Aménagement touristique : les embarras d'une décentralisation inachevée. Exemple aquitain.

Vincent Vlès

▶ **To cite this version:**

Vincent Vlès. Aménagement touristique : les embarras d'une décentralisation inachevée. Exemple aquitain.. Hegoa : cahiers du SET, 2003. hal-03137458

HAL Id: hal-03137458
https://hal.science/hal-03137458

Submitted on 16 Feb 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La création d'une «destination Aquitaine» privilégie notoriété et lieux emblématiques. La question de la «destination» régionale est depuis longtemps au centre des déba elle n'a jamais été réellement tranchée. Par le passé, la Région av souvent été tentée de travailler les filières plutôt que les destinatio Les études sociologiques portant sur les différentes activités des t ristes ont produit dans les années 1990-1995 des logiques d'interv tion uniquement fondées sur les comportements. Les politiques ré nales ont ainsi divisé le marché en segments productifs, correspond à des «filières de produits», des démarches commerciales spé fiques : dix, vingt, trente filières, parfois davantage, ont ainsi été id tifiées autour de produits pressentis comme «porteurs». Ce faisa l'intervention publique régionale a souvent découpé artificiellem le marché du tourisme - d'une taille déjà plutôt médiocre - av l'espoir que chacune de ces parts allait prendre de l'ampleur si on travaillait séparément, notamment dans les contrats de Plan qui sont succédés de 1988 à 2000. Or, comme l'a bien évalué l'Age Française d'Ingénierie Touristique en 2000, ces créneaux de passi nés exclusifs d'une activité ne représentent, au total, jamais plus 7 % du marché global. Ces «filières» ne rencontrent qu'une client confidentielle ; certains de ces segments sont déjà en voie de satu tion au moins sur le marché français alors que les investisseme qu'ils ont occasionnés ne sont pas encore rentabilisés.

Quand, sur les marchés extérieurs, on évoque l'Aquitaine, sont des destinations fort différentes qui viennent en tête opérateurs et touristes, parfois d'ailleurs situées en dehors territoire de la collectivité, *faute d'image unitaire suffisan* L'Aquitaine en soi n'est pas nommée comme une destination tou tique : on va plus volontiers en Périgord, dans les Pyrénées, sur la c landaise.

Le Professeur Vincent Vlès dirige l'institut universitaire p fessionnalisé : Aménagement et Développement Territoria l'Université de Pau et des Pays de l'Adour.

HÉGOA

N° 23

ISSN 0937-9366

AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE :

LES EMBARRAS D'UNE DÉCENTRALISATION INACHEVÉE

exemple aquitain

SET (Société, Environnement, Territoire)

Unité mixte de Recherche du CNRS et de l'université de Pau et des Pays de l'Adour

Vincent Vlès

Aménagement touristique :

les embarras d'une décentralisation inachevée

Exemple aquitain

«Nos compétences sont encore au milieu du gué»

Alain Rousset
Président du Conseil Régional d'Aquitaine
Etats généraux du Schéma Régional d'Aménagement et de Développement du Territoire
Pau, 28 février 2003

Mise en pages et infographie : atelier d'infographie du CNRS
SET UMR 5603
Monique Morales, *cartographe*.

En couverture :
Thème de la campagne de communication 2003 :
«L'Aquitaine, le sud autrement»
avec l'aimable autorisation de Citron pressé *à Toulouse*

Sommaire

Les motifs de la mobilisation régionale 9
Des perspectives de développement plutôt favorables 9
Les mutations de la demande touristique affectent cependant le système productif aquitain 10
Le renouvellement périodique d'aléas entame une notoriété encore en construction 14
La permanence d'handicaps structurels 16
Les formes de la mobilisation 19
«Le Sud autrement» : la région construit son unité 20
L'action régionale sur son système de production touristique 30
Le fragile héritage de 30 ans de politiques du littoral 31
De la MIACA à la Mission littoral : une filiation lente et difficile 35
Le tourisme à travers le contrat de Plan 2000-2006 48
Le tourisme de pays et fluvial 57
Les Pyrénées, maillon essentiel pour l'entrée en Europe de l'Aquitaine touristique 62
Le patrimoine et les Chemins de Saint-Jacques 67
De nouvelles priorités pour l'observatoire touristique aquitain 71
Un engagement à parfaire 81
Un schéma pour donner de la lisibilité à l'action régionale 81
Créer un réseau régional d'ingénierie publique pour l'aménagement touristique 84
ORIL et VRT : deux outils qui peuvent aider à résoudre les problèmes aquitains 84
Donner aux porteurs de projets aquitains l'accès au conseil et à l'ingénierie 85
Conclusion 91
Sources documentaires 94
Bibliographie 98
Résumé 103

Les aménagements réalisés pour la pratique des loisirs n'échappent pas aux problèmes de la gestion politique de leur inscription territoriale : concurrence et conflits fonciers, emprise et coût des infrastructures, dépassement de la capacité de charge, destruction des maillages environnementaux préexistants. Longtemps, l'aménagement touristique a fait l'objet en France d'interventions publiques programmées dans le cadre d'une planification centralisée. Paris visait à l'équipement du territoire pour répondre à l'explosion de la demande de loisirs et de voyages. L'Etat a initié pendant trente ans (de 1950 à 1980) de très ambitieux programmes d'équipements touristiques qui ont eu pour terrain d'opération des espaces à fort potentiel de développement : la montagne (plan neige), les littoraux de Corse, du Languedoc-Roussillon («missions Racine» ou d'Aquitaine «MIACA»), les pays d'accueil à partir du VII[e] Plan[1]. Ces programmes reposaient sur un zonage fonctionnaliste du territoire aujourd'hui abandonné. Au contraire, ce début de millénaire est marqué, partout dans le monde et en tous cas en Europe, par une plus grande autonomie des pouvoirs locaux, par la décentralisation en France. Ce mouvement libère l'initiative locale : les collectivités se donnent les moyens de conduire de nouvelles politiques de développement touristique sur leur territoire. Maîtres de leur urbanisme, les communes ont investi la création et parfois l'exploitation de la plupart des équipements touristiques. Les départements ont été amenés à financer massivement ce secteur, notamment par le biais des syndicats mixtes d'aménagement, mais de manière souvent ponctuelle et sans pouvoir tenir compte des continuités territoriales. La loi sur la proximité locale de 2002 renforce de son côté le pouvoir de la Région dans le développement touristique. La nouvelle vague de décentralisation va lui permettre de s'affirmer davantage dans ce champ de l'aménagement du territoire où elle exerce sa compétence depuis 1983. Face à cette échéance, on tente ici d'établir les enjeux d'une politique renouvelée.

L'évaluation du chemin parcouru depuis 20 ans en Aquitaine témoigne de la difficulté et de la complexité de l'affirmation du pouvoir régional dans un domaine qui hésite traditionnellement entre les nécessités centripètes des politiques économiques et les interventions, plus centrifuges, de l'aménagement du territoire. L'étude du cas aquitain révèle bien les hésitations d'intervention dans ce secteur, transversal par définition, qui présente la double particularité d'être à la fois facteur de développement économique et outil d'aménagement et de cohésion du territoire. Alors qu'en 1988 on pensait la phase d'aménagement touristique du territoire régional achevée, l'évolution lente mais sensible des

---

[1] Vlès (V), Le projet de station touristique, Presses universitaires de Bordeaux, 1996, p. 169 à 240.

conditions de production et de consommation, les mutations et les recompositions intervenues depuis une quinzaine d'années ont fait apparaître de nouvelles nécessités d'intervention. Dans un contexte où les demandes évoluent vite et les marchés se diversifient, la collectivité régionale entreprend de renforcer sa position touristique en favorisant le développement d'une offre plus cohérente, mieux organisée et plus réactive. Mais les moyens affectés, tant au niveau financier que techniques, ne paraissent pas encore à la hauteur des enjeux économiques.

Les motifs de la mobilisation régionale

Des perspectives de développement plutôt favorables

Malgré les événements du 11 septembre 2001 et ses conséquences négatives sur les flux touristiques internationaux, toutes les prévisions s'accordent à dire que ce secteur devrait connaître dans les 10 ans des taux de croissance annuels significatifs, dépassant la moyenne de l'économie générale[2]. Il faudra vérifier leur pertinence, compte tenu des évolutions récentes du contexte politique international : les actions terroristes ciblées contre des intérêts touristiques peuvent bouleverser le jeu complexe des permanences et des changements en faveur de certains systèmes jugés fragiles.

Dans ce contexte, les analystes s'accordent à dire que la France tire bien partie du développement du marché international, occupant la première position avec près de 75 millions de visiteurs accueillis. Pourtant l'augmentation du marché national est désormais faible, voire très faible[3] (le taux de départ en voyage s'est stabilisé autour de 74%), désormais en recul sur certains segments de marché. L'Aquitaine n'est pas trop mal placée dans l'offre française, ayant augmenté sa part de marché dans un contexte orienté à la baisse (entre 1994 et 1999, le taux de séjours y est passé de 5,9 à 6,4%, celui des nuitées de 7,6 à 7,9%)[4]. Le tourisme génère en Aquitaine 2,3 milliards d'euros de recettes annuelles, hors investissements et dépenses induites. Ce secteur majeur de l'économie régionale contribue à stabiliser, par ses effets induits, près de 10 % de l'emploi[5] : il occupe 30.000 emplois en régime de basse saison, 55.000 emplois en haute saison.

Cependant, en dehors de quelques grands opérateurs et malgré un développement constant, cette activité est surtout le fait de PME, d'associations et de collectivités aux ressources limitées, de plus en plus confrontées à

[2] Selon un rapport publié par la Commission européenne et rédigé par un groupe d'experts internationaux (Groupe de haut niveau sur le tourisme et l'emploi), le tourisme devrait connaître au cours des dix prochaines années des taux de croissance appréciables, supérieurs à la moyenne de l'économie. Ceux-ci devraient se situer dans une fourchette annuelle de 2,5 à 4 % en termes de chiffre d'affaires et de 1 à 1,5 % en termes d'emploi. Entre 2,2 et 2,3 millions d'emplois supplémentaires vont être créés dans ce secteur porteur. Pour l'ancien commissaire européen Christos Papoutsis, le tourisme est le secteur économique le plus créateur d'emplois avec les télécommunications et le multimedia.

[3] Observatoire National du Tourisme, Mémento du tourisme, 2001, p. 23 à 31.

[4] Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, *Données de cadrage*, 2003, 26 p

[5] Préfecture de la Région Aquitaine, Région Aquitaine, *Contrat de Plan Etat-Région Aquitaine 2000/2006*, 19 avril 2000, p. 101

la concurrence d'une industrie des vacances qui se structure et se mondialise. Et, effectivement, la baisse du nombre de séjours réalisés par les Français dans la région est préoccupante : en 1999 elle était de 8.9 millions (-9% par rapport à 1994). Le nombre de nuitées correspondant s'établissait à 84 millions (-8% sur la même période). Qui plus est, la durée moyenne de séjour en Aquitaine est restée stable : autour de 6,9 nuitées en 1999. Enfin, la clientèle étrangère de la région (essentiellement en provenance de Grande Bretagne, d'Allemagne et du Bénélux[6]) représente désormais près du quart de la fréquentation touristique. Or, à l'instar de la plupart des régions françaises, ces performances de l'Aquitaine vis-à-vis des marchés internationaux peuvent être considérées comme moyennes si l'on se fie à l'évolution de la fréquentation au cours de la dernière décennie. Ce constat est d'autant plus problématique que c'est le marché international qui se révèle le plus dynamique, marqué par une croissance significative des déplacements touristiques, alors que le marché national semble parvenu, en volume, à un palier.

Les mutations de la demande touristique affectent cependant le système productif aquitain

Les modifications substantielles dans les comportements récents de la demande touristique offrent certes quelques opportunités mais elles portent également de lourdes menaces : fractionnement des vacances dans l'année et réduction de la durée des séjours, notamment durant les vacances principales, développement des courts séjours alimenté pour partie par l'aménagement de la durée et de l'organisation du travail, volatilité et mobilité plus importantes des clientèles[7].

L'émergence de ce nouveau système vacancier, articulé autour de temporalités et de territorialités en mutation, commencée depuis deux décennies environ, concerne l'Aquitaine au premier plan. La situation de transition actuelle, qui correspond à une juxtaposition de deux logiques vacancières dont les rythmes temporels et les inscriptions spatiales diffèrent, conduit la Région à préparer l'avenir en adaptant son système productif touristique.

Ce dernier est en effet encore profondément marqué par le modèle traditionnel des vacances des années 60 et 70[8], dont on retiendra ici les

[6] Britanniques : 21 % des séjours étrangers, Allemands : 17 %, Néerlandais : 15 %, Espagnols : 10 %, Belges et Luxembourgeois : 10 %, Américains du Nord : 5 %, CRTA, op.cit.

[7] Viard (J), *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Groupe de prospective, La Documentation Française, 1998, 335 p.

[8] Cazes (G), *L'émergence d'un nouveau système vacancier : temporalités et territorialités en mutation*, Hommes et Terres du Nord, 2001, n° 2, p. 64

éléments fondateurs de comportements massifs et homogènes qui ont fait longtemps la singularité de la situation aquitaine :

- un phénomène de concentration dans le temps, sur les mois d'été à l'échelle annuelle et – au niveau saisonnier – sur les longues périodes de congés (Noël-Pâques) et surtout du 14 juillet au 15 août qui produisent à eux seuls 85 à 90 % des journées de vacances de la période estivale ; cette convergence temporelle, organisée autour du séjour estival rituel d'une durée moyenne de 25 à 27 jours et des séquences hivernales statistiquement marginales, est d'une grande rigidité ;
- des efforts assez vains en faveur d'un étalement nécessaire des fréquentations, aux effets économiques pourtant aberrants notamment sur la côte, essentiellement aménagée pour l'accueil touristique social, familial et de plein air seulement deux à trois mois dans l'année ;
- une distribution spatiale remarquablement stabilisée dans ses destinations majeures et dans leurs évolutions comparées, dont l'Aquitaine est encore une pièce essentielle (selon la manière dont on compte, l'Aquitaine est la 7e région française pour les nuitées, la 5e région pour les séjours)[9].

Or la continuité de ce modèle, la reproductibilité de ses clivages, les comportements de «fidélité territoriale» des touristes vis-à-vis de leur destination ont commencé à s'affaiblir à partir des années 78-83 avec l'accélération et l'extension des mobilités de toute nature. Les phénomènes de désynchronisation et de flexibilité des temps sociaux sont producteurs de mobilité sur de courtes distances et de brève durée. Les principes généraux des comportements récréatifs et touristiques s'en sont trouvés lentement, mais sensiblement et durablement modifiés. De puissants facteurs d'inertie, de fortes habitudes dans la manière de concevoir ses vacances ont empêché que l'évolution se fasse sous la forme d'un bouleversement[10] rapide. Ces évolutions apparaissent cependant suffisamment pérennes pour que le système productif touristique régional demande à être fortement adapté.

Au-delà des facteurs conjoncturels qui jouent traditionnellement sur les fréquentations des sites aquitains (on en examinera les principaux : aléas climatiques, pollutions des plages), il semble pertinent de rappeler ici les facteurs de modification des souhaits des clientèles :

- une modification indiscutable des contraintes et des habitudes de concentration saisonnière des «vacances». Ce processus structurel de «désaisonnalisation» est illustré principalement par l'émergence d'une deuxième période de pratique touristique dans l'année. L'hiver enregistre depuis une décennie,

[9] Observatoire National du Tourisme, Mémento du Tourisme, 2001, p. 81 à 85

[10] SOFRES, *Suivi de la demande touristique. Aquitaine*, Comité régional du Tourisme d'Aquitaine, Note de conjoncture, 1997.

au niveau national et international, des taux de départ supérieurs à 30 % (contre 15 % en 1973) et reçoit désormais environ le tiers du total annuel de longs séjours. L'Aquitaine, dont l'outil de production a été globalement conçu pour les «vacances» estivales, notamment sur son littoral, n'est pas encore très bien adaptée à cette nouvelle distribution temporelle.

- une réduction constante de la durée des séjours. De tous les changements relevés, c'est le plus continu et le plus significatif. Cette contraction temporelle s'accompagne du développement des pratiques de départs et de séjours multiples (moins longtemps, plus souvent). La moyenne par partant est passée de 1,4 à plus de 2 longs séjours en 30 ans, et les courts séjours se sont également multipliés. Ils s'opèrent cependant vers des destinations riches en évènements, en accueil et en pratiques diversifiées et souvent complémentaires, opérant tout au long de l'année.
- la distribution spatiale des séjours vacanciers en Aquitaine montre une remarquable continuité sur le long terme que les mutations temporelles n'ont guère perturbée (CRTA, 1985-2002). La légère augmentation de la diffusion spatiale vers les littoraux atlantiques, qui bénéficient d'une image plus «naturelle» et moins marquée par le tourisme de «masse» que les rivages méditerranéens, cependant remise en cause dès l'été 2002, ainsi que vers les zones de moyenne montagne, saisies d'une véritable course à l'équipement, expliquent l'impression de stabilité géographique des destinations en Aquitaine. Mais si les fréquentations sont stables ou s'accroissent légèrement en valeur absolue, il ne faut pas s'y tromper : eu égard aux évolutions globales des taux de départ, aux performances d'autres destinations concurrentes à l'échelon national et international, les parts de marché de l'Aquitaine régressent sur ses produits traditionnels.
- cette stabilité reproduit la disparité spatiale du fait touristique aquitain. L'importance du tourisme littoral pour l'Aquitaine – et donc sa fragilité face à des baisses conjoncturelles de fréquentation — est encore accentuée par la répartition de l'offre en hébergements, qui se répartit comme suit : 60 % sur le littoral, 35 % dans l'intérieur (campagne et montagne), 3 % dans les stations thermales, 2 % dans les grandes agglomérations (Agen, Bordeaux, Mont-de-Marsan, Pau, Périgueux).
- enfin, l'évolution des courts séjours indique clairement qu'un nouveau couple spatial spécifique «ville / rural» est actuellement à l'œuvre dans les pays occidentaux et va grossissant, couple différent du diptyque traditionnel des longs séjours de vacances «mer / montagne» sur lequel a été construite l'offre régionale. Bien entendu, ce mouvement touche déjà l'Aquitaine. Fort logiquement, les déplacements et séjours de courte durée favorisent dorénavant fortement les aires de proximité dans lesquelles se rencontrent à la fois les attraits du tourisme urbain culturel

et évènementiel, l'appel des parcs d'attraction et les équipements récréatifs suburbains (les chiffres l'indiquent clairement pour Disneyland Paris, le Parc Futuroscope à Poitiers, le Parc Astérix à Plailly, le Parc zoologique de Lille, le Parc Marineland d'Antibes)[11], la sécurité des nouvelles formes de la para-hôtellerie (petite hôtellerie rurbaine, «bulles tropicales» du type Center Parcs, parcs résidentiels de loisir). Et là, la région est moins bien équipée que d'autres.

- par contre, la baisse du nombre de curistes en stations thermales depuis 1992 (- 2 %) est moins importante qu'à l'échelon français (- 14 %), ce qui permet à l'Aquitaine de passer de la cinquième place en terme de fréquentation thermale en 1985 à la deuxième place en 1997. Le thermalisme, qui concerne uniquement les deux départements du sud, permet de réaliser 80 % des nuitées hôtelières et équivaut à offrir 5.550 emplois annuels à temps plein dans les Landes. Ce maintien de l'économie thermale peut être associé à la mise en œuvre d'une politique spécifique entre 1992 et 1994 (Plan Thermal Régional, 8 millions de francs investis par la Région), à sa poursuite dans les contrats de Plan Etat – Région 1994 – 1998 et 2000 – 2006 (10 millions de francs pour la Région, 3 millions de francs pour l'Etat). A la différence de l'intervention cyclique sur le littoral, la remarquable continuité de l'effort entrepris dans ce secteur a certainement contribué à conforter la qualité et la crédibilité des prestations thermales par leur haut niveau scientifique et thérapeutique (Institut du Thermalisme de Dax – Université de Bordeaux 2) et à renforcer l'attractivité des stations par la diversité de l'offre, l'adaptation des équipements, l'organisation et la promotion touristiques.

On retiendra de tout ceci que les facteurs de modification des souhaits des clientèles, pour lesquels l'Aquitaine doit toujours s'adapter, sont essentiellement caractérisés par :

- la fin de l'hyperconcentration saisonnière, avec **l'apparition d'une véritable saison d'hiver** pour laquelle l'Aquitaine n'offre encore que peu de prestations, sauf en montagne ;
- la **réduction des durées de séjours couplée avec le développement des pratiques lors de ces séjours** : la moyenne par partant est passée de 1,4 à plus de 2 longs séjours en 30 ans et les courts séjours se multiplient ;
- **le renforcement des destinations concurrentes**. Si, en Aquitaine, les fréquentations restent stables ou s'accroissent légèrement en valeur absolue, cette augmentation est moindre que celle du tourisme national ou mondial. Il ne faut donc pas s'y tromper : eu égard aux évolutions

[11] Ce sont les cinq premiers sites touristiques visités en France métropolitaine. Le palmarès des 50 premiers sites (culturels et non-culturels confondus) ne compte aucun équipement, site ou monument aquitain.

globales des taux de départ, aux performances des nouvelles destinations «soleil» qui coûtent moins cher, les parts de marché de l'Aquitaine régressent sur ses produits traditionnels.

L'Aquitaine touristique est aujourd'hui prise dans ces mutations de fond, lentes mais certaines, et son système productif doit continuer à s'adapter pour éviter l'obsolescence et le désintérêt des investisseurs et des touristes.

Le renouvellement périodique d'aléas entame une notoriété encore en construction

L'aléa climatique est souvent invoqué en Aquitaine pour justifier des fréquentations de début de saison souvent mauvaises (mois de juillet pluvieux pour le littoral, vacances de Noël mises à mal en montagne par un enneigement tardif). Il est vrai que la «garantie soleil» ou la «garantie neige» ne sont pas plus présentes en Aquitaine qu'autrefois et les difficultés nouvelles viennent, ici encore, de l'émergence de destinations nouvelles qui ne souffrent pas de ces difficultés (Maroc, Tunisie, côte Adriatique, meilleur équipement de la haute montagne pyrénéenne ou alpine). La question du réchauffement climatique pourrait pourtant être désormais particulièrement importante pour l'avenir de certains aménagements touristiques des Pyrénées occidentales. Les données disponibles permettent de conclure à une tendance générale à la diminution de l'enneigement au cours des 40 dernières années[12]. Toutefois, les fluctuations d'une année sur l'autre sont beaucoup plus marquées que l'évolution à long terme. Les projections du changement par les modèles donnent une fourchette de variation des températures globales à la fin du XXIe siècle comprise entre + 1 et + 4,5°C. L'impact attendu sur l'enneigement dans les Pyrénées est établi sur un réchauffement moyen de 1,8° C. Les altitudes les plus basses seraient particulièrement concernées, alors qu'au dessus de 2.000 mètres, l'enneigement d'hiver serait peu touché. Les problèmes se poseraient donc aux stations ne disposant pas d'un large domaine de haute altitude (les stations d'Artouste et de La Pierre-Saint-Martin sont directement concernées). Sans contester l'importance fondamentale de l'aléa climatique, les experts sont cependant unanimes[13] pour dire qu'il aura peut-être un impact moins important que la variabilité des goûts de la clientèle.

Le risque environnemental[14], lié par exemple aux pollutions, est un fait nouveau pour la région. Suite au naufrage du pétrolier «Prestige», le

12 Amoury (J-P), *Bilan de la politique de la montagne*, Sénat, Session ordinaire de 2002-2003 : rapport d'information, p. 166 à 169.
13 Amoury (J-P), op.cit. p. 169
14 Smouts (M-C), «Risque global et politique mondiale», notes de lecture, *Les cahiers* n° 4, Programme Science, Environnement, Société, Paris : Sciences Po, 27, rue Saint Guillaume – 75337, 2002, p. 15 à 21

19 novembre 2002 au large des côtes de la Galice et des conséquences sur la fréquentation des plages de la côte aquitaine, le Comité Régional de Tourisme a mis en place, dès fin décembre, un dispositif de veille conjoncturelle[15]. Le pétrole est arrivé le 2 janvier 2003 sur le littoral aquitain et a renforcé l'intérêt d'étudier les conséquences de ce naufrage sur l'activité touristique. Un échantillon d'enquête a été étendu à 160 professionnels pour connaître la nature des demandes d'informations effectuées par les touristes et les conséquences sur les réservations. Les questions qui sont le plus souvent posées portent bien entendu sur l'état de la plage et sur les prévisions pour la prochaine saison estivale. Pierre et Vacances avait, en février 2003, 1000 appels quotidiens pour réserver dans ses résidences du littoral aquitain, contre 1800 à la même date en 2002. A la mi janvier 2003, la moitié des établissements de thalassothérapie et 20 % des hébergements notaient déjà une baisse de leur réservation. Les entreprises liées au surf (fabrication des vêtements) et celles de l'hôtellerie de plein-air, qui ont besoin des arrhes des réservations pour assurer leur trésorerie, seront durement touchées. Les retards de réservation (20 à 40% fin février 2003) touchent une économie très sensible aux liquidités financières.

En montagne, les stratégies de prévention et de protection contre les risques naturels ont beaucoup évolué au cours des dernières décennies en raison des mutations de l'économie montagnarde et du transfert de responsabilités au niveau local. Les travaux ont été recentrés sur la protection passive. Un siècle après la loi de 1882 sur la Restauration des Terrains en Montagne, les services RTM connaissent un regain d'activité, disposant de nouveaux outils réglementaires et de moyens accrus[16].

En quoi les chutes de fréquentation dues aux aléas peuvent-elles être catastrophiques ? L'analyse des fréquentations touristiques de l'Aquitaine réalisée par le Comité régional de tourisme en 2001 permet une approche par la population et les dépenses touristiques. La population permanente de l'Aquitaine est évaluée à 2 908 359 habitants (recensement de 1999). A cette population permanente on ajoute les nuitées touristique, comptabilisées jour par jour (méthode des flux) et on soustrait le nombre d'Aquitains sortis de la région pour motif touristique. Ces éléments permettent d'évaluer la population moyenne de l'Aquitaine sur l'année à 3 millions de personnes. Le tourisme génère en moyenne une population supplémentaire de 90 000 personnes par jour. Le week-end du 15 août, l'Aquitaine compte 3,7 millions d'habi-

15 Lancement du numéro vert d'information sur l'état des plages, mise en place du site internet plagenet.info, coordination des messages et de l'état des lieux avec les CDT, veille presse et campagnes de communication.
16 Col. «Risques et aménagement dans les Pyrénées», *Les Cahiers de l'Isard*, actes du colloque internatioanl tenu à Foix et à Pau les 30-31 mai et 8 et 9 juin 1990, Pau : Université : IRSAM-GDR 885-CNRS, 1993, 164 p.

tants. A l'inverse, pendant 78 jours au cours de l'année (janvier, novembre et début décembre), la population totale touristique et résidente est inférieure au seuil de population recensée par l'INSEE : les départs des Aquitains ne sont pas compensés par l'arrivée de touristes extra régionaux. Sur l'année, les touristes représentent en moyenne 8,1 % de la population présente en Aquitaine. Le volume des dépenses touristiques est estimé pour la région à 1,038 millions d'euros par an, dont 49 % sur le littoral, 36 % dans l'intérieur, 7,1 % dans les grandes villes.

Tableau n° 1 : Dépense moyenne par nuitée (en Francs 1999)
(84 millions de nuitées en 1999)

Formule tout compris	26,6
Déplacements	5,5
Trajets aller-retour	25,6
Hébergement	36,7
Restauration	27,9
Activités sportives	5,5
Activités culturelles	5,9
Autres activités	4,1
Cadeaux	26,2

Sources : CRTA-2001

La permanence de handicaps structurels

L'accessibilité difficile de la montagne aquitaine et du littoral a renforcé la concurrence des destinations «soleil», phénomène lié au raccourcissement des temps d'accès dû à la modernisation des transports et à la baisse du coût des billets d'avion. De Paris, de Bruxelles, de Londres, de Düsseldorf mais même parfois de Toulouse, de Nantes ou de Bordeaux, il est souvent moins coûteux et plus rapide d'atteindre une station du Nord de l'Afrique que d'Aquitaine. Pour la montagne béarnaise, les choses s'amélioreront nettement avec l'ouverture, en 2010, du barreau autoroutier Bordeaux – Pau. De son côté, le réseau d'accès routier au littoral est de bonne qualité mais est encombré en période estivale et les week-ends. La saturation du réseau atteint son paroxysme dans la traversée des conurbations basque et bordelaise, les jours et heures de grandes migrations touristiques. Le trafic d'été lié à la fréquentation touristique est notoirement plus important que le trafic moyen annuel, déjà en augmentation très sensible depuis 10 ans[17]. En

[17] La desserte du Bassin d'Arcachon, par exemple, est passée de 15.000 véhicules/jour en 1994 à 24.000 v/j en 2000, soit une augmentation de près de 6 % par an. La route des lacs subit une augmentation réelle, bien que plus modérée : + 1,7 % par an et sa fréquentation augmente de 3,4 % par an dans la traversée du Bassin d'Arcachon. La desserte des stations augmente également de manière sensible : + 5,35 % par an sur la RD 626 à Mimizan, + 2 % par an sur la RD 6 à Lacanau – sources Direction Régionale de l'Equipement, 2001.

termes de sécurité, en 2000, 505 accidents de la route ont été dénombrés sur le territoire des communes littorales, dont 41 % mortels (9 % du total aquitain).

Le coût de l'offre touristique aquitaine, notamment en montagne, reste élevé[18] : le coût moyen d'un séjour à la montagne en 2001 varie, selon la durée du séjour, entre 45 (longs séjours) et 82 (courts séjours) euros par nuit sans pratique du ski et entre 64 et 122 euros pour les séjours incluant le ski. Globalement, le séjour en montagne été/hiver reste cependant très attractif. Par contre, l'ensemble des séjours sur le littoral est accessible à un coût moyen moindre que sur les autres côtes françaises.

Une action des collectivités locales sur ces contraintes est donc très attendue des opérateurs. Leur analyse confirme les **tendances du marché** et met en exergue les enjeux autour du nouveau couple spatial «ville/grand équipement et arrière-pays», sans délaisser toutefois les destinations traditionnelles «mer ou montagne». Ce nouveau paradigme favorise, au moins pour les courts séjours, la production touristique des aires métropolitaines. L'attention portée au patrimoine rural ou culturel, à la valorisation des espaces ruraux et fluviaux, aux autres territoires touristiques organisés (dont les parcs naturels régionaux) ne peut pas être moindre car ils ont mobilisé une part non négligeable des investissements publics en faveur du tourisme depuis plus d'un quart de siècle dans la région[19]. Ces attentes nouvelles ne laissent planer aucun doute sur la recomposition de l'offre régionale, souvent **jugée insuffisamment originale ou attractive** pour être mentionnée par les opérateurs touristiques français et européens[20] comme porteuse de dynamiques nouvelles. Le diagnostic a été maintes fois posé, notamment dans le cadre des Ateliers du

[18] Amoury, op. cit.

[19] Des bilans de ces investissements touristiques ont été périodiquement publiés. On citera, notamment : Vles (V), «Contrats de pays d'accueil et aménagement du territoire aquitain : maîtrise défaillante plutôt qu'incompatibilité», Bordeaux : *Revue Économique du Sud-Ouest*, n° 1, 1988, p. 88 à 96 ; Vles (V), «La gestion du littoral aquitain au cœur des nouvelles prescriptions d'aménagement», communication au colloque international *BORDOMER*, Bordeaux : IFREMER, 24 octobre 1997, tome 3, p. 27 à 39 ; Escadafal (A) et Vles (V), *Tourisme et environnement : le discours des stations, Résultats d'une enquête dans les stations touristiques d'Aquitaine*, Bordeaux : Comité Economique et Social d'Aquitaine, 12 pages et compte-rendu du colloque du mercredi 26 novembre 1997 de la Commission Vie économique et sociale, formation et culture, Conseil Economique et Social d'Aquitaine, 11 pages ; Vles (V), *Éléments de prospective pour le tourisme aquitain*, Conférence régionale au Plan, Bordeaux : Conseil Régional d'Aquitaine, Atelier Tourisme, février 1999, 19 p. ; Vles (V), *Développement touristique en dehors de la période estivale*, Conférence régionale au Plan, Bordeaux : Conseil Régional d'Aquitaine, 26 février 1999, Atelier Littoral, 7 p. ; Vles (V) et Escadafal (A), *Outils et moyens de la mise en marché des stations et territoires touristiques : renforcer la position de l'Aquitaine*, Comité Consultatif Régional de la Recherche et du Développement Technologique / INTERMET /Conseil Régional d'Aquitaine, 2002.

[20] Liste des opérateurs et personnalités enquêtés en annexes 1 et 2.

Plan : malgré des perspectives de développement *a priori* favorables, une partie du système productif devient obsolète. Par ailleurs, le renouvellement périodique d'aléas climatiques et technologiques entame une notoriété déjà mise à mal. L'Aquitaine ne peut que s'atteler à la construction d'un nouveau système touristique régional

Les formes de la mobilisation

L'Aquitaine n'a réellement défini de stratégie touristique que très récemment. Après une série d'études et de rapports, dont il faut citer celui très complet réalisé par le Conseil Economique et Social d'Aquitaine en 1999[21], l'Atelier Tourisme de la Conférence Aquitaine du Plan, réuni en 1999 et 2000 dans le cadre de la préparation du Contrat de Plan, puis les réunions de la Mission littoral, du Comité stratégique tourisme ont constitué un lieu privilégié d'expression et de définition des enjeux pour le tourisme aquitain. A cette occasion, tous les acteurs régionaux concernés ont pu participer à la caractérisation des constats et proposer des premières réponses au cours d'une série de réunions réparties sur deux années.

Ces travaux, complétés par des rapports officiels de prospective récents, des dires d'experts, des recherches abouties (notamment celles produite par l'auteur de cet article[22] dans le cadre du G.D.R.-CNRS 553 «tourisme : lieux et réseaux»), des auditions de professionnels[23] et institutionnels (directeurs du Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine et des Comités départementaux et des stations aquitaines) permettent de dresser un état des lieux précis des atouts et des contraintes du tourisme régional et d'insister sur quelques priorités pour l'intervention régionale. Le «rapport Moyrand»[24] a relevé trois problèmes majeurs à résoudre :

— **les dysfonctionnements au sein de l'offre existante**, relatifs à la mauvaise accessibilité de l'outil de production, au vieillissement d'une partie du parc d'hébergement (notamment dans le secteur du tourisme social), à une forte saisonnalité touchant presque tous les produits et tous les secteurs, à l'organisation et au positionnement régional imparfaits de certaines stations ou produits, à la faible intégration de certaines filières entre elles, à l'innovation insuffisante et à la formation à développer pour les professionnels,

— **l'observation touristique, qui n'est pas suffisamment prospective**. Cette carence concerne la veille méthodologique insuffisante (mise en

[21] Conseil Economique et Social d'Aquitaine, *Entre maîtrise et marchés : les enjeux du tourisme Aquitain*, rapport présenté par M. Jacques Pere au nom de la Commission «Vie économique et sociale, formation et culture», Bordeaux, Hôtel de Région, juin 1999, 519 p.

[22] références en annexe

[23] voir liste en sources documentaires : 1. Auditions du Comité stratégique Aquitaine

[24] Conseil régional d'Aquitaine, *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, communication présentée en séance plénière du Conseil Régional en novembre 2002, 44 p.

place des méthodes cohérentes et homogènes pour accroître les études aux comportements et souhaits de la demande sur toute la région et pour tous les sites et stations) mais également la définition et la mise en œuvre des critères nécessaires au renouvellement des exercices de planification touristique.

— la difficulté de mise en œuvre d'une **logique de destination «Aquitaine»**, malgré les multiples atouts touristiques de la Région, paradoxe apparent car la forte notoriété de ses «pays» (Pays Basque, Périgord, Ossau, côte landaise...) laisse peu de place à une image homogène à l'échelon régional.

Ce constat permet d'apporter des modifications sensibles à la structure de la «destination Aquitaine», notamment par l'intervention modernisée du Comité régional de tourisme Aquitaine. L'observation touristique nécessite cependant beaucoup de moyens nouveaux et les politiques d'aménagement, dispersées entre des perspectives parfois antagonistes entre département et Etat, sont encore à la recherche d'une cohérence régionale, elle-même soumise à un achèvement de la décentralisation.

«Le Sud autrement» : la région construit son unité

La création d'une «destination Aquitaine» privilégie notoriété et lieux emblématiques. La question de la «destination» régionale est depuis longtemps au centre des débats, elle n'a jamais été réellement tranchée. Par le passé, la Région avait souvent été tentée de travailler les filières plutôt que les destinations. Les études sociologiques portant sur les différentes activités des touristes ont produit dans les années 1990-1995 des logiques d'intervention uniquement fondées sur les comportements[25]. Les politiques régionales ont ainsi divisé le marché en segments productifs, correspondant à des «filières de produits», des démarches commerciales spécifiques : dix, vingt, trente filières, parfois davantage, ont ainsi été identifiées autour de produits pressentis comme «porteurs» : canoë-kayak, culture, patrimoine, pêche, randonnée, surf, etc. Ce faisant, l'intervention publique régionale a souvent découpé artificiellement le marché du tourisme - d'une taille déjà plutôt médiocre - avec l'espoir que chacune de ces parts allait prendre de l'ampleur si on la travaillait séparément, notamment dans les contrats de Plan qui se sont succédés de 1988 à 2000. Or, comme l'a bien évalué l'Agence Française d'Ingénierie Touristique en 2000, ces créneaux de passionnés exclusifs d'une activité ne représentent, au total, jamais plus de 7 % du marché global. Ces «filières» ne rencontrent qu'une clientèle confidentielle ; certains de ces

[25] Viard (J), *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, op.cit. p. 211

segments sont déjà en voie de saturation au moins sur le marché français alors que les investissements qu'ils ont occasionnés ne sont pas encore rentabilisés : la «filière» golf en fournit l'exemple type.

L'enquête SOFRES «*stratégie et comportements touristiques des Français*» montre qu'à la question simple «les vacances, c'est quoi pour vous ?», jamais, pratiquement, les consommateurs ne répondent en termes de désir faire («*c'est visiter un monument historique, c'est faire de la voile, c'est faire du golf*»), mais répondent en terme de désir d'être («au soleil», «à la montagne» , «être libre»). Ces désirs d'être, ces états d'esprit, ces attitudes psychologiques, parce qu'ils sont extrêmement fédérateurs pour les acteurs et les sociétés locales, sont autant de valeurs, de points d'accrochage sur lesquels on construit désormais l'offre touristique. On considère aujourd'hui, comme la plupart des experts et J. Tomatis[26], que les flux touristiques se travaillent d'abord sur des «destinations» associées ensuite à des «activités». Les ressources naturelles d'un territoire constituent son véritable «actif» touristique. Le raisonnement par filière d'activité thématique est une approche par l'offre, avant tout commerciale et promotionnelle, qui n'a de sens qu'appliqué à des ressources spatiales : déterminer une offre normée, pouvoir la labelliser, la commercialiser à travers une approche thématique nécessite une application territoriale précise, avec des maîtrises d'ouvrage identifiées. Sinon, les risques sont grands :

— de découper les aides à la filière par segmentation sans fin, sans souci opératoire pour les collectivités locales et au détriment d'un traitement global des pratiques qui, lui, a fait ses preuves («short breaks» - courts séjours, vacances principales, vacances secondaires, déplacement par thème),

— d'ignorer deux éléments essentiels du tourisme : la situation du territoire par rapport aux zones de chalandises et le fait que les touristes sont très rarement des consommateurs de «mono produits»,

— de gommer le territoire comme réalité opérationnelle, puisque c'est là que sont les décideurs et les budgets et que c'est à partir de l'image du territoire que se déterminent les clients.

Quelle est la position de l'Aquitaine dans ce contexte général ? Ces dernières années, l'image touristique des régions françaises a évolué de manière considérable :

- Les destinations se structurent et construisent leur image en ayant recours à des campagnes de communication du même type que celles des grandes marques de produits (la Bretagne ou l'Auvergne, par exemple). C'est-à-dire qu'elles y consacrent des moyens importants (par exemple, 1 067 144 euros pour la campagne «L'Auvergne, Grands espaces, grandes

[26] Expert du Cabinet Détente auditionné par le groupe de prospective présidé par Jean VIARD, op.cit.

vacances» financés à 50% par le Conseil régional et à 50% par les Conseils généraux) avec des objectifs pluriannuels et évaluables (constitution d'une image, augmentation de la fréquentation, vente de produits).

- Les destinations touristiques n'ont pas de mal à «remplir» les six semaines de pleine saison, mais sont à la recherche d'un étalement de la fréquentation vers le printemps et l'automne, pour s'ouvrir, ensuite, vers un tourisme toute l'année. La promotion évolue donc vers une mise en valeur de produits de niche ou de produits qui complètent l'offre classique pour lui «donner un sens» hors de la pleine saison.
- Les courts-séjours se multiplient et la réduction du temps de travail ouvre de nouvelles perspectives vers des déplacements plus fréquents, vers des destinations que l'on peut atteindre en moins de trois heures. Dans ce contexte, il est possible de constater un développement des loisirs de proximité et une forte mobilité vers des zones voisines. Là aussi, la communication doit s'adapter à ces nouveaux marchés et les régions se réapproprient une communication et une promotion en France qu'elles avaient, pour partie, délaissées.
- La concurrence a aussi évolué avec des prestations de qualité toujours plus grande, pour des prix de plus en plus accessibles, avec des destinations «soleil garanti» que l'on peut même acheter en faisant ses courses dans son supermarché. L'évolution de la distribution du voyage est un élément non négligeable ; c'est de moins en moins un produit de luxe. Le voyage ou le loisir semblent devenir plus accessibles, y compris à proximité de chez soi.

L'Aquitaine est soumise à ces évolutions dans un contexte particulier :

- 77% des touristes en Aquitaine sont Français,
- un tiers de ces derniers sont Aquitains, ce qui fait de l'Aquitaine une des premières régions de France pour le tourisme intérieur,
- la clientèle étrangère (23%) ne se développe pas,
- le territoire aquitain comporte une offre variée qui permettrait de répondre à la volonté d'allonger la saison, y compris avec des équipements de tourisme d'affaire comme ceux existant à Bordeaux, Pau ou Biarritz,
- le littoral, atout touristique majeur, n'a pas fait, ces dernières années, l'objet d'actions de communication particulières en vue de renouveler sa clientèle, noyau majeur de la fréquentation touristique de la région,
- l'Aquitaine dispose d'une clientèle de proximité à développer avec deux bassins majeurs que sont l'Espagne et Midi-Pyrénées,
- La dernière campagne nationale de promotion date de 1997 et n'a pu être menée que pendant une année, ce qui est notablement insuffisant pour créer une destination.

La Région Aquitaine sait aujourd'hui que la bonne approche est donc celle qui croise un territoire avec des produits et des marchés, traduisant ainsi

l'application du raisonnement marketing à l'espace touristique. C'est la politique de la destination qui s'appuie sur l'image et la notoriété et non l'inverse. Et pourtant ... Bien évidemment, les contraintes mentionnées plus haut à propos des aléas climatiques, des accidents technologiques, du vieillissement des hébergements et des équipements jouent en défaveur de la **notoriété** de cette région. La méconnaissance de l'Aquitaine a été clairement ressentie par les experts du Comité Stratégique pour le Tourisme Aquitain[27] qui ont étudié les attentes et stratégies des principaux opérateurs touristiques, tant à l'échelon régional que national ou international. Un constat s'est clairement dégagé des auditions : si l'Aquitaine bénéficie d'un réel potentiel touristique lié à la diversité de ses patrimoines naturels et culturels, **son image est confuse, hétérogène, mal identifiée**. Pour preuve, les principaux éléments d'attractivité et de destinations mentionnés font référence au littoral (mer, mais aussi thalassothérapie, surf, activités de plein air), au Pays Basque (Biarritz, thalassothérapie, patrimoine rural), au Périgord (Préhistoire) et à Bordeaux (vins). En soi, ce n'est pas surprenant : l'histoire et la réalité touristique de l'Aquitaine se sont déjà largement construites sur ces bases. Les 450 000 lits marchands que totalise la région sont essentiellement concentrés sur ces pôles de développement, lesquels reçoivent l'essentiel des 84 millions de nuitées touristiques annuelles. Cette réalité est aussi économique et sociale : environ 2,3 milliards d'euro de recettes et 55 000 emplois en pleine saison sont largement le fait de ces quelques sites et stations. Pourtant la synthèse des attentes des opérateurs fait apparaître un constat largement partagé à l'extérieur de l'Aquitaine et systématiquement mis en avant par les dirigeants des groupes ou unions touristiques interrogés : l'**absence d'une identité propre à l'Aquitaine**, que l'on confond volontiers de Paris ou d'Europe du Nord avec le midi toulousain, le Quercy ou les pays gersois !

L'Aquitaine est une région touristique qui a longtemps hésité à nommer, **à hiérarchiser** et à promouvoir ses particularités sous un vocable commun. Quand, sur les marchés extérieurs, on évoque l'Aquitaine, ce sont des destinations fort différentes qui viennent en tête des opérateurs et touristes, parfois d'ailleurs situées en dehors du territoire de la collectivité, *faute d'image*

[27] A la demande du Président du Conseil Régional d'Aquitaine, un groupe de réflexion technique, comprenant le Vice-Président du Conseil Régional, la Directrice du Comité Régional de Tourisme, le Chargé de mission Tourisme du Conseil Economique et Social Régional, le Directeur du Tourisme, Patrimoine et Espaces Naturels de la Région et l'auteur de cet article a été chargé en 2002 «*de rassembler les éléments constitutifs d'une plate forme opérationnelle, bâtie sur les pistes ou axes prioritaires pour l'Aquitaine*». Ce groupe a travaillé à partir des rapports scientifiques et techniques existants et d'une vingtaine d'auditions de grands acteurs et opérateurs du tourisme national et international (liste en annexe documentaire n° 1).

unitaire suffisante[28]. L'Aquitaine en soi n'est pas nommée comme une destination touristique : on va plus volontiers en Périgord, dans les Pyrénées, sur la côte landaise. D'autres régions ont une image plus construite et mieux identifiée (c'est le cas de Midi-Pyrénées, de la Provence, de la Côte d'Azur, de l'Alsace et de la Bretagne, de nombreuses fois citées). La commercialisation et l'image issues des opérations de la MIACA sont jugées comme «*assez moyennes*» par les opérateurs. Il est clair que, de l'extérieur, il n'y a pas un seul lieu sur le littoral aquitain (hors la Côte basque) dont on ait dit : «*ce qui a été fait là est beau, s'adresse à une clientèle mixte, est une destination réussie, m'intéresse fortement*»[29]. Les pôles touristiques très marquants en Aquitaine, qui «*percutent à l'échelon international*»[30] , sont en faible nombre et cela nuit à la notoriété globale touristique de la Région (Bordeaux, Biarritz, Lascaux sont les trois seuls lieux cités par plus de trois opérateurs sur 17 entretiens).

Sur les atouts de l'Aquitaine, deux tendances s'opposent à l'examen des priorités affichées et des budgets votés :

- l'une, très conforme à toutes les autres destinations met en évidence les terroirs, l'art de vivre, l'authenticité (des termes «tendance», utilisés par toutes les destinations touristiques françaises), la nature préservée. L'océan est mis au même rang que tout le reste. La région Aquitaine y développe un complexe d'infériorité du littoral vis-à-vis du tourisme d'intérieur. Parmi ce courant, les points distinctifs n'émergent pas spontanément, sauf si on les place dans un contexte concurrentiel, face à d'autres régions. On joue avant tout la diversité, le «fourre-tout» : les contrats de Plan Etat – Région en fournissent la preuve, comme on le verra ici.
- l'autre, plus marquée, que l'on révèle surtout dans les campagnes de communication, hiérarchise les atouts de l'Aquitaine de manière distinctive. Et là, on ose l'océan comme élément essentiel qu'aucune autre région de France et d'Europe ne peut s'approprier. Viennent ensuite, de manière incontestable, les vins de Bordeaux, de notoriété mondiale, suivis du Pays-Basque, de la Dordogne - Périgord, et des villes comme Bordeaux, Biarritz, Sarlat ou Arcachon.

Enfin, un trait permanent ressort de l'étude des communications touristiques régionales **: l'Aquitaine a longtemps oublié ses Pyrénées, pourtant largement fréquentées**.

[28] D'après P. Cohen, directeur dans une entreprise de communication touristique («Hôtel République», Toulouse).
[29] J-R. Reznik, Directeur Général de la branche Tourisme – Loisirs du groupe Accor, Paris.
[30] J-R. Reznik, cit.

Le constat des professionnels du tourisme enquêtés reflète donc les hésitations entre une image forte et une pluralité culturelle qui est issue de la multiplicité de ses composantes : l'Aquitaine renvoie une **image confuse**. Contrairement à la région voisine de Midi-Pyrénées, tout aussi divisée mais sans doute mieux groupée derrière la bannière à la croix occitane, les éléments forts qui composent le territoire aquitain, dont la notoriété est ancienne et qui disposent de politiques de communication bien différenciées, persistent à empêcher l'émergence d'une identité régionale marquée. L'idée que l'on se fait à l'extérieur de l'Aquitaine touristique est floue : est-elle faite d'abord d'océans, de plages de sables, ou plutôt de côtes rocheuses, de pays verts, de grottes préhistoriques, de montagnes douces et vertes, ou encore de pics vertigineux, de forêts de pins, de vignobles, de métropoles ou de petites villes aux marchés florissants, de bastides, de châteaux forts ?

Depuis la loi de 1987 sur les Comités Régionaux de Tourisme et plus encore celle de 2002 sur la démocratie locale, l'Aquitaine est dorénavant l'échelle légitime pour fédérer et mener les campagnes de communication. Partant de là, le Conseil régional a récemment décidé de trouver le lien entre ces identités fortes et de transformer cet éparpillement en atouts. Les résultats ne seront visibles qu'à long terme et les différents opérateurs interrogés ont nettement conscience des moyens importants nécessaires pour inventer un territoire nouveau sur une base de communication : ils savent qu'il faudra recourir à des financements bien supérieurs à ceux affichés actuellement pour ce faire.

Tous conviennent qu'il reste à créer, derrière le vaste échantillon de produits souvent extraordinaires et variés, une **bannière fédératrice**[31] avec laquelle la région doit pouvoir promouvoir sa diversité touristique. «*On peut attirer les touristes avec une image, des images simples car les vacances, ce n'est pas très intellectuel. La plage, le sable et les pins font venir*»[32]. Créer une destination, c'est créer autour des lieux de séjours un **référentiel d'imaginaire** et lui donner un **nom** («*la côte ouest de l'Europe*»[33], «*le pays des eaux*»[34]). Voici l'Aquitaine légitimement appelée à créer une marque, mais seulement autour d'une unité construite en termes d'offre d'image[35]. La

[31] G. Ponteins, Directeur de Calicéo Best Western, Saint-Paul-les-Dax.
[32] F. Rocher, Présidente de la fédération régionale Aquitaine de l'Hôtellerie de Plein Air, Mérignac.
[33] J-R. Reznik , cit.
[34] Le thème de l'eau a été souligné par l'ensemble des interlocuteurs : eaux vives, torrents, rivières, lacs, points d'eau, océan, thermalisme, thalassothérapie, projet géothermique «*Aquitania*» des Landes. Citée de manière quasi incantatoire pour inviter à créer des produits nouveaux, complément de produit pour les séjours, très présente en Aquitaine, l'eau est dans l'imaginaire des opérateurs. Il reste à vérifier si elle l'est également pour les clientèles.
[35] P. Cohen, directeur dans une entreprise de communication touristique («Hôtel République», Toulouse).

communication est certainement un des ingrédients essentiels du succès des opérations sur les courts séjours (parcs à thème, résidences hôtelières). Elle devient aussi l'instrument d'une patiente construction politique et toutes les régions ou presque s'y emploient. Techniquement, la difficulté à trouver un lien fédérateur entre les diverses réalités et notoriétés touristiques régionales est minime : l'Aquitaine dispose de suffisamment d'atouts spécifiques pour donner du contenu à une image globale. Sur le plan politique, la gageure est autrement plus osée : l'un des enjeux de la constitution d'un lien fédérateur est bien de rallier l'ensemble des opérateurs, publics (les départements !) et privés derrière un identifiant commun, sans pour autant remettre en question ceux qui existent à l'échelle infra-régionale ou des principales destinations. Devant la difficulté et la résistance des identités infra-régionales, l'objectif devient donc minimaliste : affirmer le territoire aquitain dans son extrême variété – donc sans référence aux terroirs - pour en faire une destination touristique globale. Modeste, l'ambition d'une construction nouvelle nécessite néanmoins un **dessein politique** qui a manqué pendant vingt ans et qui s'affirme seulement depuis 1998. Afin de poser les bases de sa stratégie de communication, le Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine a fait réaliser (novembre 2001 - février 2002) un état des lieux de l'image touristique de la région. Ce travail d'analyse a reposé sur des entretiens menés avec plus de 80 professionnels et d'institutionnels du tourisme, élus et personnalités extérieures, avec l'objectif de mobiliser tous les acteurs autour de la démarche et de les associer à toutes les étapes de ce qui ressemble aussi à un **processus d'intégration politique** : il s'agit de coordonner les efforts des Offices de tourisme locaux, des Comités Départementaux du Tourisme et du Comité Régional. Longtemps, cet effort a été vain et l'échelon régional n'était qu'un relais de préoccupations et de destinations territoriales de rang inférieur. Depuis deux ans, et à l'occasion sans aucun doute d'un renforcement politique de l'échelon régional et de l'affirmation de l'importance accordée à son outil technique naturel (le Comité régional de tourisme), la Région Aquitaine affirme sa politique, son identité et entreprend avec quelques succès à fédérer et à coordonner les structures locales et départementales.

Trois actions ont été décidées ces deux dernières années : un travail sur l'image, un travail sur le nom, un travail sur la promotion régionale sont programmés dans les agendas budgétaires. L'Aquitaine va tenter de prendre sa place dans la concurrence en faisant le lien entre ses richesses, en mettant en évidence ses avantages comparatifs, en installant sa marque et en y regroupant les partenaires institutionnels et économiques du tourisme. Le Conseil Régional d'Aquitaine a choisi une ligne de communication touristique en 1999 qui bénéficie en 2003 d'un budget annuel de 460 000 euro et qui s'étale sur trois ans : «*l'Aquitaine, le sud autrement*». Quoiqu'on en pense, la volonté d'installer cette action dans le temps constitue la première tentative forte

d'affirmation du territoire régional, qui se poursuit avec «*L'Aquitaine, c'est le cœur qui parle» (2003)*. Cette campagne participe à la dynamisation de l'ensemble des politiques du Conseil régional, elle constitue autant une démarche de **communication interne** vers les partenaires aquitains qu'un appel dirigé vers les marchés extérieurs (l'opération de création de la Maison d'Aquitaine à Paris, structure d'accueil et vitrine du territoire régional participe de la même stratégie). Sensée séduire les clientèles, les prospects grands publics, mais aussi les opérateurs et les éventuels investisseurs, elle **marque son territoire** en tentant de lui donner un emblème.

Le budget 2002 du Comité régional de tourisme reflète déjà une inflexion du travail dans les domaines de son action à l'étranger, en France, au niveau des produits ou du conseil et de l'accompagnement stratégique. En ce qui concerne **la promotion à l'étranger**, par exemple, trois orientations fortes peuvent être remarquées :

— une concentration des moyens sur les pays fortement émetteurs de touristes que sont l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Belgique ou les Pays-bas,
— le traitement de l'Espagne comme un marché de proximité à fort potentiel de développement (c'est vraiment nouveau), avec des actions dépassant les salons Maison de la France pour atteindre aussi des villes comme Pampelune ou Saragosse (doublement du budget qui est consacré à ce pays),
— une action de défrichage sur les marchés lointains, au Japon par exemple à l'automne 2002, avec une prudence sur les marchés nord-américains eu égard aux attentats de septembre 2001.

Pour **la France**, les actions sur ce marché qui représente 77% des touristes en Aquitaine sont relancées avec un présence sur les salons grands publics à Lille, Lyon et Toulouse ainsi qu'au Salon de l'Agriculture. Pour les professionnels, le CRT coordonne désormais la présence aquitaine au *Marché international* du Tourisme et réalise un travail de requalification des TO pour le 10ème anniversaire de «Destination Sud-Ouest».

En augmentation réelle depuis trois ans, le budget du CRTA d'un montant de 3 504 970 euro progresse encore en 2003 de 476 417 euro soit 16 % par rapport à 2002. Si ce budget reste relativement modeste en comparaison des structures du même type ou rapporté à la position touristique de la région, cette progression montre la prise en compte du tourisme comme enjeu du développement territorial et économique par la Région. Le CRTA poursuit dorénavant avec constance son rôle de **réflexion, de conseil, d'accompagnement et de coordination** avec ses partenaires que sont la Région, les CDT, les offices de tourisme ou de pôle, les pays d'accueil, les chambres consulaires, auxquels il «renvoie» une idée des évolutions des marchés, de la demande, des stratégies de communication et de promotion. Le contact avec

eux lui permet également de développer des stratégies communes, de coordonner les efforts, de mieux connaître l'offre du territoire.

En ce qui concerne **les actions de promotion**, les évolutions (présence dans des salons aux côtés de la Région pour une économie de moyens, création d'évènements afin d'accompagner la campagne de communication nationale) sont réalisées à budget pratiquement constant. Les différences majeures viennent d'une relance de certains marchés (Pays-Bas, Suisse) et d'une légère baisse sur les autres car 2003 est une année de réédition de la brochure de base de la promotion régionale. Une édition est effectuée en allemand (sur ligne budgétaire «éditions» du CRTA) alors que la précédente avait été réalisée par Maison de la France. Globalement, l'augmentation de la ligne «éditions» est de 116% ! Le CRTA a considérablement renouvelé ses éditions et a mis en œuvre de nouvelles démarches traduites également par des éditions nouvelles (courts séjours et vélo par exemple). Il entreprend également de réaliser une version française de la brochure Saint-Jacques, éditée seulement en allemand en 2002, et ce en collaboration avec le CRT Midi-Pyrénées. Enfin, un document à l'usage des professionnels renouvelle la précédente édition du classeur en 1998 pour les workshops et contacts avec les professionnels.

En termes de produits, les grandes orientations du budget évoluent également. Une nouvelle ligne est désormais consacrée au tourisme **viti-vinicole** (13.500 ¤). La baisse de 19 % vient d'affectations inférieures pour la **thalassothérapie** ou **«Rivières et canaux du midi»** car, en 2002, la totalité des sommes inscrites n'a pas été consommée (ces dossiers associent de nombreux partenaires ce qui entraîne des délais de réalisation).

Suite à l'élaboration de la stratégie de communication et dans le cadre de la campagne nationale de communication du Conseil Régional, le CRTA s'est équipé informatiquement afin de pouvoir gérer **un site internet** performant. Dans ce domaine, il accusait jusque là un retard majeur, préjudiciable au développement touristique de l'Aquitaine eu égard à l'évolution de la concurrence et des modes de consommation touristique. Cette augmentation budgétaire récente que l'on espère pérenne permet à la Région à la fois de poursuivre de manière dynamique ses actions sur les marchés étrangers tout en accompagnant la campagne de communication nationale prévue au budget du Conseil régional d'Aquitaine par des actions de promotion et de communication sur le marché français.

On notera, dans l'évolution des compétences assurées par les différentes collectivités locales, une évolution du travail de la Région avec ses partenaires. Désormais, les Comités départementaux recentrent de plus en plus leurs actions sur le marché français et de proximité. Ils réduisent donc leur participation aux actions de promotion internationale et accompagnent de moins en moins le CRTA sur les salons. Le maintien d'une présence aquitaine, nécessaire sur les salons majeurs et pour les workshops avec les professionnels,

revient donc maintenant au seul Comité régional. En revanche ce dernier produit de plus en plus de documents, qu'il distribue sur les salons et au cours de ses diverses actions de promotion et de communication en faisant appel à des produits des départements ou de ses partenaires. Afin de maintenir une forme de participation des autres collectivités territoriales aux actions collective de ce type, le CRT envisage, comme c'est le cas dans d'autres CRT, la demande d'une participation, y compris pour les actions de communication comme les brochures thématiques.

Le CRTA souhaite jouer désormais un rôle de **réflexion, de conseil, d'accompagnement ou de coordination** avec ses partenaires sur le terrain que sont les CDT, les offices de tourisme ou de pôle, la Région, les chambres consulaires, etc., auxquels il apporte l'ingénierie et la connaissance des évolutions des marchés, de la demande, des stratégies de communication. Ce contact lui permettrait de développer des stratégies communes, de coordonner les efforts, de mieux connaître l'offre. Dans ce contexte, le CRTA participe déjà pleinement au travail de **la mission littoral** et dispose d'ailleurs d'une subvention spécifique sur ce thème qui a permis, notamment, le recrutement d'un cadre qui suit cette thématique de manière transversale et permanente.

Pour renforcer cette évolution générale de son impact politique et territorial, la Région encourage et appuie par ailleurs la création d'un *«événementiel du tourisme»*[36]. L'objectif est de construire une manifestation de dimension nationale avec un thème spécifique différent chaque année, pour *«faire parler de l'Aquitaine à l'extérieur»*. Ce *«rendez-vous annuel du tourisme en Aquitaine»* prendrait la forme d'un colloque, offrirait un lieu de concertation entre les acteurs, les opérateurs, les investisseurs, les experts, les universitaires, les journalistes. On y attend des débats qui permettent de dégager, sur une thématique donnée, des orientations novatrices, d'approfondir des sujets majeurs pour le développement, d'analyser les évolutions des clientèles et des marchés, bref de rester en éveil sur les grandes questions relatives au tourisme. Il s'agirait donc d'un véritable *«laboratoire d'idées favorisant l'innovation»*. Le pouvoir régional tente ainsi de fédérer des initiatives partielles déjà existantes sur le territoire aquitain : celle du Département des Landes, qui vient de créer *Imatourisme*[37] depuis 2001, est sans doute particulièrement concernée.

---

[36] Conseil régional d'Aquitaine, *Rapport d'Orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, Séance plénière de novembre 2002, p. 15

[37] *Imatourisme* est un symposium de travail, de dimension internationale (un *«Davos de la communication touristique»*) qui a lieu à Moliets (station littorale des Landes) tous les mois de novembre. Cette rencontre internationale réunit les professionnels de la communication et ceux du tourisme. *Imatourisme* se veut être un lieu d'innovations en matière de communication touristique et souhaite tracer les voies d'évolution possible dans ce domaine.

Et voici encore un autre témoin de l'affirmation lente, patiente mais réelle de la construction du territoire régional à travers son développement touristique : le rapport Moyrand communiqué en assemblée plénière de la Région a entériné la transformation du salon[38] professionnel «Destination Sud Ouest»[39] en salon «Destination Aquitaine». La récupération territoriale de cet outil, jugé efficace par les exposants et les visiteurs, qui présentait à l'origine la particularité d'être itinérant (un an dans chaque région : Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Aquitaine), est ici dirigée en instrument de communication interne à la région. La constitution d'une «charte régionale de la communication touristique», certes débattue entre les partenaires, marquera donc dorénavant l'empreinte de la région aux côtés des accroches traditionnelles : «Dordogne, Pays de l'Homme», «Ici, les Pyrénées sont Atlantiques», etc. Grâce à des objectifs techniques à atteindre par paliers (notoriété, fréquentation, vente de produits), la région souhaite diriger les actions de communication de ses partenaires, les articuler dès lors qu'elles respectent une charte de qualité et qu'elles s'inscrivent dans ses objectifs. Qui pourrait s'en émouvoir ?

Cependant les experts s'accordent pour estimer que l'image globale du tourisme aquitain demeure assez faible et que ceci explique, en partie, la faiblesse relative de la fréquentation étrangère, notamment sur le littoral. Il est peu probable que l'on parvienne à rendre cette image plus substantielle uniquement par des campagnes de communication. Les évolutions, en la matière, sont aussi étroitement dépendantes d'une modification profonde de l'offre touristique.

L'action régionale sur son système de production touristique

L'action régionale sur son système de production touristique, en constante augmentation, a été longtemps caractérisée par la dispersion et fait la part belle à des interventions souvent disparates et pas toujours structurantes.

Les autorisations de programme du domaine «tourisme» représentent 1,7 % du total des autorisations de programme du budget régional.

[38] Ce salon permet de faire découvrir le territoire aux tours opérateurs français et étrangers invités et de programmer à leur intention des «éductours», voyages pratiques souvent financés par les collectivités territoriales invitantes qui permettent faire goûter concrètement aux produits en question.

[39] «*Destination Sud-Ouest*» était promu par les régions Aquitaine, Midi-Pyrénées et Languedoc - Roussillon

Tableau n° 2 : Budget Tourisme 2003 du Conseil régional Aquitaine – Section Investissement

Domaine	Inscriptionsbudgétaires 2003 (autorisations de programme) millions d'¤	% de l'intervention	Evolution notable 2002-2003
Littoral	2	23	+ 25 %
Montagne	0,61	7	-
Intérieur (loisirs sportifs, tourisme nature, pôles touristiques ruraux)	2,61	30	
Patrimoine	1,25	14,4	+109 %
Fluvial	1,63	18,8	
Projets structurants (tourisme d'agglo-mération)	0,5	5,7	nouvelle ligne
Aide au conseil	0,044	0,5	
Total	8,644	100	+21 %

Sources : Conseil Régional d'Aquitaine, Direction Tourisme, 02/2003.

Le fragile héritage de 30 ans de politiques du littoral

La lente mise en place des politiques touristiques régionales sur le littoral présente un ensemble de caractéristiques qui en font un domaine de très grand intérêt et de forte actualité pour plusieurs raisons :

1. actuellement, en Europe, plus d'un habitant sur deux habite à moins de 50 kilomètres de la mer. Le littoral est certainement le domaine touristique qui pose le plus de défis : environ 20% du territoire régional y sont soumis à une forte pression. Celle sur le foncier produit un accès très difficile des jeunes habitants au logement, donc peut amener à terme des conflits de générations. A la contention territoriale de l'offre et de la fréquentation touristiques régionales, s'ajoute la concentration saisonnière de l'activité. La fréquentation globale de la côte n'a cessé de croître à un rythme important, beaucoup plus rapide que la moyenne nationale : 5 % par an pour la période de 1975 à 1988. Cette tendance s'est accentuée de 1988 à 1990 (+ 12 %). Mais depuis 1992, la tendance de fréquentation du littoral est globalement à la **stagnation** ou à la **baisse**. Lorsque cette baisse concerne la fréquentation de l'ensemble de la région (baisse conjoncturelle), on observe que le littoral est le plus affecté et que l'intérieur résiste mieux. Ce qui dénote la fragilité structurelle du tourisme côtier aquitain et l'attention qui doit lui être portée. D'autant que le tourisme entretient un volume d'activité et d'emplois induits important qui bénéficie à d'autres entreprises non directement rattachées au secteur (bâtiment et travaux publics, services connexes, commerces).

2. en 1970, la clientèle touristique était composée pour une très large proportion de familles avec enfants à revenus et statut social modestes. Au cours des vingt dernières années, on constate un **vieillissement** et une **élévation du niveau social de la clientèle**. Elle est devenue plus exigeante et plus mobile. De façon schématique, on peut définir aujourd'hui deux grands types de clientèles sur le littoral aquitain : celle qui prend ses vacances en une seule fois de manière traditionnelle (long séjour d'été), et une autre, plus aisée, qui fractionne ses séjours en 3 ou 4 fois. Cette dernière représente dorénavant le tiers des touristes sur la côte et fréquente désormais de préférence les stations de qualité. Ce segment de clientèle constitue le cœur de cible à privilégier.
3. Par ailleurs, on observe une **forte poussée démographique** vers l'ouest aquitain. Face à la pression foncière, les aménageurs doivent donc renforcer leur attention sur le respect des équilibres entre zones urbanisées et zones naturelles tout en apportant des réponses aux risques de déprise économique qui commencent à menacer sérieusement les petites stations. L'activité touristique régionale génère en pleine saison 45 000 emplois (plus des 3/4 sont permanents à l'année), dont 15 000 en secteur hôtelier, suivi par la restauration, l'hôtellerie de plein air et les activités de loisir. Il n'existe pas d'observation économique des flux touristiques spécifique à l'ensemble du littoral, mais si on opère un regroupement des résultats départementaux avec pondération, on obtient au minimum un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euro (plus de 60 % du chiffre d'affaires du tourisme aquitain) et 27 000 emplois directs (plus de 60 % des emplois touristiques directs de l'Aquitaine). Par l'effet multiplicateur de l'économie touristique[40], la formation brute de capital fixe[41] (qui compte environ pour 5 % de l'investissement total) contribue pour 8 à 10 % au produit intérieur brut régional. Cette croissance accélérée s'est traduite par une évolution des emplois salariés dans le tourisme plus importante que la moyenne nationale (53 % contre 36 % sur dix ans) et plus élevée de 7 % que l'ensemble des autres secteurs de l'activité économique régionale. Avec un risque d'érosion des positions de l'Aquitaine dans le tourisme côtier, alors que le littoral représente 60 % du chiffre d'affaires du tourisme régional, le Conseil régional se doit d'agir, d'autant qu'il a peu entrepris en la matière de 1988 à 1999.

[40] Garrigues (N), «Multiplicateur des dépenses touristiques», *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Paris, Ministère du tourisme, 2000, p. 82 et 83.
[41] Mesplier-Pinet (J), «Formation brute de capital fixe du tourisme», *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, op. cit. p. 65 et 66.

Tableau n° 3 : La capacité d'accueil du littoral aquitain - (Comité régional du Tourisme, 2003)

La capacité d'accueil sur le littoral aquitain se décompose comme suit :

- 18 000 lits en hôtellerie sur le littoral, soit 28% de l'offre aquitaine
- 204 000 lits en camping sur le littoral, soit 62% de l'offre aquitaine
- 35 386 lits en villages de vacances sur le littoral, soit 82% de l'offre aquitaine (source : CRTA – Bilan 2000). Evolution +8 000 lits depuis 1980
- 19 387 lits en résidences de tourisme sur le littoral, soit 76% de l'offre aquitaine (source : CRTA – Bilan 2000). Ce type d'hébergement n'existait quasiment pas en 1980.
- 496 900 lits en résidences secondaires au sens INSEE du terme, soit 56% de l'offre aquitaine (source : INSEE – recensement 1999). + 67.800 lits par rapport à 1990. Dans ce parc sont inclus les meublés offerts à la location. Ce dernier peut être estimé à 360 000 lits. Il conviendrait aussi de tenir compte du parc de logements vacants (Recensement INSEE). En effet sur le littoral en pleine saison, on peut considérer qu'il n'y a pas de logements vacants soit 62 600 lits supplémentaires à rajouter au parc de résidentes secondaires (soit 13% de l'Aquitaine)
- 163 000 résidences principales sur le littoral qui offrent au moins un lit touristique, soit au minimum 163 000 lits touristiques (source : INSEE – recensement 1999). + 26 000 par rapport à 1990.

Globalement, le parc est relativement stable. On constate une inégale répartition des hébergements et on note un déficit de la part de l'équipement hôtelier sur le littoral.

La fréquentation

Le tourisme littoral représente environ 51% de l'activité touristique régionale tous hébergements confondus. Si on ne tient compte que de la partie commercialisée, on peut estimer le poids du littoral à plus des 2/3 de l'ensemble régional. La fréquentation est essentiellement estivale et génère sur les mois d'été environ 35 millions de nuitées. Si on applique la durée moyenne de séjour en Aquitaine, ce sont donc 2,5 millions de séjours qui sont enregistrés sur le littoral aquitain par saison (estimation CRTA).

4. la préservation et la mise en valeur du littoral aquitain doivent beaucoup à l'action de l'Etat avant la décentralisation. Depuis la disparition de la Mission d'aménagement de la côte aquitaine (MIACA) en 1985-1987, les positions des partenaires étaient devenues floues, des échecs patents ont agacé les élus et certains opérateurs[42]. Un certain nombre d'actions ont été poursuivies ou amplifiées mais portées désormais par les départements qui en ont fait un des grands domaines de leurs compétences

[42] Les deux rejets de permis de construire du Club Méditerranée à Moliets, par exemple, sont dus aux recours des associations de protection de la nature en application de la loi Littoral.

territoriales prenant ainsi le pas, sur le terrain, de politiques que l'on aurait pu croire naturellement dévolues à la Région. Pour assurer la continuité territoriale de la côte, relever les défis ouverts par l'évolution de ce littoral (défi touristique, défi démographique, défi économique, défi écologique), poursuivre une action globale engagée dans le respect du schéma initial, le Conseil régional, absent de ce domaine de 1985 à 1999, a aujourd'hui affirmé sa position.

Tableau n° 4 : Les ports de plaisance

	Places sur pontons hors corps-morts
GIRONDE	**4 039**
ANDERNOS	149
ARCACHON	2 600
AUDENGE	232
GUJAN-MESTRAS	243
LANTON	225
LEGE-CAP-FERRET	300
PAUILLAC	150
VERDON/MER	140
LANDES	**983**
CAPBRETON	950
MIMIZAN (Halte nautique)	33
PYRENEES ATLANTIQUES	**1 329**
ANGLET	423
BIARRITZ (port de pêcheurs)	101
HENDAYE	730
SAINT-JEAN-DE-LUZ	75
AQUITAINE	**8 663**

Source : Ports – 1999

5. le contrat de Plan Etat-région 2000-2006 comporte un volet tourisme littoral spécifique. L'évaluation de cette politique publique[43] permet de saisir le degré d'information des élus et des citoyens sur les effets des politiques menées et de mieux comprendre les sources de dysfonctionnement et les voies d'amélioration des dispositifs actuels et futurs de la planification régionale. L'évaluation réalisée est intervenue à mi-parcours. Elle n'a pas été lancée, par conséquent, pour établir un bilan complet des résultats et impacts des actions menées, mais pour s'assurer que les opérations financées correspondaient bien aux intentions initiales. Cette analyse complète de la stratégie touristique des collectivités territoriales sur le littoral aquitain montre (on y reviendra plus loin) à quel point

[43] Préfecture de la Région Aquitaine, Secrétariat Général pour les Affaires Régionales, *Evaluation de la politique en faveur du tourisme littoral, contrat de plan Etat-région 2000-2006*, Bordeaux-Préfecture de région, 2002.

la politique touristique est dépendante d'une politique cohérente et concertée d'aménagement des territoires, longtemps absente à l'échelon aquitain. Cependant, le lancement du Schéma régional d'aménagement et de développement du territoire débute en 2003 et témoigne d'une évolution sensible des volontés en la matière.

De la MIACA à la Mission littoral : une filiation lente et difficile

Le littoral aquitain possède une image forte qui repose sur deux trilogies : océan — lac – forêt, océan – côte — montagne, et sur la disponibilité de vastes étendues naturelles et «vierges». Sa fréquentation concerne des populations venant de toute l'Europe mais elle a pris son essor avec un temps de retard par rapport à d'autres littoraux, ce qui a sans doute permis de mieux le préserver. Il devient cependant un espace convoité dès la fin du XIX^{e} siècle, avec les premières stations balnéaires, puis par les aménagements de la fin du XX^{e} siècle.

Il y a 36 ans, en 1967, l'Etat créait la Mission Interministérielle d'Aménagement de la Côte Aquitaine (MIACA) dont les schémas d'aménagement et les bilans semblent désormais reconnus[44] :

— presque tous les **objectifs** quantitatifs définis en 1976 par la MIACA **ont été atteints**, y compris ceux concernant la préservation du milieu naturel : la Région a fait de **l'environnement**, de **l'espace** et de **la qualité de la nature** les éléments moteurs de son développement côtier ;

— pourtant les **résidences secondaires** fournissent désormais la majeure partie de la capacité d'accueil du littoral aquitain. Leur proportion est nettement supérieure à celle de 1970. Et cela pose problème : ce secteur est faiblement commercialisé et pour les trois quarts privatif. Seuls 25 % de ces logements sont des meublés touristiques. Ce type d'investissement immobilier a certes eu des conséquences économiques bénéfiques par ses effets induits sur les services (maintien des activités d'artisanat, du bâtiment, de commerce de détail). Mais la fréquentation de ce type d'hébergement, grand consommateur d'espace, est timorée (la moyenne est de 15 jours d'occupation par an). Les résidences de tourisme, la para hôtellerie et les nouveaux modes de résidences à temps partagé (timeshare) sont des formes d'investissement beaucoup plus rentables économiquement et plus respectueuses de la qualité de la nature. Le marché a été porteur et s'est fortement développé ces dernières années. Les résidences secondaires sont, en nombre, le premier hébergement de la côte et la

[44] On en trouvera un bilan publié entre autres dans VLES (V), *Le projet de station touristique*, op. cit., p. 170 à 183 ; dans Direction Régionale Aquitaine, *Schéma de cohérence*, 1996, op. cit. ; et dans Préfecture de Région Aquitaine, *Livre Bleu*, 2002, op. cit., p. 93 à 95.

capacité d'accueil en lits banalisés (30 %) est également plus forte qu'à l'intérieur de l'espace aquitain (30 % de la capacité d'hébergement touristique sur le littoral, contre 13 % dans l'intérieur).

— 30 % des hébergements touristiques nouveaux ont été ouverts aux **clientèles modestes**. Dans l'ensemble des modes d'accueil, la part de l'hébergement social est passée de 37 % en 1979 à 35 % en 1993. 80 % ont été créés dans les stations touristiques nouvelles, constituant parfois, comme à Carcans-Maubuisson, un véritable germe pour lancer un pôle nouveau ; les villages de vacances ne représentent que 3,5 % de l'ensemble de la capacité d'accueil (10 % des lits dits sociaux). Il s'agit de structures lourdes (souvent plus de 500 lits), obsolètes par rapport aux besoins actuels des clientèles et dont la plupart n'ont pas fait l'objet des travaux de modernisation qui auraient été nécessaires (85 % de cette forme d'accueil se situent dans les Landes et en Gironde). Actuellement, un certain nombre d'établissements créés depuis les années 1970 ont fermé leurs portes, d'autres nécessiteront des efforts importants de réhabilitation afin de les remettre en état et porter leur niveau de confort et d'habitabilité aux demandes actuelles. Ces travaux permettraient de les rendre aptes à recevoir des occupants en dehors de la saison touristique.

— les objectifs quantitatifs concernant les **campings** ont été atteints (32 500 lits créés contre 30 000 prévus). La prédominance de l'accueil en hôtellerie de plein air (222 000 lits au total) est le fait de grands campings, avec une faible diversification dans les formules standardisées d'habitat léger de loisirs. Leur fréquentation est fortement liée à l'ensoleillement et l'évolution des deux dernières décennies est moins forte (+ 6 %) que l'augmentation de la capacité (+ 31 %). Depuis quelques années déjà, on constate un **fléchissement des capacités d'accueil** dans ce mode d'hébergement. L'application de la loi Littoral et de la norme de reclassement du 11 janvier 1993 représente l'occasion de revoir les conditions d'accueil dans les campings, en tirant le confort vers le haut de gamme.

– à ces grandes tendances sur les équipements, il faut ajouter la réalisation d'aménagements touristiques d'envergure : par exemple la base de Bombannes (centre d'animation, piscine, tennis) au fonctionnement difficile[45], stations de Seignosse - Le Penon et de Port d'Albret (bassins d'eau de mer et plans d'eau), ports de plaisance de Pauillac (200 anneaux), d'Arcachon (2 648 anneaux), de Capbreton (270 anneaux prévus, 800 réalisés), d'Anglet (423 anneaux). Sans oublier les très nombreux équipements sportifs, d'accueil du public dans les espaces sensibles, les plans plages, les aménagements légers sur les lacs intérieurs, les réseaux de pistes cyclables qui participent pleinement à l'économie touristique, dans le respect des milieux (du moins actuellement, car la demande foncière reste forte).

[45] l'association gestionnaire – pour le compte du Conseil Général de Gironde – l'Assanimat, a été dissoute en 2000 et la gestion du domaine est désormais confiée à l'U.C.P.A.

Les grands objectifs d'équipement et de protection de la MIACA étaient atteints dès 1985. La décentralisation fait disparaître la Mission Interministérielle (son action ne sera plus financée à l'issue du premier Plan régional, en 1988) et, pendant près de trois plans quinquennaux, le littoral aquitain n'a plus d'instrument de pilotage d'ensemble. La poursuite et la fin des actions et des programmes engagés sont reprises – avec quelques succès – par les départements : achèvement des Zones d'Aménagement Concertées[46], poursuite des plans Plage, développement des ports, des pistes cyclables, de l'amélioration de l'état de la voirie départementale. Les lois de transfert des compétences de 1983 ont profondément modifié le dispositif institutionnel d'aménagement et de gestion du littoral. L'application de la loi Littoral de 1986 est difficile, les recours nombreux, le retrait de la MIACA ne permet pas de tenir l'objectif d'un parc de résidences secondaires limité, la poussée urbaine et les phénomènes de métropolisation grignotent les secteurs d'équilibre naturel. Bien appliquée, la loi Littoral laisse cependant trop de zones d'interprétations aux tribunaux pour ne pas relancer le débat d'une nécessaire adaptation régionale : la référence à la notion de «coupure d'urbanisation» pour les espaces naturels fait l'objet de «négociations» locales, la notion de «hameau nouveau» pose des problèmes de sécurité en zone forestière, celle de bande littorale inconstructible («la bande des 100 mètres») mériterait une adaptation aquitaine intégrant le cordon dunaire et la frange forestière de protection et de production (environ 500 mètres). Les actions de recours engagées par les associations de protection de la nature contre certaines opérations (Port d'Albret, Moliets, Mimizan, Capbreton) vont très vite éroder la notoriété de la côte, montrer **les insuffisances du travail de planification**, l'absence de vision d'avenir, de méthode nouvelle pour prendre le relais de la Mission.

L'état de la planification dans les 20 communes littorales de Gironde, les entretiens avec les 20 personnes chargées de l'urbanisme des communes littorales de Gironde et des Landes réalisés en janvier et février 2002[47] montrent les difficultés actuelles et à venir autour de la maîtrise du dévelop-

[46] Hontebeyrie (S), *Le littoral aquitain, 25 ans d'aménagement concerté*, Projet de fin d'Etudes de DESS Aménagement et gestion des stations touristiques, Université de Bordeaux 3, novembre 1994, 60 p.

[47] Roudet (C), *Conditions d'application de la loi Littoral sur la côte nord aquitaine*, mémoire de DESS Urbanisme opérationnel, Ville en projet, Bordeaux : université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, février 2002, 94 p.

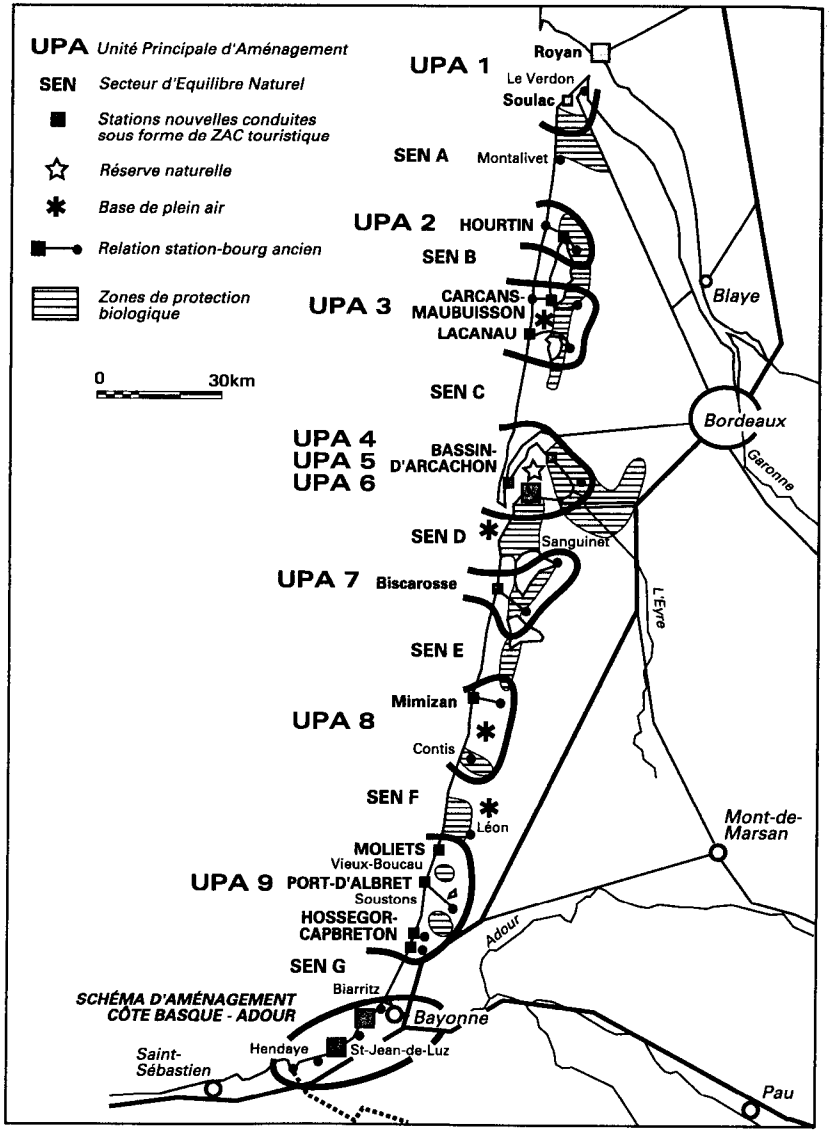

Figure n° 1 : Un aménagement touristique du littoral sous surveillance

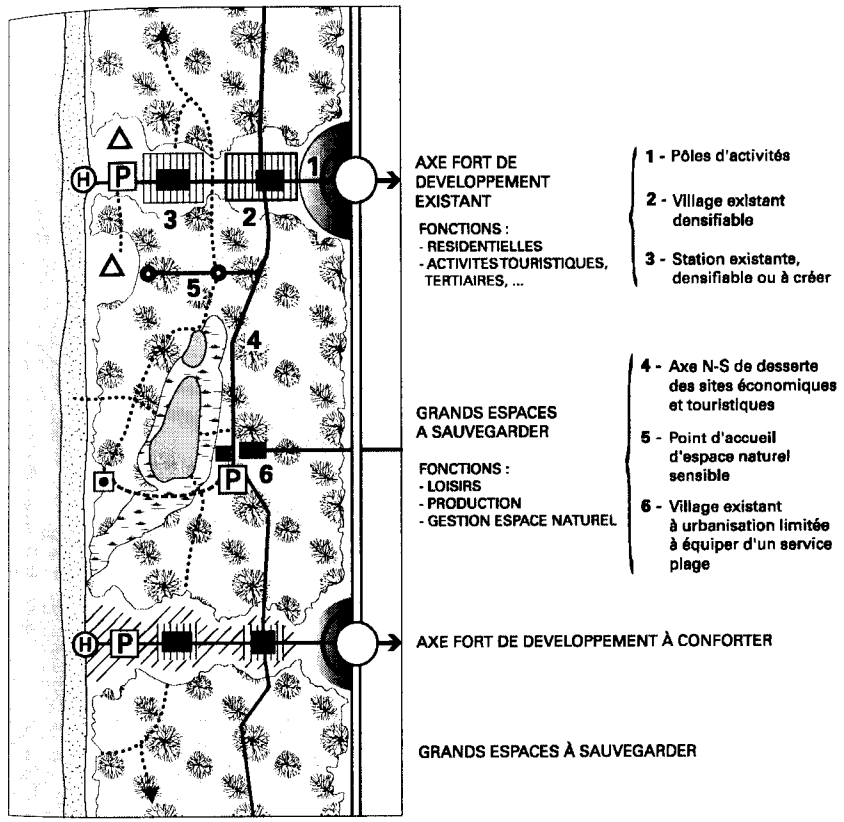

Figure n° 2 : Les grands principes de l'aménagement de la côte aquitaine

pement touristique. Les communes très touristiques et soumises au facteur saisonnier (les stations) voient dans la loi Littoral un frein à leur développement. Soumises à une forte pression touristique et à une concurrence de plus en plus forte, elles souhaitent toutes diversifier et agrandir leur offre de logements pour sortir de la vocation «sociale» de leur tourisme. Elles voient dans la loi Littoral un frein à cette modernisation. Par ailleurs, la question du réaménagement et de l'agrandissement des campings apparaît systématiquement lors des entretiens. Les communes souhaitent sortir de l'offre «bas de gamme» des campings municipaux actuels pour augmenter leur standing et leur confort (vers les 4 étoiles) et transformer ces campings en parcs à mobile homes ou à bungalows. Indéniablement, ces derniers évolueraient vers des «lotissements de fait». A terme, on peut craindre la cession de ces terrains à leurs occupants et voir apparaître des problèmes de concessions communales et de bâtis disparates et peu entretenus. Ce phénomène permettrait de contourner la limitation de la construction de résidences secondaires, imposée par les Plans d'Occupation des Sols.

Consciente du problème posé par le statut quo et avec l'appui de quelques scientifiques[48], la Direction Régionale de l'Equipement s'est certes livrée à un difficile exercice de planification territoriale en publiant en 1994 un Schéma de cohérence et de gestion des milieux littoraux[49]. Mais les difficultés liées à l'application de la loi Pasqua à partir de 1996 n'ont pas permis de traduire ces principes nouveaux en modes d'intervention : l'Etat s'est toujours refusé, sur le littoral aquitain, à prendre une Directive Territoriale d'Aménagement alors qu'il a mis à l'étude celles des Alpes-Maritimes[50], des estuaires de la Seine et de la Loire, des Bouches-du-Rhône, des Alpes du Nord, de l'aire métropolitaine lyonnaise et des bassins miniers nord-lorrains. Sa compétence dans l'aménagement du territoire régional s'est très sensiblement réduite.

[48] Mmes et MM. Herrera-Casenave, Hubrecht, Lacour, Lamy, Lissalde, Tastet et Vles : *Le littoral aquitain, un terrain de recherche*, DRE Aquitaine – CPAU Aquitaine, Bordeaux, 16 décembre 1994, actes, 27 p. et annexes

[49] D.R.E., juin 1994, 169 p.

[50] La DTA des Alpes-Maritimes est la seule à être soumise à l'examen du Conseil d'Etat à la date du 1er mars 2003. La D.T.A. est un document opposable aux tiers. L'article 4 de la «loi Pasqua» n° 95-115 du 4 février 1995 d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire stipule que les DTA «*peuvent fixer, sur certaines parties du territoire, les orientations fondamentales de l'Etat en matière d'aménagement et d'équilibre entre les perspectives de développement, de protection et de mise en valeur des territoires*» (article L.111-1-1 du code de l'urbanisme). Une DTA aurait permis d'adapter les seuils et les critères de l'urbanisation, de désigner les espaces et paysages les plus remarquables, de préciser les modalités d'application du principe de continuité territoriale (paragraphe III de l'article L. 145-3 du code de l'urbanisme). Cette DTA aurait été directement opposable aux documents d'urbanisme comme aux autorisations d'utilisation du sol et notamment aux permis de construire (Cour administrative de Marseille, 18 mars 1999).

Pour que l'Aquitaine retrouve une ambition pour son littoral, il faut donc attendre 14 ans.

Les collectivités locales ont dû insister avec force dans les travaux préparatoires au contrat de Plan Etat - Région 2000-2003 pour que l'Etat consente à porter le débat en Comité Interministériel pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire. Le CIADT du 9 juillet 2001 précise enfin les objectifs d'une intervention : conforter les acquis des politiques publiques passées, poursuivre un développement durable, concilier le développement des activités, maîtriser l'urbanisation, préserver la nature et produire un aménagement de qualité. L'Etat y évoque des moyens (en fait, actuellement, une Charte[51] est seulement prévue) et crée le Conseil Supérieur du Littoral (qui rassemble l'ensemble des partenaires, suit l'avancement des travaux et valide les propositions qui sont ensuite approuvées par les administrations et collectivités compétentes). Enfin, il constitue une «mission Littoral aquitain» dont le rôle est de mener la réflexion, avec l'ensemble des partenaires, pour déterminer les objectifs prioritaires d'aménagement du littoral et les méthodes appropriées pour leur mise en œuvre.

Il n'a pas été question pour l'Etat et la Région, dont les financements sont très sollicités et les budgets réduits, de recréer avec cette mission Littoral une «nouvelle MIACA» qui disposait, avant la décentralisation, de moyens financiers et humains importants et d'une autorité considérable. Le refus de la mise en œuvre d'une Directive territoriale d'aménagement est également révélateur d'une grande liberté laissée aux collectivités locales et aux associations dans leur coordination pour gérer le développement territorial. Cette nouvelle Mission est contrainte par l'inachèvement de la décentralisation qui laisse des responsabilités fortes très partagées à toutes les collectivités locales : son effectif est réduit (deux personnes), des correspondants dans les administrations d'Etat et territoriales forment un «groupe technique» de 70 membres environ qui utilisent leur connaissance locale et leur expérience à des fins d'analyses et de propositions. Ces propositions sont ensuite validées par le Conseil Supérieur du Littoral dans lequel siègent les représentants de l'Etat, les parlementaires et les élus régionaux et locaux, les responsables de filières touristiques et des autres activités économiques (forêt, pêche, plaisance...), des responsables d'associations de défense de l'environnement. Pour lancer la réflexion, la Mission a établi un état des lieux («Livre Bleu»). Ce document rassemble les données existantes, revues et souvent enrichies par les administrations et les collectivités locales, par des organisations professionnelles ou universitaires. L'objectif est de donner à tous une information

[51] Cette Charte est un simple texte précisant l'action attendue de la part des opérateurs et collectivités, et non une Directive Territoriale d'Aménagement (D.T.A.).

globale et partagée afin d'enrichir les débats et les réflexions. Il ne s'agit en rien, dans ce Livre Bleu, de propositions ou d'orientations nouvelles, mais la Charte du littoral aquitain qui en résulte regroupe cinq grandes orientations qui fondent la stratégie commune de la Région et de l'Etat et marquent, par une **fragmentation à outrance des objectifs**, les limites de la décentralisation inachevée de l'aménagement touristique. Le grand projet n'est plus de réaliser de l'équipement mais de **s'occuper des habitants permanents** et du bassin de vie de ce territoire. En effet, un accord semble acquis pour privilégier cinq axes prioritaires d'intervention :

Protéger le littoral, développer l'intérieur
Renforcer les services pour la population permanente du littoral
Améliorer la qualité de l'accueil touristique
Relever le niveau des équipements
Rééquilibrer l'emploi sur le littoral

1. Mieux protéger le littoral, développer l'intérieur

La côte aquitaine dispose sur sa bande littorale d'environ un million de lits et accueille chaque année trois millions de touristes, pour une population permanente de 300 000 habitants seulement, soit dix fois moins. On y observe une tendance à la stagnation de la fréquentation et un sentiment de saturation face à l'importance des flux touristiques. L'espace nécessaire au développement existe encore, et c'est l'occasion de s'interroger sur un redéploiement de l'activité et de l'immobilier touristique. Pour la Région et l'Etat, un développement nouveau est envisageable aux conditions suivantes :

- valider à nouveau le schéma MIACA dans ses principes fondamentaux et en particulier en confirmant l'alternance entre les neuf Unités Principales d'Aménagement (UPA) et les sept Secteurs d'Equilibre Naturel (SEN). Cette validation du schéma MIACA est inséparable de propositions pour **mieux appliquer la loi Littoral** en fonction de critères plus précis et mieux adaptés aux milieux naturels aquitains ;
- trouver un nouvel équilibre entre le littoral et l'arrière-pays : encourager la création de structures d'accueil et d'hébergement de qualité en retrait de côte, consolider les équipements routiers (est-ouest) permettant une meilleure mobilité spatiale, développer l'intercommunalité «en profondeur» en prescrivant des Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT)[52] transversaux (littoral-intérieur), élaborer de nouveaux produits touristiques sur le thème «nature-patrimoine», jumeler des stations littorales avec des villes de l'intérieur, ouvrir des espaces forestiers au public ;
- renforcer ou de réaffirmer la protection de la bande littorale : conserver l'ensemble quasi complet des 390 zones naturelles d'intérêt écologique,

[52] Loi S.R.U. du 13 décembre 2000.

faunistique et floristique (ZNIEFF), les 9 zones d'importance pour la conservation des oiseaux (ZICO) sur les 68 620 hectares, les 6 réserves naturelles, les 8 chasses maritimes, les douze sites classés, les 30 «sites et paysages remarquables» notifiés au titre de l'article L 146-6 de la loi Littoral sur 3 528 hectares du Conservatoire du littoral ; les cartographier, les insérer dans un Système d'information géographique (SIG) spécifique, instrument unique et public d'information qui permettra à tous publics de connaître précisément la localisation et le type de protection attaché à un espace ; communiquer sur cette panoplie de protection efficace et moderne ; la lier au développement de produits légers de tourisme nature (gîtes panda, randonnées sauvages) ;
- protéger le cordon dunaire, tout en donnant possibilité d'accès à la mer (nouveaux plans plage, équipements de sécurité) : les plans plage, mis en place en 1980 pour concilier accueil, sécurité et environnement ont concerné une trentaine de sites répartis sur toute la côte. Réversibles (démontage possible), ces sites d'accueil ne concernent pourtant que 2% de toute la forêt et ont représenté une dépense publique totale de 1,5 millions d'euro par an, soit 0,3 euro par visiteur. Une étude est confiée à l'ONF et à l'Ecole d'Architecture et du Paysage de Bordeaux pour décongestionner les sites actuels, décider des équipements et des services légers à accepter en bordure du littoral (parkings, pistes cyclables, sanitaires, sécurité, services et commerces minima de dépannage ...) ;
- protéger la dune et la forêt en incitant les nouveaux aménagements touristiques à s'implanter vers l'intérieur : création d'une bande inconstructible qui prenne en compte la limite haute du rivage, la dune, la lette, la forêt de protection et un minimum de 100 mètres incluant la forêt de production ; cela aboutira certainement à la définition d'une zone d'inconstructibilité qui pourrait être supérieure à 500 mètres en certains points et où ne seraient admises que les constructions intégrées au Plan plage ainsi que les constructions sur des terrains constituant des dents creuses dans le front de mer déjà bâti. Aucun nouveau terrain de camping-caravaning ne devrait être installé ou agrandi dans cette bande littorale.
- mettre en place une capacité de proposition aux opérateurs touristiques : ceux-ci se heurtent souvent à l'absence de lisibilité sur les possibilités offertes sur le littoral aquitain car les interlocuteurs sont multiples (CDT, CRTA, mairies, départements, OT). Les incertitudes juridiques liées à l'interprétation de la loi Littoral et les questions foncières sont autant d'obstacles à la négociation d'une implantation qu'il faut résoudre en créant une équipe conjointe, portée par la région et les départements qui serait chargée d'identifier les terrains disponibles, d'évaluer les obstacles réglementaires, de préparer des propositions, de rechercher des investisseurs.
- assurer une pérennité du droit des sols : il s'agit d'offrir aux responsables institutionnels (élus, techniciens, investisseurs) une sécurité de décision

tant par la précision des documents d'urbanisme que par la qualité de la concertation qui précèdera et accompagnera leur élaboration.

2. Renforcer les services pour la population permanente

C'est un impératif à la fois pour la population permanente qui vieillit (de 30 à 50 % selon les communes ont plus de 60 ans) et la population saisonnière qui a besoin de services ouverts tout au long de l'année (une nécessité pour l'extension de la saison). Or, en dehors des zones urbanisées, les jeunes actifs ne trouvent pas un emploi stable. Ils ne trouvent pas non plus de logement, du fait de la pression foncière. Pour fixer cette population jeune et permanente et éviter une dégradation de la qualité d'accueil sur le littoral, une politique d'aménagement du territoire est nécessaire en termes :

- de développement de l'habitat permanent (politique de logement locatif social et logement intermédiaire) autour des villages et bourgs de l'arrière pays. Pour le logement locatif social, il convient d'agir en direction des élus pour clarifier les différentes notions et éviter les confusions, mettre à disposition des organismes HLM du foncier à un niveau compatible avec l'équilibre des opérations, recourir aux plans locaux d'urbanisme. Pour le logement locatif intermédiaire, on encouragera le Prêt Locatif Social (PLS) qui permet d'équilibrer facilement les opérations avec des loyers plafonds supérieurs à ceux des HLM ; d'autre part, le conventionnement «Besson» doit être systématiquement encouragé ainsi que l'intervention des maîtres d'ouvrage privés adossés à des collecteurs du 1% logement ;
- de constitution de réserves foncières pour trouver des solutions d'offre en logement rendue difficile en raison de la pression touristique ; l'étude de faisabilité de la création d'un Etablissement public foncier sur le littoral sera entreprise (application de l'article L324, titre II, chapitre IV du Code de l'urbanisme, LOV du 13/07/91 et loi SRU du 13/12/2000) ;
- d'amélioration des transports : transports urbains, pistes cyclables transversales, systèmes d'information et de gestion du trafic sur les routes d'accès aux plages ; le sentier «piéton du littoral» sera mieux aménagé dans les zones les plus urbanisées ; la valorisation des sites par une signalétique adaptée, la création d'aires de repos à thème, une route des lacs qui double l'axe principal doivent être rapidement entreprises ;
- de développement culturel et de travail autour de l'identité des territoires : traitement des espaces publics à partir de l'histoire des lieux, appel systématique à la narration architecturale et à l'authentification locale, retraitement des espaces banalisés (places, rues piétonnes).

3. Améliorer la qualité de l'accueil touristique

Les destinations littorales sont désormais soumises à la concurrence française (Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Côte d'Azur, Bretagne et même Côte d'Opale !) et de la sphère «*méditerranéenne*» plus ensoleillée (Croatie, Adriatique, Tunisie, Maroc, Portugal). Les pertes de parts de marché observées sur la clientèle étrangère (hôtellerie et camping en particulier) conduisent à souhaiter un renforcement des moyens en observation et en gestion des stations. La stratégie régionale pose pour la première fois la question des moyens d'une reconquête du marché par le développement de l'accueil, de préférence en léger recul du littoral avec de nouveaux produits touristiques adaptés à une clientèle plus exigeante, combinant l'océan, les ressources de l'intérieur et la recherche d'un haut niveau de qualité par la restructuration de l'offre des hébergements existants ; il s'agit désormais de :

- renforcer l'observation du tourisme et des marchés, mettre en place des tableaux de bord de gestion de stations touristiques[53] ; cette relance passe par la désignation d'un «maître d'ouvrage» unique, qui en porte clairement la responsabilité et d'une direction d'ensemble ; la mise au point d'un cahier des charges, exprimant clairement la commande du «maître d'ouvrage» constitue un préalable indispensable ;
- développer une dynamique de projets dans le cadre de contrats de stations ; ces contrats sont des instruments indispensables et efficaces pour mieux organiser l'offre touristique, mieux répondre aux attentes des clientèles, professionnaliser les acteurs, concevoir des équipements au service de cette stratégie ; poursuivre et élargir la démarche qualité doit permettre à ces contrats de porter de véritables projets de stations sur le moyen et long terme ;
- engager un grand effort pour améliorer la qualité de l'hébergement touristique : sur le million de lits du littoral aquitain, 660 000 sont non banalisés, 277 000 seulement son banalisés, dont 204 000 lits en hôtellerie de plein air et 35 000 lits en villages et centres de vacances ; remettre à niveau ce parc banalisé vieillissantt est prioritaire pour l'adapter rapidement à la demande qui évolue ;
- produire et offrir de nouveaux produits (mer et patrimoine : produits de découverte, maisons de la nature, routes des lacs, mise en tourisme des activités traditionnelles telles que gemmage, agriculture de la lande, etc.) ; d'une manière générale, il s'agit d'inciter certains professionnels du tourisme à atteindre un niveau supérieur en qualité, afin de fidéliser une clientèle changeante et d'allonger la saison grâce à une offre de qualité en courts séjours ;
- mieux adapter l'offre et la demande d'emploi (notamment en travaillant sur l'emploi saisonnier) ; réunir les professionnels de l'hôtellerie et de la

[53] Vlès (V), «Tableaux de bord» *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Observatoire National du Tourisme, 2000, p. 118 et Vles (V), *Les tableaux de bord de gestion des stations touristiques, outil de management local*, Espace n° 127, 1994.

restauration afin de mieux analyser la situation et d'étudier les principes d'une charte (ou d'un code de qualité) ; améliorer les conditions de logement pour les employés est prioritaire ;

- travailler les paysages, l'architecture et la qualité de l'espace public (points précédents sur les nouveaux plans plage, le traitement des espaces publics, la signalétique du littoral) ; une étude globale pour la mise en valeur de «l'architecture balnéaire» est confiée à l'Ecole d'Architecture et du Paysage.

4. Relever le niveau d'équipement sur le littoral

La côte doit garder une image de grands espaces et de liberté, qui deviennent désormais des biens rares, donc une richesse pour les générations futures. Cependant, il faut également qu'elle propose une image beaucoup plus dynamique, mieux adaptée aux désirs de touristes qui recherchent des équipements innovants et de qualité. L'Etat et la Région envisagent une action à entreprendre sur les piscines, les parcs, les structures de gestion des communications (développement positif) et sur la qualité des eaux, la pollution des plages, le traitement des espaces publics (résorption des éléments à impact négatif) ; les programmes engagés viseront à :

- créer des points forts en équipement de loisirs nautiques et ludiques ; seuls deux parcs existent actuellement : Aqualand à Gujan-Mestras et Abbadia dans le Pays Basque ; une réflexion en vue d'attirer la clientèle espagnole, très friande de ces équipements, doit être conduite ;
- consolider et interconnecter les réseaux de pistes cyclables ; l'étude lancée en Aquitaine dans le cadre de la mise en œuvre du schéma national des véloroutes et voies vertes (CIADT du 15 décembre 1998) sera l'occasion de mettre en cohérence les itinéraires des voies de Saint-Jacques de Compostelle aménagés et balisés par les départements et les réseaux de pistes ;
- gérer les espaces naturels délaissés ou en abandon : accroître localement les moyens du Conservatoire du littoral ;
- passer partout en haut débit de communication : inscription d'une priorité du littoral dans le Schéma régional «haut débit» ;
- traiter systématiquement toutes les plages pour la qualité des eaux de baignade (améliorer les méthodes de classement en pavillon noir de la Surfrider Fondation, en pavillon bleu de la Fondation pour l'éducation à l'environnement en Europe) ;
- entreprendre une action structurelle (au niveau européen) pour limiter les déchets marins ; les départements, l'Institution Adour (barrage flottant sur le fleuve), la Région Aquitaine sont compétents et peuvent partager leur information technique sur l'ensemble du littoral.

5. Rééquilibrer l'emploi sur le littoral

Les littoraux ont suivi partout les tendances nationales d'évolution des secteurs économiques : baisse de la part de l'industrie et de l'agriculture dans l'emploi, hausse de la part du tertiaire. Le chômage touche, en Aquitaine, en moyenne un actif sur sept dans l'ensemble de la zone littorale et son taux y est plus élevé que dans les autres régions côtières, particulièrement chez les femmes. La question des activités d'avenir se pose sur le littoral, avec deux pistes que la Région souhaite approfondir : la modernisation des activités traditionnelles (activité agricole, forêt, pêche, ostréiculture) et l'aide particulière aux filières d'avenir (nautisme, glisse, aqualudisme, laser, ...).

On le voit, l'action de la mission Littoral est d'abord centrée sur l'aménagement, l'équipement et le respect des équilibres naturels d'abord au bénéfice des populations aquitaines. **Il n'est pas certain que cela suffise à consolider l'économie touristique**, donc à agir sur le développement social. En effet, l'action que le citoyen et l'opérateur attendent de la Région[54] n'est pas de gérer les conflits d'usage ou de permettre la reprise de la construction de résidences secondaires. C'est de **déboucher, sans urbanisation ni création de stations nouvelles, sur une véritable économie touristique**, basée sur une meilleure gestion touristique du parc d'hébergements banalisés déjà bien doté (résidences locatives) et sur l'offre de produits touristiques de qualité. Il devient urgent d'encourager les principaux pôles touristiques à élaborer des gammes de produits adaptés à des clientèles qui vieillissent et à concevoir les thématiques de loisir comme une animation ludique et non plus comme un entraînement purement sportif. L'enquête O.I.D[55] montre que le touriste du littoral aquitain souhaite clairement la diversité, la nouveauté. Il est donc important de lui proposer plusieurs types de tourisme: tourisme écologique (randonnées en forêt, circuits thématiques : flore, faune, réserves naturelles), tourisme culturel (industrie du bois, œnologie), tourisme d'émotion (initiation à des sports inhabituels, circuits à travers des sites prestigieux ou grandioses). Le tourisme immobilier actuel, trop largement orienté vers le marché de la résidence secondaire, consommateur d'espace, est trop peu productif (chiffre d'affaires et emplois insuffisants). Le regroupement des structures d'organisation de la production touristique avec les principaux partenaires concernés dans un même lieu pourrait favoriser une évolution des comportements vers un regroupement et une professionnalisation de l'offre touristique actuellement indispensable.

---

[54] Auditions du Comité Stratégique Tourisme Aquitaine, voir annexe documentaire.
[55] Enquête du Bureau d'études OID pour AFIT et ONF, *Etudes qualitatives et quantitatives*, Tests et Recherches Marketing, 23, rue Béranger, 92100 Boulogne, août 1996, n.p .

Le tourisme à travers le contrat de Plan 2000-2006

Les contrats de plans sont élaborés dans le prolongement de projets de territoires ou de plans stratégiques. L'influence des idées clés de la planification régionale est perceptible dans le texte des contrats. Au-delà des idées, on observe que les actions prévues traduisent largement la prise en compte des priorités de l'Etat[56]. Si le CPER 2000-2006 met en œuvre un dispositif assez complexe du point de vue de la destination géographique des actions, il ne constitue, en vérité, qu'un des instruments structurels des politiques de développement du tourisme en Région. Ainsi, pour le littoral, par exemple, le programme Objectif 2 pour la période 2000-2006, comporte une mesure importante spécifiquement consacrée au développement du potentiel touristique[57]. Il est vrai que le littoral ne figure que très partiellement parmi les zones éligibles du programme[58]. Il n'en reste pas moins que le littoral est l'objet d'interventions publiques plus ou moins croisées. Les investissements qu'il est prévu d'y réaliser ne sont pas complètement quantifiés ex-ante.

Si on exclut les deux principales agglomérations du champ littoral, on constate que le tourisme affecte de manière déterminante les équilibres structurels de vastes territoires et des fractions non négligeables des populations actives. Le littoral est affiché désormais comme une priorité d'intervention pour le tourisme régional. Cependant, pour de multiples raisons - la plupart politiques, l'intervention régionale (et de l'Etat) sur la côte ne mobilise que 16 % des crédits affectés dans le cadre du Contrat de Plan Etat – région[59]. C'est peu, pour une priorité régionale alors que l'équipement des fleuves va absorber 42 % du budget (programmation interrégionale autour des vallées du Lot et de la Dordogne oblige) et le tourisme vert 18 %. Dans ces conditions, l'objectif de faire du tourisme «*un axe de diversification majeur des activités économiques de la bande côtière*»[60] est impossible à tenir. L'erreur ne consisterait-t-elle pas à ne considérer le tourisme que comme un enjeu purement local ou un ensemble d'enjeux purement locaux, subalternes dans une stratégie de développement régional ?

[56] L'article 11 de la loi du 29 juillet 1982 n° 82-653 portant réforme de la planification définit ainsi le contrat de plan : «*l'Etat peut conclure avec les collectivités territoriales, les régions, les entreprises publiques ou privées et éventuellement d'autres personnes morales, des contrats de plan comportant des engagements réciproques des parties en vue de l'exécution du plan et de ses programmes prioritaires. Ces contrats portent sur les actions qui contribuent à la réalisation d'objectifs compatibles avec ceux du plan de la nation. Ils définissent les conditions dans lesquelles l'Etat participe à ces actions ...*»

[57] Mesure 2 de l'axe 3 dotée de 31,5 Millions d'euro de subventions du FEDER. En outre, dans le cadre de la valorisation des ressources rurales (Axe 4 du DOCUP), des actions de développement touristique peuvent être également subventionnées.

[58] La portion éligible correspond au sud des Landes.

[59] Ce paradoxe n'est qu'apparent : 1. la conduite des politiques touristiques du Conseil régional est le fait de trois acteurs aux stratégies différentes : le Vice-Président délégué au tourisme et aux Parcs naturels, le membre du Bureau en charge du tourisme fluvial (qui a délégation de signature du Président et dont l'intervention aura été déterminante au cours de ce CPER), le Président du Comité Régional de Tourisme ; 2. l'Aquitaine est une région rurale et diversifiée : pour des raisons évidentes, elle «couvre» son territoire par ses interventions.

Tableau n° 5 : Les engagements du Contrat de Plan 2000-2006

Opération	Etat (MF)	Région (MF)	Ensemble (MF)
Programme littoral (60 % des destinations)	20 (16 %)	25 (16 %)	45 (16 %)
Tourisme fluvial	66 (55 %)	65 (42 %)	137 (49 %)
Thermalisme (3 % des destinations)	3 (2,5 %)	10 (6,6 %)	13 (4,6 %)
Pôles touristiques ruraux, tourisme en agglomération (35 % des destinations)	13 (11 %)	28 (18 %)	41 (15 %)
Accompagnement, adaptation des entreprises	13 (11 %)	10 (6,6 %)	23 (8,2 %)
Agritourisme	5 (4 %)	7 (4,6 %)	12 (4,3 %)
Pôle International de la Préhistoire en fonction des projets	7 (4,6 %)	7 (2,5 %)	
Ensemble CPER	**120**	**152**	**278**

Source : Contrat de Plan Etat – Région – Présentation générale, et CRTA pour la répartition des destination.

L'évaluation du volet «tourisme littoral» du contrat de plan Etat région est délicate : le CPER ne comporte aucun exposé manifeste sur la stratégie, mais plutôt des objectifs prioritaires, rien quant à leur hiérarchisation ni leur mise en cohérence. Les actions ciblées permettent cependant de tirer un certain nombre de conclusions, confirmées par les responsables administratifs des collectivités territoriales et les représentants de la profession[61].

Tableau n° 6 : Nombre d'opérations et montant de l'aide programmée en (F) par type de réalisation

N°	Type de réalisation	Total subvention	%	Nombre d'opérations	%
1	Aménagement des espaces publics	13 735 922	34,5 %	16	17,4 %
2	Réalisation et requalification d'immobilier de loisirs	28 170	0,1 %	1	1,1 %
3	Réalisation d'équipements de loisirs	4 652 245	11,7 %	12	13,0 %
4	Plans plage	4 086 022	10,3 %	10	10,9 %
5	Pistes cyclables	6 908 191	17,4 %	10	10,9 %
6	Organisation et directionde stations	1 915 718	4,8 %	17	18,5 %
7	Organisation des filières	269 577	0,7 %	3	3,3 %
8	Protection et restauration environnementale du volet tourisme littoral	3 117 303	7,8 %	20	21,7 %
9	Hébergement	4 600 000	11,6 %	1	1,1 %
10	Accès des publics	499 806	1,3 %	2	2,2 %
	Ensemble	39 812 955	100 %	92	100 %

Source : Préfecture de Région Aquitaine, op. cit.

[60] Préfecture de la Région Aquitaine – Act Consultants – Act Ouest – Oréade Brèche, *Evaluation de la politique en faveur du tourisme littoral – contrat de plan Etat-Région 2000-2006*, rapport intermédiaire, p. 20, septembre 2002, non publié.

[61] Préfecture de la Région Aquitaine, *Evaluation de la politique du tourisme littoral*, op. cit.

Quel bilan peut-on tirer, à mi-parcours, de ce programme ?

Les interventions d'aménagement, avec une forte composante BTP, prédominent très nettement sur les opérations concernant des aspects «immatériels». Parmi ces opérations d'aménagement, beaucoup correspondent à des budgets modestes. Cependant, l'immatériel n'est pas absent : financement de personnels, actions dans le cadre des plans-plage, études, démarches qualité, etc. Il est normal que les services pèsent peu dans le total des dépenses, les coûts de base étant nettement moins élevés que dans le cas des aménagements.

Les aménagements d'espaces publics apparaissent comme tout à fait prioritaires au sein des réalisations effectives. Ces aménagements intéressent des jetées, des fronts de mer, des bordures de lac, des circulations et espaces de stationnement au sein des stations, des réfections de places, tous investissements qui sont totalement à la charge du secteur public. Ils contribuent tous à améliorer plus ou moins substantiellement la qualité des sites, au profit de l'ensemble des usagers et clients. Dans de nombreux cas, ils constituent le prolongement d'aménagements déjà effectués et financés dans le cadre des CPER précédents. **A l'inverse, la requalification de l'immobilier de loisirs est très peu présente dans le programme**. Hors le cas du Centre de jeunes de Port d'Albret, les opérations de soutien aux hébergements touristiques se limitent aux campings, ce qui peut paraître étonnant. Certes, les communes littorales situées au sud de Castets, donc tout le sud des Landes et toute la côte basque, sont éligibles à l'Objectif 2 du DOCUP qui prévoit des aides aux hébergements. Mais le nord de la côte est délaissé.

Une réduction importante du nombre de projets type «plan plage» a été relevée par l'ONF qui met notamment en cause les réponses trop «administratives» et pas assez techniques de la part de l'Etat et de la Préfecture aux porteurs de projet. Alors que des crédits du CPER sont disponibles sur ce thème, la lourdeur administrative aurait donc eu un effet dissuasif sur les maîtres d'ouvrage. Une des faiblesses relevées sur ce type de projet, qui par ailleurs a montré localement son efficacité, réside dans son aspect trop ponctuel, avec, en conséquence, un manque de continuité géographique. Ces difficultés sont pour partie liées aux difficultés d'application de la Loi Littoral, mais également aux manques de prospective et de schéma d'aménagement.

Les opérations d'organisation de filière sont très peu nombreuses et mobilisent très peu de crédits. Les crédits liés à la protection et restauration environnementale ne concernent que des opérations de restauration (via les avenants intempéries), suite aux dégâts provoqués par la tempête de 1999. Enfin, les infrastructures de tourisme social ne sont que marginalement bénéficiaires du programme. Ceci confirme les informations recueillies à l'occasion des auditions menées précédemment qui ont fait apparaître de sérieuses difficultés pour les maîtres

d'ouvrage concernés à financer les opérations de rénovation et de mise aux normes.

En conséquence,

— la question de la **modernisation et de l'adaptation** plus poussée **à la concurrence** est clairement posée : la demande touristique évolue, dans son ensemble, dans le sens d'une exigence accrue au regard du rapport qualité/prix[62] pour ce qui concerne les prestations marchandes et d'une offre d'équipements publics plus complète. La versatilité et la volatilité des clientèles se sont accrues. Comment le contrat de plan répond-il à cet enjeu ? Il semble que les opérations destinées à avoir un impact direct en termes de modernisation et d'adaptation à la concurrence et pouvant bénéficier de financements publics soient très nombreuses et sans doute trop diverses. On dénombre en effet une grande variété d'actions recevables : des opérations d'amélioration de la qualité des stations, de restructuration des espaces publics, de traitement piétonnier et paysager du cœur touristique des stations, de rénovation de l'immobilier de loisirs, de création de villages résidentiels, de création ou d'adaptation d'équipements touristiques, de requalification des hébergements, de modernisation de la restauration, d'appui public à des démarches collectives d'adaptation de l'offre, voire de soutien aux études, à l'ingénierie, au conseil ... L'éventail est vaste et rend la mesure de l'impact difficile.

— en second lieu, compte tenu de la diversité des possibilités ouvertes aux porteurs de projets et des moyens financiers inscrits, l'envergure des projets financés ne sera sans doute pas suffisante pour exercer des effets d'ensemble assez puissants pour atteindre l'objectif fixé : les moyens disponibles (toutes catégories de co-financeurs confondues) seront-ils à la hauteur des enjeux ?

— l'atteinte des objectifs fixés concernant **l'amélioration des espaces de vie collective**, pour être pleinement efficace, suppose une qualité et cohérence suffisante des investissements et des équipements. Or le contexte économique échappe pour une large part aux champs de

[62] Dans ses données de cadrage, le Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine publie les résultats d'une étude sur les tarifs pratiqués en Aquitaine (2002) : dans l'ensemble, les tarifs pratiqués sur le lieu de séjour en Aquitaine sont jugés raisonnables dans 70% des cas. Ce taux s'élève à 74% pour les séjours réalisés sur le littoral. Mais ce sont aussi les séjours en bord de mer qui sont jugés excessifs par les touristes dans une proportion un peu supérieure à la moyenne (13% contre 9%). Les avis sont donc plus contrastés pour cette destination. A l'inverse, c'est à l'intérieur de la région que les tarifs ont paru «modérés» dans les proportions les plus importantes (11,4% contre 9% en moyenne). C'est probablement le résultat d'une offre plus économique que sur le littoral, mais aussi de la forte part de séjours en hébergement non marchand. Enfin, seulement 5% des personnes interrogées indiquent que les prix sont plus élevés qu'ailleurs, mais ce taux atteint 7,5% sur le littoral.

compétence spécifiques de la politique touristique régionale. De même, en matière de **professionnalisation des acteurs**, les obstacles tiennent, en Aquitaine comme dans nombre de territoires touristiques de l'hémisphère nord, à la relative brièveté de la saison touristique ainsi qu'aux limites des rémunérations des personnels. L'efficacité des politiques menées est donc à apprécier principalement par rapport à ce qui peut être fait pour améliorer les conditions d'emploi et de rémunération des personnels touristiques. On sort ici clairement du domaine de compétence des collectivités territoriales et il est à craindre que les actions entreprises soient sans effet. Concernant **l'allongement de la saison**, il apparaît possible, en examinant les opérations programmées, de déterminer si des effets d'allongement sont perceptibles ou si les conditions de réalisation de ces opérations offrent de réelles perspectives d'allongement.

— l'amélioration du suivi de l'économie touristique figure en bonne place dans le CPER qui décrit assez précisément les objectifs poursuivis : disposer de données de cadrage économique (emplois, investissements), améliorer les stocks et flux d'informations existants et leur gestion, développer des outils de pilotage stratégique et d'aide à la décision. L'examen de l'information disponible fait ressortir le besoin d'améliorer la connaissance des éléments de cadrage, notamment une meilleure connaissance de la concurrence, la richesse relativement importante des stocks d'information concernant des aspects sectoriels et ponctuels (telle activité, tel sous-secteur), alors que les données à caractère stratégique sont nettement moins développées, le déséquilibre dans le traitement de l'information entre échelons locaux et départementaux d'une part, et échelons régionaux d'autre part, les premiers étant fréquemment plus riches que les seconds sur le plan de l'information. Il fait également ressortir le besoin de rendre beaucoup plus efficace la circulation de l'information entre les différents échelons territoriaux.

— la formation touristique fait l'objet, pour la première fois en Aquitaine, d'une inscription budgétaire conséquente (6,4 millions d'euro sur la durée du Plan). La question de l'adéquation formation-emploi des personnels de ce secteur d'activité pose de nombreux problèmes non résolus, notamment de qualité de service. Les entreprises du secteur touristique, et plus particulièrement les hôtels, cafés et restaurants ne trouvent plus, sur le marché du travail, les ressources humaines dont elles ont besoin en haute saison, aussi bien en termes quantitatifs que qualitatifs. Est-ce à dire que les diplômés manquent ? Au contraire, seulement 20 % environ des diplômés de l'hôtellerie se dirigent vers ces métiers à l'issue de leur formation (5 % à peine à la prestigieuse Ecole internationale d'hôtellerie de Lausanne). Paradoxe de la situation : alors que 50 000 nouveaux jeunes qualifiés sortent chaque année de formation aux métiers du tourisme avec un diplôme allant du niveau V (CAP, BEP) au niveau II ou I (DESS, Master) et que, dans le même temps, 30 000 emplois sont créés chaque année dans le secteur lié au tourisme en France, plus de 50 % du personnel des HCR (hôtellerie, cafés, restaurants) ne possèdent aucun diplôme spécifique au secteur ! Pourtant, du côté de l'offre de formation, on assiste à une explosion du nombre de formations (surtout des stages de formation continue) dans les domaines de l'accueil, du tourisme et des loisirs, à tous les niveaux, du simple exécutant au cadre dirigeant. Pourquoi cette explosion ? Parce qu'il est relativement aisé de mobiliser des fonds (notamment publics) pour ce type de formations. Le contrat de Plan Etat Région le démontre. Parce qu'il existe un phénomène de mode lié au discours incantatoire du tourisme «*levier*» de l'économie locale, «*nouvelle chance pour les territoires peu urbanisés*». Cependant les personnes ayant suivi ces formations peinent à trouver un emploi ou à progresser en carrière dans ce secteur. Car si leur formation leur permet généralement de prétendre à un niveau de rémunération supérieur, le secteur professionnel ne souhaite pas (ou ne peut pas) le leur attribuer : l'adéquation formation-emploi, dans le tourisme, est imparfaite car les avantages financiers qui sont attachés aux compétences certifiées ne sont pas validés économiquement par les entreprises touristiques. En conséquence, le secteur reste largement sous qualifié, les employeurs du littoral aquitain se tournant de manière préférentielle vers les étudiants à la recherche de jobs d'été, vers les personnes en quête de réinsertion sociale et professionnelle, vers des employés qui affirment, dès leur entrée, ne pas vouloir faire carrière ni dans l'entreprise ni dans le secteur ... Tout un programme !

— le tourisme de la Côte d'Argent, avec la forte saisonnalité (donc une prépondérance d'emplois saisonniers) qui marque sa structure économique, est durablement caractérisé par l'inadéquation entre ce que propose la profession, c'est-à-dire des conditions de vie et de travail difficiles, des salaires à peine décents ... et ce que recherchent les personnes qualifiées, à savoir un emploi reflétant les évolutions de la société actuelle et un minimum de reconnaissance sociale. Pourtant, les technologies utilisées pour la préparation des repas, pour l'accueil, la réception, l'animation, les savoir-faire et les compétences requises dans le domaine de la création et de la mise en marché de produits nouveaux de loisirs sont de plus en plus pointus et exigent une connaissance approfondie de leur fonctionnement. Si l'expérience du terrain peut permettre d'acquérir un certain nombre de compétences, ce n'est pas en pleine saison, quand les établissements sont complets, qu'un professionnel trouve du temps pour former un salarié ! Le décalage entre la qualification et l'efficacité élevées que les professionnels demandent aux candidats lors de leurs

recrutements et la polyvalence mal rémunérée qu'ils leur offrent ensuite freine la productivité des entreprises. Les conditions de vie et de travail, la précarisation de l'emploi, les faibles perspectives d'évolution professionnelle dans ce secteur provoquent une crise du recrutement de la main d'œuvre qualifiée et un turn-over important, sources d'instabilités sociales et de faible rentabilité économique. Si ces conditions n'évoluent pas, notamment par des pratiques de gestion des ressources humaines plus audacieuses, il sera difficile au tourisme aquitain de répondre aux nouvelles attentes des clientèles.

Tableau n° 7 : Champ de l'évaluation et budget programmé

Libellé	Millions d'euros		
	Etat	Région	Ensemble
1. Total Tourisme littoral	**3,049**	**3,811**	**6,860**
Total Volet territorial			
(«L'organisation territoriale du tourisme»)	**1,982**	**4,269**	**6,250**
Pôles touristiques ruraux	1,524	4,269	5,793
Tourisme en agglomération	0,457	0,000	0,457
Total Accompagnement («Adaptation du tissu touristique»)	**1,982**	**1,524**	**3,506**
Adaptation des entreprises et des porteurs de projets	0,686	0,610	1,296
Evaluation des flux - Observation («Suivi de l'économie tour.»)	0,610	0,610	1,220
Accès aux vacances pour tous	0,686	0,305	0,991
2. Avenant au contrat de Plan			
Total Intempéries-environnement (DIREN)	**0,671**	**0,000**	**0,670**
Total Intempéries	**4,421**	**2,287**	**6,708**
Valorisation des sites dans les pôles	1,524	0,000	1,524
Modernisation des hébergements	1,524	0,000	1,524
Valorisation des itinéraires	1,220	0,000	1,220
Equipement des groupements	0,152	0,000	0,152
3. Environnement			
Total Littoral	**3,049**	**2,744**	**5,793**
Stations, plans plage	1,524	0,000	1,524
Requalification hébergements	1,067	0,000	1,06
Promotion des classes de mer	0,457	0,000	0,457
Total Littoral (hors tourisme)	**2,897**	**4,116**	**7,013**
Littoral - Environnement - Diversification économique	2,287	3,811	6,098
Etudes	0,610	0,305	0,915
Total Les Parcs Naturels Régionaux	**1,768**	**5,336**	**7,104**
PNR des Landes de Gascogne - Fonctionnement	0,854	3,735	4,589
PNR des Landes de Gascogne - Investissement	0,915	1,601	2,515
4. Formation			
Total Formation des salariés des PME et des TPE	**3,201**	**3,201**	**6,403**

Sources : Préfecture de Région. Evaluation CPER – Tourisme littoral aquitain – *rapport intermédiaire – septembre 2002.*

On le voit, le contrat de Plan Etat Région 2000-2006 couvre un large champ d'interventions. Ceci étant, des questions demeurent, auxquelles il ne répond pas :

— on constate que les schémas locaux ou départementaux de développement et d'aménagement touristiques sont très inégalement développés aux différents échelons territoriaux sur l'ensemble de la côte. Il en va de même pour l'intercommunalité. On ne peut manquer de mesurer l'impact de ces situations sur l'efficacité des actions du Contrat de Plan et de s'interroger sur l'opportunité, en préalable à toute action, d'harmoniser les outils de planification et de maîtrise d'ouvrage des opérations ;

— la maîtrise des cadres urbains et la requalification des espaces publics, qui échappe très largement à la politique touristique, conditionne très largement le devenir du tourisme littoral. Pourquoi les actions du C.P.E.R. sont-elles si peu liées à cette problématique ? Interrogés dans le cadre de l'évaluation du contrat, les représentants des Départements ont le sentiment que, s'ils ont bien été associés à la réflexion préalable à l'élaboration du CPER, ils n'ont pu y faire intégrer certaines de leurs préoccupations quant à la modernisation du parc : requalification de stations, remises aux normes des villages vacances. Y-a-t-il eu, sur ce thème essentiel, un blocage politique ? Sans doute pas, mais on observe que les stratégies régionales dans les contrats de plan Etat – régions traduisent largement la prise en compte des priorités de l'Etat. Or, l'amélioration des conditions de production ne fait désormais plus partie des compétences et donc des priorités de l'Etat. Et la Région Aquitaine peine à affranchir sa position dans la planification stratégique. Pour beaucoup, et en particulier pour les opérateurs privés, il n'y a pas de véritable «stratégie touristique» dans le CPER. Les aspects «tourisme» du CPER sont assez limités, en grande partie reprises du contrat précédent : mêmes thèmes issus de la MIACA, avec des efforts portés sur l'organisation (contrats de stations, pôles touristiques), la qualité des espaces et des accès, la réhabilitation des hébergements, quelques aspects sociaux. Il a fallu une tempête en décembre 2000 et la signature d'un avenant «intempérie» pour qu'une vraie impulsion soit donnée au contrat de Plan. Il a été possible de faire passer clairement les aspects «rénovation» alors que ce volet était très flou dans le CPER originel (Hôtels et campings n'étaient pas cités), des précisions ont pu être apportées sur l'environnement qui était très peu abordé, même si, pour certains, la notion de «développement durable» a été rajoutée sans grande précision au contrat. Une quinzaine d'opérations cofinancées par l'Etat et la Région sur des mesures de l'avenant tempête (chapitre 651000) ne sont pas des opérations visant directement à la «réparation» après tempête. Ces crédits de l'avenant tempête ont été utilisés à titre d'accompagnement supplémentaire de la politique littorale, pour des zones réputées fragiles suite à la tourmente de 1999. De la même façon, en plus de ces opérations cofinancées, d'autres actions non directement liées à la tempête ont été financées par l'Etat seul, sur des mesures «Intempéries» (comme l'équipement de l'école de Mer du Yacht Club Landais d'Hossegor ou l'équipement en matériel informatique de l'UNAT Aquitaine).

— Le contrat de Plan n'envisage rien quant à la revalorisation de la notoriété des stations. L'AFIT a conduit en 1996 une étude relative au produit balnéaire des stations vis à vis des principaux marchés européens, à partir d'une analyse de l'offre commercialisée sur catalogue ou brochure, qui permet dorénavant de mesurer la faible notoriété et l'attractivité toute moyenne de l'offre aquitaine :

Tableau n° 8 : Notoriété et attractivité des stations littorales aquitaines (%)

Question : «Citez les principales stations littorales d'Aquitaine»

Plus de 20 citations :	Lacanau, Arcachon, Moliets
De 15 à 20 citations :	Biarritz, Port d'Albret
De 10 à 15 citations :	Hourtin-Port, Saint-Jean-de-Luz
Moins de 10 citations :	Carcans-Plage, Mimizan-Plage, Capbreton, Anglet, Hendaye, Biscarosse, Hossegor, Soulac-sur-Mer.

Source : Agence Française d'Ingénierie Touristique

Le fait que Biarritz et Saint-Jean-de-Luz soient moins cités que Lacanau ou Moliets est assez surprenant. C'est sans doute la preuve que, dans la mémoire de la clientèle extérieure à la région enquêtée, ces deux stations de renom international ne sont pas d'emblée situées en Aquitaine mais plutôt ... en Pays basque ! L'image de la Région en tant que destination touristique ne recouperait donc pas ses limites politiques et administratives. Cette réalité ne peut que donner du poids aux politiques du Comité régional de tourisme destinées à créer une destination «Aquitaine».

— d'autres difficultés apparaîtront inévitablement lors du bilan du contrat : par exemple celle de sortir d'une logique administrative pour rentrer dans une logique opérationnelle. La durée de 3 ans des démarches «Qualité» portées sur les stations est peu adaptée aux différents types d'opérations : certaines ne nécessitent pas cette durée, d'autres au contraire demandent un accompagnement plus long. On retrouve ce problème dans les Pôles Touristiques Ruraux dont la durée de vie est certainement trop éphémère pour déboucher sur un développement ... durable.

— la grande majorité (près de 70 %) des maîtres d'ouvrage aidés par le CPER sont des communes ou groupement de communes. Le contrat est ici très largement destiné aux acteurs publics (maîtres d'ouvrage et gestionnaires). Les activités privées (hôtellerie-restauration classique en particulier) n'ont que très peu bénéficié d'aides. La maîtrise d'ouvrage et la gestion publique reposent souvent sur le fait que les équipements concernés ne peuvent pas être rentabilisés. Il est bien évident que les espaces publics, objet des financements les plus importants, entrent dans ce cas de figure, tout comme les pistes cyclables. Mais ceci pose néanmoins la question de la répartition optimale des investissements entre les secteurs publics et privés.

Globalement, la masse financière mise actuellement à disposition dans le cadre du contrat de Plan ne permettra donc pas de modifier fondamentalement la situation du tourisme aquitain. Il serait nécessaire, notamment, d'intégrer des nouveaux outils de financement pour l'amélioration et la modernisation de l'hébergement. Les crédits affectés s'adressent à un vaste territoire et le nombre des bénéficiaires potentiellement éligibles est élevé. Il s'agit donc d'un programme relativement modeste au regard des enjeux. On peut difficilement critiquer la Région de n'avoir pas inscrit le tourisme parmi ses priorités éminentes. Surtout si l'on se réfère aux quelques chiffres cités en introduction relatifs à l'économie du tourisme. Mais on ne peut manquer de souligner que l'investissement touristique littoral, trop mal connu, s'effectue pour une part non négligeable en dehors du contrat de Plan. Ceci est évident pour ce qui concerne les maîtres d'ouvrages privés. Mais reste très largement vrai s'agissant des maîtres d'ouvrages publics.

Qui plus est, le Contrat de Plan Etat - Région repose sur une logique de projets portés par des maîtres d'ouvrage dont les capacités financières propres sont souvent limitées.

Enfin, on peut déplorer l'inexistence d'une stratégie commune entre l'Etat et la Région. L'Etat n'a pas réellement exploité l'effort de réflexion stratégique en Aquitaine qu'il avait entrepris jusque là, ce qui n'a pas permis de trouver un terrain d'entente sur le long terme, la Région ne disposant pas encore institutionnellement des compétences nécessaires. La négociation s'est cantonnée à la définition de la programmation. Aussi, le contrat, malgré la reprise formelle des idées clés de la stratégie régionale, constitue-t-il plus un catalogue d'actions que le fruit d'une réflexion prospective commune.

Le tourisme de pays et fluvial

Même si le littoral reste l'élément d'attractivité touristique le plus important de l'Aquitaine, les espaces intérieurs, ruraux ou fluviaux qui disposent d'un patrimoine touristique ou culturel intéressant, représentent un vecteur stratégique de développement et d'aménagement du territoire.

Si ces composantes de l'offre régionale ne sont, aujourd'hui, ni bien repérées ni jugées suffisamment originales ou attractives pour être mentionnées par les opérateurs interrogés, la Région essaie de poursuivre l'accompagnement des pays de l'intérieur en positionnant mieux cette offre, qu'il s'agisse de renforcer l'organisation des pôles touristiques forts, de mettre en œuvre une politique intégrée d'équipements et de services autour du fluvial et estuarien, de diversifier le tourisme de montagne, de valoriser le patrimoine aquitain et de conforter certaines gammes de produits en expansion (sport, nature, santé).

Il s'agit d'aider à mieux structurer et organiser des intercommunalités rurales fortes. Une quinzaine de territoires ruraux aquitains a déjà ébauché

une organisation et un développement touristique coordonnés, inscrits dans la durée, grâce au dispositif des pôles touristiques ruraux (PTR) dans le cadre des deux derniers contrats de plan Etat-Région. Ces territoires ont pour objectifs communs :

— de générer des flux touristiques suffisants pour créer des emplois,
— d'organiser et de structurer les activités touristiques sur un espace homogène, dont l'identité permet de définir un «pays» touristique,
— de structurer l'offre autour de produits de qualité et de thématiques fortes associant l'ensemble des acteurs publics et privés,
— de coordonner les moyens financiers mis en œuvre par l'Etat, la Région Aquitaine, les Départements et les maîtres d'ouvrage.

La constitution d'un PTR est soumise au préalable à l'élaboration d'une étude de positionnement et de développement touristique du territoire menée par des cabinets spécialisés. Cette étude comporte un diagnostic territorial, une définition des axes de développement déterminant la stratégie marketing et un projet de plan d'actions détaillé et pluriannuel, qui hiérarchise les priorités, indique un calendrier d'application des opérations et intègre les éléments de réalisation et d'évaluation du programme. L'engagement partenarial prend alors la forme d'un contrat quadriennal d'objectifs, établi entre les différents financeurs et la structure porteuse du pôle, déterminant la stratégie du territoire, la démarche et les objectifs quantitatifs et qualitatifs, ainsi qu'un échéancier annuel d'engagement des projets sur la durée de programmation. Cette politique permet de financer des actions intégrées à des thématiques fortes participant au renforcement et au développement touristique du territoire (patrimoine et culture, intégration de l'environnement, loisirs actifs et sportifs, signalétique), des opérations d'amélioration de la qualité des hébergements, répondant à une charte de qualité spécifique ainsi que des actions de structuration visant à organiser et professionnaliser le territoire (encadrement à la promotion, l'informatisation, la formation et les plans - qualité).

Sur le terrain, après vingt ans de politique régionale en matière de tourisme rural, force est de constater que les différents pôles touristiques ne sont pas parvenus au même niveau de développement et de structuration. Différents facteurs expliquent cette difficile valorisation du tourisme intérieur :

— la grande variabilité des procédures et des espaces bénéficiaires dans le temps, tout d'abord, alimente l'éparpillement géographique et temporel des investissements (cf. figure n° 3). Entre la première politique régionale des 11 contrats de développement touristique du premier contrat de Plan 1984 – 1988 et les 17 Pôles Touristiques d'Aquitaine de l'actuel contrat de Plan, seules les vallées d'Aspe et d'Ossau présentent les mêmes limites territoriales. L'effort d'investissement matériel à fournir

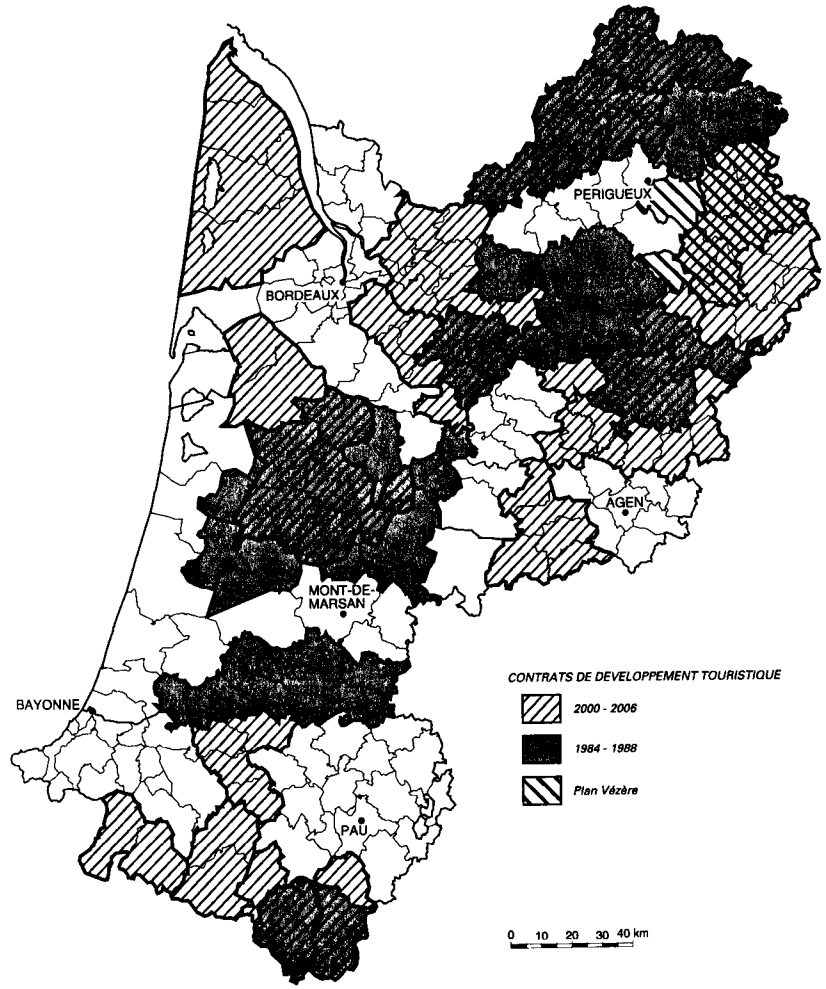

Figure n° 3 : Tourisme intérieur, permanences et nouveautés

en matière d'amélioration de la qualité des hébergements, de la valorisation du patrimoine, de l'intégration à l'environnement, du développement des loisirs et des activités sportives, de l'implantation de signalétiques touristiques nécessite un soutien de l'Etat, de la Région et des Départements sur plusieurs décennies. Gageons que cette stabilité puisse être trouvée et que les formes et les espaces de l'intervention ne soient pas modifiés lors du prochain Plan. Un schéma touristique permettrait sans doute de mieux inscrire ces politiques dans la longue durée ;

— l'identification des causes de moindre développement de près des 2/3 des territoires concernés permet d'envisager des préconisations en termes d'évolution des procédures touristiques et d'intégration d'une promotion plus réactive et mieux organisée. Pour certains territoires, il conviendrait en effet de travailler sur une meilleure articulation entre le pôle touristique et le Pays (au sens de la loi Voynet) qui se constitue. La Région doit veiller à ce que ces deux dispositifs n'entravent pas la cohérence des projets touristiques, mais au contraire les confortent et leur donnent une dimension suffisante. Aura-t-elle le pouvoir d'encourager le regroupement de certains pôles au sein d'un même Pays ? Par exemple, le Val de Dronne, le PNR Périgord-Limousin et l'Isle-Auvezère gagneraient à se regrouper au sein du Pays du Périgord Vert ; de même pourquoi ne pas pousser à l'articulation des stratégies touristiques de la vallée d'Ossau, du Barétous et de la vallée d'Aspe avec le Pays du Haut Béarn ? La Région saura-t-elle favoriser l'association des pays touristiques sur des thématiques particulières, comme la randonnée ou la pêche ? La Soule et Garazi-Baïgori pourraient ainsi s'associer à Cambo, Iholdy et St Palais...

La question de la structure politique du développement territorial est ici posée dans sa vraie ampleur, celle de l'articulation des composantes de l'économie. Est-il utile de multiplier les regroupements intercommunaux au gré des compétences ou des discontinuités politiques ?

Ces actions dans le tourisme vert se poursuivent actuellement dans le domaine du fluvial avec le partenariat mené à l'occasion de la Charte de Signalétique «*Rivières et Canaux du Midi*». En couvrant trois Régions et dix Départements, cette opération se caractérise par sa dimension fédératrice, très largement soulignée par l'ensemble des partenaires concernés. Ici, la Région soutient très fortement (49 % des crédits du contrat de Plan) une dynamique d'aménagement respectant la logique de préservation environnementale et plus particulièrement celle de qualité de l'eau. Pour cela :

— elle privilégie l'aménagement de haltes nautiques ou d'aires d'accueil touristique organisées le long d'une voie d'eau lorsque la collectivité maître d'ouvrage s'engage à mettre aux normes les installations sanitaires ou le réseau d'assainissement concerné. Ce qui nécessite au préalable d'une part la réalisation, par les établissements publics de bassin (EPIDOR notamment), d'un véritable schéma de cohérence de ces aménagements, en relation avec toutes les collectivités concernées, et d'autre part la mise en œuvre d'un partenariat plus étroit entre la Région et l'Agence de l'eau, sous forme par exemple, d'un protocole d'accord fixant les enjeux, les actions, les objectifs et les moyens de l'aménagement touristique ;

— elle intègre systématiquement le principe de collecte des eaux usées des bateaux dans les équipements de services de certaines haltes nautiques ou ports fluviaux du Canal des Deux Mers,

— elle favorise l'innovation dans ce domaine. Avec l'émergence du bateau électrique sur le Canal des Deux Mers, dont on doit le concept au Professeur Aucouturier et le financement expérimental à la Société Rives de France, la Région pourrait ainsi contribuer à favoriser son développement par une politique d'aide adaptée.

L'intérêt pour le tourisme de pays et fluvial a régulièrement été cité par les opérateurs pour tous les séjours thématiques nécessitant des activités associées : para-hôtellerie, thalassothérapie, montagne d'été, tourisme associatif ... Aujourd'hui, consacrer une part du temps de vacances à autre chose que la mer ou la montagne est devenu une réalité. Les collectivités peuvent contribuer à monter des opérations de qualité en arrière pays grâce à la multiplication des courts séjours, liée à l'évolution des modes de vie et à la réduction du temps de travail. Cette fragmentation des vacances, inscrite dans la durée se fait au bénéfice de temps de regroupements familiaux marqués. La nécessité d'offrir un hébergement familial de qualité, que ce soit en camping, en gîte ou en résidence de tourisme[63] est associée à une demande d'activités variées, notamment à destination des enfants. L'ensemble des avis, remarques, interrogations et recommandations faites dans le cadre des auditions du Comité stratégique aquitain[64] amènent à proposer un plan directeur stratégique du tourisme régional («master plan»[65]) sur le court, moyen et long terme.

Cette programmation schématique (donc qui dépasse le seul cadre des chapitres budgétaires «tourisme» du Conseil Régional d'Aquitaine pour associer aussi d'autres chapitres budgétaires du C.R.T.A. et, lorsque cela sera possible, d'autres collectivités) manque encore fortement pour hiérarchiser les interventions dans l'espace et dans le temps, les négocier et les financer. Elle implique une affirmation politique plus forte du Conseil régional.

---

63 A. de Fombelle, Directeur Général de Pierre et Vacances, Paris et J-R. Reznik, Directeur Général de la branche Tourisme – Loisirs du groupe Accor, Paris.
64 voir sources documentaires, § 1
65 J-R. Resnik.

Les Pyrénées, maillon essentiel pour l'entrée en Europe de l'Aquitaine touristique

Sans inscription au contrat de Plan et avec seulement 7 % de l'intervention budgétaire annuelle en autorisations de programmes, on pourrait croire en première analyse que la montagne est réellement délaissée par l'intervention régionale. La réalité est bien plus complexe. Certes, Midi-Pyrénées mène une action différente en contractualisant son intervention sur les Pôles Touristiques de Montagne dans le cadre de la Convention Interrégionale de Massif dont six sont en cours en Hautes-Pyrénées. Mais l'action aquitaine repose pour une très large part sur des financements croisés qui bénéficient au département des Pyrénées-Atlantiques et aux collectivités locales, par exemple dans l'équipement en neige de culture à Artouste et à La Pierre-Saint-Martin, aidés par l'Etat et la Communauté européenne. Le département des Pyrénées-Atlantiques représente 10,7 % des parts de marché de l'activité des remontées mécaniques du massif pyrénéen. La redevance ski de fond représente environ120 000 euro par an, suivant l'activité[66]. En raison de la multiplicité des chapitres et des interventions, les chiffres disponibles ne permettent pas de déterminer le montant global des concours publics en faveur de la montagne. Il est à plus forte raison impossible de déterminer si ce montant a diminué ou augmenté depuis 1985. On sait cependant que, pour ce qui relève de l'Etat, la part des fonds alloués à la politique des massifs dans les crédits totaux d'investissement de la DATAR est stable. Cependant l'engagement des crédits est largement inférieur à leur programmation. Seuls les crédits de la Prime d'Aménagement du Territoire représentent la quasi totalité des engagements.

En Aquitaine comme ailleurs, trois tendances lourdes sont relevées par des enquêtes sociologiques[67] effectuées dans les stations de montagne :

- la fidélisation de la clientèle attachée au site se fait par l'acquisition de résidences secondaires ; ce point est préoccupant lorsqu'on connaît la place importante qu'occupe traditionnellement la location en montagne (17,2 % des modes d'hébergement contre 9,4 % en moyenne nationale) et la fréquence moindre de résidences secondaires avec 37 % de l'hébergement non marchand contre 56,5 % pour l'ensemble des espaces touristiques ; dans ces conditions, comment moderniser le parc banalisé ?
- la clientèle nouvelle, souvent de nationalité étrangère, est de plus en plus attentive à des facteurs d'aménagement : confort des installations (modernité du parc d'hébergement, des remontées mécaniques), fonctionnalité des stations (liens entre les pistes) ;
- les visiteurs effectuant de courts séjours ou même des visites à la journée sont de plus en plus nombreux.

[66] Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne, *Panel «Massif des Pyrénées» : suivi économique de l'activité des remontées mécaniques*, bilan de la saison 2000/2001, Minsitère de l'Equipement, des Transports et du Logement, Secrétariat d'Etat au Tourisme, Toulouse : SEATM, juillet 2001, p. 10.

[67] Sénat, rapport n° 15, 2002, p. 163.

L'Aquitaine pyrénéenne se situe aujourd'hui **au cœur de ces mutations de fond**, lentes mais certaines et son système productif doit continuer à s'adapter pour éviter l'obsolescence et le désintérêt des investisseurs et ... des touristes. Le tourisme pyrénéen se trouve confronté à la fragilité d'une économie touristique manifestement trop calquée sur le modèle alpin, comme en témoignent les problèmes récurrents de rentabilisation des infrastructures et des équipements des stations. Or, il s'avère que **la richesse patrimoniale** (naturelle et culturelle) du Pays Basque intérieur et du Béarn **offre des potentialités de diversification encore incomplètement valorisées** à l'échelle des vallées. Le **tourisme estival** représente de loin l'activité touristique la plus importante du massif[68]. L'hiver, on constate une stagnation de la clientèle française et une montée en puissance de la clientèle espagnole, plus jeune. Les vacances d'hiver se limitent de moins en moins à la pratique du ski alpin ou du ski nordique, avec le développement constaté d'autres activités (promenades, raquettes, surf).

Si l'équipement de la montagne estivale semble suffisant, de nombreux projets restent d'actualité et doivent être vigoureusement soutenus, que ce soit dans ou hors des cadres de la politique d'Etat des Pôles Touristiques de Montagne. L'effort sur la qualité des refuges, actuellement de médiocre qualité, la réalisation d'équipements autour des chemins de Saint-Jacques, l'entretien des chemins de randonnée et la limitation de leur capacité de charge, la création de sentiers spécifiques pour V.T.T., pour l'équitation et d'un réseau de sentiers de découverte pédestre de la montagne qui mènent aux refuges, l'élaboration d'un plan de valorisation de ce réseau en collaboration avec les espagnols, la mise en tourisme de la spéléologie sont autant de projets à **entreprendre rapidement**. Les actions inscrites dans le cadre du contrat de Plan ont cependant du mal à démarrer. Pourtant, la saison d'été peut encore faire l'objet d'un développement harmonieux grâce aux sites «dolomitiques» à valoriser, aux routes des cols à signaler, au pyrénéisme à mettre en exergue, aux parcours d'aventure et de découverte ludique à mettre en place. Des points d'accès bien aménagés, les points d'accueil avec sanitaires et parkings intégrés à l'environnement sont autant d'équipements qui manquent actuellement pour valoriser la découverte du massif occidental par une promotion spécifique. Dans les vallées, la création d'un label pour les villages autour d'une charte de qualité des presta-

[68] M. Rouffet, Responsable de l'Antenne Pyrénées du Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne, Ministère de l'Equipement, Toulouse, 2002.

tions et services est souhaitable. Il faut souligner aussi la complémentarité du thermalisme pyrénéen et du tourisme d'été dans le massif.

En ce qui concerne **la saison «neige»**, les stations pyrénéennes d'Artouste, de la Pierre-Saint-Martin et de Gourette offrent une contribution au développement durable qu'on ne peut remettre en question à partir de la seule question de la rentabilité économique directe des remontées mécaniques. Défaire ce qui a été fait sur ce seul critère reviendrait à défaire un aménagement du territoire producteur de développement sur la chaîne. Le chiffre d'affaires des remontées mécaniques est en effet producteur d'un chiffre d'affaires local multiplié par quatre (multiplicateur touristique[69]). Le chiffre d'affaires du ski alpin, calculé sur la base des recettes des remontées mécaniques, est de l'ordre de 60 millions d'euro. Les Pyrénées Atlantiques «pèsent» 9 à 10 % du chiffre d'affaires pyrénéen. Le chiffre d'affaires du ski nordique est plus faible, de l'ordre de 1,5 millions d'euro.

S'il reste à résoudre la question de l'exploitation et de la gestion des équipements de la montagne d'hiver, les solutions sont, dans ce domaine, plus variées. Sans aménagements nouveaux, la petite station de ski de la vallée d'Ossau, déficitaire, est vouée à une mort lente. Plusieurs scénarios ont été présentés au Département : la création d'un grand domaine skiable, avec réalisation d'une liaison Artouste-Gourette (31 millions d'euro), l'extension d'une dizaine de kilomètres de pistes vers le Lurien (2,9 millions d'euro)[70]. Un investissement de 4,2 millions d'euro serait nécessaire pour maintenir la fréquentation (neige artificielle, remise à niveau des installations). Il semble qu'on puisse jouer sur la gestion des équipements d'**Artouste** en ramenant la maîtrise d'ouvrage des équipements sur le territoire (prise en charge plus forte des déficits par la commune et moindre pour le Département), en optant sur un positionnement «ski pour les montagnards» (pistes non damées, école du ski, image compatible avec le lac, le Parc naturel, le tourisme estival) et en travaillant par une offre forfaitaire commune avec Formigal sur des produits complémentaires. **Gourette**, pour sa part, doit investir sur le créneau d'une station de bon ski traditionnel, familial. Elle doit améliorer son domaine skiable, conforter sa garantie neige (équipement d'enneigement artificiel à développer), restructurer son domaine skiable sans l'étendre de manière décalée ou éclatée tous azimuts, passer de la clientèle à la journée à la clientèle de séjour, c'est-à-dire développer des modes d'hébergement adaptés, avec un accueil de bon niveau à favoriser en vallée et un système de navettes vers les pistes. Le **traitement des espaces publics** est une des priorités de la valorisation de la station de Gourette : restructuration urbaine du centre, efforts de qualité sur l'environnement urbain, création d'activité insérée dans

[69] Garrigues (N), *op. cit.*
[70] Le Moniteur, n° 5174, 24 janvier 2003, p. 48.

l'environnement sur l'Aubisque en continuant l'effort de plantation de barrières anti-avalanches. **La Pierre-Saint-Martin** a bénéficié, pour sa part, de 3,28 millions d'euro pour la construction d'une usine à neige et une troisième phase d'aménagement urbain a été décidée en 1996.

Eté comme hiver, l'ensemble du massif pyrénéen occidental a besoin d'une **image structurée autour d'un particularisme**, la nature et l'aspect sauvage de la chaîne, de la **création et la valorisation de bons produits** autour de la qualité, **d'accès travaillés** et améliorés, d'une **meilleure signalisation** et d'une information touristique qu'il faut mettre en place, de liens d'ouverture internationale à valoriser, à l'image des nouvelles lignes aériennes de Biarritz. L'investissement imaginaire des Pyrénées[71] est fondamental pour le développement touristique de la chaîne dans sa partie occidentale. Le mouvement conceptualisé sous le terme de «pyrénéisme» qui recouvre toutes les activités, sportives et intellectuelles ayant contribué à la découverte, à l'exploration et à la description des Pyrénées au cours du XIX^{e} siècle né entre le Béarn et le Haut-Comminges, est encore vivace, même s'il a vécu des processus de mutation qui en ont transformé les fondements. Le pyrénéisme pose l'expérience physique de la montagne comme inséparable de l'élaboration culturelle, ce qui le distingue de l'alpinisme. Le pyrénéiste se définit comme un habitant – autant qu'un touriste – aux compétences multiples, scientifiques et artistiques, avec une sensibilité romantique, un grand appétit de courses et une volonté de communiquer ses expériences et connaissances. Le pyrénéisme s'appréhende comme un exploit sportif sur lequel est porté un regard à la fois scientifique et artistique, une pratique entre l'art et le savoir. Capitale du Béarn et préfecture des Pyrénées Atlantiques, **l'agglomération paloise** est composée aujourd'hui de 150.000 habitants et dispose des équipements touristique suffisants à produire ces nouveaux couples «urbains-arrière pays» fortement demandés par le marché des loisirs. C'est la ville la plus importante du piémont pyrénéen qui se situe près du massif et bénéficie d'un horizon montagneux de premier plan qui lui a entre autre valu sa notoriété, tout en étant relativement bien desservie en terme d'infrastructure. C'est sans doute la seule agglomération capable de soutenir un projet **d'équipement pyrénéiste** (centre de découverte)[72].

Néanmoins, plusieurs contraintes pèsent sur le développement touristique de cette partie du massif qui nécessitent une intervention forte et rapide des collectivités territoriales :

[71] Despin (L), *La refondation territoriale : concepts et mises en application dans les Pyrénées centrales*, thèse de doctorat, Pau, Université de Pau et des Pays de l'Adour, CNRS SET UMR-5603, 2000, p.130 à 136.
[72] Baillache (A) et al. *Etude de faisabilité : maison des Pyrénées et du Pyrénéisme*, Pau, Université de Pau et des Pays de l'Adour, IUP Aménagement et développement territorial, maîtrise 2002-2003, 40p.

- supprimer les défauts de conception des principales stations d'hiver qui invitent à un meilleur positionnement sur les marchés du tourisme d'hiver (et pas uniquement des sports d'hiver) et à des alliances avec d'autres stations du massif (versant espagnol),
- contourner la faiblesse des investissements privés, qui fait supporter aux collectivités l'essentiel des investissements et des charges d'exploitation,
- réfléchir aux moyens de palier le caractère aléatoire de l'enneigement, étant donné les conditions météorologiques sur cette partie du massif, sans privilégier nécessairement le recours massif – hors de prix et difficile à rentabiliser – à la neige artificielle,
- mieux réfléchir aux contraintes de maîtrise du développement, compte tenu non seulement de la sensibilité des milieux naturels mais aussi des réserves fondées de la population permanente,
- compenser l'avenir incertain des petites stations thermales en développant des activités alternatives et gérer les friches touristiques déjà en cours,
- investir dans la qualité des infrastructures de transport pour lutter contre l'éloignement et les mauvaises conditions de desserte ou d'accès aux stations.

Pour autant, les atouts objectifs dont disposent les vallées basques et béarnaises militent en faveur d'un développement maîtrisé d'un **tourisme toutes saisons**, par une valorisation des activités de découverte et de contact avec un milieu naturel et culturel préservé (promenade et randonnée pédestre, VTT, équestre ...), en jouant sur le caractère «émotionnel» (plutôt que physique) auquel renvoie l'image Pyrénées par rapport à celle du massif alpin. Ce développement doit avant tout tendre à valoriser les éléments existants du réceptif et jouer sur l'authenticité de l'offre (développer une gamme de produits autour du sport, de la nature et de la santé). La réhabilitation urgente des refuges de haute montagne et des sentiers de randonnée doit s'inscrire dans cette approche. Les deux études actuellement en cours sur l'Ossau et le Baretous dans le cadre de la convention interrégionale du massif Pyrénéen vont dans ce sens en visant à la diversification de l'offre et à l'allongement de la saison, mais quelle sera la hauteur de l'investissement nécessaire à produire du développement ? Un élargissement des clientèles traditionnelles (qui sont issues aujourd'hui du sud-ouest et de l'ouest de la France) est à ce prix, visant une fréquentation touristique plus régulière et mieux maîtrisée, désormais ouverte sur la péninsule ibérique.

En renforçant considérablement ses relations avec les régions voisines espagnoles, action qu'elle a déjà entreprise sur un certain nombre de dossiers (dont le traitement de la traversée centrale des Pyrénées), la collectivité régionale va sans doute replacer le tourisme pyrénéen au centre de ses actions économiques, sociales et d'aménagement du territoire.

Le patrimoine et les Chemins de Saint-Jacques

Un autre chantier ouvert par le dernier Contrat de Plan est celui qui repose sur la politique des sites majeurs et de la valorisation touristique des chemins de Saint-Jacques de Compostelle. La Région a compris qu'il convenait de s'appuyer sur les cinq faisceaux de voies historiques de pèlerinage de Saint-Jacques, qui bénéficient d'une croissance de fréquentation sensible, d'une médiatisation intéressante ainsi que d'une reconnaissance politique, culturelle et patrimoniale certaine (19 sites aquitains ont été classés par l'UNESCO au titre du patrimoine mondial). Elle soutient depuis 1998 de nombreuses opérations structurantes qui permettent de développer la fréquentation des territoires ruraux traversés, de tenter de renforcer l'économie locale avec des retombées directes ou induites (?)[73] et de placer la réflexion à une échelle plus large en renforçant la vision intercommunale avec l'élaboration d'un projet global de développement territorial. Néanmoins, aujourd'hui force est de constater que l'actuel foisonnement d'initiatives ne concourt pas à rendre lisible et cohérente la politique régionale en la matière. Cette carence se traduit notamment par la discontinuité du balisage des sentiers de randonnées sur un même linéaire, un éparpillement des actions de restauration du patrimoine jacquaire, un manque de sensibilisation des communes à créer des hébergements d'étapes, induisant une insuffisance de notoriété de l'Aquitaine comme territoire de convergence.

Pourtant le «gisement» touristique existe, qu'il convient de travailler fortement. Pour les pèlerins et touristes, croyants ou athées, le parcours et les évènements du voyage sont une valeur en soi, quel que soit le but à atteindre : balade touristique, épreuve, retour sur soi, affrontement des espaces inconnus ... En même temps qu'un motif de destination, le *camino* est un outil culturel à remonter le temps. Touristes et randonneurs d'aujourd'hui suivent un parcours de mémoire, redécouvrant les traces d'une civilisation rurale largement oubliée. Resurgit alors tout le **patrimoine modeste** régional, celui qui n'est pas pris en compte aujourd'hui par les politiques publiques de restauration et de mise en valeur. Il témoigne cependant de l'alliance du paysage et de la vie, de la **relation familière de l'homme à son environnement** (fondement du tourisme aquitain) qu'on peut désormais s'efforcer de préserver et de réhabiliter. Ici un pont enjambant un ruisseau, là un muret

[73] La question des retombées économiques de la valorisation du patrimoine par le tourisme est encore en débat. Des programmes de recherche scientifique doivent encore pouvoir évaluer précisément les impacts du tourisme sur le patrimoine et en faire une application régionale. Voir à ce sujet : Dégremont (I) et Didier (S), «Quand les motels Googie ne font plus recette : destruction et perversion par le tourisme d'un patrimoine contesté», *Regards croisés*, Paris : Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 2003.

des brochures et guides, de **recourir à la médiation culturelle**, d'indiquer, à partir des voies jacquaires traversant la région, les sites et monuments en rapport avec le pèlerinage de Saint-Jacques ou en rapport avec la défense des voies jacquaires (commanderies, sites fortifiés de passages, villages-gués), de les proposer à la visite avec une mise en valeur sobre mais minimale. Bref, d'aménager ce patrimoine culturel en donnant des clefs de lecture : rendre les éléments architecturaux, sociologiques, historiques ou religieux identifiables et significatifs du pèlerinage, de son environnement civil ou militaire. C'est donc une action d'intégration de ces sites et monuments dans le développement touristique local, relais vers d'autres centres d'intérêt que la Région doit entreprendre : autres églises, châteaux, châteaux viticoles, villages remarquables de caractère associés à l'époque ou à l'économie du pèlerinage. Bref, c'est un réseau de découverte thématique et multidimensionnel de l'Aquitaine qu'il s'agit de créer.

Les atouts sont nombreux :

— une **forte notoriété**, d'abord. L'accroissement de la fréquentation des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle est sensible depuis quelques années. Le pèlerinage compostellan exerce un réel attrait symbolique, spirituel et matériel auprès de touristes qui s'intéressent à ces itinéraires historiques, qu'ils soient pèlerins, randonneurs, amateurs d'art et d'histoire. Sur ces itinéraires, plus d'un piéton sur trois est un touriste culturel à l'affût des beautés de l'art roman, un sur quatre est un sportif et 5 % seulement sont des adeptes de l'ésotérisme. Incontestablement, ce n'est pas un pèlerinage ordinaire : c'est d'abord un mythe. C'est aussi un très beau chemin, surtout dans sa partie espagnole très bien balisée. Enfin et surtout, le patrimoine architectural qui le jalonne est exceptionnel. Chaque siècle a laissé son empreinte : hôpitaux de pèlerins, chapelles, églises magnifiques, ponts et calvaires, murs sculptés jalonnant le chemin. En marchant vers Compostelle, on s'inscrit dans l'histoire de l'Europe.

— une **médiatisation importante**. De nombreux ouvrages de témoignages, des guides (éditions Gallimard, éditions Sud-Ouest, associations des Amis de Saint-Jacques) des articles dans des journaux et des magazines (numéros hors série de l'Express, La Vie, Notre Histoire ...) sont parus ces dernières années sur ce sujet. Des reportages, des documentaires télévisés, des émissions radiophoniques, des conférences, des expositions, des pièces de théâtre ont été consacrés aux Chemins de Saint-Jacques. Cette médiatisation a contribué à la popularisation du thème jacquaire. D'après les quelques recensements existants, en 1982, on comptait 120 pèlerins qui atteignaient Saint-Jacques et obtenaient leur certificat. Ils étaient 1200 en 1987, 25 179 en 1997, plus de 100 000 en 1999. L'Office de Tourisme de Clermont-Ferrand, qui n'est pas sur le chemin, dédie depuis deux ans

protecteur, une chapelle oubliée d'un bourg, la grange d'une ancienne Commanderie, là encore une mare, un tas de pierre, un arbre centenaire. Aujourd'hui, l'offre en produits culturels sur ce thème est largement sous exploitée en Aquitaine alors que le patrimoine lié au Pèlerinage est conséquent. Le rôle des associations patrimoniales, des associations jacquaires, des universitaires, des érudits locaux, de tous les professionnels est primordial pour la création de l'information de valorisation d'un réseau serré de sites.

Différents facteurs créent des conditions favorables au développement d'une pratique touristique nouvelle d'obédience jacquaire en Aquitaine : l'augmentation du nombre de personnes pratiquant ces itinéraires (1264 pélerins en 1996 à Saint-Jean-Pied-de-Port, 11 000 en 2000), la notoriété grandissante des Chemins de Saint-Jacques, la reconnaissance des associations jacquaires comme interlocuteurs des collectivités locales et leur collaboration avec les Comités départementaux de randonnées pédestres, l'intégration des Chemins de Saint-Jacques dans les Plans départementaux de randonnées, l'adéquation du développement du tourisme culturel jacquaire avec l'objectif du C.R.T.A. de diversifier l'image de la région. La hausse du nombre de pèlerins commence à se faire ressentir dans les petits villages situés sur les chemins de Saint-Jacques. Dans certains sites, on commence à déplorer un manque de chambres et de tables d'hôtes, particulièrement dans les Landes. De plus, la majorité des pèlerins reviennent plus tard en tant que touristes dans les villages et régions où ils sont passés lors de leur pèlerinage[74]. L'intervention de la Région permettrait également de diversifier l'offre en valorisant le patrimoine architectural civil et religieux. Il s'agit, pour cela, de recréer, autour de l'empreinte jacquaire, une ambiance, une incursion dans un autre temps par la force de l'imaginaire, de fournir des informations sur la légende de Saint-Jacques, le contexte politico-religieux dans laquelle elle s'est développée, sur l'histoire du pèlerinage et ses répercussions culturelles et sociales, de donner des éléments bibliographiques et d'approfondissement du «mystère» du pèlerinage par des ventes de documents associés (chiffre d'affaires touristique local).

On gagnerait aussi à mettre en place des actions pour améliorer l'information et l'accueil global des publics afin que les visiteurs en séjour en Aquitaine puissent accéder plus facilement aux nombreux sites jacquaires et y décident d'en faire un **motif de séjour**. Il s'agit à la fois de former les personnels des offices de tourisme, d'organiser la structuration de l'offre par

[74] 62 % des agriculteurs interrogés en Aquitaine déclarent revenir en tant que touristes dans la région, d'après S. Verdon, *Le développement de l'agritourisme en Aquitaine par les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle*, Chambre d'Agriculture Aquitaine, 2001, p. 21

une salle d'exposition de très grande qualité sur 100 m² à l'art roman jacquaire et y produit une excellent montage vidéo projeté 10 heures par jour en boucle. On cherche des relais équivalents pour l'Aquitaine.

— une **reconnaissance politique, culturelle et patrimoniale**. En 1987, le Conseil de l'Europe a décidé de faire des chemins de Saint-Jacques le «premier itinéraire culturel européen». Cette politique patrimoniale a été reprise par l'UNESCO : la cathédrale de Bazas, la basilique Saint-Seurin, la basilique Saint-Michel et la cathédrale Saint-André de Bordeaux, l'abbaye de la Sauve-Majeure et l'église Saint-Pierre de La Sauve, l'église Notre-Dame-de-la-Fin-des-Terres de Soulac ont été sélectionnés en Gironde le 2 décembre 1998, mais cette reconnaissance a touché l'ensemble du patrimoine majeur jacquaire de la région : Périgueux, Le Buisson de Cadouin, Saint-Avit-Sénieur, Agen, Mimizan, Saint-Sever, Aire-sur-l'Adour, Sorde-l'Abbaye, Bayonne, L'Hôpital-Saint-Blaise, Morlaas, Lescar, Lasseube, Lacommande, Saint-Jean-Pied-de-Port sont concernés au premier chef par cette politique. Au-delà de ces sites majeurs, la région compte au moins **110 sites et édifices importants** sur lesquels on peut développer une politique de structuration du tourisme jacquaire sur un total de 230 sites recensés. Les collectivités locales commencent à ressentir la nécessité de mettre en valeur ces Chemins. En 1988, la Région Aquitaine a chargé une agence d'ingénierie d'une opération de mise en valeur touristique et culturelle sur le territoire du Pays Basque intérieur et des communes landaises et béarnaises limitrophes. Par ailleurs, certains départements, les Comités départementaux du tourisme, la Fédération Française de Randonnées Pédestres, les Associations Jacquaires entreprennent maintenant des actions de publication de topo-guides, de repérage d'itinéraires, de balisage, d'expositions thématiques. Des actions sont conduites en faveur des chemins (travaux d'assainissement et pose de bornes de randonnées portant le logo européen), en faveur de l'hébergement (uniquement l'hébergement pèlerin à Saint-jean-Pied-de-Port et Saint-Palais), en faveur du patrimoine bâti (signalisation du patrimoine avec panneaux explicatifs). La mise en œuvre de ces premiers travaux laisse apparaître l'importance accordée à une coopération avec les régions voisines Poitou-Charentes, Limousin et Centre pour coordonner les actions et à la formation des prestataires et des acteurs : O.T.S.I., services d'hébergement associés ...

Mais un accroissement notable de ce programme pourrait permettre de participer à **l'invention locale de territoires touristiques nouveaux**[75] pour

[75] Vlès (V), *Service public touristique local et aménagement du territoire*, op. cit., p. 139 à 163.

l'Aquitaine, porteurs d'authenticité et de valeurs régionales. Pour valoriser l'année jacquaire en 2004, la Région gagnerait à impulser une dynamique nouvelle un peu plus structurée favorisant la mise en réseau des acteurs pour engager une démarche claire d'identification des itinéraires à fort potentiel de développement touristique, avec un cadre d'intervention défini, un calendrier précis. La dimension régionale apparaît légitime pour cette coordination des projets. L'Aquitaine gagnerait aussi à développer des coopérations avec les régions concernées (Auvergne, Bourgogne, Limousin, Poitou-Charentes, Languedoc-Roussillon, Midi Pyrénées et l'Espagne), notamment dans le cadre du programme européen INTERREG 3B en proposant une candidature unique sur un projet interrégional global.

De nouvelles priorités pour l'observatoire touristique aquitain

L'Aquitaine a jadis été pionnière en matière d'observation de l'économie touristique. En effet, dès 1980, la Région était la première en France à réaliser une enquête lourde sur la clientèle touristique. Cette enquête permettait d'obtenir des données de cadrage sur les différents flux et des données économiques sur le chiffre d'affaires touristique régional. Grâce au premier Contrat de Plan Eta -Région, cette étude a pu être actualisée en 1985. Depuis, aucune autre étude d'envergure n'a été mise en oeuvre jusqu'en 1998 et les données sur l'ensemble des flux touristiques proviennent d'extrapolations des données de 1985 ou d'enquêtes spécifiques à certaines stations. Seules les fréquentations en hôtels, campings, gîtes ruraux, résidences de tourisme et villages de vacances sont suivies mensuellement par le Comité régional de tourisme d'Aquitaine ou l'INSEE. Près des deux tiers des flux touristiques (meublés, résidences secondaire ou hébergement chez l'habitant) ne sont donc appréhendés que de façon lointaine et approximative. Afin d'appréhender la totalité de l'économie touristique régionale, il était donc indispensable de mettre en place un nouveau dispositif de mesure. Après une analyse des besoins menée en concertation avec l'ensemble des partenaires et un examen des méthodes mises en place dans les autres grandes régions touristiques, l'Etat et la Région ont souhaité confier au CRTA, dans le cadre du volet observation touristique du Contrat de Plan Etat-Région 2000-2006, la mise en oeuvre et le suivi de la méthode des flux[76]. Les premiers résultats de 2001, première année d'étude, sont disponibles au CRTA depuis novembre 2002.

Les relances de la mission «littoral aquitain» depuis 1999 a mis en évidence les lacunes de l'observation actuelle : d'une part les acteurs institutionnels se sont trouvés dans l'incapacité de prendre du recul au-delà d'une décennie pour juger

[76] Dœuvre (J-A), «Méthode des flux», *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Observatoire National du Tourisme, 2000, p. 67 et 68.

de l'évolution globale de la côte depuis la fin de la Mission interministérielle (1988), d'autre part les méthodes de comptabilisation avancées pour justifier les évolutions étaient très différentes selon les départements, rendant aléatoires les bilans et les comparaisons. Dans le cadre de la gestion globale de leur station (gestion de la voirie et des réseaux divers, dispositions sanitaires, animation touristique, justification et prévision des aménagements), les directeurs de ville ou de pays touristiques aquitains ont besoin d'informations précises sur la fréquentation, l'évolution de l'offre, son positionnement par rapport aux autres destinations. Par ailleurs, l'évolution des modes de consommation du secteur, l'accroissement de la concurrence, la professionnalisation des acteurs nécessitent une connaissance de plus en plus fine des clientèles des sites et stations touristiques. En effet, au-delà de la nécessité de mieux connaître la seule fréquentation des touristes (qui nécessite déjà le développement d'un réel observatoire régional ou local), il apparaît crucial de connaître les retombées économiques du tourisme sous l'aspect des activités et de l'emploi. La création d'une veille marketing efficace est de compétence régionale.

Actuellement, si les données touristiques abondent sur le plan national, régional et parfois départemental, les responsables des sites aquitains sont confrontés à l'absence de données pour piloter leurs actions. Les relevés et comptages effectués à l'Office de tourisme sont généralement les seules données disponibles. Ces données ne prennent en compte que les visiteurs de l'Office, c'est-à-dire une petite partie de sa clientèle (en général 10 à 20 %). Le nombre et l'origine des visiteurs ne reflètent pas l'ensemble de la fréquentation et conduisent à avancer des volumes et des caractéristiques de consommation les plus fantaisistes[77]. La connaissance locale du phénomène touristique est donc très largement insuffisante pour bâtir des actions raisonnées de développement, d'aménagement ou de marketing sur le court, le moyen ou plus encore sur le long terme.

Si le rôle de la Région dans la mise à niveau du parc d'hébergement local face à la demande actuelle et future reste un point central qu'il convient de traiter, on ne peut à la fois affirmer que le tourisme est une composante majeure de l'économie régionale et laisser s'ouvrir le fossé entre le caractère vétuste de l'offre et les nouvelles exigences de la demande (mais aussi la quantité : le littoral, en particulier, manque d'hébergements banalisés). C'est pourquoi la région devrait **suivre plus précisément les processus de consommation des**

[77] Par exemple, une station d'Aquitaine a longtemps avancé des résultats de fréquentation moyenne de 200 000 touristes par jour au mois d'août. Pour montrer l'irréalisme de ce chiffre, il suffit de faire le calcul suivant : sachant que cette station n'est accessible que par route, avec une moyenne de 3 personnes par véhicule et 4,50 m de longueur de véhicule ajouté d'un espace minimal entre véhicule de 0,50 m, cette fréquentation produit un encombrement physique de flux de 300 km de long !

produits touristiques aquitains. Non pas seulement en comptabilisant soigneusement les fréquentations, nuitées, séjours et dépenses, comme c'est le cas actuellement. Pour gérer et anticiper l'économie touristique régionale, il lui faut également étudier le touriste, sa vie quotidienne, ses comportements et ses motivations. L'observation (*observatoire régional*) n'est pas seulement une affaire de décompte quantitatif des fréquentations. C'est aussi assurer un suivi sociologique fin des clientèles. Les systèmes d'observation performants et modernes sont des outils d'aide à la décision qui manquent encore aux collectivités aquitaines pour assumer pleinement leur rôle de planification spatiale.

D'autre part, de nombreux opérateurs[78], s'ils s'intéressent aux stations aquitaines, ont regretté l'absence de données valorisées et bien présentées (accessibles en termes de dossiers thématiques et géographiques réalisés à des fins de recherche d'investisseurs) sur **l'état de l'offre et de la demande touristique** (inventaire précis de ce qui existe et a été fait dans un passé proche) :

- nombre de lits par sous-région de destination (Périgord noir, Pays basque, Bordeaux, Côte atlantique, Agenais, ...), leur âge, leur qualité. Certaines destinations ont un potentiel considérable (les villes de la Côte basque, avec le Pays basque intérieur et le sud des landes, notamment) mais sont insuffisamment travaillées en termes de présentation de la production touristique actuelle (hébergements, parcs aquatiques, etc.) et **des structures de consommation de la demande sur le marché basque espagnol** voisin pour attirer les investisseurs[79],
- inventaire des terrains disponibles dans ces destinations, mise en exergue des lieux d'accès au foncier à un coût raisonnable (entre 3 et 15 % maximum du coût total des opérations),
- proximité des clientèles accessibles (Pays basque espagnol pour le Pays basque et le sud des Landes[80], part d'Espagnols qui viennent dans le sud de l'Aquitaine ...), inventaires quantitatifs de la demande par produit/destination (inventaires des marchés),
- mise en exergue de l'existence de programmes touristiques structurants d'envergure dans des villes ou sites «pilotes» (par exemple, sur le littoral : Bordeaux-Arcachon/Hossegor-Capbreton/Côte Basque) ;
- mise en valeur des efforts de promotion ciblés réalisés dans un passé proche : ouverture d'un bureau de promotion à Bilbao ...,
- par ailleurs, on déplore l'absence d'un outil spécialisé (pas obligatoirement une structure de plus) pour faire connaître et promouvoir l'Aquitaine auprès des opérateurs et investisseurs touristiques.

[78] dont Accor, Pierre et Vacances, la Caisse des dépôts et VVF.
[79] A. de Fombelle, *op. cit.* ; J. Brion, Directeur du Sofitel Thalassa Miramar Biarritz ; J-P. Sonois, *op. cit.*
[80] J-P. Sonois, *op. cit.*

Ce souhait d'améliorer et de renforcer le dispositif d'observation touristique en Aquitaine, délaissé jusqu'en 1998, a d'ailleurs été largement exprimé lors des derniers travaux de planification. Le Conseil régional et l'Etat l'ont formalisé notamment par un engagement commun dans le cadre du Contrat de plan pour la période 2000-2006, au titre des actions d'accompagnement du volet tourisme. Cependant, l'état des lieux de la situation, la nature des besoins et les objectifs de cette action révèlent une problématique d'intervention complexe à la fois dans les objectifs visés, les résultats attendus, les actions programmées, les partenariats et les moyens nécessaires au succès de cette opération. Le système d'observation touristique régional, né en 1984, n'est actuellement pas en mesure de répondre à l'enjeu, faute de moyens. Il s'appuie sur un certain nombre de données quantitatives et qualitatives détenues et traitées pour l'essentiel par le Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine d'une part, l'INSEE d'autre part, ainsi que par des observatoires départementaux financés par les Comités Départementaux du Tourisme, c'est-à-dire les Conseils généraux. Ce dispositif est incomplet et souffre de problèmes de coordination entre les différents opérateurs qui rend le système fragile et nuit à sa fiabilité. Cette situation est pour partie le résultat d'un désintérêt des différents donneurs d'ordre régionaux au cours des années 1988-1999 : l'Aquitaine doit rattraper aujourd'hui l'absence d'une stratégie puissante pendant trois Contrats de plan, sans objectifs clairement exprimés dans ce domaine visant à fédérer les principaux outils existants. Les conséquences en matière de connaissance de l'offre touristique (parc d'hébergements, équipements et activités de loisirs, lieux de visite, produits, ...), de la fréquentation des hébergements, des sites de visites, de la connaissance des clientèles, des études sur les lignes de produits, des autres données économiques et sociales produisent un retard de la région par rapport à d'autres destinations[81]. Par exemple :

— en matière de **connaissance des hébergements**, les données relatives à l'hôtellerie et à l'hôtellerie de plein air sont assez fiables, notamment celles issues des fichiers des Préfectures. Il n'en demeure pas moins que les fichiers de base de connaissance de cette offre peuvent différer parfois selon les sources (les fichiers des Préfectures ne sont pas ceux de l'INSEE) et selon les opérateurs (Préfecture, CRTA, INSEE, Départements interviennent indistinctement dans ce domaine). Par ailleurs, certains éléments de connaissance qualitative de l'offre restent difficiles à obtenir par les voies administratives ou institutionnelles ou

[81] Guicheney (J-C), *L'observation touristique en Aquitaine*, Comité Economique et Social régional, 12/07/2000, 20 p, note de synthèse non publiée, réalisée sur la base des contributions écrites du Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine, de l'INSEE Aquitaine, des Conseils Généraux de la Dordogne et de la Gironde, des Comités Départementaux du Tourisme de la Dordogne, de la Gironde et du Lot-et-Garonne.

supposent un recours aux opérateurs : c'est le cas pour l'offre hôtelière sous chaînes intégrées et sous chaînes volontaires, des services proposés par cette offre (et pas seulement le niveau de classement administratif), c'est le cas aussi du parc d'hôtellerie légère de loisir (HLL) mal connu et des chaînes ou réseaux en hôtellerie de plein air. La fiabilité des données produites est jugée moyenne par les opérateurs de l'observation eux-mêmes. De même, le CRTA fournit des informations assez précises sur les villages de vacances et certaines maisons familiales. Mais tout un pan de cette catégorie d'hébergements reste difficile à connaître (notamment les centres de vacances avec hébergement) : les fichiers gérés par les DDJS sont, dans l'ensemble, difficilement exploitables. La connaissance du tourisme des territoires ruraux n'est pas mieux lotie (gîtes ruraux et chambres d'hôtes) : depuis quelques années, le CRTA s'efforce de centraliser les informations fournies par les relais départementaux des gîtes de France. Mais cela ne recouvre que les seuls hébergements labélisés «Gîtes de France». Il existe d'autres réseaux plus marginaux mais qui correspondent à des segments particuliers de l'offre, plutôt positionnés en très haut de gamme et qui représentent une part de la consommation touristique intérieure d'autant plus importante qu'elle est porteuse d'avenir. En outre, la localisation géographique des gîtes à partir du fichier reconstitué du CRTA est impossible car la seule adresse référencée est celle du propriétaire du gîte ou de la chambre d'hôtes. La situation est pire encore en ce qui concerne les meublés touristiques : les données disponibles sur la connaissance de cette offre sont très partielles. Le CRTA s'appuie sur le fichier des meublés labélisés Clévacances. La connaissance des meublés classés est encore imparfaite du fait des retards accumulés dans les procédures de classement au niveau départemental. De fait, on ne dispose que d'une lecture partielle de cette offre. Des études ponctuelles ont été menées par la DRAF Aquitaine et par l'Union Régionale des PACT-ARIM (1998 pour cette dernière). La fiabilité et la précision de ces données est jugée carrément mauvaise par les opérateurs !

— la connaissance de **la fréquentation des sites de visite et de loisirs** et de l'économie induite repose sur des sources dont la diversité varie selon la nature des équipements, le type de gestionnaire et les relais d'information rend les comparaisons temporelles et spatiales impossibles. Pour les sites culturels, les sources d'information existent auprès du Ministère de la Culture et des collectivités territoriales (départements et collectivités locales). La billetterie en constitue le principal argument. Le CRTA centralise quelques données, mais ni exhaustives ni systématiques ni en termes d'observation (information plutôt exploitée pour l'élaboration de documents promotionnels ou d'information des professionnels du

voyage). On notera également l'absence de données centralisées pour les festivals et grandes manifestations culturelles dans la région. L'appréciation du rôle économique et d'aménagement du territoire de la mise en tourisme des sites naturels s'appuie sur des sources administratives éclatées répondant à des fréquences d'enquête irrégulières et d'une précision plus que moyenne (DIREN, Conseils Généraux, Conservatoire du Littoral par exemple).

— on ne dispose pas à ce jour d'une information exhaustive et spécifique à la région sur la **fréquentation touristique** de l'Aquitaine dans son détail[82]. Les seules informations disponibles reposent sur une extraction de l'enquête-panel effectuée chaque année par la SOFRES (Taylor Nelson SOFRES) sur la clientèle touristique nationale d'une part, et d'autre part sur une exploitation par la SOFRES de l'enquête aux frontières réalisée tous les deux ans pour les clientèles non-résidentes. Une amélioration de ce dispositif est attendue avec la mise en place d'une enquête reposant sur l'analyse des flux, qui concernerait l'Aquitaine et chacun de ses départements, sachant que ce type d'enquête ne permet pas d'apprécier les retombées de la clientèle domestique aquitaine pour laquelle un autre dispositif est à prévoir (enquête panel). La fréquentation des hôtels et campings est régulièrement suivie par l'INSEE sur la base d'un questionnaire adressé aux prestataires. Depuis 1993, ces données étaient reprises par le CRTA pour l'élaboration de son bilan de la saison estivale. Cependant, la faiblesse du taux de couverture du secteur hôtelier (500 hôtels sur 1240 répertoriés par l'INSEE, 1304 répertoriés par le CRTA) et du taux de retour constaté, conjuguée au problème du coût, a conduit en 1999 le CRTA à mettre en place son propre système d'enquête auprès des hôteliers. De nouvelles négociations ont été engagées entre les différentes parties afin d'aboutir à un système de mesure de la fréquentation hôtelière plus exhaustif et plus cohérent. L'INSEE livre une statistique mensuelle sur l'ensemble de l'année. Le CRTA publie un bilan saisonnier de la saison passée (mai à septembre) avec un découpage hebdomadaire depuis 2000. Les données relatives à la fréquentation des meublés touristiques restent très partielles. Le CRTA recueille quelques informations sur la fréquentation des meublés «Clévacances». Au-delà, seule une extrapolation de l'enquête SOFRES donne des indications sur la part des locations (hors gîtes et chambres d'hôtes), soit près de 7 millions de nuitées (année 1997). Pour ce qui est du parc non marchand (résidences secondaires, famille et amis...), majoritaire en capacité d'accueil, les seules données disponibles à ce jour sont celles fournies par

[82] La méthode des flux est appliquée depuis 2001. Voir supra

l'exploitation de l'enquête SOFRES, dont la fiabilité, la fréquence, la précision et les usages sont jugés mauvais par les opérateurs.

— les rares informations sur la fréquentation de certains types de **produits** sont recueillies dans le cadre d'enquêtes ou d'études spécifiques. Quelques études au niveau régional sont réalisées par le CRTA. Il existe aussi des études de portée nationale qui font référence à des approches régionales (études de l'AFIT ou de l'ONT, par exemple une étude récente sur le tourisme viti-vinicole). L'information est donc ponctuelle et non systématique. Dans ce domaine, une définition des couples produits - clients et une méthode d'actualisation des informations mériteraient d'être mises en place.

— le CRT Aquitaine réalise des enquêtes ponctuelles sur certaines **clientèles étrangères** (allemande, britannique, belge, néerlandaise, espagnole, suisse ...). Le problème posé ici est celui de l'actualisation de ces enquêtes, dans le souci d'un suivi de la fréquentation et des attentes des étrangers visitant l'Aquitaine.

— les informations sur les **dépenses touristiques** des visiteurs et sur le **chiffre d'affaires des entreprises du tourisme** en Aquitaine sont rares ou inexploitées. Ainsi, la dépense touristique est officiellement estimé à 1,5 milliards d'euros depuis plusieurs années, sur la base d'une étude de cadrage qui remonte à ... 1983 ! Vingt ans après, ce chiffre paraît sous-évalué. Les estimations faites par le Conseil Economique et Social Régional en 1999 font état de 2,3 milliards d'euro de recettes touristiques dans la région. Une étude récente sur les dépenses touristiques, commandée par le CRTA à la SOFRES, tend à confirmer le chiffre de 1,5 milliards d'euro, mais uniquement pour la saison touristique (mai à septembre) et pour la clientèle de loisirs française de plus de 15 ans ! Outre ce flou, voire ces approximations, on a aucune connaissance de l'apport des dépenses à la richesse des échelons locaux.

— en ce qui concerne l'impact social du tourisme sur les espaces aquitains, les sources d'information sur l'emploi sont fournies par l'exploitation des fichiers URSSAF et ASSEDIC et des déclarations annuelles des données sociales (DADS). Ces informations portent essentiellement sur les emplois salariés. Elles sont traitées par l'INSEE, mais pas de façon spécifique (et rarement dans le cas des DADS). Or tout l'intérêt des DADS est qu'elles permettent de prendre en compte la durée des contrats et les effets de saisonnalité, éléments fondamentaux de l'emploi touristique. Le CRTA a réalisé en 1988 des travaux sur les flux économiques et sur l'emploi dans le secteur du tourisme. En 1994, l'AREPA a publié une étude sur les emplois dans ce même secteur et la cellule ARGOS mise en place auprès de l'AREPA a elle-même produit des données les métiers du tourisme. Selon le type d'approche retenue, **les informations recueillies peuvent varier presque du simple au double !**

On le voit, le dispositif d'observation régional, s'il est déjà une réalité, est encore hétérogène, redondant (plusieurs organismes éditent des statistiques sur le même objet, mais pas forcément avec la même méthode de collecte, de traitement des données et pas forcément cohérentes) et souvent incomplet : certaines données évoquées dans ce constat sont partielles voire non disponibles (soit parce que l'information n'existe pas, soit parce qu'elle existe mais n'est pas traitée). Ce système est en tout cas perfectible, dans la mesure où la plupart des difficultés ou problèmes rencontrés ne sont pas insurmontables et supposent avant tout une volonté commune de mettre en œuvre un système d'observation efficace. L'idée de fournir un **outil d'aide à la décision pour les opérateurs publics et privés** en région, sur la base d'informations aussi précises, aussi fiables et aussi régulières que possibles afin d'améliorer et compléter le dispositif d'observation existant est partagée par tous. Cependant, la mise en œuvre de cette stratégie nécessite **un renouvellement et une actualisation des données de cadrage** sur l'activité touristique en Aquitaine (procéder à un recalage, à un point «zéro» des impacts économiques et sociaux du tourisme en Aquitaine : volume d'activités, dépenses touristiques, emplois ..., avec une actualisation tous les trois ou quatre ans des données économiques, sociales, de fréquentation).

Tout ceci suppose une amélioration de la fiabilité de traitement de certaines informations (notamment celles relevant des données fiscales) et un accord sur les options méthodologiques entre les différents donneurs d'ordre (Etat et Région principalement) et maîtres d'œuvre du système (INSEE et CRTA), la mise en place d'un système de recensement de l'offre touristique complet (avec mises à jour annuelles permettant une localisation des infrastructures, précisant leurs caractéristiques quantitatives (nombre de chambres, de places ou de lits pour les hébergements ...), d'une étude des flux touristiques (en cours) permettant de disposer d'éléments plus précis sur la nature des clientèles extra-régionales et sur la fréquentation touristique, l'amélioration de la fiabilité des enquêtes de fréquentation, leur élargissement au suivi de la fréquentation sur certaines lignes de produits (golf, thalassothérapie, thermalisme, fluvial, affaires et congrès). Le **traitement territorialisé** de ce système d'informations (jusqu'au niveau local : station ou pôle touristique) implique **une définition précise du rôle de chaque opérateur concerné et des partenariats** à alimenter ou à mettre en place. La Région, l'Etat, l'INSEE, le Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine (CRTA), les prestataires, l'Agence Française d'Ingénierie Touristique (AFIT), l'Observatoire National du Tourisme, Maison de la France, les Comités Départementaux du Tourisme, appelés en outre à contribuer au financement de certaines actions d'observation, les offices de tourisme (et syndicats d'initiative), au moins pour les plus importants d'entre eux, sont autant d'acteurs à fédérer. Qui peut prendre l'initiative de ce travail, si ce n'est la Région ?

Le contrat Etat-Région 2000-2006 a inscrit 1,2 million d'euro au titre de l'évaluation des flux et de l'observation touristiques. Cela représente tout de même un effort moyen annuel de l'ordre de 170 000 euro par an. Mais le budget de l'observatoire régional placé au sein du CRTA n'a pu bénéficier que de 90 000 euro par an. Sur la base de l'analyse qui précède et sous réserve des options stratégiques et techniques retenues, J.C. Guicheney[83] a évalué le volume annuel des **besoins** à 0,8 million d'euro tous les 4 ou 5 ans (enquêtes cordons, données de cadrage) et 300 000 euro par an les autres années, ce qui représente un triplement du budget annuel de croisière du CRTA en matière d'observation. Soit, sur la période 2000-2006, 3 millions d'euro : plus du double du montant inscrit. Ici encore, les moyens alloués ne paraissent pas suffire à répondre aux enjeux. Certes, dans le budget 2003 du Comité régional de tourisme, on note une augmentation de la dotation de 131 000 ¤ pris en charge pour moitié par l'Etat. Mais on est encore loin du compte.

Ce secteur pose ici encore la question de l'inachèvement de la décentralisation du tourisme et de l'importance qu'on lui accorde dans l'avenir de l'économie régionale.

*
* *

Globalement, la situation décrite montre que les politiques de développement touristique sont fortement dépendantes de politiques plus larges d'aménagement du territoire régional. Dans un contexte marqué par la diversité des espaces économiques et sociaux, de nouvelles politiques différenciées, adaptées à cette diversité sont indispensables. Mais elles ne peuvent pleinement porter leurs fruits que dans le cadre d'un schéma régional de développement commun, en cours d'élaboration. Au-delà de la diversité territoriale du littoral, il faut souligner que les besoins liés au développement touristique, compte tenu des caractéristiques de situation, suggèrent des modalités d'interventions qui sont de deux types :

- des actions de soutien et de promotion qui peuvent être relativement ponctuelles là où les bases de l'activité touristique sont bien établies, où les cadres urbains ne posent pas trop de problème, où la fréquentation est ancienne et se reproduit d'année en année de manière favorable. Les cas de figure type qui correspondent à la situation ainsi décrite sont le Pays Basque et le Bassin d'Arcachon, territoires figurant parmi les plus attractifs,
- des actions beaucoup plus structurantes et portant sur des domaines sensiblement plus larges là où se posent des problèmes de remise à niveau de l'urbanisme et des espaces publics (sur le littoral, en montagne), d'utilisation de l'arrière pays, à forte saisonnalité, ou à faible taux de résidence d'habitants permanents. Sur ces territoires représentant près des 2/3 de l'économie touristique aquitaine, l'engagement régional reste à parfaire.

83 *L'observation touristique en Aquitaine, op. cit.*

Un engagement à parfaire

Les élections régionales de 2004 qui devraient assurer à l'exécutif une majorité plus large et plus stable, donneront sans doute à la Région les moyens politiques de négocier en position plus favorable avec les départements une politique d'aménagement et de développement touristique mieux affirmée dans ses choix et plus lisible dans ses interventions spatiales. Celle-ci aurait avantage à être négociée avec l'ensemble des collectivités et professions et inscrites dans un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs. La mise en place d'aides financières à l'ingénierie est souhaitable pour l'application des nouveaux outils d'aménagement opérationnels mis à la disposition des communautés touristiques.

Un schéma pour donner de la lisibilité à l'action régionale

«*La dimension très généraliste d'un schéma régional* [du tourisme fluvial] *rendrait l'outil inutile ou peu attrayant*»[84]. Cette appréciation figure dans le rapport Moyrand soumis à l'Assemblée plénière en 2002. La recommandation faite à la Région de se doter de cet outil prévu par la loi[85] a été faite à de multiples occasions, notamment dans le cadre des travaux préparatoires aux Plans, des travaux sur l'évaluation de la politique du littoral, de la mise en place de la Mission littoral ou des auditions du Comité stratégique[86]. Pour l'heure, la question a été renvoyée au cadre plus large du Schéma régional d'aménagement et de développement du territoire, actuellement en cours d'élaboration car rendu obligatoire par la loi Voynet[87]. Car sa concrétisation a été rendue jusqu'à présent impossible en raison de l'étroites-

---

[84] Conseil Régional d'Aquitaine, *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, rapport adopté en séance plénière du Conseil régional en novembre 2002, p. 33

[85] Loi n° 87-10 du 3 janvier 1987 relative à l'organisation régionale du tourisme.

[86] J-R. Resnik (cit.) a insisté sur la nécessité pour l'Aquitaine de se doter d'un «*master plan*» : il faut «*définir une planification spatiale lisible sur le territoire régional aquitain et une programmation chronologique pluriannuelle*».

[87] La loi du 4 février 1995 modifiée par la loi du 25 juin 1999 tend à accentuer les obligations de concertation. Le plan de la région est désormais également constitué par le schéma régional d'aménagement et de développement du territoire qui fixe les orientations fondamentales, à moyen terme, du développement durable du territoire régional : «il comprend un document d'analyse prospective et une charte régionale, assortie de documents cartographiques qui expriment le projet d'aménagement et de développement durable du territoire régional». JO du 20 septembre 2000, page 14721.

se politique des majorités depuis 1987 qui s'appuient, pour gouverner, sur des alliances croisées et mouvantes tantôt avec les chasseurs, tantôt avec les écologistes, parfois avec les deux, jamais sans l'une ou l'autre. On connaît la réserve de ces deux familles politiques par rapport au développement touristique, réserve qui s'est parfois transformée en hostilité affichée. Un rapport de force changé en 2004 pourrait donner l'occasion à l'exécutif régional de travailler à nouveau sur ce dossier sans la menace d'un retournement de majorité. Rien, désormais, sur le plan des équilibres politiques, ne pourrait soustraire l'action régionale de l'impérieuse nécessité de concerter et de recentrer ses interventions dans le développement touristique.

Le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs, plus précis en ce domaine que la Schéma Régional d'Aménagement et de Développement du Territoire, est **le moyen** de différenciation spatiale **légitime** pour fixer les modalités et les conditions de mise en œuvre des objectifs définis par le plan régional, notamment en termes financiers. La réalisation d'un Schéma du tourisme, dans le cadre plus large de l'aménagement du territoire, présente pour la Région de nombreux avantages. Il permet d'engager un débat avec l'ensemble des partenaires territoriaux (départements, stations, pays touristiques) et professionnels, de les associer à des objectifs ou de vérifier que les objectifs (et les moyens) régionaux correspondent réellement aux nécessités et aux volontés locales. En effet, dans les régions qui s'en sont dotées (Nord-Pas-de-Calais, Ile-de-France, Centre), c'est un instrument qui :

- décrit un projet négocié et à long terme de développement touristique. Ce projet s'insère dans un environnement économique dont il tient compte ;
- mobilise très largement les fonds d'investissement relevant de nombreux chapitres budgétaires différents sur un faible nombre d'actions prioritaires (chapitres relevant du tourisme, mais également de l'agriculture, de l'équipement, des transports, du logement, de la formation des budgets de la région et des départements,) ;
- définit une planification spatiale, c'est-à-dire inscrit les choix d'intervention de la Région (et des départements) dans l'espace en les dotant d'une programmation chronologique pluriannuelle ;
- communique efficacement et durablement auprès des partenaires (départements, communes) sur ces priorités et fédère les actions de l'ensemble des collectivités.

C'est un document d'engagement pluriannuel qui privilégie le traitement inégalitaire des territoires. Lui seul peut annoncer clairement que lorsque le tourisme ne paraît pas être une bonne solution pour un espace infra-régional, il est préférable de lui chercher d'autres interventions économiques. Chaque type d'espace y fait l'objet d'une identification de pôles prioritaires de développement et leur capacité à entraîner derrière eux le développement de leurs zones d'influence fait l'objet d'une étude attentive comparée entre

toutes les collectivités. C'est aussi un document de planification budgétaire, en général calé sur la durée du Contrat de plan, qui verrouille les conditions d'accès aux crédits d'équipement régionaux en évitant la dispersion et le saupoudrage classique. Cette planification budgétaire permet de hiérarchiser et de mettre en réseau des territoires choisis pour leur potentiel, mais aussi et surtout de répartir l'effort budgétaire qu'ils sont prêts à faire sur une durée pluriannuelle. Jusqu'à présent, la Région Aquitaine n'a pas souhaité se doter de ce schéma, sans doute pour éviter les affrontements prévisibles ou les harmonisations nécessaires avec les départements ; et en aucun cas le Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine[88], qui n'a fait l'objet que d'une communication en séance plénière du Conseil régional en 2002, ne saurait être assimilé à un tel schéma :

- il n'établit qu'une «*réflexion d'expertise et de prospective de la politique régionale en matière de tourisme*»[89] ;
- les pistes qu'il suggère de suivre n'ont à aucun moment été négociées avec l'ensemble des partenaires (Etat, départements, stations, pays et professions) ;
- les indications présentées ne font l'objet d'aucune inscription spatiale précise, ni de conventions de mise en œuvre ou de contractualisation des interventions ;
- les pistes qu'il propose de suivre forment un fourre-tout sans doute destiné à n'oublier aucun partenaire potentiel, mais ce faisant ce rapport n'indique aucun choix prioritaire de la Région, ne prévoit aucun financement ni d'échéancier.

La Région Aquitaine doit marquer ses priorités et engager un débat qui la place dans son rôle légitime de coordination. Sous réserve de la mise en œuvre des procédures de concertation exigées par la loi, la marge de manœuvre technique laissée à la Région Aquitaine dans la consistance de sa planification devrait permettre un nouveau développement de la logique de projet de territoire touristique. Cette exigence devrait concerner aussi les départements, les communes, les structures communales rénovées par la loi du 12 juillet 1999 qui centrent leur projet sur le développement. Dans cette perspective, la concertation étendue à l'ensemble des acteurs «qui font le territoire» devrait pousser à une transparence et à un meilleur affichage des objectifs stratégiques, des programmes et des résultats des évaluations des politiques publiques.

---

88 Rapport Moyrand, *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, *op. cit.*
89 *Idem.*, p. 1

Créer un réseau régional d'ingénierie publique pour l'aménagement touristique

Depuis deux ans, de nouveaux outils législatifs permettent de réaliser des aménagements de requalification du parc d'hébergements et aux collectivités territoriales de s'impliquer davantage dans la modernisation de leur appareil de production touristique. Les collectivités locales ne se sont pas encore saisies de ces moyens nouveaux, sauf dans les montagnes hors Aquitaine. Le rôle d'information, de conseil et d'impulsion de la Région apparaît ici primordial pour financer l'expertise et l'aide nécessaire au lancement et à la conduite de ces procédures par les collectivités touristiques. L'aide au conseil ne représente aujourd'hui que 0,5 % des autorisations de programme du budget touristique régional. L'Agence Française d'Ingénierie Touristique, pour sa part, reste un organisme d'aide méthodologique lointain, éloigné du terrain. La Région paraît être l'échelle la plus judicieuse pour répondre à cet enjeu.

ORIL et VRT : deux outils qui peuvent aider à résoudre les problèmes aquitains

Depuis 2001, les communes et communautés de communes disposent d'une «boîte à outils» assez complète leur permettant de programmer et de financer des projets de rénovation à grande échelle. Ce nouveau dispositif législatif tient en deux mesures phares. La première est contenue dans la loi Solidarité et Renouvellement Urbain votée en décembre 2000 : son article 186 officialise les opérations de réhabilitation de l'immobilier de loisirs (ORIL) destinées à **réhabiliter les destinations touristiques**. Créées par délibération du conseil municipal, ces structures ont pour vocation d'améliorer, dans le périmètre déterminé, l'offre qualitative des logements locatifs à destination des clientèles touristiques et du personnel saisonnier ainsi qu'à maintenir ou à développer l'offre de proximité. Fonctionnant sur le même modèle que les opérations programmées d'amélioration de l'habitat (OPAH), les ORIL servent à dynamiser des zones touristiques vieillissantes comme les stations balnéaires, montagnardes ou thermales. Par ailleurs, un arrêté du 19 juillet 2001 crée le village résidentiel de tourisme (VRT) dans le périmètre de l'ORIL. Ce village propose à la clientèle des installations en bon état d'entretien général ainsi que de bonnes conditions d'accueil et des compétences professionnelles avérées. Le VRT se distingue par l'affichage d'un panonceau placé à l'extérieur des locaux communs qui permet ainsi de prendre connaissance de son classement (un à cinq étoiles). Ces nouveaux textes permettent aux collectivités de s'impliquer dans la rénovation de leur parc. La Compagnie des Alpes avait, dès 1993, mené une opération pilote à La Plagne dans un ensemble totalisant près de 900 logements. Elle avait convaincu 200 propriétaires de lui confier la rénovation totale de leur logement et de lui en donner la gestion locative pour neuf ans. Les avantages commerciaux permettent la valorisation du bien, l'amélioration de la rentabilité locative, une faible participation financière aux travaux et des tarifs préférentiels sur les remontées mécaniques. En 1996, une formule sensiblement analogue a été mise au point à Tignes. A ce jour, 170 logements (dont 45 % de «volets clos») ont été rénovés pour un montant total de 3 millions d'euros hors taxes. Le chiffre d'affaires annuel géré par ces appartements correspond au remboursement des emprunts.

L'aide à la mise en œuvre de ces deux outils est fondamentale en Aquitaine. On a vu que les problèmes à traiter étaient réels et l'investissement lourd pour une station. Cette politique menée offre un double avantage : elle permet d'une part de remettre sur le marché de la location des habitations de qualité ; elle assure, d'autre part, la pérennité économique de la station. Pour récupérer les «volets clos», il convient donc de proposer aux propriétaires une rénovation complète de leur bien moyennant participation financière. Selon les formules, cette dernière varie entre 10 et 60 % du montant des travaux avec, au choix, un contrat de location de courte durée (de 3 à 6 ans) ou de longue durée (9, 10, 11 ans). En outre, la location de l'appartement rénové est confiée à une agence immobilière de la station.

Donner aux porteurs de projets aquitains l'accès au conseil et à l'ingénierie.

La mise en place des moyens techniques du développement, qui n'existent actuellement pas à l'échelon régional (pour l'heure, ce n'est ni le rôle des services administratifs ni du Comité régional de tourisme) ni dans les services déconcentrés de l'Etat (Délégation régionale au tourisme, Secrétariat général aux affaires régionales), parait essentielle pour mettre en œuvre les actions d'aménagement nécessaires à l'adaptation du système productif touristique. On a vu que la Région s'était donnée quatre axes majeurs d'intervention[90], mentionnés par ordre prioritaire : rendre plus lisible l'Aquitaine pour améliorer son attractivité en affirmant son territoire comme une destination touristique par une image plus forte ; anticiper les évolutions en offrant aux opérateurs une meilleure connaissance du marché régional ; créer les conditions de réussite du développement touristique ; développer durablement les chantiers régionaux prioritaires sur le plan économique, territorial et social.

Cependant, l'absence de données quantitatives et qualitatives fiables de l'offre touristique existante et de l'état de la demande à disposition des professionnels et des opérateurs touristiques régionaux et nationaux constituent un frein à la décision d'investissement. D'autre part, l'organisation territoriale et un positionnement insuffisamment affirmés notamment dans les secteurs du

90 *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, op. cit.

tourisme de montagne ne permettent pas de garantir la réussite des aménagements réalisés. Il apparaît indispensable, pour susciter la décision d'investir de mettre à la disposition des professionnels des études regroupant ces données économiques fiables, présentées et regroupées par secteur géo-touristique homogène (les montagnes, le Pays basque, le Périgord noir, les littoraux), en termes d'offre et de demande. Parallèlement, pour mieux répondre aux attentes des professionnels du tourisme et des partenaires institutionnels, il semble essentiel de **renforcer les compétences touristiques régionales**. Cette mission est encore insuffisante et gagnerait à être confortée : il conviendrait que l'outil régional puisse assurer une **veille stratégique technique, juridique, économique** afin de fournir aux opérateurs publics et privés des indications sur les tendances qui échappent aujourd'hui à la connaissance de l'état des lieux du tourisme en Aquitaine (en terme de développement touristique ou de produits). Il s'agit aussi d'harmoniser les méthodes utilisées par tous les partenaires, d'assurer leur cohérence avec les méthodes nationales préconisées par la Direction du tourisme ou l'Observatoire national du tourisme et celles en cours à l'échelon européen en matière d'observation statistique dans le secteur du tourisme (comptes satellites du tourisme). L'outil doit pouvoir répondre aux nouveaux besoins d'information des collectivités locales en matière de référencement, de classement et de labellisation, former les opérateurs locaux aux techniques utilisées, contractualiser son action avec l'Agence française d'ingénierie touristique. L'action sur la diffusion de l'information touristique porterait sur les publications (l'information produite serait diffusée à l'ensemble des partenaires, médias, ...), sur les demandes de documentation (apporter des éléments de réponse documentaire au grand public), sur la rénovation du site Internet touristique (harmonisation des bases de données touristiques des cinq départements et du CRTA pour une recherche rapide des informations touristiques de la Région et mise en ligne des études réalisées, accessibles aux investisseurs potentiels), sur l'informatisation (création d'une base de données complète avec un système d'information géographique dynamique, accessible par Internet).

Quant à la question plus large de la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans le secteur du tourisme, la Région peut accompagner les mutations profondes qui se réalisent actuellement. L'accroissement du trafic en ligne lié aux voyages (entre 1999 et 2001, le marché des voyages en ligne a été multiplié par six) est suffisamment significatif pour que la Région prenne aujourd'hui en compte l'évolution substantielle des comportements des touristes et du marché du voyage[91].

[91] Au niveau européen (33 pays), une enquête conduite entre 1999 et 2000 fait apparaître que plus de 13 millions de voyages ont été réalisés via le Net et 3.8 millions ont fait l'objet d'une réservation et d'un paiement en ligne. Il ressort également que ce mode d'échanges est surtout utilisé pour les courts séjours.

On peut regrouper les missions à développer en huit priorités :

1. **Anticiper les changements à venir en informant : offrir aux opérateurs une meilleure connaissance du marché aquitain.** Il s'agit de coordonner et mettre en exergue les données essentielles de l'offre et de la demande par secteur touristique pour mieux agir et évaluer :
   - observation développée, coordonnée, publiée : réseau
   - évaluation
   - structuration de l'offre : cartographie systématisée
   - structuration des enquêtes clientèles
   - fréquentation et mise en réseau des informations de fréquentation
   - perception de la demande, des attentes, des motivations, du comportement, de la satisfaction
   - suivi de l'offre : qualité, quantité
   - étude par série de tests de la concurrence directe et indirecte de la destination Aquitaine (benchmarking)
   - publications et diffusion auprès des opérateurs
2. Sur site Web, **proposer un espace de communication transversale à l'ensemble des professionnels du tourisme de la région**, dont tout ou partie pourront être consultés par les opérateurs externes.
   - Développement d'un nouveau volet dans le site de la région présentant des rubriques sur les forums d'échanges professionnels multimédiatisations, les tableaux de bord de l'économie touristique (présentation de l'offre, de la demande, des comportements de consommation, de la fréquentation, de la concurrence, des indicateurs économiques)
   - Réalisation et diffusion électronique de dossiers par produits, de dossiers par projets (nature, opérateurs, clientèles, échéances), de bibliographies d'études opérationnelles (des opérations) existantes,
   - Réalisation et diffusion électronique d'un annuaire des opérateurs régionaux et des acteurs, politiques touristiques présenté par secteur géo-touristique.
3. **Doter le tourisme aquitain d'un plan de mise en marché coordonné entre les différents acteurs.** Disposer d'un socle commun pour partager les différentes composantes des politiques des différents acteurs et garantir une mise en œuvre réellement collective.
   - Il s'agira d'élaborer un outil d'orientation commun à tous les CDT et OT de la région sur les actions à mener pour commercialiser la destination Aquitaine. Ce plan devra tout particulièrement prendre en compte la mise en place d'une segmentation basée sur des critères comportementaux, les efforts particuliers à réaliser auprès de la presse, en matière de communication Média, les orientations communes et complémentaires prises par le CRT et les CDT sur les marchés intérieur et extérieur.
4. **Mettre en place les nouvelles formes de labellisation des hébergements (VRT).** La qualité est la clé de la réussite du développement touristique et

- Mieux connaître les attentes des clientèles à l'égard des produits de découverte nature.
- Recenser des produits et activités correspondant à ces attentes.
- Développer les produits secs ou liés (*«packagés»*).
- Intégrer de ces nouvelles prestations dans la communication Aquitaine.
- Mettre en marché des produits nature développés.

8. Réfléchir et mettre en place un plan de **valorisation culturelle et touristique** du patrimoine plus ambitieuse que l'actuelle politique des «sites majeurs d'Aquitaine». Il s'agit ici de donner un accès «touristique» à la plus grande partie du patrimoine de l'Aquitaine en liant les sites et monuments en réseaux par thèmes et secteurs géo-touristiques :
   - Lier de manière opératoire la politique de restauration et d'entretien patrimoniale de la région (culture) à la politique touristique (promotion et mise en marché).
   - Veiller à la bonne intégration du patrimoine culturel et touristique dans la stratégie collective de mise en marché depuis l'émergence du projet jusqu'à l'étude de marché.

Pour atteindre ces objectifs, la Région peut facilement renforcer son partenariat avec les autres acteurs professionnels organisés tels que la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristique ou la Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (FROTSI), qui présentent l'avantage de rassembler tous les territoires organisés. Ceci permettrait aussi au CRT, à travers ses actions de promotion ou d'observation, de mieux diffuser les informations de cadrage (attentes des clientèles, évolutions du marché) auprès des territoires touristiques. Ces derniers pourraient ainsi alimenter la promotion régionale en formatant des produits en phase avec le marché. Parallèlement, un renforcement de la communication régionale sur des thématiques spécifiques ou des filières particulières doit être encouragé. En matière de promotion, les manifestations accompagnées par la Région, doivent tendre également à relayer un maximum d'initiatives, qui pourraient être soutenues par ailleurs. En effet, l'action de la Région sera d'autant plus résonnante qu'elle aura des échos de ses actions à différents niveaux. Par ailleurs, compte tenu de l'objectif commun du littoral et de la montagne dans la recherche d'allongement de leur saison touristique, une démarche de coordination, ou tout ou moins d'échanges constructifs, devrait pouvoir être initiée entre ces deux filières. Ici, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme d'Aquitaine apparaît comme l'acteur essentiel, l'offre touristique du littoral et de la montagne étant organisée autour de la station. Dans ce contexte, la Région pourrait encourager la FROTSI à créer des clubs réunissant les Directeurs de stations du littoral et ceux des stations d'altitude. L'objectif de ces clubs, animés par la FROTSI et conçus comme des lieux d'échanges d'expériences, serait de faciliter la mise en œuvre d'actions de concertation, de coordination et de complémentarité, contribuant à l'amélioration qualitative de l'offre.

l'intervention se situe au niveau du conseil, de la mise en réseau, de la diffusion des expériences réussies :

- Travail avec les branches professionnelles concernées pour la création d'un label «Côte Aquitaine» pour tous les hébergements et les activités de qualité recommandée (notamment en milieu de gamme et haut de gamme) ;
- Travail avec les branches professionnelles concernées pour la création d'un label chambre d'hôtes, évènements et hôtels pour l'intérieur ;
- Accentuation et valorisation des réseaux et structures de tourisme vert et à la ferme ;
- Intégration accélérée des aspects environnementaux dans les démarches «qualité».

5. **Inciter à la création de nouveaux produits structurants** et créateurs d'emplois, dont on est sûr qu'ils sont validés par les attentes des clientèles, notamment en hors saison (courts séjours hors été) :
   - Accompagner le processus de renouvellement de la production touristique régionale en favorisant les actions de coordination régionale en réseaux de produits, la mise en œuvre et l'exploitation en premières années, le contrôle et l'étude des résultats de produits touristiques nouveaux, innovants ou engageant une diversification permettant l'accueil en hors-saison.
   - Offrir un cadre organisationnel pour le lancement de marchés-tests, en particulier aux petits opérateurs et aux OTSI.
6. **Améliorer les aspects environnementaux et paysagers perçus par la clientèle touristique.** Favoriser la circulation et l'information des clientèles à la recherche de tourisme nature :
   - Constituer un réseau d'action et de contrôle sur les différentes agressions des paysages et de la nature telles qu'elles peuvent être perçues par la clientèle touristique (recherche et sensibilisation des acteurs, mise en place d'une cellule «inter-organismes» de veille).
   - Améliorer la signalétique sur les axes de pénétration, aux entrées de villes touristiques, sur les routes touristiques méritant le détour. Définir et mettre en œuvre avec les collectivités et services compétents un schéma unique et homogène sur la région de signalisation directionnelle informative et incitative déclinée sous forme de panneaux d'entrée de zones touristiques, panneaux d'animation de zone, panneaux directionnels pour les sites, panneaux de renvoi de site à site, panneaux d'information sur les sites, relais d'information touristique.
   - Traitement des panoramas. Traitement des points noirs (établissements industriels, agricoles, commerciaux individuels) par des écrans végétaux, des aménagements spécifiques).
   - Accentuation de l'action du fleurissement.
7. **Développer une gamme de produits «découverte nature».** Favoriser l'accès aux richesses naturelles de l'Aquitaine en valorisant leur exploitation touristique et économique :

Conclusion

La loi du 23 décembre 1992, portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme, avait défini le cadre dans lequel s'exerçait l'action des régions, déjà investies par les lois de décentralisation de 1982 et 1983 de planification et de l'aménagement du territoire touristiques. Plus récemment, la loi du 27 février 2002, relative à la démocratie de proximité, est venue, au titre de nouveaux transferts de compétences, renforcer nettement le rôle des régions dans le domaine du tourisme, en particulier sur deux points :

«1 le conseil régional assure le recueil, le traitement et la diffusion des données relatives à l'activité touristique dans la région ;

2 il coordonne, dans la région, les initiatives publiques et privées dans les domaines du ***développement****, de la promotion et de l'information touristiques».*

Le Conseil Régional d'Aquitaine va sans doute investir pleinement ce nouveau champ ouvert par la loi. L'enjeu politique s'avère majeur compte tenu de l'interaction du tourisme avec le développement économique et l'aménagement du territoire[92]. Cependant, pour y répondre, il devra au préalable choisir une stratégie d'intervention beaucoup plus affirmée et libérer sa politique de cette hésitation permanente entre deux logiques d'intervention opposées :

— celle initiée dès 1984 dans le premier Plan régional, lorsque la **recherche de l'égalité spatiale**[93] impliquait une action qui souhaitait couvrir par les aides la partie de l'espace régional la plus défavorisée (les actions sur le littoral étaient soutenues mais polarisées – à l'inverse des interventions constatées au cours du Plan en cours, le développement touristique de l'espace rural et de la montagne était systématiquement contractualisé),

— celle qui privilégie au contraire la **différenciation spatiale**[94] au profit de territoires disposant déjà d'une notoriété et d'un outil de production

---

92 Gerbaux (F), «Le développement touristique local entre régulations sectorielles et gestion territoriale», *Le tourisme, facteur de développement local*, Presses Universitaires de Grenoble, col. Débats, 1999, p. 71 à 87.

93 Vlès (V), Production de l'aménagement rural et recherche de l'équité spatiale, H.D.R. sous forme de Doctorat d'Etat.93/BOR3/0006, discipline : aménagement, Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, 1993, Editeur, Atelier National de Reproduction des Thèses, 9, rue Auguste Angellier 59046 Lille cedex, n° 1449.15041/93, ISSN : 0294-1767, 412 p.

94 Vlès (V), Service public touristique local et aménagement du territoire, collection Logiques sociales, Paris, L'Harmattan, mars 2001, 222 p, ISBN 2-7475-0307-0

organisé : le Pays basque, le Périgord noir, les principales destinations du littoral, les pôles urbains de renom (Bordeaux, Biarritz, Arcachon, Pau) apparaissent aujourd'hui systématiquement dans les priorités régionales affichées au contrat de Plan.

Si on a compris que l'aménagement touristique aquitain n'était plus lié à l'ordonnancement très technocratique et hiérarchisé qu'il était du temps de Claudius-Petit, de Pierre Racine et d'Emile Biasini[95], il reste aujourd'hui, pour *inventer du développement territorial*, à obtenir les moyens pour s'adapter à des situations multiples et variées. L'aménagement touristique doit encore devenir producteur d'une dynamique négociée de développement pour et par la société locale. Cette négociation sur le terrain oblige peu à peu la Région à adopter, dans son fonctionnement, des principes de neutralité, d'égalité devant tous les opérateurs et les usagers et de continuité de son action publique. Alors qu'il y a vingt ans l'intervention de l'Etat se contentait de «ranger» des activités économiques dans un site, la Région, qui a repris le flambeau, doit se livrer aujourd'hui à un exercice collectif beaucoup plus difficile : maîtriser l'action des opérateurs et des collectivités locales, avec la volonté de soumettre le flux de touristes à un dessein de gestion d'ensemble de la cité. La description et l'entendement de cette activité impliquent donc moins la référence au paradigme utilitariste du schéma aménagiste classique dans lequel la connaissance des faits sociaux et spatiaux précède et commande l'intervention qu'à la prise en compte d'un projet sociétal à long terme qui donne un sens démocratique à l'action entreprise.

L'analyse des dynamiques territoriales nouvelles de la région Aquitaine fait ainsi référence au paradigme de l'action publique **«équitable»**, celle qui intervient non pas partout de manière égale, mais qui opère avec discernement, en fonction de la situation locale, des avantages distincts des catégories d'opérateurs ou d'usagers, de ce qu'ils ont et de ce qui leur manque. Ce paradigme de l'aménagement touristique tourne volontairement le dos à la conception «égalitariste» de l'intervention publique traditionnelle. Le **projet** d'aménagement touristique est à nouveau le fondement de **l'action politique intégrée**, une empreinte réelle des pratiques sociales sur l'espace. Le tourisme en fournit un domaine d'application parlant : l'aménagement y est un signe intentionnel, le moyen volontaire de communiquer, le produit d'une idée conceptualisée, bref une réalité strictement déterminée en tant qu'intention. Si elle obtient des compétences nouvelles et les moyens correspondant pour les mettre en œuvre, la politique touristique régionale

[95] Respectivement Président du Conseil, Président de la Mission d'aménagement touristique du littoral Languedoc-Roussillon («Mission Racine») et Président de la Mission interministérielle d'aménagement de la côte aquitaine («MIACA»).

répondra réellement à l'ambition d'aménager son territoire et de corriger les inégalités spatiales par son développement touristique. Elle fera à nouveau largement appel à la **discrimination positive** qui tend à rétablir l'égalité des chances des territoires et dont l'idée même avait présidé aux premiers essais du développement touristique régional[96].

Pour l'heure, les hésitations dans les choix et dans la continuité de l'action à entreprendre ne peuvent que témoigner des embarras d'une décentralisation inachevée.

[96] Vlès (V), «Contrats de pays d'accueil et aménagement du territoire aquitain : maîtrise défaillante plutôt qu'incompatibilité», Bordeaux : *Revue Économique du Sud-Ouest*, n° 1, 1988, p. 88 à 96.

Sources documentaires

1. Auditions du Comité stratégique Aquitaine

A la demande du Président du Conseil Régional d'Aquitaine, un «groupe de réflexion stratégique» a été chargé en 2002 de rassembler les éléments constitutifs d'une plate forme opérationnelle, bâtie sur les pistes ou axes prioritaires pour l'Aquitaine.

Ce groupe, présidé par Michel Moyrand, Vice-Président du Conseil Régional, était composé de :

Brigitte Bloch, Directrice du Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine,
Michel Chanut, Directeur de l'Aménagement du Territoire au Conseil Régional d'Aquitaine,
Alain Escadafal, Professeur associé des Sciences et Techniques à l'Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3
Jean-Claude Guicheney, Chargé de mission Tourisme au Conseil Economique et Social Régional,
Vincent Vlès, Professeur et responsable du DESS Aménagement et gestion des stations touristiques à l'Université Michel de Montaigne- Bordeaux 3.

Ce groupe a travaillé à partir des rapports scientifiques et techniques existants et d'une vingtaine d'auditions de grands acteurs et opérateurs du tourisme national et international.

Cet éclairage extérieur sur la Région et sa politique en matière de tourisme a permis, par confrontation de points de vue complémentaires ou opposés de dégager les problèmes à résoudre pour le tourisme aquitain portant plus spécifiquement sur les facteurs de décision, l'image perçue de l'Aquitaine touristique, les moyens de la positionner sur les marchés, les enjeux et les logiques territoriales.

Les opérateurs entendus (cités dans le texte) :

Nom	Organisme	Fonction	Adresse et coordonnées
BERL Gilles	ACCOR	Secrétaire Général	2 – 2 bis, Villa Thoreton 75737 PARIS CEDEX 15 01 56 82 62 23
BONIN Magali	UNAT – Union Nationale des Associations de Tourisme	Chargée de mission	Union nationale des des Associations de des régionsTourisme de Plein Air 8, rue César Franck 75015 PARIS 01 47 83 46 57
BRION Jacques	SOFITEL THALASSA MIRAMAR	Directeur	Hôtel SOFITEL THALASSA MIRAMAR 13, rue Louison Bobet 64200 BIARRITZ 05 59 41 30 00
COHEN Paul	ANATOME	Directeur délégué au Développement	ANATOM 36, rue Sédaine 75011 PARIS 01 55 28 19 19

DADOY François	UCPA – Union Nationale des Centres sportifs de Plein Air	Directeur Régional du Sud-Ouest	121, cours Alsace Lorraine 33000 BORDEAUX 05 56 00 67 76
De FOMBELLE Antoine	Pierre et Vacances	Directeur Général	
HINDERMEYER Olivier	UCPA – Union Nationale des Centres sportifs de Plein Air	Directeur général	62, rue de la Glacière 75640 PARIS CEDEX 13 01 45 87 45 10
LAUWEREINS Jean-Pierre	CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS EXTEL –Expertise Tourisme et Loisirs	Président	6, Place Abel Gance 92652 BOULOGNE-BILLANCOURT CEDEX 01 46 94 46 09
MARTINI Laurent	UCPA – Union Nationale des Centres sportifs de Plein Air	Directeur général adjoint	62, rue de la Glacière 75640 PARIS CEDEX 13 01 45 87 45 11
MATSAKIS Suzanne	ACCOR	Directrice communication	3 – 3 bis, Villa Thoreton 75737 PARIS CEDEX 15 01 56 82 60 49
MIGNON Jean-Marc	UNAT – Union nationale des Associations de Tourisme	Délégué général	Union nationale des Associations de Tourisme de Plein Air 8, rue César Franck75015 PARIS 01 47 83 52 34
OUARDI Gilles	CANOES LOISIRS SARL	Directeur	La Rivière 24200 VITRAC 05 53 28 23 43
PONTEINS Gilbert	CALICEO BEST WESTERN	Directeur	Rue du Centre Aéré 40990 SAINT PAUL LES DAX 05 58 90 68 68
REZNIK Jean-Robert	ACCOR	Directeur Général Loisirs & Tourisme	3 – 3 bis, Villa Thoreton 75737 PARIS CEDEX 15 01 56 82 60 02/03
ROCHER Francine	Fédération Régionale Aquitaine de l'Hôtellerie de Plein Air	Présidente	4, impasse des Saules 33700 MERIGNAC 05 56 12 31 02
ROUFFET Michel	Ministère de l'Equipement, desTransports et du Logement – Secrétariat d'Etat au Tourisme Direction du Tourisme - SEATM	Responsable de l'Antenne Pyrénées	Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne 37, rue des Paradoux 31000 TOULOUSE 05 61 25 25 07 Fax 05 61 25 63 75
SONOIS Jean-Pierre	CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS Compagnie des Alpes – C3D (Caisse des Dépôts Développement	Président du Directoire	6, Place Abel Gance 92652 BOULOGNE-BILLANCOURT CEDEX 01 46 94 46 09

Exemples de deux guides d'entretiens avec ces opérateurs (montagne et littoral) :
Conception du guide : V. Vles
Quelques questions à ...

Groupe 2. La montagne.

Jean-Pierre SONNOIS, Directeur de la branche «tourisme» du groupe Caisse des Dépôts-Développement (C3D) et Président du Directoire de la Compagnie des Alpes
Michel ROUFFET, responsable de l'antenne de Toulouse du SEATM, Ministère de l'Equipement

1. Pourquoi les actions passées dans le cadre les contrats de stations et de la zone de haute montagne pour laquelle des actions spécifiques ont été prévues ont-elles eu du mal à démarrer (aménagements doux, itinéraires de randonnées, aménagements de refuges, protection et gestion des espaces naturels) ?
2. Que faire pour les aider ?
3. Comment travailler au niveau des «locomotives» que constituent les stations ?
4. Comment les adapter à l'évolution des marchés (matériels, équipements, hébergements) ?
5. Peut-on disposer d'un état des lieux des équipements vieillissants à changer ou à faire durer sur le département des Pyrénées-Atlantiques ?
6. Peut-on, doit-on envisager la mise en œuvre d'un schéma de gestion, de protection et de développement cohérent (refuges, sentiers, portes d'accès) pour la progression de la randonnée en haute montagne, en connexion étroite avec le versant espagnol ?

Groupe 4. Le tourisme littoral

Gérard DUVAL, Vic-Président de l'UNAT
Francine ROCHER, Vice-Présidente de la FRAHPA
Jean-Robert RESNICK, Directeur Général du Pôle Loisirs du groupe ACCOR
Laurent MARTINI, Directeur Adjoint de l'UCPA

1. peut-on considérer que la baisse d'activité constatée entre 1991 et 1998 sur le littoral aquitain est aujourd'hui enrayée ?
2. comment augmenter le niveau de confort en hôtellerie de plein-air (propreté, sanitaires, espaces communs et emplacements plus grands ; rappel : le positionnement actuel, trop bas de gamme, provoque un report des clientèles étrangères sur les meublés) ?
3. comment aider l'hôtellerie de plein-air à participer à la mise en valeur régionale (relais d'information vers le tourisme intérieur)?
4. le développement des mobil-homes et des habitations légères de loisirs est-il souhaitable ?
   est-il possible?
   quelles en sont les conditions
   réglementaires ?
   fiscales ?
   de rentabilité du produit ?
5. est-il préférable de privilégier l'extension des entreprises existantes (campings, villages de vacances, para-hôtellerie, hôtellerie de loisir), l'amélioration de leur rentabilité ou de favoriser la création de nouvelles entreprises dans ce secteur ?

6. quel rôle les associations professionnelles (ou les grands groupes comme Accor) peuvent-elles jouer dans un processus de modernisation et d'adaptation de l'hôtellerie de plein-air (de loisir)?
7. la définition de nouveaux marchés, notamment pour les lacs et l'arrière-pays, est-elle envisageable, crédible? à quelles conditions ?
8. pourra-t-on adapter (qualifier) les hébergements dans le but d'attirer davantage la clientèle «seniors» en avant et arrière-saison ? Quels sont les investissements à réaliser en priorité dans cette optique ?
9. D'une manière plus large, comment :
- soutenir les processus de labellisation de l'offre touristique du littoral, sur la base de chartes de qualité ?
- travailler à satisfaire la demande d'intersaison par un ciblage spécifique de clientèles précises (jeunes, 3e âge, micro marchés à l'étranger) et la création de produits ciblés ?
- promouvoir des stations "vivantes" en adaptant notamment l'offre du secteur du tourisme associatif ?

2. Auditions complémentaires

Brigitte BLOCH, Directrice du Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, 20 février 2003.
Marc JOUEN, Chargé de mission à l'Agence Française d'Ingénierie Touristique, 21 février 2003.
Bernard MATHIEU, chargé de la mission Littoral aquitain, lors du Comité de Prospective pour l'Aménagement du Littoral Aquitain, Bordeaux : 21 février 2003
Alain ROUSSET, Président du Conseil Régional d'Aquitaine lors du Comité de Prospective pour l'Aménagement du Littoral Aquitain, Bordeaux : 21 février 2003
Jean-Pierre SONOIS, Directeur de la branche «tourisme» du groupe Caisse des Dépôts-Développement (C3D) et Jacky GALLAND, directeur régional de la Caisse des Dépôts, Audition du 26 mai 1997 par le Comité Economique et Social Régional, Commission Tourisme et Environnement.

3. Travaux préparatoires au Contrat de Plan Etat – Région 2000-2006

Diverses notes de travail écrites, non publiées, non paginées, non signées émanant des organismes professionnels (dossier en consultation au Conseil régional d'Aquitaine, service Tourisme).
Conseil régional d'Aquitaine, Conférence Aquitaine, Atelier Tourisme, Synthèse des travaux, 4 juin 1999, 14 p.
Conseil régional d'Aquitaine, Avant-projet de CPER 2000-2006, Tourisme et thermalisme, Document technique provisoire non validé, 21 février 2000, p. 98 à 102.
Conseil régional d'Aquitaine, Avant-projet de CPER 2000-2006, Littoral, Document technique provisoire non validé, 21 février 2000, p. 31 à 32.
Quatre contributions écrites de l'auteur, effectuées sur commande de la Délégation régionale au Plan ou du Conseil général de la Gironde :
Vlès (V), *Éléments de prospective pour le tourisme aquitain* , Conférence régionale au Plan , Bordeaux : Conseil Régional d'Aquitaine, Délégation Régionale au Plan, Atelier Tourisme, février 1999, 19 p.
Vlès (V). *Développement touristique en dehors de la période estivale*, Conférence régionale au Plan , Bordeaux : Conseil Régional d'Aquitaine, Délégation Régionale au Plan, 26 février 1999, Atelier Littoral, 7 p.

Vlès (V), «Entre tourisme, sport et détente : les Bases de Plein Air et de Loisirs s'organisent», compte-rendu de colloque, in *La Lettre Recherche Tourisme Loisirs*, n° 10, Institut National de Recherche sur les Transports et leur Sécurité, 1999, p. 2.

Vlès (V), *Le Livre Blanc de la Gironde, axes stratégiques*, Rapport Conseil Général de la Gironde/Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, 3 mars 1999, rapport de synthèse, multigraphié, p. 1 à 63

4. Principaux textes officiels

LOI n° 86-2 du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral, Paris : Journal Officiel de la République Française, janvier 1986 page 200

LOI n° 87-10 du 3 janvier 1987 relative à l'Organisation régionale du tourisme, Paris : Journal Officiel de la République Française.

LOI n° 92-645 du 13 juillet 1992 fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours, Paris : Journal Officiel de la République Française.

LOI n° 92-1341 du 23 décembre 1992 portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme, dite «loi MOULY», Paris : Journal Officiel de la République Française.

LOI N° 93-122 du 29 janvier 1993 modifiée, dite «loi SAPIN», relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, Paris : Journal Officiel de la République Française.

LOI n° 95-127 du 8 février 1995 relative aux marchés publics et délégations de service public, Paris : Journal Officiel de la République Française.

LOI n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbain, circulaire n° 2001-3 du 18 janvier 2001, Paris : Journal Officiel de la république Française du 14 décembre 2000.

5. Statistiques régionales

Comité régional de tourisme d'Aquitaine, *Tourisme en Aquitaine : Données de cadrage* et *la fréquentation touristique sur le littoral,* 17 janvier 2003, document sur support informatique, n.p.

Comité régional de tourisme d'Aquitaine, *Présentation des flux 2001,* 17 janvier 2003, document sur support informatique, n.p.

Comité régional de tourisme d'Aquitaine, *Les prestataires touristiques aquitains face au naufrage du prestige,* 17 janvier 2003, document sur support informatique, n.p.

Bibliographie

Amoudry (J-P), *Rapport d'information de la Mission chargée de dresser un bilan de la montagne*, Sénat, Rapport n° 15, session ordinaire de 2002-2003, Paris, octobre 2002, 368 p et annexes

Augustin (J.P.), «De la station balnéaire à la station surf : l'exemple du littoral aquitain», in *Architecture, urbanisme, aménagement en milieu touristique littoral*, Recherches urbaines n° 8, Bordeaux - Talence : CESURB/M.S.H.A., 1993, p. 67 à 84

Braive (Ph), *Mise en valeur du patrimoine maritime : le rôle du Ministère du Tourisme*, in *le patrimoine maritime et fluvial,* actes des Colloques de la Direction du Patrimoine, Ministère de la Culture, Diffusion Picard, 82 rue Bonaparte, 75006 Paris, 1992, p. 286-295

Cazes (G), *L'émergence d'un nouveau système vacancier : temporalités et territorialités en mutation*, Hommes et Terres du Nord, 2001, n° 2, p. 63 à 70.

Ceron (J.P.), *Quel avenir pour les espaces touristiques français ?* Prospective et tourisme, Les Cahiers Espaces, n° 49, décembre 1996, p. 32 à 41

Champeaux (J.P.) *Le tourisme dans le Xe Plan* (1994-1998), Conseils Loisirs Europe, multigr., n.d., 77 p.

Comité régional du Tourisme d'Aquitaine, *Bilan de la saison d'été 1996 par station*, 1997.

Conseil Economique et Social d'Aquitaine, *Entre maîtrise et marchés : les enjeux du tourisme aquitain*, rapport , Bordeaux : Région Aquitaine, 1999, 519 pages.

Conseil National du Tourisme, *Bilan des contrats de Plan Etat-Régions 1989-1993 et perspectives pour le tourisme dans le XIe Plan*, Ministère de l'Equipement, des Transports et du Tourisme, 1994, 52 p.

Conseil Régional d'Aquitaine, *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine*, communication présentée en séance plénière du Conseil Régional en novembre 2002, 44 p.

Despin (L), *La refondation territoriale : concepts et mises en application dans les Pyrénées centrales*, thèse de doctorat, Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour, Labo SET UMR-5603, 2000, 437 p.

Dégremont (I) et Didier (S), «Quand les motels *Googie* ne font plus recette : destruction et perversion par le tourisme d'un patrimoine contesté», *Regards croisés*, Paris : Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 2003.

Direction Régionale de l'Equipement d'Aquitaine, *Littoral aquitain : Principes de cohérence et de gestion des milieux littoraux,* Synthèse et propositions, février 1996, n.p.

Escadafal (A), *L'articulation du marketing et de l'aménagement dans le projet de station touristique – exemples aquitains*. Pessac : Thèse de Doctorat en Sciences de l'Aménagement, Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3, 1997, 282 p.

Escadafal (A), *Tourisme et environnement : le discours des stations*. Exploitation d'une enquête dans les stations touristiques d'Aquitaine, Bordeaux : Région Aquitaine, 1997, 12 pages et compte-rendu du colloque du mercredi 26 novembre 1997 de la Commission Vie économique et sociale, formation et culture, Conseil Economique et Social d'Aquitaine, 11 pages.

Escadafal (A), *Propositions pour l'organisation des auditions d'experts*, note,Pessac : Institut d'Aménagement, de Tourisme et d'Urbanisme, Université Bordeaux 3, n.d., 4 p.

Guicheney (J-C), *L'observation touristique en Aquitaine, contribution à l'élaboration d'un cahier des charges,* Bordeaux : Conseil Economique et Social Régional, note non publiée, 12 juillet 2000, 20 p.

Hontebeyrie (S), *Le littoral aquitain : 25 ans d'aménagement concerté - bilan des ZAC,* Projet de fin d'études de D.E.S.S. Aménagement et gestion des stations touristiques,1994, Comité d'Expansion d'Aquitaine, 60p.

Lambert (C),*Résidences de tourisme : mode d'emploi*, projet de fin d'études, de D.E.S.S. Aménagement et gestion des stations touristiques, Université de Bordeaux 3, 1996, 46 p.

Lambert (O), 1991, *Étude préalable à l'ouverture au public d'un espace naturel sensible : le domaine de Certes (Audenge et Lanton)*. Université de Bordeaux I, D.E.S.S. Aménagement du territoire et développement local, Institut d'Economie Régionale du Sud-Ouest, 66 p.

Maison de la France, *Stratégie marketing 1999-2001*, Paris : 20, av. de l'opéra, 2011, 474 p.

Mespliet-Pinet (J) «Implications sociales de l'activité touristique dans le cadre des stations du littoral atlantique», I.E.R.S.O., *Revue d'Économie du Sud-Ouest*, n° 3, Université Bordeaux 1, 1970, p. 239-255.

Mespliet-Pinet (J) «Prospectives et perspectives, quelle place pour le tourisme ?», Prospective et tourisme, *Les Cahiers Espaces*, n° 49, décembre 1996, p. 22 à 31

MIACA, *Rapport général d'activité 1970-1988*. Archives de la M.I.A.C.A., 1988, Archives départementales de la Gironde, 61 p. et annexes.

Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Equipement, du Logement et du Tourisme, MIACA, OREAM Bordeaux Aquitaine, *Schéma d'Aménagement Touristique de la Côte Aquitaine, première partie : Gironde – Landes*, Bordeaux, Archives départementales de la Gironde, mars 1972, 42 p.

Moyrand (M), (Rapport), voir à Conseil Régional d'Aquitaine, 2002.

Commissariat à l'Aménagement du Massif des Pyrénées, *Règlement d'application des Pôles Touristiques de Montagne*, Convention Interregionale du Massif des Pyrénées 2000-2006, Toulouse, SEATM – 27, rue des Paradoux, 12 juin 2001, 4 p.

Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Equipement, du Logement et du Tourisme, MIACA, OREAM Bordeaux Aquitaine, *Schéma d'Aménagement du pays Basque et de la basse vallée de l'Adour*, Bordeaux, Archives départementales de la Gironde, mai 1974, 50 p.

Observatoire National du Tourisme, *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Paris : Ministère du Tourisme, 2, rue Linois, 75740 PARIS CEDEX 15, 2000, 132 p, ISBN 2-11-0916222

Observatoire National du Tourisme, *La demande touristique en espace urbain*, Paris : O.N.T., col. Données économiques du tourisme n° 33, 1999, 56 p., ISBN 2 11 091128 X

Observatoire National du Tourisme, *La demande touristique en espace littoral*, Paris : O.N.T., col. Données économiques du tourisme n° 34, 1999, 59 p., ISBN 2 11 091130 1

Observatoire National du Tourisme, *La demande touristique en espace montagne*, Paris : O.N.T., col. Données économiques du tourisme n° 35, 1999, 67 p., ISBN 2 11 091132 8

Observatoire National du Tourisme, *La demande touristique en espace rural*, Paris : O.N.T., col. Données économiques du tourisme n° 36, 1999, 59 p., ISBN 2 11 091125 5

Pacini (V), «Cinq tendances, quatre faits porteurs d'avenir», Prospective et tourisme, *Les Cahiers Espaces*, n° 49, décembre 19 96, p. 14 à 19

Préfecture de la Région Aquitaine, Secrétariat Général pour les Affaires Régionales, *Contrat de Plan Etat – Région Aquitaine 2000 / 2006*, signature officielle du 19 avril 2000, 128 p.

Préfecture de la Région Aquitaine, Secrétariat Général pour les Affaires Régionales, *Evaluation de la politique en faveur du tourisme littoral, contrat de plan Etat-région 2000-2006*, Bordeaux-Préfecture de région, 2002.

Préfecture de la Région Aquitaine, Région Aquitaine, *Livre Bleu : Littoral aquitain, état des lieux*, Bordeaux : Mission Littoral-SGAR, 33077 Bordeaux Cedex, 2002

Préfecture de la Gironde, Schéma de mise en valeur de la mer : Bassin d'Arcachon. Synthèse des travaux, n. p.

Région Aquitaine, *Préparation à l'élaboration de la Charte Régionale d'Aménagement et de Protection de l'Espace Aquitain*, Bordeaux : Conseil régional, juillet 1997, 1. Propositions d'orientations, 23 p., 2. Travaux des groupes techniques, résumé des communications, 235 p., 3 Document cartographique, n. p.,

Région Aquitaine, *Le thermalisme en France et en Aquitaine*, février 1999, 44 p.

Roudet (C), *Conditions d'application de la loi «littoral» sur la côte nord aquitaine*, mémoire, Bordeaux : Université Michel de Montaigne, DESS Urbanisme opérationnel, ville en projet, 2002, 94 p.

SEATM, *Panel «massif des Pyrénées», suivi économique de l'activité des remontées mécaniques, Bilan de la saison 2000/2001*, Toulouse : Service d'Etudes et d'Aménagement Touristique de la Montagne, METL, juillet 2001, n.p.

Syndicat Mixte de Port d'Albret, *Aquitania, un projet inter collectivités de développement durable lié aux eaux souterraines et d'aménagement du secteur de Soustons (Landes)*, Paris : Extel, SCET, 12 décembre 2001, 100 p.

Verdon (S), *Le développement de l'agritourisme en Aquitaine par les chemins de Saint-Jacques de Compostelle*, Bordeaux : Chambre d'Agriculture Aquitaine, 2001, 53 p.

Viard (J) *Réinventer les vacances. La nouvelle galaxie du tourisme*, Paris : Groupe de prospective, La Documentation Française, 1998, 335 p.

Vlès (V), «Tourisme et grandes infrastructures de transport : l'impact de la réalisation du Pont de l'estuaire de la Gironde sur les activités touristiques régionales», communication aux *IVèmes Rencontres Universitaires sur l'Économie de l'Europe du Sud* du 28 septembre au 1er octobre 1988, Bordeaux : Association des Rencontres Economiques Thématiques des Universités du Sud de l'Europe/Institut d'Economie Régionale du Sud-Ouest-Université Bordeaux 1, p. 570 à 581.

Vlès (V), «Tourisme et développement régional. Impacts directs et indirects sur l'économie et l'environnement», communication présentée à Cadix le 9 novembre 1990 dans le cadre des séminaires franco-espagnols «*Aménagement et développement du tourisme en France et en Espagne*», Madrid : Casa de Velazquez/Conseil Régional d'Aquitaine, p. 181 à 190.

Vlès (V), «Les stations touristiques : lieux d'implantation et espaces de vie privilégiés pour les entreprises», communication au colloque «*Les journées d'études du D.E.S.S. AGEST - 1992*», Conseil Régional d'Aquitaine/Université Michel de Montaigne-Bordeaux III, 16 octobre 1992, Bordeaux.

Vlès (V), *Production de l'aménagement rural et recherche de l'équité spatiale*, H.D.R. sous forme de Doctorat d'Etat.93/BOR3/0006, discipline : aménagement, Université Michel de Montaigne- Bordeaux 3, 1993, Editeur : Atelier National de Reproduction des Thèses : 9, rue Auguste Angellier 59046 Lille cedex, n° 1449.15041/93, ISSN : 0294-1767, 412 p.

Vlès (V), *Le projet de station touristique*, collection *Le territoire et ses acteurs*, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, juin 1996, 403 p.

Vlès (V), *Les stations touristiques*, collection *Économie des Services Poche*, Paris : Economica, 1996, 111 p.

Vlès (V), *La gestion du littoral aquitain au cœur des nouvelles prescriptions d'aménagement*, communication au Conseil Régional d'Aquitaine, Mission Régionale d'Aménagement de l'Espace Aquitain, 3 juin 1997.

Vlès (V), «La gestion du tourisme littoral aquitain au cœur des nouvelles prescriptions d'aménagement», *Bulletin de la Conférence Permanente sur l'Aménagement et l'Urbanisme*, Bordeaux : 1999, n° 36, 2bis place J. Jaurès Bordeaux, p. 23 à 26.

Vlès (V), *Schéma d'aménagement touristique du Département de la Gironde*, Conseil Général de la Gironde / Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, septembre 2000, multigraphié, 35 p

Vlès (V), «La station touristique», *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Paris : Observatoire National du Tourisme, 2, rue Linois, 75740 Paris cedex 15, 2000, p. 113-114, ISBN 2-11-091622-2.

Vlès (V), «Le tableau de bord de gestion des stations», *Dictionnaire des concepts et méthodes de l'observation touristique*, Paris : Observatoire National du Tourisme, 2, rue Linois, 75740 Paris cedex 15, 2000, p. 118, ISBN 2-11-091622-2.

Vlès (V), *Service public touristique local et aménagement du territoire*, Paris : L'Harmattan, collection Logiques sociales, mars 2001, 222 p, ISBN 2-7475-0307-0

Vlès (V) et al., «A propos de la tourismologie, la science par autoproclamation», *Espaces*, n° 178, Paris : Editions ETE - G.D.R. CNRS n° 503-, janvier 2001, p. 16 à 19.

Vlès (V) et Escadafal (A), *L'apport des stations et territoires touristiques au développement local,* Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale, Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3, février 2001,109 p.

Vlès (V) et Escadafal (A), *Outils et moyens de la mise en marché des stations et territoires touristiques*, Comité Consultatif Régional de la Recherche et du Développement Technologique, Equipe d'Accueil INTERMET, Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3, 2001, multigraphié.

Vlès (V), «Formation et tourisme. Qualifications, conditions de travail, rémunérations et productivité», *Livre Bleu Littoral aquitain : Etat des lieux* , Bordeaux : Préfecture de Région – Région Aquitaine – Mission littoral, 2002, p. 70.

Vlès (V) et al., *Rapport d'orientations stratégiques pour le développement touristique de l'Aquitaine,* Bordeaux : Conseil régional d'Aquitaine, rapport soumis au vote en Assemblée Plénière du 5 novembre 2002, 44 p.

Yelles (N), «Les enjeux du tourisme de nature sur le littoral français», *Prospective et tourisme,* Les Cahiers Espaces, n° 49, décembre 19 96, p. 46 à 55

Figures et tableaux

Figure n° 1 : Un aménagement touristique du littoral sous surveillance ... 38
Figure n° 2 : Les grands principes de l'aménagement de la côte aquitaine 39
Figure n° 3 : Tourisme intérieur, permanences et nouveautés 59

Tableau n° 1 : Dépense moyenne par nuitée 14
Tableau n° 2 : Budget Tourisme 2003 du Conseil régional Aquitaine ... 31
Tableau n° 3 : La capacité d'accueil du littoral aquitain 33
Tableau n° 4 : Les ports de plaisance... 34
Tableau n° 5 : Les engagements du contrat de plan 2000-2006 49
Tableau n° 6 : Nombre d'opérations et montant de l'aide programmée ... 49
Tableau n° 7 : Champ de l'évaluation et budget programmé 54
Tableau n° 8 : Notoriété et attractivité des stations littorales aquitaines ... 56

Résumé

L'évaluation de 20 ans d'aménagement touristique en Aquitaine illustre la difficulté et la complexité de l'affirmation du pouvoir régional dans un domaine qui hésite traditionnellement entre les nécessités centripètes des politiques économiques et les interventions, plus centrifuges, de l'aménagement du territoire. Dans un contexte où les demandes évoluent vite et les marchés se diversifient, la collectivité régionale entreprend aujourd'hui de renforcer sa position touristique en favorisant le développement d'une offre plus cohérente, mieux organisée et plus réactive. Mais les difficultés à faire des choix et à conduire une action continue témoignent des embarras d'une décentralisation inachevée.

Mots-clés : Aquitaine, aménagement touristique, décentralisation.

Resumen

La evaluación de 20 años de ordenación turística en Aquitania ilustra la dificultad y la complejidad de la afirmación del poder regional en un ámbito que, tradicionalmente, duda entre las necesidades centrípetas de las políticas económicas y las intervenciones, más centrífugas, de la ordenación del territorio. En un contexto en el que las demandas evolucionan con rapidez y los mercados se diversifican, la colectividad regional emprende hoy en día el reforzamiento de su posición turística favoreciendo el desarrollo de una oferta más coherente, mejor organizada y más reactiva. Pero las dificultades para la elección y para conducir una acción continuada testimonian las dificultades de una descentralización inacabada.

Palabras-clave: Aquitania, ordenación turística, descentralización

Summary

An assessment of 20 years of tourism development in Aquitaine highlights how difficult and complex it is to assert the power of the region in a sector which traditionally hesitates between the centripetal requirements of economic policies and the more centrifugal interventions of regional planning. In a context of rapidly changing demand and increasingly diversified markets, the regional authorities are today attempting to strengthen the region's position as a tourist area by encouraging the development of a more coherent, better organised and more reactive offer. But the difficulties experienced in making choices and pursuing a long-term policy reflect the pitfalls of unfinished decentralisation.

Keywords : Aquitaine, planning for tourism, decentralisation

La création d'une «destination Aquitaine» privilégie notoriété et lieux emblématiques. La question de la «destination» régionale est depuis longtemps au centre des débats, elle n'a jamais été réellement tranchée. Par le passé, la Région avait souvent été tentée de travailler les filières plutôt que les destinations. Les études sociologiques portant sur les différentes activités des touristes ont produit dans les années 1990-1995 des logiques d'intervention uniquement fondées sur les comportements. Les politiques régionales ont ainsi divisé le marché en segments productifs, correspondant à des «filières de produits», des démarches commerciales spécifiques : dix, vingt, trente filières, parfois davantage, ont ainsi été identifiées autour de produits pressentis comme «porteurs». Ce faisant, l'intervention publique régionale a souvent découpé artificiellement le marché du tourisme - d'une taille déjà plutôt médiocre - avec l'espoir que chacune de ces parts allait prendre de l'ampleur si on la travaillait séparément, notamment dans les contrats de Plan qui se sont succédés de 1988 à 2000. Or, comme l'a bien évalué l'Agence Française d'Ingénierie Touristique en 2000, ces créneaux de passionnés exclusifs d'une activité ne représentent, au total, jamais plus de 7 % du marché global. Ces «filières» ne rencontrent qu'une clientèle confidentielle ; certains de ces segments sont déjà en voie de saturation au moins sur le marché français alors que les investissements qu'ils ont occasionnés ne sont pas encore rentabilisés.

Quand, sur les marchés extérieurs, on évoque l'Aquitaine, ce sont des destinations fort différentes qui viennent en tête des opérateurs et touristes, parfois d'ailleurs situées en dehors du territoire de la collectivité, *faute d'image unitaire suffisante*. L'Aquitaine en soi n'est pas nommée comme une destination touristique : on va plus volontiers en Périgord, dans les Pyrénées, sur la côte landaise.

Le Professeur Vincent Vlès dirige l'institut universitaire professionnalisé : Aménagement et Développement Territorial à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour.