



**HAL**  
open science

# Oropesa del Mar, Benicàssim, la mémoire des stations balnéaires espagnoles comme nouvel instrument durable de management touristique ?

P. Ballester

## ► To cite this version:

P. Ballester. Oropesa del Mar, Benicàssim, la mémoire des stations balnéaires espagnoles comme nouvel instrument durable de management touristique ?. Stations en tension, P.I.E. Peter Lang Verlag, pp.197-214, 2016, Chapitre 12, 9782875743183. hal-03737343

**HAL Id: hal-03737343**

**<https://hal.science/hal-03737343>**

Submitted on 24 Jul 2022

**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.

Copyright



Vincent Vlès et Christophe Bouneau (dir.)  
**STATIONS EN TENSION**

 P.I.E. Peter Lang

**BALLESTER, Patrice, (2016), « Oropesa del Mar, Benicàssim, la mémoire des stations balnéaires espagnoles comme nouvel instrument durable de management touristique ? », in Stations en tension, (sous dir.) Vincent VLES et Christophe BOUNEAU, Chapitre 12, P.I.E. Peter Lang, pp.197-214.**

## CHAPITRE 12

### **Oropesa del Mar, Benicàssim : la mémoire des stations balnéaires espagnoles.**

*Un nouvel instrument durable de management touristique ?<sup>1</sup>*

Les principes du développement durable obligent un grand nombre de stations balnéaires espagnoles à réévaluer l'impact du tourisme sur leur environnement. Nos propos présentent une analyse des nouvelles stratégies de management des stations balnéaires espagnoles comme Oropesa de Mar et Benicàssim dans la province de Castellón à partir du rapport qu'entretiennent les acteurs politiques, les habitants et les touristes avec leur territoire et les ressources patrimoniales et environnementales passées et présentes.

L'adaptation de ces espaces productifs touristiques se comprend à travers de récentes mutations, il convient de souligner la nouvelle prise de conscience de la mémoire des stations balnéaires et à travers celle-ci de la caractérisation d'un levier d'action pour un tourisme plus responsable permettant de s'inscrire dans une stratégie essentiellement spatiale et culturelle. Ces jeux de mémoires, de l'oubli ou de leur réactivation ont des conséquences spatiales bien visibles et s'incorporent dans une économie touristique où l'immobilier joue un rôle déterminant. À cela, pendant bien longtemps, le tourisme a été associé à une destruction de la mémoire des stations à travers des capacités de charge répondant au tourisme de masse, voire à la création d'un patrimoine contemporain en total décalage avec le milieu écologique et culturel. Ces artifices ne sont-ils pas à leur tour objet de récupération et de croissance pour des destinations touristiques en demande d'une nouvelle identité ?

Pour y répondre, une analyse des permanences présentes sur notre territoire d'étude s'impose, elle permet de mettre en avant les éléments du produit touristique générant une performance soutenue auprès des investisseurs et des visiteurs, pour aborder dans un second temps, la capacité de résilience de ces territoires et des acteurs tournés vers la réappropriation de leur image de station balnéaire soucieuse de leur mémoire et de leur environnement.

#### **1. Performance touristique, tourisme de masse et station balnéaire de la province de Castellón**

Le tourisme de masse balnéaire transforme la physionomie du littoral du Levant depuis plus d'un siècle, le plus souvent sur le plan de l'économie locale et des conséquences sur l'environnement, les relations avec l'arrière-pays et les paysages du littoral méditerranéen.

---

<sup>1</sup> Patrice BALLESTER, Professeur associé, Docteur ès géographie, Ph.D. (qualifié), Grand Sud, École Supérieure de Tourisme de Toulouse. Rectorat de Toulouse.

## 1.1 Aménités touristiques de la province de Castellón

Les atouts touristiques de la province de Castellón sont nombreux, ne serait-ce que par la présence d'un climat méditerranéen doux toute l'année, avec une côte et une végétation méditerranéenne associées à de grandes étendues de plages complétées par des paysages de moyenne montagne pour l'intérieur des terres. L'ensemble produit des couleurs, une agriculture, un artisanat et des paysages attractifs. De plus, 90 % des plages présentent actuellement la certification « drapeaux bleus », contrairement au début des années 2000, avec un bond de qualité grâce à l'entretien du littoral. Enfin, quand les mois d'août sont pluvieux en Catalogne, cette province au sud de l'Èbre, enregistre une hausse de sa fréquentation (interviews, 2011, OT Peñíscola). La position géographique de la région rentre aussi en jeu avec la proximité des marchés tant nationaux – de la Castille (en lien direct avec la capitale Madrid), de la Catalogne, de l'Aragon et de Valence – qu'internationaux, avec principalement la clientèle française. Le patrimoine, l'artisanat, les paysages culturels et un site de peinture rupestre au patrimoine mondial de l'UNESCO apportent une vision complémentaire de l'état des lieux de la province.

Le marché intérieur espagnol, et notamment les provinces de Madrid et d'Aragon, offrent plus de la moitié des touristes (80 %) à la province de Castellón (Agència Valenciana del Turismo, 2014) : il s'agit d'un tourisme dit « familial », bien présent et en progression depuis dix ans. Le littoral dispose du reste de stations touristiques de première importance avec Peñíscola, Alcossebre, Oropesa del Mar, Benicàssim et la capitale provinciale : Castellón de la Plana et son grau nouvellement aménagé.

Le fait que ces villes offrent d'importantes manifestations d'envergure internationale – comme le FIB, le Rototom, l'Arenal Sound, mais aussi l'entrée des taureaux et des chevaux de Segorbe, la fête de la Magdalena à Castellón de la Plana ou celle de Morella et du port de commerce de Vinaròs – consolide son attractivité touristique et son image. Elles valorisent les stations ou les villages touristiques durant l'été, en les mettant en scène et en récit (Lopez Llobet, Bosch Corbera, 2012). Grâce à son patrimoine naturel, la province de Castellón s'octroie également la part de la plus grande zone protégée de la communauté de Valence à travers ses parcs naturels nationaux et ses sites naturels régionaux, comme le parc d'Irta à proximité de Peñíscola. Il s'agit du territoire naturel le plus parcouru par les touristes en saison estivale, permettant de faire le lien – le plus souvent à pied ou en VTT – entre Peñíscola et Alcossebre sur le littoral.

Enfin, l'industrie du tourisme peut compter sur une fidélisation de la clientèle et un tourisme rural en augmentation. Quant à l'offre hôtelière, elle connaît depuis dix ans un renouvellement de son industrie dans les grandes stations touristiques, à la fois sur la côte et dans l'intérieur des terres, avec une montée en gamme observable comme à Peñíscola où, entre 2008 et 2014, quatre hôtels indépendants de cinq étoiles se sont ouverts à proximité du centre-ville

historique – une cité fortifiée médiévale dénommée Papa Luna en l'honneur du séjour d'un pape réfractaire. En fait, la bonne qualité de l'offre touristique et des prix compétitifs à l'échelle de la péninsule ibérique, ainsi que l'existence de complémentarité entre les ressources touristiques comme l'artisanat, les fêtes, la gastronomie et les visites culturelles, proposent des espaces touristiques avec un atout important à souligner : celui de ne pas être bondés en saison estivale et disposant encore de réserves foncières, contrairement à la Catalogne ou à la conurbation Calpe-Benidorm-Alicante plus au sud.

Or, le chemin vers une gestion durable impose à la province de penser autrement les transports pour se mettre en réseau et en lien direct avec la clientèle de l'intérieur des terres espagnoles, principalement celle de la province de Madrid. L'amélioration des infrastructures routières, ferroviaires et aériennes reste l'objectif principal puisque, pendant quarante ans, la province de Castellón a été desservie par l'autoroute AP7 et celle de l'intérieur des terres en direction de Madrid avec un aéroport à Castellón de la Plana et deux lignes ferroviaires vieillissantes. Depuis moins de sept ans, l'A23, l'autoroute mudéjar, crée un nouveau lien direct vers le nord du pays et Saragosse ; quant à la CV10, la route de la Plana doit normalement devenir un deuxième axe de communication pour le périurbain de Castellón de la Plana, en direction du fameux aéroport international ; idem pour la CV13 de Torreblanca, ville « endormie » durant la saison estivale et n'attendant que la récolte des agrumes pour voir une activité repartir juste après l'été, en offrant des découvertes touristiques originales basées sur la récolte de l'arrière-saison.

Ce dispositif des voies et d'infrastructures nouvelles permet une mise en réseau par le nord avec le futur aéroport de Castellón. L'arrivée du train Alvia, durant la période estivale, entre Madrid et les stations balnéaires, est aussi un point positif pour faciliter la venue des touristes et vanter la proximité des côtes méditerranéennes de Madrid par rapport à celles de l'Atlantique. Certes, comme tend à le souligner le projet touristique et les plans marketing des années 2011-2013 de la province (2013), il existe une complémentarité sur le papier entre le littoral et l'intérieur des terres, les interrelations entre les zones touristiques reposant principalement sur la découverte patrimoniale et culturelle de trois villes : Morella, une cité fortifiée de quatre fois la superficie de la cité médiévale de Carcassonne, Onda et Albocásser, deux villages médiévaux faisant reposer une partie de leur tourisme sur la faïence ; il s'agit de trois destinations touristiques en lien avec le reste des sentiers ruraux et tourisme vert – ou de nature – en direction de la Castille, comme les célèbres fêtes de Sant Mateu (Obiol Menero, Canós Beltrán, 2000 : 81-99).

Pourtant, la richesse détectée et inexploitée de l'intérieur des terres est souvent un lieu commun, comparée à la densité de touristes présents sur le long du littoral en saison estivale comme, par exemple, les visiteurs du clocher d'Alcala de Xivert : un clocher d'église monumentale faisant fonction de point de repère pour touristes, visible depuis l'intérieur des terres et les grands axes routiers,

mais n'étant pas encore un lieu d'attraction ni de tourisme renouvelé pour ce village typique (figure 22). Les vestiges archéologiques de l'arc romain de Cabanes, à moins d'une demi-heure de la mer sur le trajet de l'aéroport de Castellón de la Plana, renseignent sur un lieu de rencontre informel pour la population locale et un *no man's land*, à défaut d'être une sortie scolaire très prisée. Certes, le terroir et la gastronomie sont mis en avant, mais ils ne présentent rien d'extraordinaire, hormis la variété des tomates, la laine de mouton, l'industrie de l'ameublement – quasiment disparue – et un secteur de l'habillement connaissant un début de mode grâce au label bio, sans oublier les produits de terroirs reconnus comme le miel et les produits issus de l'industrie porcine, plus ou moins contrôlés, et les langoustines de Vinaròs.

Quant aux produits de l'artisanat, leur reconnaissance et leur réputation dans le monde entier du carrelage et de la faïence permettent un tourisme d'affaires reconnu à partir de cette industrie disposant d'une foire à Valence et de diverses dépendances à l'échelle locale : elle demeure une force pour l'image touristique et économique de la province à partir d'un savoir-faire datant du Moyen-âge comme pour les villes d'Onda ou de Nules.

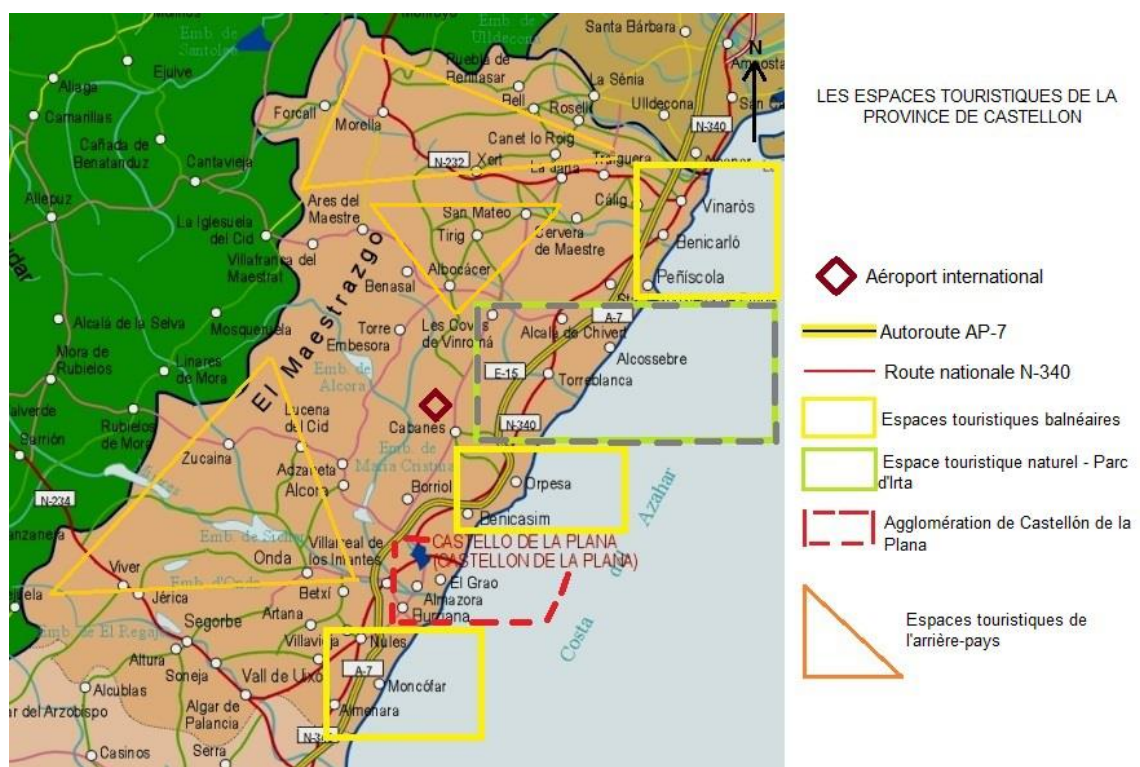


Figure 22. Les espaces touristiques de la province de Castellón

À ce portrait, s'ajoute le scandale de l'aéroport de Castellón de la Plana, symptomatique de ce qui peut tendre vers une rupture entre la société et le politique, les corrompus et les corrupteurs et la vision du « tout tourisme » par les chambres de commerce. L'ouverture de l'aéroport, renvoyée aux calendes grecques, reste toujours une question d'honneur pour une classe politique ayant

connu la corruption à tous les niveaux, dans tous les services et à travers une vision théorique sans faille, mais oscillant entre un supposé processus cumulatif touristique et commercial et une mauvaise foi pour mieux dénigrer les personnes responsables de ce projet.

À l'échelle de l'Espagne, cet aéroport représente le parfait exemple d'un comportement dit de caciquisme qualifié récemment par Nacima Baron-Yelles, partant du local au zonal (Nacima, Baron-Yelles, 2015 : 241-264), source de nombreuses critiques et symbole d'une corruption à tous les niveaux de l'administration et de la classe politique pour une partie déjà bien présente avec le franquisme (Vaz, 2014 : 205-227), mais disposant du levier des échelons territoriaux et des régions autonomes pour se développer depuis 40 ans.

Certes, l'ouverture vers un marché à l'international est en recherche ; mais dans les prises de position incroyablement optimistes des décideurs locaux, il n'a jamais été soulevé le fait que le marché mondial du tourisme et des affaires n'est pas censé être exponentiel, tout en reposant sur une structure locale défaillante. Pendant longtemps encore, la capitale provinciale ainsi que les autres stations balnéaires seront les portes d'entrée sur le territoire régional sans qu'une telle infrastructure soit nécessaire. Cet aéroport devient un boulet et en partie une source de contrition pour une population excédée par les dérives mafieuses en raison des contrats de partenariat et de sponsors douteux<sup>2</sup>. Récemment, la presse a rappelé la découverte d'un sponsoring par l'entité de gestion de l'aéroport avec son logo sur le maillot jaune de l'équipe de football Villarreal, réalisant le tour de force de parrainer un club en grave difficulté financière par un aéroport non encore ouvert et déjà en déficit primaire. Il est inauguré en mars 2011 pour être aussitôt fermé avec une statue monumentale à l'entrée de celui-ci comme une œuvre symbolique inachevée (figure n° 2). L'infrastructure attend une solution qui semble tarder, un rachat par des groupes d'investissements de Russie, d'Arabie, d'Amérique du Sud, voire du Mexique, toujours annoncé, mais jamais vu pour le moment, ne rassurant pas sur les volontés affichées par ses opérateurs.

---

<sup>2</sup> Des solutions sont avancées, circuit pour moto, aéroport et piste militaire pour la surveillance du littoral, Ryanair proposant des escales, l'aéroport fantôme est toujours source de polémiques et d'incertitudes en 2015. Néanmoins, la province de Castellón est la seule de toute l'Espagne avec un littoral touristique de première importance à ne pas disposer de ce type d'infrastructure.



Figure 23. L'aéroport Castellón de la Plana 2011 et la statue de l'entrée symbole de la faillite d'une entreprise « L'Homme Avion » de Juan Ripollés. Cliché Patrice Ballester, 2012.

À ce portrait, s'ajoute le déficit bien connu du nombre d'établissements d'hébergement au sud de la province et leur manque de qualité. S'y localise en partie une grande raffinerie de pétrole et de gaz provenant de l'Algérie donnant une mauvaise image de la station touristique de Burriana à cause des rejets environnementaux, davantage ville-dortoir de la capitale provinciale que véritable station touristique. Les plages de galets subissent les désagréments du changement climatique, de la pollution industrielle et du manque d'attractivité dû à l'absence de patrimoine et de charme des stations, bien que des circuits touristiques aient été créés à des fins louables comme le tourisme de mémoire et la visite des blockhaus de défense datant du franquisme, destinés à contrer un hypothétique débarquement. On assiste bien à une construction identitaire touristique oscillant entre la recherche de la qualité et de la préservation d'un marché touristique national comme principal moteur de croissance – avec des moments d'emphase ou de dépendance à un marché touristique enclins à de faux comportements de résilience comme la course à la construction et la tentative de revenir à des valeurs touristiques plus sûres et durables à travers la marche et un tourisme vert à l'intérieur des terres comme sur le littoral.

## **1.2 Entre fracture paysagère et construction d'une nouvelle identité balnéaire touristique**

Des évolutions récentes sont visibles pour les stations balnéaires de Benicàssim, Oropesa del Mar, Alcossebre et Peñíscola (figures n° 24-29). Suivant le schéma classique d'évolution du simple village à la station balnéaire, Benicàssim s'est développé dans les années 1870 sous l'impulsion des grandes familles bourgeoises lançant la mode des villas de bord de mer grâce à l'arrivée du



chemin de fer. Ces villas estivales, bien connues de tous les Espagnols au même titre que celles de la Concha à S'Agaro ou celles des hauteurs de San-Sébastien, renvoient une image positive à tel point que, durant la guerre civile, les républicains espagnols exproprièrent manu militari les propriétaires pour en faire des dispensaires ou des maisons à la gloire de leur propagande. Le régime franquiste vainqueur, les villas retrouvent leur charme pour entretenir le surnom de la « Biarritz du Levant ».

Les années 1960 voient la massification du tourisme sur le principe *sol y playa* reposant sur un développement conséquent de la station (López Olivares, 2002 : 51-76), pour devenir la deuxième offre touristique en studios et activités après la conurbation de Benidorm. Deux centres-villes, l'un villageois, l'autre balnéaire, avec une longue route littorale parsemée de commerces, offrent un paysage parfois chaotique, mais logique : la vue sur la mer, une concentration de restaurants au bas des immeubles, une urbanisation par immeuble de 10 à 20 étages en moyenne et l'anarchie d'un paysage urbain au gré des ventes de terrains, des successions ou arrangements avec la mairie et services de l'urbanisme sur une cinquantaine d'années. Si les schémas de Robert Ferras ou de Remi Knafou sont toujours probants concernant la physionomie et la disposition des noyaux villageois, des stations balnéaires et l'urbanisation, ils évoluent durant les deux dernières décennies pour former ou compléter l'urbanisation linéaire de la côte du Levant.

Les lotissements excentrés progressent en raison d'un manque de place, du coût des villas trop onéreuses à l'achat ou se cédant de génération en génération au sein des familles, mais aussi de l'arrivée d'hommes politiques un temps amateurs de la station balnéaire comme José María Aznar, star de tennis, entrepreneur de Valence et de Castellón, pour désigner un nouveau territoire dénommé « Torre Bellver » (Rieucou, 2000 : 39-4) : une sorte de communauté semi - fermée où l'on peut accéder à la plage ou à la promenade de bord de mer en disposant d'un magnifique point de vue sur la baie de Benicàssim donnant jusqu'à Burriana et les bateaux du port de commerce. Pourtant, fin 2013, les désillusions sont nombreuses, comme partout en Espagne. Les entrepreneurs immobiliers voient trop grand en proposant d'urbaniser quasiment plus de la moitié des terres séparant Benicàssim d'Oropesa. Une urbanisation classique commençant par détruire toute végétation, goudronner les routes et positionner les bornes d'eau, de gaz et d'électricité.

Près de 1000 parcelles sont disponibles début 2002, pour un résultat de 750 non construites. Certes, les lots les plus éloignés sont vides avec, depuis un an, la faillite des commerces et du restaurant du belvédère du lotissement. De cette urbanisation, ne subsistent que le parc de tennis et la cafétéria à l'entrée du territoire. Il faut reconnaître que ce dernier aménagement du littoral doit attendre les conclusions et surtout les décisions à propos de l'autorisation ou

pas de construire des immeubles ou villas de type forteresse, comme pour le dernier projet en vente s'apparentant à une citadelle moderne de bord de mer<sup>3</sup>.

Mais c'est avec Oropesa del Mar et le complexe touristique Marina d'Or que l'on trouve la quintessence et l'incarnation même du tourisme de masse, à travers le paysage balnéaire d'une trentaine de barres d'immeubles d'une capacité oscillante entre 279 et 379/400 logements, sur un littoral modifié pour des intérêts à la fois publics et privés. Si les origines et premières évolutions font l'objet de recherches académiques sur ce sujet (Fournier, 2008 : 18-22), insistons sur le fait que cette station balnéaire est en proie à un paradoxe questionnant sur les caractéristiques mêmes du tourisme de masse et les impondérables liés à l'évolution d'une station balnéaire, à savoir le succès d'une entreprise reposant sur des risques à long terme (Rieucan, 2002 : 25-48).

Reviennent alors les propos initiateurs de Florence Déspret sur le seuil à ne pas dépasser pour un tourisme de masse, de destruction et d'amputation du paysage urbain et rural. Dans un premier temps, à l'origine de la création de la station dans les années 1990, le succès ne s'est pas démenti, mais ce sont surtout les conséquences sur le long terme d'une telle concentration et parfois d'une absence de qualité de l'espace public pour les vacanciers qui sont en cause. Une enquête auprès des agences immobilières d'Oropesa del Mar montre le malaise d'acheteurs ayant payé au prix fort des appartements avec quelques défauts – dont la fameuse salle de bains de moins de 4 m<sup>2</sup> pour une famille espagnole – et surtout la multiplication par mille, voire plus, du même bien à l'identique en vente sur le marché, avec parfois le mobilier d'origine. Il n'en reste pas moins qu'un bien vendu 149 000 euros ne vaut plus que 99 000 euros pour un T3 de 54 m<sup>2</sup> et avec négociation à 77 000 euros (à 54 000 sur la commune de Cabanes). Jamais les premiers acheteurs ne pourront donc revendre leur lot au-dessus du prix initial. Le Mercadona, supermarché de proximité, autre emblème d'une Espagne en quête du pouvoir d'achat, se trouve pratiquement au centre de cette action d'aménagement d'envergure.

Mais l'imposition – ou le fait du prince issu d'intérêts particuliers – trouve ses limites à la fin des années 2010 : de nombreuses pétitions des résidents font remarquer que les services rendus pour la chaussée, le ramassage des ordures ou les désagréments liés à un mauvais entretien des espaces verts exposent une autre image de la station balnéaire. Accepter qu'une mairie soit concurrencée par un autre organisme privé, quasi égal en poids par l'importance des charges supportées par les administrés, ne se soit pas fait sans heurts ni polémiques. La tendance s'est inversée depuis 2010, puisque malgré la crise, bien qu'elle soit immobilière, la mairie d'Oropesa se félicite d'avoir un pôle de croissance et d'employabilité pour ses administrés tout proche de son noyau central<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Un lotissement polémique au nom de Tossanatural. Cf. [www.tossanatural.com](http://www.tossanatural.com)

<sup>4</sup> À nouveau le schéma classique de corruption s'entrevoit à Cabanes. Au plan local, ceux qui disposent de la maîtrise du foncier son mis en examen : l'architecte municipal et le maire au 08/2014, pendant que la Torre La Sal, un embryon éloigné de Marina d'Or, est complètement abandonné et en proie à la révolte de ces habitants.

Les problèmes environnementaux peuvent se décliner d'une autre manière, invisible, pour chaque immeuble comme la Torre y Mar au nord d'Oropesa : des traitements massifs d'insecticides sont nécessaires pour tenter de freiner les insectes – ou de vivre avec ; les déchets médicaux d'un pôle de clinique adossé à ce Resort se retrouvent parfois dans la mer ; malgré le pavillon bleu obtenu de haute lutte, la qualité de l'eau est parfois douteuse ; la dépense en électricité est encore plus importante pour toutes les illuminations et attractions. La récente usine de désalinisation afin de poursuivre le développement de Marina d'Or est un exemple de croissance induite. Enfin, la natation n'est pas possible sur toute la plage à cause de roches sous-marines.



Figure 24



Figure 25



Figure 26



Figure 27



Figure 28

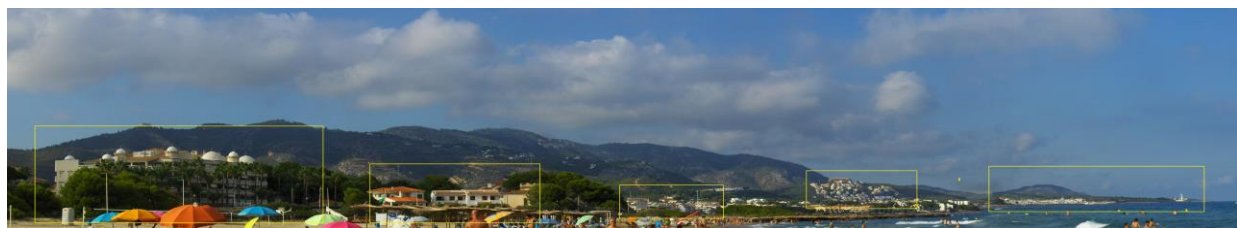


Figure 29

### Légendes explicatives des 6 panoramas.

Figure 24. Peñíscola, littoral et paseo, 2009, PB.

Ce phénomène de mur-surface imposante face à une ville fortifiée se retrouve en partie à Peñíscola. Au loin la citadelle plongeant dans la mer au nom de « Papa Luna », puis des années 1960 à nos jours, une inexorable urbanisation du front de mer.

Figure 25. Peñíscola, urbanisation Cap Blanc, les balcons d'Irta, 2011, PB.

Un projet de Resort autour d'un golf est mis en chantier au moment de la crise hypothécaire de 2008, manifestement la loi littorale n'a pas été respectée et les aménageurs gardent une discrétion sur leur capacité à avoir imposé un projet aux portes du parc naturel d'Irta. Pour l'instant, les travaux sont source de débats au sein du conseil municipal, néanmoins, ils représentent un projet de premier plan pour la municipalité.

Figure 26. Oropesa del Mar, vue vers l'intérieur des terres, 2015, PB.

Oropesa del Mar, de droite à gauche (cadre jaune) : l'urbanisation balnéaire des années 1960/70/80, le dernier immeuble de grande hauteur construit en 2009 cachant ou gâchant le panorama depuis le centre urbain, l'exemple de deux habitations non réalisées avec les briques rouges, conséquence de la crise hypothécaire de 2008, le nouveau quartier d'Oropesa avec plus de 180 logements non réalisés et parfois squattés, au loin l'urbanisation sur les collines environnantes datant des années 1980/1990.

Figure 27. Le littoral de Marina d'Or depuis la tour Torre y Mar, 2011, PB.

Le Resort pour classe moyenne provenant de l'intérieur de terres espagnoles, Marina d'Or, implique une démultiplication par mille de votre appartement et deux rangées d'immeubles, un succès à partir d'un management touristique de grande qualité tourné depuis peu vers les loisirs et le jeune public « Le Paradis des enfants » pour accompagner ou dépasser la crise hypothécaire.

Figure 28. Urbanisation Torre Bellver de Benicàssim, 2014, PB.

La volonté de proposer des lotissements donnant vers la mer à partir de leur implantation sur les flancs de colline, mais aussi de créer un cadre de villégiature ou de résidence secondaire ou principale pour les industriels de la région.

Figure 29. Alcossebre, vue générale du littoral, direction Nord, 2015, PB. La municipalité d'Alcossebre décide dans les années 1960 de ne pas construire des barres d'immeubles, mais de privilégier une urbanisation avec de petits immeubles de moyenne capacité ou le pavillonnaire de luxe en lien avec une marine réputée pour sa localisation et ses infrastructures de qualité. On remarque que l'urbanisation progresse jusqu'à la limite du Parc d'Irta en hauteur de colline.

Enfin, l'importance des représentations et des images touristiques sont à souligner, notamment à travers la propagande de Marina d'Or qui rentre dans une logique du succès pour attirer les futurs acheteurs : les deux cédéroms distribués durant les années 2000 avant le début de la crise rappellent la vision d'un territoire touristique en construction – Marina d'Or Golf — devant s'étendre jusqu'à 10 kilomètres à l'intérieur des terres, pour culminer avec une fausse montagne enneigée comme à Dubaï. Dans une exposition pérenne, sous un chapiteau à l'ambiance Disneyland à l'entrée de Marina d'Or, les vidéos projetées véhiculent une image grandiose du projet, sans risque ni frein liés à l'environnement, à la protection des paysages ou à l'inflation immobilière. Il ne faut pas être dupe de cet artifice plus commercial et enchanteur que réaliste, car c'est un complexe unique en Europe que l'on promeut à grand renfort d'images numériques et de montages vidéo, fort bien réalisés au demeurant. Dans cette course au toujours plus, séduire les futurs investisseurs reste l'objectif premier à travers, disons-le, un vrai-faux projet. Ces images et ces publicités touristiques renvoyant à des cités sous-marines ou terrestres dignes d'un vieux *James Bond*, sous l'influence de l'architecte utopique Jacques Fresco, sont visibles sur la chaîne locale TCV, à des fins de challenge pour la localité.

Une autre frontière est en question, Marina d'Or met sur le même plan, voire privilégie la fameuse plage verte ou grand jardin de bord de mer au détriment de la plage classique de sable fin (Rieucou, 2009 : 27-46), elle propose la création de sept parcs pour les enfants juste derrière la première ligne qui montre la volonté de faire basculer commercialement la plage en un espace ludique comme pour la station de Jesolo dans l'Adriatique. En moins d'un demi-siècle, c'est pratiquement une urbanisation linéaire côtière qui se propose aux touristes tout autour des noyaux villageois. L'enjeu des représentations de ces territoires touristiques est primordial pour son attractivité, sa compétitivité et sa mise en réseau dans une logique d'équilibre territorial<sup>5</sup>. Comment cette structure d'accueil touristique, à la fois monumentale avec Oropesa del Mar et héliotropique avec celle par exemple de Benicàssim, peut s'insérer dans une logique de management durable ?

## **2. Vers un management durable des stations touristiques de Castellón ?**

Mettre en scène et en récit de manière appropriée les stations balnéaires impose une hybridation des paysages touristiques et une inventivité mercatique. Il reste cependant à concrétiser et à entretenir sur le long terme certaines actions qui pâtissent de la crise économique.

---

<sup>5</sup> Le 11 août 2014, la municipalité d'Oropesa del Mar communique sur la nouvelle stratégie d'aménagement du foncier en présentant un PGOU (Plan général d'organisation urbaine) protégeant 2 millions de m<sup>2</sup>, une présentation qui rappelle les nombreuses critiques sur la gestion de l'ancien PGOU datant de 1982.

## 2.1 Vers une hybridation des paysages touristiques de la province de Castellón ?

Pour la municipalité d'Oropesa del Mar, Naturhiscope, ouvre en 2013 et représente un centre ludique reposant la récréation interactive de la nature et l'histoire d'Oropesa de la Mer. Situé dans le centre historique, il offre au visiteur un parcours à travers les différentes étapes historiques, monuments ou bâtiments singuliers de ville, ainsi que la richesse l'environnement naturel, l'ethnologie et la culture populaire. Elle est équipée d'une technologie moderne et d'une approche novatrice avec le partage entre les visiteurs et le site d'une visite complémentaire d'une petite fortification adossée au musée : *« Naturhiscope observe à la mer avec un regard chargé symbolisme et émotion à partir de deux questions clef : les valeurs et la mémoire »* (Site web Mairie d'Oropesa, 2015).

En fait Naturhiscope est un centre d'interprétation installé au milieu de la vieille ville d'Oropesa del Mar. La mer, la mémoire et la vie de la population sont les axes autour desquels gravite l'exposition interactive, qui dispose d'un parti-pris tourné vers les sens et le fait de ressentir l'interface méditerranéenne à travers le fait de voir, d'entendre, de toucher et d'écouter les commentaires des guides. La scénographie et la surface d'exposition comparées au moyen de la ville sont de qualités, grâce à des artifices reproduisant la mer, ses sons, les couleurs, les jeux de lumière et l'exposé de l'histoire d'Oropesa, racontée par ses protagonistes, ses habitants, ses enfants ; elle a pour objectif de transporter le visiteur dans d'autres périodes de la ville avec la Méditerranée. Le Naturhiscope montre également la vie à l'époque où les premiers touristes sont arrivés, au plan allégorique l'ambition se retrouve avec le site même du musée et son choix surplombant tout le territoire touristique passé et actuel pour justement faire le lien entre les deux : *« tandis que le Château, la Torre del Rey et la vieille chapelle sont les témoins muets de la transformation urbaine et sociale de la commune [...] qui font de vous un acteur de l'interprétation des faits auxquels vous assistez, et non un simple spectateur. Avec Naturhiscope, laissez-vous emporter par le son de la mer, la lumière, les couleurs, la musique, l'art... marcher, voir et ne pas être pressé »* (Site web Mairie d'Oropesa, 2015).

Le Naturhiscope est équipé de technologies avancées au service du loisir (audiovisuel, jeux de son et lumière, éléments interactifs), s'organisant en quatre salles avec des thématiques renvoyant à la vision et introspection d'un territoire touristique en mutation, les thèmes des quatre salles sont : *la mer, les valeurs, le quotidien et les rêves et la mémoire*. Pour la scénographie, le musée abrite à l'heure actuelle une salle offrant des expositions temporaires sur des thèmes divers tout au long de l'année comme la rénovation de la citadelle de la ville et les recherches archéologiques expliquées à tous les habitants en 2014 (figure 30).

Pourtant, cet espace de rencontre avec la mer et l'identité locale fait de Naturhiscope un Centre d'Interprétation difficile d'accès pour le touriste des plages avec une fréquentation très faible en comparaison avec les activités de Marina d'Or.

Le fait de faire venir les touristes en journée dans le centre-ville historique est un pari, alors qu'en soirée, la ville s'anime avec les bars et les restaurants ou foire antique permanente.



Figure 30. Naturhiscope, 2014, salle de projection interactive, document mémoriel et travaux d'enfants, 2014, PB.

À ce titre, la municipalité propose en quatre cartes postales la vision d'un tourisme renouvelé, plus durable et contemplatif, suscitant parfois un malaise issu du nouveau musée Naturhiscope montrant la côte avant toute implantation humaine, et donc par là même questionnant et faisant inmanquablement réagir tous les touristes sur leur propre position face au bouleversement environnemental qu'a connu leur cadre de villégiature (Duhamel, Knafou, 2003 : 47-67). Ou serait-ce une volonté de mieux comprendre son environnement pour mieux le critiquer ? La crise hypothécaire renvoie à des retours sur le passé et à des anticipations de l'avenir à travers le rôle de la pédagogie auprès des scolaires en leur parlant du développement durable, mais en montrant un paysage difficilement soutenable qui questionnent aussi les touristes ne serait-ce que dans la vision des maquettes montrant un paysage vierge de toute activité touristique au début des années 1850.

## 2.2 Réinventer le paseo et la collaboration public-privé à Benicàssim : « *La Belle Époque* ».

La complémentarité par les territoires visités, mais aussi par le public visé, réside dans une supposée transformation de la demande touristique. Si le FIB reste un grand moment de la fréquentation touristique de la station, c'est avec le festival de reggae international, le Rototom, que l'on atteint un cumul de plus de 250 000 visiteurs en une semaine. Avec une location accrue de studios et l'amplification du bruit médiatique à l'échelle locale et internationale, la manifestation réussit le tour de force d'être très bien accepté par la population locale.

La complémentarité entre le festival lyrique et le festival de guitare fin juillet début août, se complète par « Benicàssim à la Belle Époque »<sup>6</sup>, cela témoigne

<sup>6</sup> Site web : <http://benicassimbellepoque.es/webserie.html>

une volonté de tendre vers un management durable : par exemple, la présentation de vieilles automobiles, de mannequins et de figurants habillés comme au temps des premières villas estivales tout le long du paseo de Benicàssim, avec une affiche rappelant le paysage du début du siècle, bien disparu depuis, une série de concerts et d'œuvres cinématographiques (figure 31).

Il faut bien reconnaître que la société espagnole subit une crise économique, sociale et financière sans précédent, qui se retrouve dans le paysage urbain des stations balnéaires et au cœur de certaines pratiques ancrées dans les comportements de chaque Espagnol. Indéniablement, le paseo est l'espace public et le lieu de référence d'une urbanité espagnole en proie à ses contradictions (Rieucan, 2010). Le phénomène observé influe sur le devenir de cet espace public à travers la marchandisation du paseo et une activité illicite, la vente de produit de contrefaçon par l'organisation Top Manta, objet de nombreuses polémiques sur l'impuissance des pouvoirs publics et le laxisme des juges au détriment de la société civile et au profit d'une atmosphère de plus en plus dégradée. L'obligation de respecter le cadre de vie et l'architecture de ce lieu emblématique pour Benicàssim, mais aussi l'ensemble des stations balnéaires, oblige à proposer une piétonnisation accrue des axes de bord de mer en prenant en compte l'environnement (López Olivares, 2003 : 111-135) et les espaces pour la musique (Llorca Sellés, 2002 : 279-302). Ainsi, la création d'un tunnel comme à Vinarós et son nouveau front de mer aménagé en vaste esplanade et espace public pour toute la famille est une réussite.

Concernant Benicàssim, l'image de la ville se redore grâce à un ambitieux programme de rénovation des chalets d'été le long de la plage, à partir d'un programme municipal de restauration des atouts architecturaux de la ville. La fierté d'une identité recouvrée s'explique par le fait qu'entre 18 h 30 et 23 h, plus de la moitié de la population locale de Benicàssim se retrouve sur le paseo en été. Les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle réintègrent la plage et le paseo également. Le plus notable est la réalisation de la web série Paseo Coloma par les habitants du front de mer jouant bénévolement dans le film, l'université de Castellón, un metteur en scène de la région avec comme cadre les villas de l'époque, une collaboration réussie donnant lieu début septembre à la diffusion d'un cinéma de plage avec les acteurs amateurs. Toute une semaine sur la thématique de la Belle Époque s'organise avec des réceptions, des expositions, une foire artisanale sur le Paseo retrouvant son identité première et voyant la Top Manta désertir les lieux. À cette occasion, les habitants, des plus jeunes au plus vieux s'habillent à la mode rétro et participe à la mise en scène et en récit du paseo.

Il reste cependant une ombre au tableau avec l'érosion du littoral à traiter et faisant disparaître la moitié de la plage Héliopolis à Benicàssim, comme cela a été le cas de la plage des Fenals à Lloret del Mar ou de San Pol à S'Agaró. Les travaux de terrassement et le déversement de milliers de tonnes de graviers sur



les plages sud représentent un coût de plus en plus important pour la mairie (150 000 euros par an actuellement) et une menace encore plus grande pour le paseo horizon 2040, avec une mer parfois de « couleur-ciment » à cause du gravier apporté en abondance pour éviter la disparition de la plage (Herbert, 2011 : 261-285). Ce management durable est à la fois un moyen de s'adapter et de vivre avec les erreurs du passé - comme celle de fixer arbitrairement la ligne du littoral par les constructions – afin de concilier l'économique et le juridique, toutefois dans bien des cas, ces actions sont parasitées par des acteurs peu scrupuleux ou une tentative de résilience achoppant sur l'interrogation des habitants et les déboires d'une société touristique malade du toujours plus.



Fig. 30 Benicàssim, Belle Époque, Affiche du festival, PB. 2014.



Figures 31. Manifestation « Belle Époque 2015 », déguisement des habitants, restauration d'une maison dans un environnement sous pression immobilière, 2014, Patrice Ballester.

Pour répondre aux nouveaux enjeux du développement durable des stations balnéaires de Castellón, les stratégies de management se déclinent en trois points : (1) certaines rues, avenues, architectures locales et monuments se voient confier le rôle de rappel à l'histoire de la station, tout en ayant subis de multiples dégradations ou une pression de l'urbanisation (immobilier de tourisme), voire les aléas climatiques et l'actuelle crise économique espagnole (2), la stratégie événementielle et la fête populaire restent indissociables de ses stations balnéaires avec un folklore reconnu et attendu chaque année, mais aussi avec des changements et des innovations comme pour la mise en scène et en récit du paseo Coloma à Benicàssim avec la nouvelle manifestation culturelle dite de la « Belle Époque ». Dans ce cas précis, l'histoire de vieilles demeures classées ou en cours de restauration sur le front de mer, l'histoire de la station, l'histoire familiale et l'initiative d'un film associatif par les habitants du quartier se concrétisent pour animer et aménager durablement ou de manière éphémère un espace public remarquable en proie à de profondes mutations. (3) En outre, le musée de nature et d'archéologie devient une figure obligée de la station balnéaire et s'offre aux visiteurs, tout en permettant de retrouver des mécanismes perdus comme les associations d'archéologie locale, la visite des écoliers sur les chantiers ou des sites naturels. Néanmoins, la prise de conscience par les touristes de leur environnement de vacances se matérialise avec une certaine appréhension ou un certain malaise des visiteurs à la vue des dégâts produits sur l'environnement depuis les années 1960 lors de la visite des musées notamment.

## BIBLIOGRAPHIE

- Agència Valenciana del turisme, *El Turismo en la Comunidad Valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana, 2013, 117 p. [numéro de 2008 à 2012 également consultés]
- Baron-Yelles, N., « Une approche territoriale de la corruption urbaine en Espagne à l'orée du XXI<sup>e</sup> siècle », in Dard Olivier, Engels Jens Ivo et Monier Frédéric (dir.), *Patronnages et corruptions politiques dans l'Europe contemporaine*, Armand Colin, Paris, 2014, p. 205-227.
- Antón Clavé, S., González Reverté F., « Fundamentos de planificación territoriales », in Antón Clavé, S., González Reverté F. (Dir.), *Planificación territorial del turismo*, Barcelone, 2005, p. 15-60.
- Antón Clavé, S., La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística, *Documentos de análisis geográfica*, n° 32, Alicante, 1998, p. 17-43.
- Florence D., *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*, Belin, Paris, 1997, 248 p.
- Duhamel, P., Knafou, R., « Tourisme et littoral : intérêts et limites d'une mise en relation », *Annales de géographie*, n° 629, Paris, 2003, p. 47-67.
- Fournier, C., « Le complexe touristique de Marina d'Or à Oropesa del Mar », in *Téoros*, n°27-2, Montréal, 2008, p. 18-22.
- Herbert, V., « Le paysage, révélateur de la dynamique des espaces littoraux : l'exemple des stations balnéaires de Wissant et de Wimereux », *Observation des écosystèmes marin et terrestre de la Côte d'Opale : du naturalisme à l'écologie*, F.G. Schmitt, Paris : Presses de l'UOOF, Pas-de-Calais, 2011, p. 261-285.

- López Olivares, D., 2002, « El desarrollo urbanístico en las áreas turísticas del litoral valenciano: el norte del litoral castellonense », *Cuadernos de geografía*, n°71, Alicante, 2002, p. 51-76.
- López Olivares, D., « La evaluación de los recursos territoriales turísticos de carácter básico: el caso de las playas del norte de la comunidad valenciana », *Investigaciones geográficas*, n°32, Alicante, 2003, p.111-135.
- Lopez Llobet, L., Bosch Corbera, N., *Festivales de música en la Comunidad Valenciana como incentivo para el turismo: impacto socio-económico*, Memoria de turismo, Universitat Politècnica de València, Escuela Politécnica Superior de Gandía, 2012, 104 p.
- Llorca Sellés, M., « Parque comercial y de ocio de Benicàssim », in Blanquer Criado V.D., Bigné Alcañiz, J.E. (Dir.), *La diversificación y la desestacionalización del sector turístico / IV Congreso de Turismo Universidad y Empresa*, Valladolid, 2002, p. 279-302.
- Obiol Menero, E.M., Canós Beltrán, H., «Turismo, territorio y medio ambiente en Morella. Del P.G.O.U. (1986) a la Agenda 21 local (2000) », *Investigaciones geográficas*, n° 26, Alicante, 2000, p. 81-99.
- Quereda Sala, J., *Benicàssim y la espectacular transformación de su paisaje*, Diputación Provincial, Valencia, 1979, 71 p.
- Rieucou, J., « Vers un Luberon littoral espagnol? Oropesa del Mar et Benicàssim, lieu estival du pouvoir », *Mappemonde*, n° 60, Avignon, 2000, p. 39-47.
- Rieucou, J., « Invention et création de lieux touristiques dans la dynamique de la diffusion urbaine littorale, au Nord de la Costa del Azahar », *Cahiers de géographie du Québec*, n° 127, Laval, 2002, p. 25-48.
- Rieucou, J., «Vers des plages urbaines postbalsnéaires au début du XXI<sup>e</sup> siècle. Entre domestication estivale et neutralité hivernale », *Géographie et cultures*, n°67, Paris, 2009, p. 27-46.
- Rieucou, J., « Nature urbaine et urbanité dans la station touristique de Salou (Espagne), au travers de l'étude : d'un parc-promenade, d'un paseo, d'un parc urbain », *EchoGéo*, URL : <http://echogeo.revues.org/12191>, 2010.
- Segura García del Río, B., Osorio Acosta, «Percepción del turismo de interior por los residentes de Morella (Castellón)» in E., Mazón Martínez, Aledo Tur A. (dir.), *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Valencia, 2005, p. 411-426.
- Vaz, C., « Entre intérêts privés et intérêt public, l'architecte municipal, vecteur d'une corruption immobilière ordinaire dans l'Espagne franquiste », in Dard Olivier, Engels Jens Ivo et Monier Frédéric (dir.), *Patronnages et corruptions politiques dans l'Europe contemporaine*, Armand Colin, Paris, 2014, p. 205-227.
- Yépes, V., Medina, J.R., « Land Use Tourism Models in Spanish Coastal Areas. A Case Study of the Valencia Region », *Journal of Coastal Research*, n° 49 (Proceedings of the 2nd Meeting in Marine Sciences), 2005, p. 83-88.