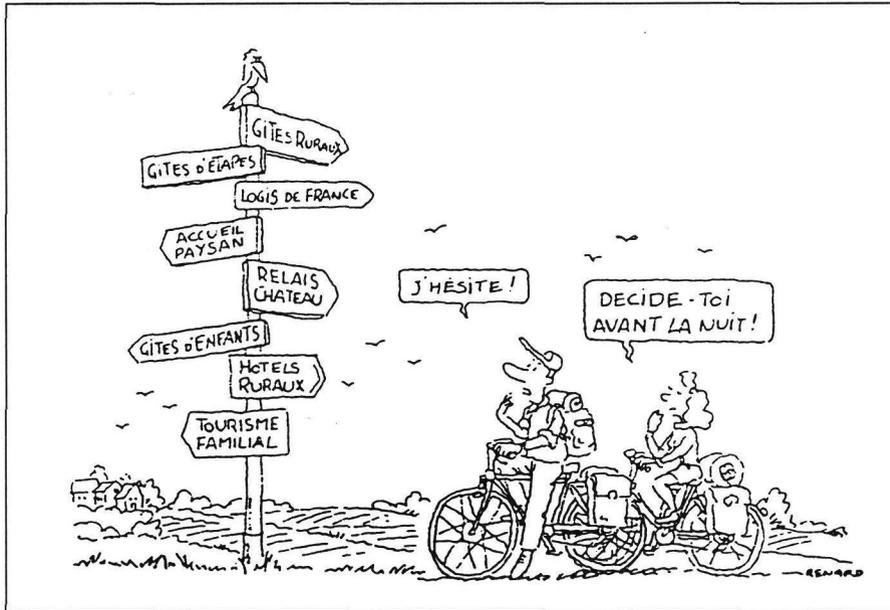
3.1.2. Les écarts entre la théorie et la réalité

Les premiers résultats d'études sur l'Auxois permettent de tirer deux principaux enseignements. Le premier concerne la lenteur d'exécution des programmes qui ont démarré avec une année de retard. Ce décalage s'explique par le grand nombre de personnes mobilisées par cette expérimentation, par la révélation d'oppositions internes (entre élus locaux notamment), et surtout par un manque de financement. L'Etat, et plus particulièrement la DATAR, qui sont à l'origine de cette initiative, ont visiblement eu du mal à rassembler et à distribuer les fonds nécessaires aux études locales.

Le second constat indique un certain écart entre les objectifs théoriques et l'application sur le terrain. En effet, il apparaissait clairement dans les textes officiels que les démarches locales devaient se polariser sur l'identification et la délimitation spatiale des pays. Or, dans la pratique, les démarches indiquent une toute autre orientation. Ainsi, l'expérimentation s'inscrit-elle dans un espace totalement prédéterminé, et les démarches locales s'en tiennent à l'inventaire des besoins et attentes des populations locales relatifs à l'emploi, aux services et au tourisme. Notons que ce dernier thème fait toujours l'objet d'études menées par l'Association du Développement de l'Auxois.

Cette démarche de reconnaissance territoriale, même si elle semble lourde à appliquer concrètement sur les plans humain, technique et temporel, offre au moins l'avantage d'évaluer le tourisme avant tout selon son aspect géographique : plutôt que de raisonner en termes d'actions à mener sur des thèmes ponctuels, elle oblige à une prise en compte de tous les éléments composant le « paysage touristique » ; en ce sens, elle oblige à une approche de type systémique, et prend en compte la complexité inhérente à ce secteur d'activités.

Figure 2 : Des panneaux touristiques très (et trop) divers en espace rural : le délicat problème du choix...



Source : F. Moinet, Le Tourisme Rural, 1993