



IMTERPED

L'IMPACT TERRITORIAL DES LOISIRS PÉDESTRES SUR LE LITTORAL

PUBLICATION

Travaux de recherche réalisés dans le cadre du programme IMTERPED

<https://www.vips2.fr/imterped/>

**Fondation
de
France**

Rimaud Marie-Noëlle & Piriou Jérôme (2020)

In Lebreton, F., Gibout, C., Andrieu, B (dir) Vivre Slow. Enjeux et perspectives pour une transition corporelle, récréative et touristique. (p. 357-371)

Presses Universitaire de Nancy

<https://www.lcdpu.fr/livre/?GCOI=27000100477180>

Le « slow tourism » : ambition et contraintes institutionnelles pour un développement touristique différencié

Contexte de la recherche

Le contexte de réforme territoriale que connaît la France depuis les années 1980 a demandé aux collectivités territoriales de se saisir de la compétence tourisme. Depuis 1982 et le lancement de la décentralisation, l'intervention de l'État, si elle fixe les cadres de l'action doit composer avec les multiples politiques d'aménagement des collectivités territoriales. Les départements via leur réseau, créé en 1977 sous le nom de la FNCDT (Fédération Nationale des Comités Départementaux du Tourisme), devenu Rn2D (Réseau National des Destinations Départementales) en 2009, puis « Tourisme & Territoires » en juin 2016, se sont battus pour conserver des prérogatives dans le champ du tourisme. Ils ont obtenu gain de cause. La loi NOTRe du 7 août 2015¹ a supprimé la clause de compétence générale des collectivités, en revanche elle a conservé le tourisme comme une compétence partagée. Simultanément ce texte est venu renforcer les compétences des nouvelles régions, des intercommunalités et a fait évoluer les relations organisationnelles à l'égard de ses communs membres. La croissance constante du nombre de touristes à travers le monde soulève la problématique de la surfréquentation de certains lieux et des solutions à offrir pour diminuer cette pression². Parallèlement certains lieux souffrent d'une plus faible intensité de fréquentation touristique, allant pour certains territoires ruraux, jusqu'à une véritable désertification, d'où la mobilisation des pouvoirs publics pour favoriser la création d'activités. Il s'agit de rendre les territoires attractifs pour ceux qui y sont ou ceux qui veulent y venir³. L'expérience montre que la mise en oeuvre de ces dispositifs n'est pas évidente pour un territoire isolé. Elle nécessite une synergie entre l'État, les partenaires institutionnels, les professionnels du tourisme, les collectivités, d'où la pertinence du réseau. Le choix du département de Charente-Maritime, est précisément lié à la double identité du territoire avec une forte concentration de la population sur le littoral et un arrière-pays souffrant d'exode rural et d'une relative désindustrialisation. Il s'agit du deuxième département de France en augmentation de population saisonnière, essentiellement par le tourisme balnéaire, avec un linéaire côtier de 463 km et 170 km de plages. Mais la ruralité reste très marquée à l'intérieur d'un territoire qui s'étire sur plus de 170 km sur son axe nord-sud. C'est aussi le quatrième département de France dont la moyenne d'âge de la population est la plus élevée (âge moyen 44,5 ans). Le vieillissement est accentué par la venue de personnes âgées entre 40 et 64 ans, alors qu'une part importante des 18-29 ans quittent le territoire (sources INSEE, Recensement de la population 2012). Le département de Charente-Maritime fait partie désormais de la plus vaste des régions françaises, la Nouvelle Aquitaine qui s'étire sur 84 000 km². Enfin, la Charente-Maritime possède un fort patrimoine de sentiers avec 5 000 km d'itinéraires pédestres, 4 300 km d'itinéraires cyclables, et une position stratégique par rapport aux chemins de Saint-Jacques de Compostelle (voie de Tours) et aux véloroutes européennes. Le département s'est doté d'un Schéma départemental « Véloroutes, Voies Vertes et Randonnée » pour la période 2016-2026⁴.

¹ Loi n° 2015-991 du 7 août 2015, portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République.

² <http://veilletourisme.ca/2012/05/16/en-quoi-consiste-la-surfréquentation-touristique-etcomment-la-controler/>

³ Cf. travaux de P. Marcotte, P. Bourdeau, E. Leroux, (2011) sur les labels et le branding.

⁴ Cf. Schéma lors du Congrès national des Départements et Régions Cyclables, Octobre 2017, https://www.velo-territoires.org/wp-content/uploads/2016/09/3-1-Atelier-3-Tmoignage-de-llu-la-politique-vlo-en-Charente-Maritime_Stphane-Villain.pdf

Le « Slow tourism » constitue un phénomène en vogue dont les acteurs locaux cherchent à s'approprier les bénéfices. En effet, celui-ci peut éventuellement répondre à un souci de préservation des spécificités locales. Dans les années 1980, le tourisme alternatif émerge dans la littérature scientifique puis en 1989, le mouvement « *Slow food* » et très rapidement de concepts proches (Lowry, Lee, 2011), dont le « *Slow travel* » que le Global Trends Report 2007 du World Travel Market (pp. 14 à 17)⁵, présentait comme « *la nouvelle tendance en Europe occidentale* ». Au même titre que la compensation des émissions carbone, la diminution de consommation d'eau et d'électricité, le phénomène « Slow » prend de l'ampleur dans le tourisme, à partir du milieu des années 2000. Les Français Babou et Callot (2009)⁶ parlent de la Slow (r)évolution du Slow Tourism : « *un tourisme à rythme lent, garant d'un ressourcement de l'être (physiologique et psychologique), peu émetteur de CO2, synonyme de patience, de sérénité, de découvertes approfondies, d'améliorations des connaissances et des acquis culturels* ». En 2010 est créé le réseau français de Cittaslow... pour qui rappelons-le : « *En France, la lenteur a mauvaise presse !* » Ce tourisme alternatif propose une offre « autre » à la standardisation et à la mondialisation qui favorise un tourisme de masse de plus en plus méprisé (Dann et Cohen, 1991 ; Urbain, 1991). Un voyage plus humain et davantage de liberté pour le voyageur, comme le revendiquait la philosophe Chantale Thomas en 1998.

2017 a été déclarée « *Année internationale du tourisme durable pour le développement* » par l'Organisation Mondiale du Tourisme. Certains professionnels n'hésitent pas à parler de changement de modèle. Le Président du Groupe Verdié Voyages interrogé par Tourmag en janvier 2018⁷ déclarait « *Ma position est davantage orientée vers le slow tourisme : partir moins souvent mais plus longtemps. C'est ça finalement le tourisme durable.* » Il faut dire qu'avec 1,8 milliard de touristes internationaux d'ici 2030, la société ne pourra pas faire l'impasse d'une vraie réflexion sur le sujet. Un nombre croissant de touristes éprouvent le besoin de sortir des cadres commerciaux imposés par l'industrie touristique et des nouvelles approches touristiques (dont le slow tourisme) dessinent de nouvelles relations⁸. La marche et le vélo, la découverte des recettes traditionnelles et produits du terroir si possible biologiques, les hébergements permettant une proximité avec la nature et les habitants des territoires visités, sont généralement associées à cette recherche d'un ailleurs apaisé⁹. J.-M. Denoueix (1978) s'est intéressé à une expérience de transports publics en milieu rural, dans le Limousin, sans parler à l'époque de « *slow tourisme* », pour conclure que de telles initiatives pouvaient faciliter la réactivation du milieu rural. Perret (1998) évoque le tourisme doux et s'intéresse aux aménités touristiques rurales, rappelant au passage que la campagne est l'objet d'un tourisme de proximité de la part d'une clientèle familiale, mais que pour les vacances d'été, le littoral reste la destination première. François (2008) a pour sa part étudié la durabilité des ressources territoriales et nous rappelle que la production d'une image cohérente susceptible d'être attractive pour les touristes constitue un des éléments essentiels de la production touristique et que les particularismes locaux constituent des éléments centraux de la politique de tourisme durable dont il faut assurer la préservation. Enfin des auteurs canadiens nous rappellent deux points cruciaux : d'une part que le tourisme se définit comme un séjour « *hors de l'environnement habituel* », que cet ailleurs doit néanmoins être suffisamment « *extraordinaire* », pour encourager le déplacement ; d'autre part que l'innovation, notamment en tourisme, est largement associée à la mise en place de réseaux, qu'ils soient géographiques ou sectoriels¹⁰. Dans la continuité de ces travaux, il nous paraissait intéressant de voir si des territoires en marge des centres d'attractivité touristique (Leiper, 1990), certains villages ruraux de Charente-Maritime, pouvaient s'inspirer de cette philosophie à des fins de développement local et à quelles conditions ? Nous avons fait le choix d'un dispositif qui ne revendique pas particulièrement son attachement au « *slow tourisme* », mais dont les caractéristiques, pour une partie des acteurs, nous semblaient susceptibles de s'inscrire dans une forme de tourisme alternatif. Le réseau « Villages de Pierres & d'Eau » nous paraissait pouvoir correspondre à cette idée d'un ailleurs susceptible d'encourager le déplacement, tout en reposant sur un réseau de collectivités.

Le « Slow Tourisme » vu des collectivités territoriales et acteurs publics

Le Global Trends Report de 2007 mettait en avant deux destinations de référence en matière de « *Slow travel* », l'Italie et la France avec le réseau des gîtes ruraux. Si on ajoute à cela le fait que 86 % des français déclarent préférer voyager hors des sentiers battus¹¹, on comprend que les pouvoirs publics français et les collectivités s'intéressent à ces nouvelles pratiques. En France, la destination « campagne » est devenue une référence en matière de slow tourisme. Le slow tourisme est en effet porté par une évolution des modes de consommation, une

⁵ « *Slow travel in Western Europe is forecast by Euromonitor International to record healthy growth over the next five years, at an estimated 10 % Compound Annual Growth Rate (CAGR), becoming a significant alternative to "sun and sea" and cultural tourism. Consumers are expected to regard slow travel as the most relaxing – and possibly rewarding – holiday option. This type of tourism will attract consumer segments such as baby boomers as well as health- and socially-conscious people.* » WTM Global Trends Report 2007, URL : <https://www.saphirnews.com/attachment/68715/>

⁶ Cf. Cahier Espaces n°100, URL : <https://www.tourisme-espaces.com/doc/7418.slow-tourismslow-revolution.html>

⁷ https://www.tourmag.com/Yves-Verdie-Nous-nous-dirigeons-vers-un-changement-demodele_a90880.html

⁸ Gravari-Barbas M., Delaplace M. (2015), « Le tourisme urbain « hors des sentiers battus » », *Téoros*, 34, 1-2 | 2015.

⁹ Global Trends Report 2007, « *Walking and cycling are amongst the most popular activities, as well as enjoying traditional food and getting to know the local communities' traditions, way of life and personalities.* »

¹⁰ Cf. Appel à textes de la revue « *Téoros* » intitulé « *Nulle part * Ailleurs. Repenser les espaces marginaux et leur attractivité* », URL : <https://journals.openedition.org/teoros/3136>, consulté le 1er juillet 2018.

¹¹ Eurobaromètre – Commission européenne, Attitudes des citoyens européens vis-à-vis de l'environnement.

émergence des préoccupations environnementales et un désir global des clientèles de se tourner vers des séjours plus authentiques et plus proches de la nature. C'est pourquoi, la Direction Générale des Entreprises – DGE a soutenu ces dernières années les réseaux territoriaux structurés dans le développement de l'itinérance douce, de la valorisation des produits du terroir et accompagné la mise en oeuvre de démarches de qualification et de structuration notamment via les réseaux des stations vertes, des sites remarquables du goût, des parcs naturels régionaux et de marques ou labels : « Rando Accueil » ; « Destination Rando » et « Grands Sites de France ».

Les 53 parcs naturels régionaux ont souhaité s'impliquer plus particulièrement vis-à-vis des clientèles internationales, compte tenu de leur repositionnement sur le territoire européen et mettre leur savoir-faire d'ensemblier du territoire, au service des espaces ruraux dont la densité d'offre est faible. Ils considéraient en 2015¹², que la filière du slow tourisme était peu lisible, peu visible et peu accompagnée. Constat partagé deux ans plus tard, par le cabinet qui a été mandaté par la DGE pour repérer, sélectionner et analyser des entreprises performantes et innovantes en matière de Slow tourisme¹³.

Cette recherche réalisée par le cabinet KIPK Conseil en 2017, souligne quelques aspects particulièrement intéressants dans sa conclusion : le fait que cette forme de tourisme vise des petits volumes pour garantir la dimension hyper qualitative, qu'il s'agit d'un tourisme « rare » et de conviction, qu'il est difficilement reproductible et que sa mise en place nécessite un réseau de proximité pour partager les expériences. D'autres constats dans le coeur du rapport, comme le profil des clientèles. Le slow tourisme toucherait non seulement les citadins stressés, mais une clientèle de proximité (estimée en temps de 1 à 2 heure(s) et autour de 150 à 200 kilomètres), venant de villes moyennes voire petites ; des jeunes familles avec enfants en recherche de repos et de découvertes et de jeunes retraités désireux de reprendre « leur vie en main », avec comme motivations clés : le temps retrouvé, le partage et la déconnexion, sans renoncer pour autant aux outils numériques. Enfin parmi les principales difficultés de mise en oeuvre : la difficulté dans l'espace rural d'avoir une intermodalité complète, une mise en marché complexe et l'absence de réseaux spécifiques au Slow Tourisme.

Méthodologie

Nous avons choisi une approche qualitative, compte tenu du caractère exploratoire de la recherche, mais également parce que nous souhaitions, avec des questions semi-ouvertes, laisser les acteurs exprimer si nécessaire leurs perceptions (Hay, 2010). Nous avons interrogé des acteurs essentiels du réseau. Parmi lesquels : le fondateur de Villages de Pierres & d'Eau, ancien directeur de la communication du département, le président du réseau, actuel maire d'une petite commune rurale et président de sa communauté de communes, ainsi que la chargée de mission du réseau¹⁴ et les maires ou élus en charge du dispositif. 11 communes sur 13 se sont prêtées au jeu. Les entretiens ont été établis sur la base d'un guide d'entretien, qui figure en annexe de cet article. Plusieurs questions permettaient aux élus d'exprimer librement leurs perceptions (Hay, 2010). Ce sont les communes qui ont décidé du répondant. Une majorité de maires (2/3) ont souhaité répondre eux-mêmes démontrant de la sorte leur intérêt pour ce questionnement. Pour les autres communes, ce sont des adjoints et conseillers qui se sont exprimés.

Présentation du réseau « Villages de Pierres et d'Eau »

Le dispositif a été mis en place en octobre 2010, par le Conseil départemental de Charente-Maritime. Le règlement intérieur de l'association revalidé en Conseil d'administration en février 2018 dispose (article 1.1) « *Sous la marque* « Villages de Pierre & d'eau », il est qualifié des villages emblématiques de la Charente-Maritime qui se distinguent tout particulièrement de par leur *caractère patrimonial identitaire et authentique, reposant sur les deux éléments de la pierre (bâti remarquable et caractéristique) et de l'eau « vive » (océans, fleuves, rivières, etc.)*. » Propriété du Conseil départemental de Charente-Maritime, la marque a été déposée à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle en février 2010. Les communes adhérentes doivent respecter une charte de qualité qui spécifie les conditions d'éligibilité et les engagements à remplir (document validé en Conseil d'administration le 24 août 2016), ainsi qu'une charte de communication de la marque et signer une convention d'utilisation de cette marque.

¹² Banque des territoires, « Écotourisme, le slow tourism emballe des parcs », [caissedesdepotsdesterritoires.fr](https://www.caissedesdepotsdesterritoires.fr/cs/ContentServer?pagename=Territoires/LOCActu/ArticleActualite&cid=1250269287188), URL : <https://www.caissedesdepotsdesterritoires.fr/cs/ContentServer?pagename=Territoires/LOCActu/ArticleActualite&cid=1250269287188>, mis en ligne le 29.07.2015, consulté le 1er juillet 2018.

¹³ Direction Générale des Entreprises, (2018), « Les entreprises innovantes en matière de slow tourisme », [veilleinfotourisme.fr](https://www.veilleinfotourisme.fr/thematiques/politique-nationale-du-tourisme/axes-thematiques/les-entreprises-innovantes-en-matiere-deslow-tourisme), URL : <https://www.veilleinfotourisme.fr/thematiques/politique-nationale-du-tourisme/axes-thematiques/les-entreprises-innovantes-en-matiere-deslow-tourisme>, mis en ligne le 7 février 2018, consulté le 1er juillet 2018.

¹⁴ Nous tenons à remercier tout particulièrement pour leur disponibilité et leur implication dans notre recherche M. Monsieur Jean-Claude Godineau, Maire de Saint-Savinien-sur-Charente, Président de l'association « Villages de Pierres & d'Eau Ameline Berthonnaud, Chargée de mission et M. Dominique Clément, ancien directeur de la communication du département de Charente-Maritime.

Seules des communes de moins de 3 000 habitants peuvent adhérer au réseau. De fait, à deux exceptions près : La Flotte-en-Ré (2 850) et Saint-Savinien (2 385), il s'agit effectivement de communes de très petite taille et surtout de deux types de communes : les communes littorales hyper fréquentées et les communes de l'intérieur, ces territoires en marge des centres d'attractivité touristique. Les communes pour obtenir le label ont dû déposer un dossier de candidature et justifier des conditions d'éligibilité concernant le volet urbain et patrimonial : un ensemble architectural (pierres), avec un élément aquatique à moins de 300 m, la restauration, l'entretien et la réhabilitation du patrimoine bâti public, l'aménagement des stationnements favorisant les liaisons douces, ...

Elles doivent également valider des engagements des engagements commerciaux avec des services tels que la Poste, la restauration, l'accueil touristique... et des engagements en terme d'animation, d'accueil et d'information touristiques. Le dossier est soumis à l'approbation d'une Commission technique d'évaluation qui va délivrer un avis qualifié. Sont notamment membres de cette commission : le Conseil en Architecture, Urbanisme et Environnement de Charente-Maritime (CAUE 17), le Comité départemental du tourisme Charentes Tourisme et l'association des Petites cités de caractère de Nouvelle-Aquitaine. Le Conseil départemental et les communes ont fait le choix de limiter à 17 le nombre de communes : 13 villages appartiennent aujourd'hui au réseau, une quatorzième commune, Loix-en-Ré, devrait intégrer rapidement.

L'objectif recherché par certains élus départementaux mais non affiché est de travailler la complémentarité entre le côté mer, sable, soleil des îles et du littoral (avec sa concentration et son hyper activité) et le patrimoine, nature préservée des pays de l'intérieur (leur sérénité, qualité de vie...). Dominique Clément, fondateur du réseau, nous rappelle qu'à la genèse du projet, il s'agissait bien de régler une difficulté : « comment éviter que le département ne soit coupé en deux, la côte ne travaillant pas avec l'intérieur ». Il a trouvé une source d'inspiration lors de ces vacances, avec le réseau des villages perchés du Sud-Ouest de la France.

Les « Villages de Pierres et d'Eau », du slow tourisme sans le savoir ?

Pour plusieurs élus, il est difficile de définir le concept de slow tourisme ; d'autres déclarent ne pas se reconnaître dans cette appellation et surtout considèrent qu'elle peut renvoyer une image négative. Le monde contemporain reste marqué par la vitesse et l'instantanéité. Ils rejoignent en cela les remarques de l'étude « Entreprises innovantes du slow tourisme » de 2017, qui tente d'apporter quelques explications : l'anglicisme « *Slow* » qui freinerait l'appropriation, mais également la symbolique du mot qui induirait l'idée d'ennui et de faible attractivité ! Faut t'il y voir une forme de clairvoyance, alors que la commune de Segonzac en Charente, a été une des premières en France à adhérer au mouvement des « Cittaslow » démontrant un potentiel. Peut-être les élus sont t'ils tout simplement prudents face à l'implacable constat : 90 % des touristes demeurent en zone littorale !

Quelques-uns des verbatims utilisés, par les membres du réseau, montrent que bien qu'ils s'en défendent, la quasi-totalité ont une idée de ce qui signifie ce mode de tourisme. « Le Slow tourisme, je ne vois pas vraiment ce dont il s'agit. Mais il s'agit d'une clientèle qui apprécie ce qui peut être fait à une vitesse moins rapide. » « Il s'agit en quelque sorte d'une opposition au tourisme de masse du littoral, avec la volonté de découvrir de choses pittoresques, à un autre rythme. » « Un tourisme où l'on chemine à pied à cheval en bateau ou l'on prend son temps ! » En résumé, la grande majorité des maires ou élus, considèrent qu'il s'agit « *de prendre son temps* ». Sur les types de clientèles particulièrement intéressées plus des trois quarts, associent le slow tourisme aux personnes âgées, aux familles et aux personnes en quête de bien être, mais aussi à des profils socioprofessionnels supérieurs (CSP +). Plus delà moitié parlent d'un « tourisme de curiosité », de « recherche de sens » comme en témoignent ces personnes interrogées : « *Des clientèles qui prennent le temps, qui ne courent pas après les manifestations, sont dans un esprit de découverte. Il s'agit d'une véritable démarche culturelle et intellectuelle, des gens curieux de découvrir des endroits et de déconnecter par rapport au quotidien. Nos principaux clients, les jeunes retraités et les couples de 30-40 ans qui viennent se ressourcer, c'est un ressenti, je n'ai pas de statistiques précises, mais je tiens un hôtel.* »

Un élu sans nier la forte représentation des seniors, évoque des pistes intéressantes pour les plus jeunes : « *Il y a certes le risque d'une présence de populations plus âgées. Mais nous arrivons à encourager le mixte intergénérationnel avec la baignade et quelques initiatives originales des opérateurs touristiques : le parcours musique aventure de l'Abbaye aux dames, le géocaching introduit cette année sur le territoire (dix énigmes), les soirées hantées au château de Panloy ... La Saintonge romane se caractérise par un patrimoine remarquable et ancien, il faut oublier l'image traditionnelle et statique du patrimoine, pour encourager des clientèles nouvelles, plus jeunes à partir à la découverte.* Du côté des clientèles étrangères, le fort patrimoine d'itinéraires cyclables (vélos routes) du département constitue à n'en pas douter une valeur distinctive forte. Il est intéressant de voir que le Conseil

Départemental a prévu des aménagements supplémentaires (schéma départemental). Il souhaite notamment constituer un réseau de boucles à l'échelle intercommunal (axe 3) et favoriser l'intermodalité et les déplacements doux (axe 5), ce qui bénéficiera directement aux communes, sachant que les dépenses des touristes à vélo en itinérance sont plus élevées (70 € par jour), contre 54 € pour un touriste « classique » et que 1 € investi dans le développement de l'infrastructures apporte 1 € de retombées économiques locales. Selon un élu interrogé, le département a sérieusement contribué au déploiement des pistes cyclables : *« Le schéma départemental et la flow vélo ont grandement facilité les choses. L'itinéraire de nos deux nouvelles boucles est bâti, nous attendons l'accord de la direction des infrastructures du département pour une ultime validation. Il y aura des travaux à réaliser dans l'année pour une livraison en 2019 (Financement de la Flow vélo par le Conseil Départemental à hauteur de 70 % pour le parcours et complété à hauteur de 30 % pour les boucles complémentaires. »* Deux élus évoquent le fait de privilégier la qualité à la quantité. Une élue fait un lien entre slow tourisme et la consommation des produits de la mer (les huîtres). Aucun des interviewers ne fait allusion au concept d'authenticité, ni à la question de la diminution de l'empreinte écologique !

Ensuite, on remarque que, concernant les apports du réseau, les élus n'ont pas une vision uniforme. Une dichotomie évidente entre les villages du réseau situés sur le littoral et ceux de l'intérieur. La quasi-totalité des élus de l'intérieur, considèrent que le développement touristique en milieu rural est stratégique et que le réseau apporte une plus-value. Plusieurs évoquent le maintien des commerces de proximité ; l'amélioration du cadre de vie grâce à l'entretien voire la restauration de monuments et bâtiments ; éventuellement l'installation d'artistes durant la période estivale. Mais ils semblent convaincus que pour impacter plus encore, le dispositif doit s'accompagner de services, de manifestations, d'une vie de village actif, autrement dit d'une expérience touristique authentique et attrayante. La lenteur pourra t'elle trouver sa place dans cet environnement mouvant ?

L'ensemble des élus des communes du littoral (La Flotte, Ars, Aix, Brouage, Talmont), sont convaincus qu'ils ont été « mis au service » des territoires moins pourvus et sont relativement sceptiques sur l'intérêt du réseau. L'un entre eux nous explique sa vision : *« C'est le Conseil départemental qui s'est fait plaisir, mais cela fait surtout progresser l'action touristique pour les communes de l'intérieur ; les communes du littoral ayant un flux touristique beaucoup plus conséquent ont été associées simplement comme faire valoir, mais elles pourraient se passer sans difficulté du réseau. »* Le constat est fondé pour ces territoires à forte fréquentation touristique, mais il faut convenir également que cette participation ne leur coûte pas grand-chose, une adhésion annuelle. Si on regarde la situation sous un autre angle, c'est aussi l'occasion d'offrir des alternatives intéressantes en cas de sur fréquentation, de conditions météorologiques défavorables et surtout de donner satisfaction à des clientèles à la recherche d'autre chose. Stéphane Villain, Vice-Président du département, récent Président de « Charentes Tourisme », la nouvelle Agence Départementale du Tourisme ne s'y est pas trompé : *« Si nos clients sont d'abord attirés par notre offre littorale (La Rochelle, les îles de Ré et Oléron, Rochefort, Royan), les clientèles montrent également un intérêt croissant pour notre campagne riche de sites patrimoniaux comme Saintes, Angoulême ou Cognac. L'oénotourisme, le tourisme fluvestre et le slow tourisme à vélo sont d'autres thématiques partagées qui nous lient et qui vont nous renforcer. Nous avons tous les atouts pour pouvoir garder nos clients et ainsi les fidéliser avec ces offres complémentaires "mer et campagne". »* Cela soulève à n'en pas douter la question du sens du label et de la difficulté à faire coexister des territoires aux pratiques touristiques diamétralement opposées. Dominique Clément n'hésitait pas à déclarer à ce propos : *« Le village de Pierres et d'Eau est un socle qui associe des touristes totalement différents. Cela joue à la marge. On veut démontrer que ce n'est pas loin tout cela, mais c'est idiot. Ce peut être un pis-aller, lorsqu'il pleut, mais ce n'est pas le produit que le touriste veut (vous entrez pour acheter des tongs on essaye de vous vendre des pataugas...). Il ne faut jamais croire que tout est immuable, le tourisme balnéaire est très récent et à un moment ou un autre il devra se réinventer ! Le modèle des types étendus sur la plage usant leurs capital soleil de manière exagéré sera alors menacé et il faudra proposer d'autres produits. »*

Les élus interrogés ne remettent pour la plupart pas en question leur existence, mais insistent sur la nécessité d'un discours vrai. Voici ce que nous ont déclaré un acteur à ce sujet : *« Un label doit être connu, mais justifié. Il faut que cela ne soit pas que de la communication. Après les gens se perdent un peu dans les labels, mais les touristes ont un thème de ballade comme l'art roman à Saintes, le protestantisme à la Rochelle. Un label a toujours un prix, mais les résidents et les touristiques en profitent ; Ce que vous devez à vos habitants c'est un cadre de vie agréable, le maintien du service de proximité. Les labels entraînent à faire des choses, en plus d'être un gage de qualité pour l'extérieur. »*

En conclusion

L'analyse du phénomène de Slow tourisme à travers l'exemple du réseau des « Villages de Pierres et d'Eau », nous a permis d'engager une approche exploratoire des logiques de développement touristique en milieu rural, de labellisation comme outil de développement, d'organisation et d'attractivité territoriales.

La volonté du département de créer une dynamique de développement touristique sur des regroupements territoriaux définis pour la circonstance, se heurte néanmoins à des obstacles concrets : absence de prestataires et insuffisance de moyens, une demande modérée. Par ailleurs, face à des clientèles relativement exigeantes, la stratégie concernant les produits touristiques est pour l'instant quelque peu absente des discussions, tout comme la question de la mise en marché de l'offre touristique des villages. Le mariage entre « icônes » du littoral et villages ruraux semble difficile à être envisagé. Il est essentiel de différencier les acteurs de la destination selon leur projet et leur intention. Comme en atteste l'étude commanditée par la Direction Générale des Entreprises, c'est le réseau qui est important, plus que le label et il doit réunir des parties prenantes ayant des intérêts communs.

Comme le déclarait Dominique Clément, ancien directeur de la communication du département de Charente-Maritime pour que le dispositif perdure, il est essentiel que les villages ruraux, s'interrogent sur les produits touristiques à proposer, sur l'animation et les attentes réelles des clientèles, il faut créer un prétexte de déplacement. Un parallèle intéressant à faire avec les attentes des clientèles de l'itinérance¹⁵. Ces dernières sont en quête de sens à la recherche d'un imaginaire particulier ; elles désirent une offre claire. Elles veulent être accompagnées avant et pendant le séjour pour un résultat optimum : un parcours de visite riche. La variété de l'offre est importante : des paysages et patrimoines, de la restauration, des éléments naturels (flore, eaux, ...). L'accessibilité à la destination doit être travaillée : signalétique, étapes, circuits. Il est essentiel de leur garantir la « connectivité » et de proposer des services à la carte (bagages, transfert, massage, lavage, aliments sains) pour des séjours de plusieurs jours, par exemple en vélo. Elles veulent prendre le temps de la découverte, être en connexion avec la nature. La rencontre avec les habitants est à leurs yeux, une condition de l'imprégnation du territoire et de sa compréhension.

Si le choix du Slow Tourisme est maintenu et il semble cohérent avec les caractéristiques de plusieurs villages, il faudra respecter plusieurs conditions. Tout d'abord, il est nécessaire de développer ou améliorer les mobilités douces dans des logiques d'intermodalité et le Conseil départemental aura son rôle à jouer. Ensuite, les acteurs doivent réfléchir aux termes, aux images à associer au slow tourisme ; on peut penser que la Région sera alors la mieux placée pour coordonner cette réflexion. Enfin, il serait pertinent de valoriser les spécificités locales, mais surtout identifier et bien connaître ces cibles ; ce sont les offices de tourisme qui devraient alors pouvoir apporter un précieux concours.

Bibliographie

- All dredger, B., (1972), *Some capacity theory for parks and recreation areas*, USDA National Park Service.
- Équipe MIT, (2005), *Tourisme 2. Moments de lieux*, Belin, 349 p.
- Francois, H., (2008), « Durabilité des ressources territoriales et tourisme durable : vers quelle convergence ? », *Géographie, économie, société*, 2008/1 (Vol. 10), p. 133-152.
- Fullagar, S., Markwell, K. W., Wilson, E., (2012), *Slow tourism : experiences and mobilities*, Bristol : Channel View Publications.
- Gravari-Barbas, M., Delaplace, M. (2015), « Le tourisme urbain « hors des sentiers battus » », *Téoros*, 34, 1-2, 2015.
- Hay, I., (2010), *Qualitative Research Methods in Human Geography*, Don Mills : Oxford University Press.
- Leiper, N., (1990), "Tourist attraction systems", *Annals of tourism research*, n°17, pp. 367-384.
- Lowry, L.L. & Lee, M. (2011), "CittaSlow, slow cities, slow food : Searching for a model for the development of slow tourism". *Travel & Tourism Research Association*, 42 Annual Conference.
- Marcotte, P., Bourdeau, P., Leroux, E., (2011), « Brandings et labels en tourisme : réticences et défis », *Management & Avenir*, 2011/7, n°47, pp. 205-222
- Pecqueur, B. (Eds.), (1996), *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, Paris : L'Harmattan.
- Perret, J., *La mise en valeur d'aménités touristiques rurales pour une élite*, Ingénieries n° spécial 2002 Aménités, pp. 35-42.
- Piriou, J., (2011), « Le haut lieu touristique : un cadre d'analyse de l'excellence d'une destination », *Téoros*, volume 30, n°1, pp. 23-30.
- Thomas, C., (1998), *Comment supporter sa liberté*, Paris : Éditions Payot & Rivages.
- Violier, P., (2008), *Tourisme et développement local*, Paris : Belin.

¹⁵ Source : Houdemon S, Serre S. & al., (2017), *Revue Espace* N° 340 Janvier Février 2018, p. 95.

Violier, P., (2013), *Le tourisme : un phénomène économique*, Paris : La Documentation Française