



HAL
open science

Attractions et destinations imbriquées : un éclairage pour contribuer à une structuration robuste – Le cas du site UNESCO de La Chaîne des Puys - Faille de Limagne

Jean-Bernard Marsat, Etienne E. Polge

► To cite this version:

Jean-Bernard Marsat, Etienne E. Polge. Attractions et destinations imbriquées : un éclairage pour contribuer à une structuration robuste – Le cas du site UNESCO de La Chaîne des Puys - Faille de Limagne. 11ème Colloque de l'Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur (AsTRES), "L'agilité touristique en période de crises: réplifications, accélérations, réinventions..?", Association Tourisme Recherche et Enseignement Supérieur; Université Côté d'Azur, Nov 2022, Nice, France. hal-04080225

HAL Id: hal-04080225

<https://hal.science/hal-04080225>

Submitted on 24 Apr 2023

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.

Attractions et destinations imbriquées : un éclairage pour contribuer à une structuration robuste – Le cas du site UNESCO de La Chaîne des Puys - Faille de Limagne

MARSAT J-B. / INRAE – UMR Territoires / jean-bernard.marsat.2@inrae.fr

POLGE E. / INRAE – UMR Territoires / etienne.polge@inrae.fr

I. Introduction

Les destinations sont des systèmes locaux qui font l'objet d'une gouvernance ou d'un management plus ou moins organisés. La présente communication vise à approfondir la représentation d'un système touristique local pour aider à sa structuration et à sa gestion. Elle met l'accent : 1- sur l'imbrication possible entre les attractions, les lieux d'hébergement, les destinations, les aires de gouvernance, tous objets qui peuvent être emboîtés à plusieurs niveaux d'échelle spatiale, 2- sur les rôles que jouent les divers acteurs compte tenu de leurs fonctions, de leurs ressources, de leurs intentions. L'objectif est de contribuer à une gestion des sites et des destinations qui soit « robuste » (Roy 2002).

II. Références et problématique

A. La géographie du système touristique lié au site :

Deux notions cadrent la problématique : celle d'attraction touristique (Lew 1987, Leiper 1990) et celle de destination touristique (Laws 1995, Murphy, Pritchard et al. 2000).

Des auteurs se sont intéressés aux divers types de voyage global du touriste, allant de la destination unique à une itinérance (Lue, Crompton et al. 1993) ou (Lew and McKercher 2006). Dans certaines formes les excursions rayonnent autour d'un « camp de base » ou bien plusieurs destinations sont groupées dans un espace « régional ». Au final cette littérature n'explicite pas le passage de la typologie des comportements individuels des touristes (qui définissent chacun ce qu'on appellera leur « destination-d ») à l'identification de destinations touristiques à structurer et gérer, ou « destinations-o » (Dredge and Jenkins 2003). On peut envisager plus finement la relation entre attractions et destinations, en situant le lieu d'hébergement, point de départ des excursions, et poste majeur dans l'économie de l'offre. De son côté, l'attraction peut porter des enjeux particuliers d'aménagement, de gestion, de protection ; c'est donc l'ensemble de ses visiteurs qui est à prendre en considération, que l'attraction soit pour eux « primaire » au sens de Leiper (1990), ou non. Nous faisons l'hypothèse qu'il est pertinent et utile de considérer distinctement l'aire A-H sur laquelle l'Attraction a un impact au niveau de l'Hébergement (vision par la demande), et les portions de territoire qui font l'objet d'une gestion et d'une promotion en tant que « Destinations-o » (vision par l'offre). Enfin on peut qualifier les prestataires de service touristique, par un « concernement-Ax » (part de leurs clientèles motivées par l'attraction Ax), et aussi selon un « capital-A » lié à l'ensemble des attractions dont ils bénéficient par proximité au sens large.

B. Problématique de gestion : profils d'acteurs, objets et échelles d'intervention

La gestion des attractions et des destinations est l'autre question qu'aborde cette communication. Concernant les acteurs de la gestion, et les modalités de celle-ci, nous avons proposé un modèle heuristique pour les identifier et les questionner, en référence aux grandes fonctions stratégiques de base (Flagestad and Hope 2001)¹, et aux rôles réels exercés par les différents acteurs ou types d'acteurs (Marsat, Guerra et al. 2010, Marsat 2015). Nous examinerons ici particulièrement : le « marketing » en référence à l'école du positionnement (Porter 1980), et la « gestion des ressources et compétences » en référence à l'école du même nom (Wernerfelt 1984, Barney 1991).

III. Etude de cas

le projet de recherche Valo-sites (2019-2022) était consacré aux « Méthodes d'évaluation des effets socio-économiques des politiques de gestion et valorisation de sites naturels ». Le site du principal cas d'étude dans ce projet est le bien « Chaîne des Puys-Faille de Limagne (CPFL) » tel qu'inscrit sur la liste UNESCO du Patrimoine Mondial. La zone centrale est un ensemble de 80 volcans endormis. L'ensemble jouxte l'agglomération de Clermont-Ferrand, séparée par la Faille de Limagne. Le site fait l'objet d'une intense fréquentation. Plusieurs attractions ponctuelles majeures sont offertes aux visiteurs, soit sites naturels (volcans, etc.), soit lieux de visite construits et/ou gérés par des entreprises.

A. L'étude de la fréquentation du site

Le questionnement sur les visiteurs était de connaître: leurs profils, leurs comportements, la géographie de la fréquentation, les motivations des visiteurs, leurs dépenses détaillées. Cette étude a reposé sur une enquête auprès des visiteurs en face à face, réalisée sur le lieu de visite, entre Mai 2019 et Février 2020. Au total 1 011 entretiens ont été réalisés, donnant l'information sur 2 894 visiteurs.

1. Résultats concernant la nature et la géographie de la fréquentation

Exprimée en nombre de personnes, la fréquentation annuelle est le fait de touristes à plus de 70%. Les touristes se logent à 86 % en un seul lieu, 12% sont itinérants, les autres en étape. Le calcul du poids de la CPFL dans les choix de destination des touristes donne une certaine dispersion, avec une dominante (50%) de motivations fortes contre 37% de motivations faibles.

Environ 90% des lieux d'hébergement sont situés dans le département. En se référant aux territoires des 8 organismes de gestion de destination (OGD) existants sur le Département, dont 5 sont sécants avec le site, la dispersion des lieux d'hébergement est relativement concentrique : elle dépend de la distance (moyenne 33 km) mais aussi des ressources des territoires en attractions autres et en capacités d'hébergement. Clermont Auvergne Tourisme accueille 25% des nuitées, le Massif du Sancy 22% et les itinérants représentent 11%. Le territoire de CAT est l'agglomération de Clermont-Ferrand, métropole qui dispose d'attractions diverses : culture, nature (CPFL), thermalisme, affaires. Le territoire du Massif du Sancy est très touristique. Les deux territoires se considèrent chacun comme destination touristique à part entière.

La particularité du cas d'étude est ainsi la suivante : la CPFL dans son ensemble peut être considérée comme une attraction : elle est de nature primaire (motive à elle seule le choix de la

¹ dans une autre perspective, et dans le cas des stations de montagne

destination) pour au moins 27% des touristes qui la visitent, mais elle est peu dotée en capacités d'hébergement et ce point évoluera peu du fait de la protection du site (site classé). Le Sancy n'est pas sécant avec la CPFL et porte tout de même 22% des nuitées des visiteurs de la CPFL. Sur le lien éventuel entre les motivations CPFL et les lieux d'hébergement on peut relever des différences selon les destinations-o d'hébergement. Les motivations fortes sont nombreuses même dans le Sancy.

Sur le poids des visiteurs de la CPFL au sein des clientèles des destinations-o voisines, une estimation rapide du rapport des nuitées totales des visiteurs CPFL (quelle que soit leur motivation) à la fréquentation totale de ces destinations-o est de 36% en nuitées pour CAT en 2019, et pour le Sancy une estimation très approchée indique 22% hors période de ski. Cela suggère que la CPFL est une attraction à intégrer dans les stratégies de ces acteurs, même ceux du Sancy, non-sécant.

B. l'étude de la gestion du système touristique concerné par l'attraction (la CPFL)

Les principales fonctions à remplir pour la gestion touristique d'une attraction ou d'une destination sont ici identifiées de façon simplifiée en référence au management d'une organisation économique. Nous mettrons ici l'accent sur deux grandes fonctions stratégiques : gestion des ressources et marketing.

1. Gestion des ressources et compétences du système touristique

Cette fonction porte sur: 1- les Ressources dédiées au tourisme et aux loisirs, 2- les Ressources non dédiées, partagées avec d'autres finalités et d'autres usages. Dans le cas des sites naturels exceptionnels, la gestion des ressources non-dédiées est essentielle pour le tourisme, dont ces ressources (espace, paysages, etc.) sont la base de l'attractivité. Le site étudié est protégé par plusieurs dispositifs et sa gestion est assurée selon les diverses particularités de ces dispositifs. Notamment un « Plan de gestion » UNESCO traduit les engagements et les coordinations des acteurs principaux : CD63, Etat, PNR, collectivités locales. On note ainsi : 1- qu'il n'y a pas d'acteur local unique assurant la gestion d'ensemble (il avait été décidé de ne pas créer de structure ad'hoc, par exemple syndicat mixte), et 2- que trois des acteurs majeurs de cette gestion de ressource s'inscrivent à une échelle territoriale supérieure au local.

Concernant la gestion collective des ressources dédiées au tourisme et aux loisirs, l'acteur CD63 intervient de façon inhabituelle en tant que propriétaire du volcan Puy de Dôme, aménageur du sommet du volcan, et maître d'ouvrage d'un train à crémaillère pour y accéder. Les autres facettes de la gestion des ressources dédiées sont assurées, en dehors de chaque entreprise concernée, par les OGD (animation des professionnels), par le PNR et le CD63 notamment pour sensibiliser et former les professionnels, ce qui a mené à une action particulière les engageant à respecter et à promouvoir l'esprit de la gestion du site. Ainsi peut se former progressivement un réseau autour de ces deux acteurs de la gestion du site, CD63 et PNR.

On note au passage qu'une question propre au thème de l'imbrication entre attractions et destinations concerne les professionnels en termes de « concernement par le site » selon la proportion des visiteurs du site parmi les clientèles de chacun : le degré de concernement d'un professionnel sera très divers selon la distance au site mais aussi selon son contexte local (force des autres attractions proches, etc.).

Enfin les entretiens auprès de tous les OGD du département ont confirmé que même concernant les 5 territoires sécants avec le site, des attractions touristiques importantes, autres que la CPFL

y sont présentes, et d'autres projets touristiques sont logiquement en cours d'élaboration et de développement. Concernant les ressources touristiques, chaque territoire intercommunal est géré comme une destination-o, avec ses attractions et ses projets.

2. Marketing territorial et touristique

L'inscription UNESCO a une dimension reconnue généralement, en termes de notoriété et de promotion touristique potentielle des sites inscrits, même si le développement touristique ne fait pas partie des objectifs de l' UNESCO. Ainsi le CD63 qui a été porteur de la démarche d'inscription se place de facto comme un acteur majeur de cette facette du marketing. Cet apport relève également du marketing territorial ; l'inscription peut bénéficier à l'image de tout le département, aider ce territoire à attirer des habitants, des entreprises et, pour les entreprises, aider leurs recrutements. Concernant le contexte marketing, plusieurs échelles sont à considérer : l'Auvergne a toujours été un nom de destination reconnu par une grande partie des touristes ; le CD63 et le Comité départemental du tourisme du Cantal ont initié une démarche de marque touristique devenue « Auvergne destination ». Enfin le CD63 a déposé une marque « Chaîne des Puys – Faille de Limagne – Patrimoine mondial » et met à disposition des professionnels référencés un « kit de marque », pour leur marketing propre.

Quel est l'éventail des noms de destination reconnus par les visiteurs du site (la CPFL) ? L'enquête menée en 2019 auprès des visiteurs comportait une question : « où diriez-vous que vous passez actuellement vos [vacances] ? », question posée sur une première moitié de l'échantillon (500 réponses). Les résultats ne sont qu'indicatifs, mais montrent la hiérarchie suivante (en nombre de réponses) : « Auvergne », « Puy de Dôme » puis « nom local » (soit de l'OGD/territoire intercommunal soit même de la commune d'hébergement).

A leur échelle les OGD pratiquent un marketing opérationnel et plus ou moins stratégique. La promotion de leurs territoires met en avant les diverses attractions de ceux-ci, incluant le site naturel CPFL (et aussi des attractions de territoires voisins). Un fait significatif est l'apparition d'un travail en réseau entre OGD depuis quelques années. La collaboration porte sur des actions de marketing en commun, et des actions d'observation des clientèles, et autres échanges de savoir-faire. On retrouve donc également sur cette fonction marketing l'imbrication entre échelles avec des actions aux niveaux : local, en réseau, départemental et interdépartemental.

3. L'hypothèse d'une gestion touristique d'échelle supérieure : arguments et limites

Les résultats exposés ci-dessus suggèrent la possibilité d'une gestion touristique dont certaines fonctions seraient menées à une échelle supra-locale. C'est déjà le cas en termes de gestion du site en tant que ressource non-dédiée au tourisme. Dans le domaine du marketing, les notoriétés de l'Auvergne, et du département, sont notées également. Il a été émis, en entretien, le souhait d'élaborer une stratégie englobant plusieurs OGD et le site, quitte à savoir qui porte cette stratégie, s'il faut une structure ad'hoc, etc.

En revanche la formalisation de ce glissement d'échelle sous la forme de structure ad'hoc se heurterait à l'autre facette de l'imbrication attractions/sites-destinations : ce qui est constaté pour le site de la Chaîne des Puys peut aussi bien l'être autour d'une autre attraction majeure. Le schéma théorique élargi est donné en fin de texte. Quelle(s) serai(en)t la/les structure(s) qui engloberai(en)t ces chevauchements de façon satisfaisante ? La réponse dépend de chaque cas d'étude. Il faut aussi considérer en alternative ou en complément, la souplesse du travail en réseau.

IV. Discussion – conclusion

Au final l'étude de cas et la formalisation du système se répondent pour éclairer une recherche de la meilleure structuration et organisation globales. La formalisation d'un système touristique que nous avons proposée comporte deux fondements : 1- l'analyse spatiale positionnant les lieux de pratique (autour d'attractions) et les lieux d'hébergement, puis examinant les aires définies par les acteurs comme des destinations, et 2- l'analyse des fonctions à exercer pour une gestion de destination touristique, comme pour la gestion d'une attraction isolée, examinant la gestion des ressources et leurs acteurs, et le marketing et ses acteurs sans oublier le touriste.

Cette double entrée fait apparaître la possibilité théorique d'imbrications entre aires concernées, au niveau local, et le jeu important d'acteurs relevant d'échelle différentes. Dans nombre de cas simples, une attraction primaire ou secondaire est située au sein d'une destination-o, et les gradients d'intensité (motivations, concernements) en fonction notamment de la distance permettent de négliger les débordement entre aires A-H et Destination-o. Mais l'étude de cas traitée autour du site de la CPFL est particulièrement illustrative des chevauchements puisque le site n'est pas une destination par lui-même et sa gestion -comme certaines fonctions touristiques mêmes- font intervenir le département, le PNR et l'Etat. Elle permet de noter que la structuration peut inclure diverses collaborations en réseau, ce qui déplace les questions vers celles de la portée, de l'efficacité, et celles de la naissance, l'animation, le pilotage de ces collaborations.

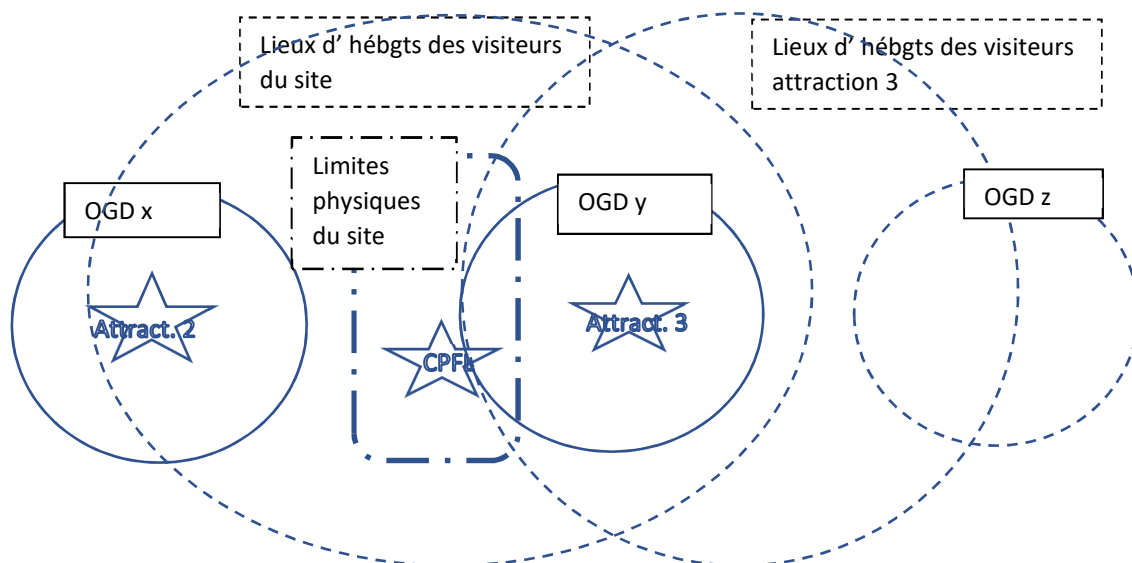


Figure 1 : imbrication entre attraction-site CPFL et destinations-o, schéma élargi à d'autres attractions et leurs aires-enveloppes d'hébergements concernés. (J-B Marsat 2022)

MOTS-CLÉS (5) :

management de destination touristique ; attraction touristique ; espace naturel protégé ; organisation touristique multi-échelles