



**HAL**  
open science

**Tourisme de qualité, diversification touristique et trajectoires territoriales du sud Ardèche . Mise en place d'indicateurs IQUATEXT appliqués au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc**

Charlotte Malgat

► **To cite this version:**

Charlotte Malgat. Tourisme de qualité, diversification touristique et trajectoires territoriales du sud Ardèche . Mise en place d'indicateurs IQUATEXT appliqués au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Sciences de l'Homme et Société. Université Grenoble - Alpes, 2016. Français. NNT: . tel-04002713

**HAL Id: tel-04002713**

**<https://hal.science/tel-04002713>**

Submitted on 23 Feb 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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

## THÈSE

Pour obtenir le grade de

**DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES**

Spécialité : Géographie

Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par

**Charlotte Malgat**

Thèse dirigée par **Christophe Gauchon** et  
codirigée par **Mélanie Duval**  
co-encadrée par **Jean-Jacques Delannoy**

préparée au sein du **Laboratoire EDYTEM**  
dans l'**École Doctorale SISEO** de l'université **Savoie-Mont-Blanc**

# Tourisme de qualité, diversification touristique et trajectoires territoriales du sud Ardèche

## Mise en place d'indicateurs IQUATEXT appliqués au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc

Thèse soutenue publiquement le **09/09/2016**,  
devant le jury composé de :

**Mme Maria Gravari-Barbas**

Professeur des universités, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne

**Mme Yvette Lazzeri**

Chercheur CNRS HDR, Université Aix-Marseille

**Mme Sylvie Clarimont**

Professeur des universités, Université de Pau et des Pays de  
l'Adour

**M Richard Buffat**

Directeur Syndicat Mixte de la Caverne du Pont d'Arc







# SOMMAIRE

---

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	3
PREMIÈRE PARTIE : CONTEXTE DE L'ÉTUDE ÉTAT DE L'ART ET PRÉSENTATION DU TERRAIN D'ÉTUDE.....	15
Chapitre 1 : Le tourisme de qualité, mise en contexte conceptuelle.....	17
Chapitre 2 : La Grotte Chauvet-Pont-d'Arc, une ressource patrimoniale pour la qualité du tourisme.....	57
Conclusion de la première partie.....	106
DEUXIÈME PARTIE : DÉMARCHES DE VALORISATION DE LA GROTTES CHAUVET-PONT-D'ARC : VERS LA DIVERSIFICATION DE L'OFFRE ET UN TOURISME DE QUALITÉ.....	109
Chapitre 3 : Les stratégies de valorisation le fac-similé et l'inscription au patrimoine mondial.....	111
Chapitre 4 : Les actions territoriales : diversification et qualité du tourisme ardéchois.....	149
Chapitre 5 : Les attentes des acteurs vis-à-vis du grand projet grotte Chauvet- Pont-d'Arc : enjeux et limites.....	215
Conclusion de la deuxième partie.....	265
TROISIÈME PARTIE : L'ÉVALUATION ET LES INDICATEURS ÉTAT DE L'ART ET PRÉSENTATION DE LA MÉTHODE IQUATEXT.....	269
Chapitre 6 : L'évaluation, la qualité et les indicateurs réflexions critiques.....	271
Chapitre 7 : Présentation des Indicateurs de QUaliTé du Tourisme et d'EXcellence Territoriale : les IQUATEXT.....	313
CONCLUSIONS GÉNÉRALES.....	359
BIBLIOGRAPHIE.....	375
ANNEXES.....	400
TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	423



# INTRODUCTION GÉNÉRALE

Du touriste « voyageur » au tourisme de masse, en passant par la contemplation et la découverte, la pratique touristique est marquée par son caractère dynamique, sans cesse en évolution au regard des mutations sociétales (Equipe MIT, 2000). D'abord réservé à une élite, le tourisme était alors marqué par l'itinérance des jeunes hommes aristocratiques qui faisait le « tour » des sites incontournables de l'Europe de l'ouest, afin d'acquérir une certaine connaissance de l'histoire des différents Etats et régions traversés. Ainsi, les prémisses de la relation entre l'intérêt patrimonial d'un lieu / d'un espace et la pratique touristique semblent posées : c'est bien ce qui a de l'intérêt, ce qui reflète l'histoire, la culture et l'identité d'une population qui semble alors important de « voir » afin d'acquérir une « certaine culture ». En retour, cet intérêt de la part des voyageurs amène la distinction d'un site, d'un monument ou d'un paysage, par le regard de l'autre et par sa reconnaissance en tant qu'objet emblématique, voire géosymbolique du territoire traversé (Bonnemaison, 1981).

Cette relation dialogique entre l'intérêt patrimonial et la pratique touristique fait depuis couler beaucoup d'encre et les débats n'ont cessé de questionner l'impact positif ou négatif du tourisme sur les sites patrimoniaux et vice-versa (Lazzarotti, 2011). Ces débats sont alimentés depuis le milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, où le tourisme (tourisme est bien ici entendu comme un déplacement de plus d'une nuit hors du domicile à des fins récréatives) se démocratise au regard des évolutions sociétales et notamment de l'amélioration des conditions de travail (congrés payés, améliorations salariales...). Cette démocratisation du temps libre et des loisirs entraîne dès lors une démultiplication des départs en vacances, qui n'ont cessé depuis de croître : de quelques privilégiés de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle-début XX<sup>ème</sup> siècle, le tourisme déplace 70 millions de personnes en 1960. Les chiffres du tourisme atteignent en 2014 plus de 1,1 milliard d'arrivées dans le monde<sup>1</sup> et selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), l'on attend jusqu'à 1,8 milliard de touristes en 2030 de par le monde.

Cette tendance, que l'on ne manque pas de nommer « tourisme de masse », questionne l'impact des pratiques touristiques sur les territoires. S'il est aujourd'hui majoritairement admis que le tourisme permet le développement, notamment économique, du territoire sur lequel il s'inscrit<sup>2</sup>, les impacts du tourisme sur les milieux naturels et sur les patrimoines historiques restent en débat, même s'il semble aujourd'hui admis que tourisme et patrimoine interagissent à des fins de co-construction (Lehalle, 2011 ; Caspard, 2009 ; Lazzarotti 2000, 2003, 2011). Le travail doctoral présenté ici reviendra en partie sur ces interactions entre les registres patrimoniaux et touristiques.

---

1 [www.veilleinfotourisme.fr](http://www.veilleinfotourisme.fr)

2 Selon le Conseil Mondial du Tourisme (WTTC), en 2012, le tourisme, en prenant en compte ses impacts économiques directs, indirects et induits, génère 6,6 trillions de dollars dans le PIB mondial, 765 milliards de dollars en investissements et 1,2 milliard de dollars en exportations. Cela correspond à 9 % du PIB total, 5 % de l'investissement total et 5 % des exportations mondiales ([www.veilleinfotourisme.fr](http://www.veilleinfotourisme.fr)).

Le tourisme est également marqué par des mutations liées à l'évolution des problématiques sociétales actuelles, notamment par l'émergence depuis les années 1990 du paradigme du développement durable. Le tourisme est alors présenté par les institutions internationales comme devant respecter la population, permettre la sauvegarde de l'environnement et des ressources à des fins de transmission aux générations futures tout en favorisant un développement socio-économique stable et durable. Ainsi, de nouvelles formes de tourisme apparaissent : tourisme « vert », éco-tourisme, tourisme durable, tourisme solidaire.... À titre d'exemple, sur le site du patrimoine mondial d'Angkor, au Cambodge, le gouvernement et l'APSARA (l'Autorité pour la protection du site et l'aménagement de la Région d'Angkor), accompagnés par l'UNESCO, cherchent à favoriser, pour les populations locales, les retombées associées aux visites des différents temples d'Angkor (Lemaistre, Cavalier, 2002). En effet, si certains villages peuvent en partie profiter de ces excursions (vente d'artisanat notamment), ce n'est pas le cas pour beaucoup d'entre eux, notamment des villages excentrés ou ceux situés dans le cœur de la zone de protection mais hors des circuits de visite. Les trois instances cherchent alors à développer de nouvelles formes de tourisme afin d'inciter les visiteurs à introduire la visite de villages dans leur journée d'excursion et/ou à y passer une nuit. « *Parmi ces nouvelles niches touristiques, certaines sont qualifiées de durables, communautaires ou responsables, car susceptibles d'intégrer davantage les populations déshéritées dans le développement touristique* » (Preuil, 2014, p. 215). Si Angkor est déjà une destination touristique, l'émergence du tourisme sur des espaces périphériques favorise le développement socio-économique durable de l'ensemble du territoire.

Ces mutations sociétales, si elles amènent les destinations émergentes à développer un tourisme plus ou moins respectueux des principes du développement durable, permettent également aux destinations historiques de (re)questionner le fonctionnement de leur offre touristique et au-delà, de leur territoire (Deperne, 2007). En effet, au regard des problématiques actuelles associées au respect de l'environnement, à l'équilibre économique et à la stabilité sociale, de nombreuses destinations touristiques pointent aujourd'hui les limites de leur fonctionnement. Au delà du risque de déséquilibre associé à une surexploitation d'une ressource caractéristique d'une monoactivité (les sports d'hiver par exemple, cf thèse Anouk Bonnemains, 2015), du risque de ségrégation sociale entre les populations bénéficiant des retombées et celles à la marge, c'est bien la perte d'attractivité de la destination que craignent les acteurs touristiques. Afin de répondre aux exigences croissantes des populations touristiques tout en assurant la pérennité des destinations, les acteurs / décideurs cherchent ainsi de plus en plus à diversifier leur offre touristique et à monter en qualité. De la diversification au sein d'une même pratique (la pratique glisse par exemple avec la démultiplication des activités telles que le snackgliss (luge), snow-scoot, télémark, bodyboard, la cani-rando, le ski-joëring etc....) (Bonnemains, 2014) à la diversification par la création d'une nouvelle offre apposée à l'ancienne (tourisme culturel), le même objectif est affiché : celui d'une destination durable,

autant dans son fonctionnement que dans son attractivité. Cette volonté de diversifier l'offre à des fins de durabilité, se double d'une réflexion autour de « destination de qualité ». Les acteurs ont de plus en plus tendance à saisir les injonctions de durabilité de manière à mettre en place une offre dite de « qualité » et ce, dans une perspective d'excellence territoriale. Ainsi, la diversification de l'offre touristique semble actuellement un des points clés pour la mise en place d'une destination durable, alliant qualité et équité.

Les questionnements et la recherche doctorale présentés dans ce mémoire porteront principalement sur la diversification et l'amélioration de la qualité par la mise en place d'une nouvelle offre : l'offre culturelle. Quels sont les enjeux associés au développement d'une offre culturelle et qualitative ? Quels sont les liens entre le tourisme de qualité, le tourisme culturel et le développement durable ? Le tourisme culturel, communément défini comme étant basé sur la valorisation touristique d'une ressource patrimoniale historique, peut-il être perçu comme un tourisme de qualité ? Comment définir un tourisme de qualité et quelle est la place de la ressource patrimoniale dans le concept de «tourisme de qualité» ? Si les acteurs mobilisent la ressource patrimoniale afin de pallier les limites du fonctionnement de leur offre touristique actuelle, quelles peuvent être les relations entre offre culturelle, durabilité et qualité de la destination ? Dans le cadre d'un patrimoine culturel vulnérable comme les grottes ornées, comment concilier les injonctions de valorisation aux prescriptions de conservation ? En considérant qu'un site touristique nouveau doit s'inscrire dans une offre globale, quelles sont les stratégies territoriales à mettre en place afin d'assurer le développement d'une offre culturelle de qualité ? Ces questions amènent ainsi à interroger le triptyque tourisme culturel – développement durable – qualité.

La mise en regard de la durabilité et de la qualité à travers le prisme du tourisme culturel conduit à ré-interroger le couple conceptuel patrimoine-tourisme : en quoi la valorisation d'une ressource patrimoniale permet-elle de mettre en place un tourisme culturel pouvant être synonyme de durabilité et de qualité ? Quels sont les enjeux associés au binôme tourisme culturel / patrimoine au regard du développement durable et de l'amélioration qualitative des destinations ? Au final, en quoi la diversification par la valorisation d'une nouvelle ressource participerait-elle à la réorganisation du système touristique et à la mise en place d'une offre culturelle de qualité et durable ?

Cette problématique de la valorisation du patrimoine culturel à des fins de mise en tourisme visant un développement durable local pour une destination de qualité semble s'exacerber sur les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. En effet, sur ces sites reconnus comme merveilles du monde dont la destruction engendrerait une perte inestimable (UNESCO, 1972), les relations entre le tourisme et le développement durable sont, depuis quelques années, sans cesse questionnées, que ce soit dans le cadre académique ou institutionnel (UNESCO, 2010a, 2010b ; Marcotte, Bourdeau, 2010 ; Salazar, 2014). Ainsi, lors de la 2<sup>ème</sup>

conférence internationale du réseau UNESCO-UNITWIN qui s'est tenue au Gabon, du 1<sup>er</sup> au 8 juin 2012, environ 60 chercheurs de tous les continents ont interrogé la relation entre le patrimoine mondial, le tourisme et le développement durable. À travers plusieurs études de cas, les enjeux actuels de l'inscription ont été questionnés, que ce soit en interrogeant les impacts sur les territoires et le tourisme ou celui de l'intégration des populations locales dans les dynamiques de patrimonialisation ou de développement durable (Gravari-Barbas, Jacquot, 2014). Les positions institutionnelles, notamment celle du comité du patrimoine mondial de l'UNESCO sont également claires là-dessus : le développement durable doit être investi sur les sites du patrimoine mondial.

C'est ainsi qu'est prise en 2012 la décision WHC-12/36.COM/5C « convention du patrimoine mondial et développement durable » où le comité du patrimoine mondial « recommande que, en parfaite conformité avec ses objectifs primordiaux, la pratique de la Convention tâche d'intégrer comme il convient dans un dispositif l'optique du développement durable » (UNESCO, 2012b, p. 5). La problématique du développement durable trouve alors sa place dans « les orientations devant guider la mise en œuvre de la convention du patrimoine mondial » où il est stipulé que « la protection et la conservation du patrimoine naturel et culturel constituent une importante contribution au développement durable » (UNESCO, 2013, p. 2).

Si le tourisme est perçu comme une menace dans le texte originel de la convention et est cité dans l'article 11 en tant que « dangers grave et précis » (UNESCO, 1972, p. 6), c'est à partir de la fin des années 1990 que le comité du patrimoine mondial « start paying serious attention to tourism » (Salazar, 2014, p. 32), notamment avec la mise en place par l'ICOMOS de « la charte internationale du tourisme culturel » qui énonce dans son principe 2 que « la relation entre le patrimoine et le tourisme est dynamique et doit dépasser les conflits de valeurs. Elle doit être gérée de manière durable au profit des générations actuelles et futures » (ICOMOS, 1999, p. 3). La problématique du tourisme sur les sites du patrimoine mondial évolue dès lors vers le paradigme de tourisme durable qui est depuis au cœur des problématiques du centre du patrimoine mondial comme l'atteste dernièrement le plan d'action 2013-2015 « UNESCO world heritage and sustainable tourism ». Ce programme « will create an international framework for cooperation and coordinated achievement across sectors, from strategic planning to destination management, in order to safeguard heritage, and achieve sustainable tourism and economic development »<sup>3</sup>.

Les questions de qualité et de développement durable semblent être des enjeux d'autant importants pour les sites du patrimoine mondial que ces derniers doivent refléter la philosophie originelle de l'UNESCO qui vise à « assurer une protection et une conservation aussi efficaces et une mise en valeur aussi active que possible du patrimoine culturel et naturel » (UNESCO, 1972, p. 3). L'enjeu est dès lors de conserver le patrimoine

---

3 <http://whc.unesco.org/upload/activities/documents/activity-669-6.pdf>

sans le mettre sous cloche afin de favoriser le développement des populations alentours et celui du territoire dans lequel le site s'inscrit.

Afin d'analyser les enjeux et les dynamiques associées à ces problématiques de diversification et d'amélioration de la qualité et afin de questionner le triptyque tourisme culturel – développement durable – qualité, le travail de thèse présenté ici portera sur une étude de cas susceptible de répondre à ces questions : celle du grand projet Caverne du pont d'arc, anciennement grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc<sup>4</sup> qui vise à valoriser la grotte ornée Chauvet-Pont-d'Arc découverte en 1994 *via* la construction d'un fac-similé et l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial. S'inscrivant sur un territoire déjà fortement touristique valorisant les ressources eau – nature – paysage et s'insérant dans un contexte de concentration spatio-temporelle des dynamiques touristiques autour des gorges de l'Ardèche (Duval, 2007a), cette découverte est, dès 1994, mobilisée par les acteurs locaux comme une aubaine pour la diversification et l'élévation de la qualité de l'offre touristique *via* la mise en place d'un tourisme culturel. Ainsi, autour de cette ressource et des projets de valorisation *via* un fac-similé et une candidature UNESCO, c'est tout un projet de territoire qui a vu le jour. Cet exemple est d'autant plus pertinent qu'il autorise une analyse des dynamiques contemporaines : en effet, les démarches de diversification et d'amplification de la qualité de l'offre touristique sont amorcées depuis une dizaine d'années, la grotte a été inscrite sur la liste du patrimoine mondial en juin 2014 et le fac-similé a ouvert au public fin avril 2015. En plus de cette approche synchronique, cette étude de cas nous permet de porter un regard diachronique dans le sens où ce terrain est investi par les chercheurs du laboratoire EDYTEM depuis près d'une dizaine d'années (cf *infra*). Nous pouvons dès lors nous baser sur les données recueillies cette dernière décennie pour apprécier l'état spatial au début de la formalisation de ce projet de territoire. Le travail doctoral présenté ici offre la possibilité d'analyser les processus en cours.

Une question se pose alors : quelles sont les évolutions / les modifications du système territorial sud ardéchois liées à l'arrivée dans le paysage touristique des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ? Cette analyse permet dès lors d'interroger les modalités et les processus de la diversification et de la qualité du tourisme sud ardéchois autour de la découverte et de la valorisation d'une nouvelle ressource patrimoniale. En interrogeant les aspects spatio-temporelles, il s'agit de questionner les enjeux de territoire associés aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. En quoi les stratégies d'acteurs s'appuyant sur la valorisation d'une nouvelle ressource peuvent-elles contribuer à une recomposition et à une restructuration touristique du territoire sud ardéchois ? Il s'agit dès lors d'interroger l'évolution de l'organisation et du fonctionnement territorial suite à la mise en place d'une offre culturelle. Ainsi, il s'agit d'étudier et d'envisager les impacts potentiels d'une démarche de diversification et de montée en qualité du tourisme et d'analyser les transformations structurelles du territoire.

---

4 Au sujet de la dénomination du projet, voir note de préface.



Mais comment « mesurer », suivre et évaluer la recomposition du territoire sud ardéchois et la réorganisation du tourisme autour des stratégies de diversification et de qualité initiées à travers les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ? Conséquemment, il s'agit de mettre en place une méthode d'évaluation *via* des indicateurs pertinents permettant un suivi des dynamiques et des évolutions touristiques et territoriales. C'est là l'enjeu méthodologique de la thèse.

Cette thèse porte principalement sur l'étude du sud Ardèche (figure 1). En effet, les projets de valorisation ont une incidence pour l'ensemble du territoire sud ardéchois. La réflexion ne porte pas uniquement sur une échelle de site, mais sur l'ensemble du territoire. Le terrain d'étude est principalement délimité par le périmètre du pays Ardèche Méridionale. Il est ainsi constitué d'une partie du Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche et du Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional. Si l'échelle du pays Ardèche Méridionale est la plus pertinente pour saisir les enjeux de la diversification et de la qualité du tourisme, il s'agit également d'apprécier les retombées à l'échelle départementale. En effet, si le tourisme se concentre dans le sud du département, les enjeux actuels affichés en terme de développement touristique visent à la diffusion de la fréquentation et des retombées associées sur l'ensemble du territoire départemental. De plus, un focus sur des démarches ponctuelles permet une analyse approfondie de la recomposition locale du territoire.

Réalisée au sein du laboratoire EDYTEM - UMR5204, cette thèse s'inscrit dans la dynamique des recherches du laboratoire menées sur le territoire ardéchois. « *Deux actions fortes de recherches ont émergé dans le même temps sur ce territoire au début des années 2000 : la première sur l'étude scientifique de la grotte Chauvet-Pont d'Arc et la seconde autour de l'Opération grand site à Orgnac* » (Delannoy et al., 2014, p. 52). En parallèle des recherches d'ordre kartsologique et/ou géomorphologique<sup>5</sup>, une partie des chercheurs du laboratoire EDYTEM a également investi le territoire sud ardéchois afin de questionner les enjeux patrimoniaux et territoriaux de la mise en tourisme du territoire<sup>6</sup>. Compte tenu de l'implication du laboratoire sur le territoire ardéchois, et notamment dans le grand projet Grotte Chauvet-Pont-d'Arc (dans l'équipe scientifique de la grotte, dans l'accompagnement pour la réalisation du fac-similé et dans la rédaction du dossier de candidature UNESCO de la grotte), une convention de partenariat a été signée entre le laboratoire et le Syndicat Mixte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet (SMERGC) le 2 mars 2012. Cette convention permet ainsi de 1/ rendre lisible le travail du laboratoire sur le territoire ; 2/ de favoriser le lien entre l'Enseignement Supérieur et la Recherche et le territoire, volonté inscrite dans les actions du plan de gestion de la candidature UNESCO (SMERGC, 2011b).

---

5 Delannoy et al., 2004, 2007, 2008, 2010, 2011, 2012a, 2012b, 2012c, 2013, Delannoy, Jaillet, 2013 ; Delannoy, Claude, Hugué, 2013 ; Delannoy, Jaillet, 2013 ; Delannoy, Gauchon, Jaillet, (dir), 2007 ; Jaillet et al 2009, 2011 ; Sadier, 2004 ; Sadier, 2013 ; Sadier et al, 2012.

6 Gauchon, Jaillet, Prud'homme, 2007 ; Delannoy, Gauchon, Jaillet, (dir), 2007 ; Duval, 2007a, 2007b, 2008a, 2008b, 2010 ; Duval, Gauchon, 2006, 2013

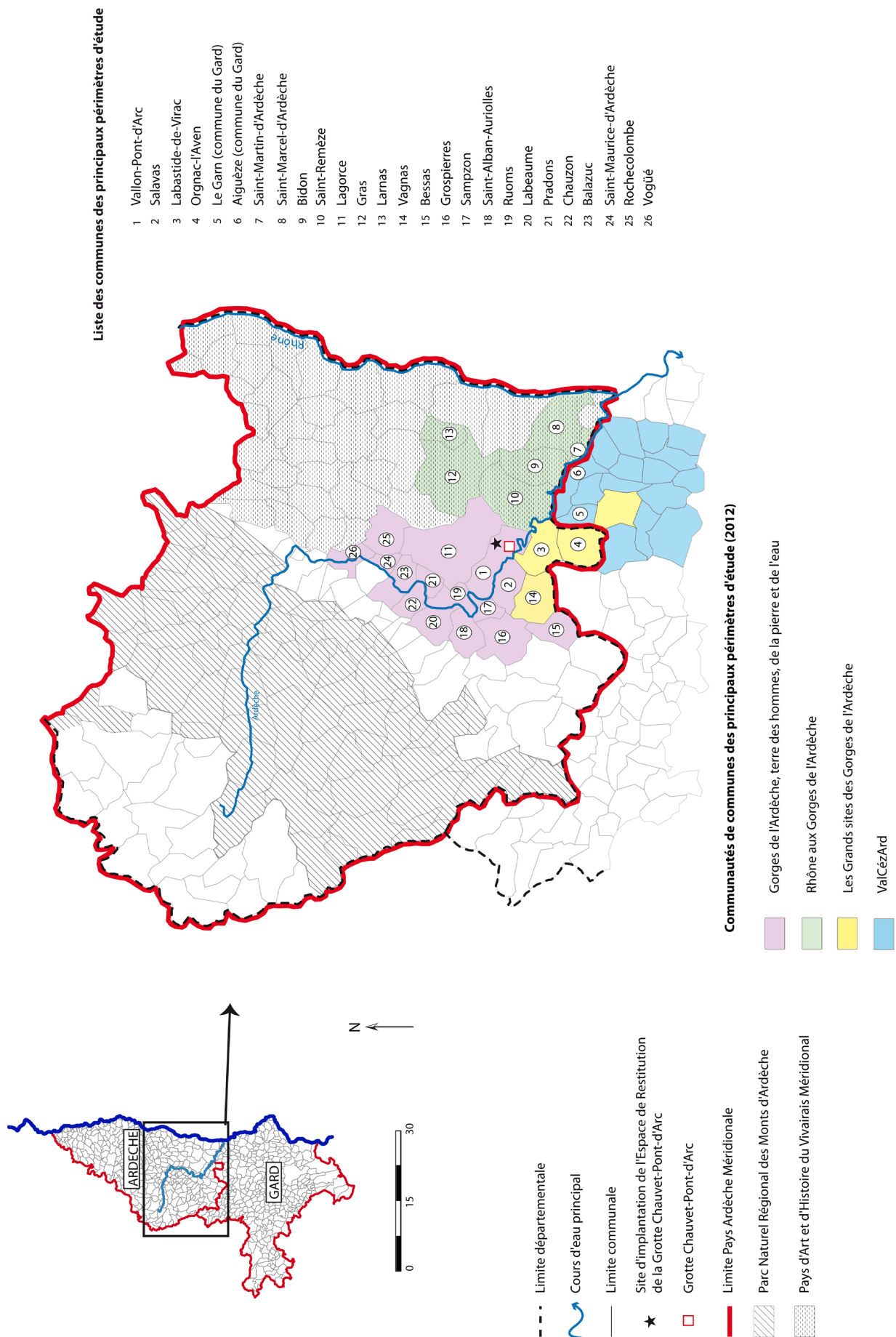


Figure 1 : carte de présentation du terrain d'étude

La recherche doctorale menée sur le territoire sud ardéchois est d'autant plus partie prenante de cette dynamique de partenariat entre une collectivité territoriale et un laboratoire de recherche qu'elle a été financée par une bourse CIFRE (Conventions industrielle de formation par la recherche) et réalisée au sein du SMERGC. La mission principale au sein du SMERGC a été la mise en place des indicateurs permettant l'évaluation du plan de gestion de la candidature UNESCO. En plus de ces indicateurs, l'attente de la collectivité résidait également dans la connaissance des retombées globales du projet sur la recomposition et la ré-organisation du territoire. Les Indicateurs de Qualité du Tourisme et de l'Excellence Territoriale (IQUATEXT) mis en place dans le cadre de la recherche doctorale ont été construits sur la base de cette commande. Dans une posture de recherche-action collaborative (Malgat, Buffat, 2013), le travail doctoral et l'approche évaluationniste répondent aux attentes du SMERGC : la réflexion autour des indicateurs (que ce soient les indicateurs de suivi du plan de gestion ou les IQUATEXT) permet le suivi et l'évaluation de la performance, de l'efficacité et des impacts des actions mises en place sur le territoire.

La répartition du temps de travail entre la structure et le laboratoire (alternance toutes les deux semaines en 1<sup>ère</sup> année, 3 semaines au SMERGC et 1 au laboratoire la 2<sup>ème</sup> année, et inversement la 3<sup>ème</sup> année) a permis une immersion quasi-quotidienne de la doctorante au sein de l'équipe projet. Cette immersion est un avantage indéniable pour une analyse optimale et approfondie de l'objet de recherche. Elle s'apparente à de l'observation participante, qui se définit « *avant tout par la longue durée de la présence in situ, durée qui permet l'acquisition de codes / normes contextualisées et la confrontation aux réalités matérielles / immatérielles de son terrain. L'observation participante se définit ensuite par l'interaction permanente entre l'enquêteur et la société -ou le système d'acteurs- qu'il s'est donné pour objet de recherche* » (Benos, 2011, p. 125).

Cette collaboration de la doctorante au sein des projets est d'autant plus favorable que cette immersion permet la compréhension et l'analyse de la complexité. « *L'avantage est [...] clair en termes de production de données : cette méthode permet de vivre la réalité des sujets observés et de pouvoir comprendre certains mécanismes difficilement décriptables pour quiconque demeure en situation d'extériorité. En participant au même titre que les acteurs, le chercheur a un accès privilégié à des informations inaccessibles au moyen d'autres méthodes empiriques* » (Soulé, 2007, p. 128). Cette nouvelle relation du chercheur à son terrain d'étude et aux acteurs impliqués offre un privilège sans commune mesure dans la compréhension des interactions institutionnelles et politiques, surtout dans le cadre du « mille feuille » administratif français et d'un projet de territoire où s'entremêlent les échelles d'action et d'intervention. Cette immersion amène ainsi la doctorante à se positionner différemment vis-à-vis de son sujet de recherche et « *lui confère une position d'acteur agissant dans et sur le terrain. Il s'agit donc d'une nouvelle relation entre le chercheur, son terrain et ses partenaires* » (Benos, 2011 p. 120).

La présence de la jeune chercheuse au sein de l'équipe projet lui donne accès à un ensemble de documents sur lesquels elle peut s'appuyer pour analyser les dynamiques et les attentes affichées ou sous-jacentes. C'est à partir de ces documents dits « sources » que les axes de recherche de la présente thèse ont été envisagés. La présence de la doctorante en tant qu'observatrice lors de réunions lui permet également d'avoir accès aux acteurs principaux, de pouvoir échanger avec eux et d'obtenir plus facilement des rendez-vous pour les entretiens semi-directifs. Le rapport de proximité au sujet de recherche est un des intérêts principaux d'une thèse CIFRE et permet une analyse pratiquement exhaustive des dynamiques associées aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Mais cette immersion peut parfois présenter des limites notamment dues aux différentes méthodologies de travail entre la recherche et l'action.

La méthodologie de recherche dans le cadre d'une bourse CIFRE s'apparente à une démarche ethnologique dans le sens où l'immersion au sein de l'équipe projet amène un rapport spécifique au sujet et au terrain d'étude. Sachant que l'enquête de terrain en ethnologie « repose très schématiquement sur la combinaison de [...] grandes formes de production de données : l'observation participante (l'insertion prolongée de l'enquêteur dans le milieu de vie des enquêtes), l'entretien (les interactions discursives délibérément suscitées par le chercheur), [...] et la collecte de sources écrites » (Olivier de Sardan, 1995, p. 3).

Cependant, cette approche demande une certaine vigilance afin que l'observation ne prenne pas le dessus sur la participation et vice-versa car « la réduction de la distance à l'objet laisse en effet davantage de place à la subjectivité, notamment parce que le chercheur doit autant, voire davantage, participer qu'observer » (Soulé, 2007, p. 130). Il s'agit alors d'observer le fonctionnement de la structure et le montage du projet tout en y participant, mais en gardant le recul nécessaire à un travail de recherche. Au-delà de l'opérationnalité de la recherche doctorale et de son inscription dans l'action et dans les avancées du projet, le jeune chercheur se doit de porter un regard objectif sur les projets en cours. Cette prise de recul, même si elle est parfois délicate, permet, en partie, un regard autre que celui de l'ingénierie territoriale (Malgat, Buffat, 2013). Cette relativisation a été permise, non sans difficultés, grâce au travail de mise à distance effectué au sein du laboratoire, notamment lors de la quatrième année de thèse et de la rédaction du manuscrit. Si la fin du contrat CIFRE et la présence permanente de la doctorante au sein du laboratoire lors de la quatrième année de thèse a permis de prendre du recul, elle a aussi, dans un même temps, sorti la doctorante du circuit de diffusion et d'accès à l'information. Ce changement de statut a ainsi conduit à une perte de lisibilité sur l'avancée des dossiers en cours (hormis les informations médiatiques) et certains éléments n'ont plus pu être actualisés depuis 2014.

De plus, certains sujets ont été délicats à traiter notamment du fait de la différence de perception des actions selon l'ingénierie ou le jeune chercheur. En effet, le travail de recherche mène parfois à des analyses critiques qui peuvent être difficilement compréhensives par les porteurs des projets. Certains sujets sensibles, comme la question des périmètres du bien UNESCO grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 3), ont été abordés par la doctorante sous l'angle de la recherche et de l'analyse distanciée, avec un regard critique que les porteurs de projets ont parfois eu du mal à saisir. Cette différence de perception entre la doctorante et l'ingénierie a parfois mené à une position délicate au sein de la structure d'accueil. Le dialogue entre les deux parties prenantes est alors nécessaire pour mener à bien le travail de recherche.

Le travail d'observation s'est accompagné d'entretiens semi-directifs avec les acteurs principaux (liste des personnes rencontrées et questionnaire en annexe 1). Si ces entretiens sont aussi conduits dans le cadre d'une recherche « classique », l'immersion de la doctorante dans le projet permise par la bourse CIFRE offre un autre rapport à l'interviewé, notamment à travers un rapport de confiance mutuelle ouvrant la voie aux confidences. Au-delà de ces entretiens « formels », des informations peuvent également être acquises dans le cadre de ce que Rémi Benos appelle les « entretiens conversationnels » qui « *se distinguent de l'entretien semi-directif [...] par le cadre non formel et toujours différent de leur tenu* » (Benos, 2011, p. 131). Si ces discussions informelles peuvent avoir inconsciemment orienté certains choix de recherche et si elles permettent la communication entre la doctorante et l'ingénierie territoriale, il a été décidé, pour des raisons d'éthique propres à la doctorante, de ne pas utiliser les informations recueillies dans ce cadre. Par contre, lorsqu'un sujet abordé semblait pertinent pour la recherche doctorale, il a été documenté par le biais de documents ou de sources plus « formelles ». Ici encore, « *la personnalité du chercheur joue également un rôle décisif* » (ib.) et les choix opérés face à telle ou telle méthode de récolte des données dépendent à la fois du tempérament du doctorant et de la déontologie propre à chacun mais aussi à l'entreprise. Une enquête visant à connaître les pratiques touristiques sur le territoire a également été menée durant l'été 2011 (questionnaire en annexe 2). En tout, 319 personnes ont été interrogées sur différents points du territoire. Ce travail de terrain est bien entendu complété par un travail bibliographique, non exhaustif, propre à toute recherche universitaire.

Le mémoire présenté ici s'organise autour de 3 grandes parties. Ces trois grandes parties reflètent le schéma de la construction de la pensée, fil conducteur du présent manuscrit. Trois étapes se sont ainsi succédées : 1/ état de l'art et diagnostic territorial, 2/ attentes et stratégies actuelles des acteurs et 3/ réflexions et propositions pour mener l'évaluation de la progression de la qualité du tourisme et de l'excellence territoriale au regard du développement durable.



Dans la première partie, un premier chapitre présente un état de l'art de la recherche actuelle autour des problématiques du tourisme culturel, tourisme durable et tourisme de qualité. Il permet de questionner ce que peut être un tourisme de qualité, ses liens potentiels avec le tourisme culturel et le tourisme durable. Un second chapitre présente la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, sa reconnaissance en tant que patrimoine et ressource. Il présente également le tourisme actuellement inscrit sur le territoire sud ardéchois. Un retour sur sa mise en place et sur les pratiques actuelles offre la possibilité de contextualiser les enjeux de la diversification et de l'amélioration de la qualité de l'offre. Grâce à la compréhension du fonctionnement du tourisme actuel dans le sud Ardèche, nous abordons le caractère construit de la surfréquentation et de la concentration spatio-temporelle de l'activité et des pratiques touristiques. La présentation du contexte touristique permet ainsi de mieux saisir les enjeux associés à la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Immédiatement saisie comme un patrimoine et comme une ressource, cette grotte est perçue comme un objet phare pour repenser le tourisme sud ardéchois et ardéchois. La présentation dans un troisième chapitre des projets successifs de fac-similé et de candidature UNESCO permet ainsi d'en comprendre les enjeux, aussi bien d'un point de vue touristique que territorial.

La seconde partie portera principalement sur la présentation des enjeux territoriaux perçus par les acteurs. Le chapitre 4 présentera ainsi la stratégie touristique visant la diversification de l'offre et l'amélioration de la qualité. Ce chapitre analyse les démarches impulsées à partir de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de ses projets de valorisation ainsi que les limites de ces démarches. Nous verrons alors que les ambitions des acteurs peuvent se heurter à des réalités territoriales bien ancrées sur le territoire. Le chapitre 5 présentera les résultats des entretiens menés avec les acteurs du territoire. Entre évolution de l'image, diffusion spatio-temporelle, progression qualitative et excellence territoriale, ces attentes permettent de comprendre les enjeux et les représentations de la capacité ré-organisationnelle de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de ses projets de valorisation.

La troisième partie développe les réflexions sur l'évaluation de la recomposition du territoire, de la qualité et de la diversification du tourisme. Le chapitre 6 revient sur une analyse critique des recherches menées jusqu'alors sur l'évaluation de politiques publiques, de la qualité du tourisme et des indicateurs. La fin de chapitre 6 présente les indicateurs qui ont été mis en place dans le cadre de la bourse CIFRE pour permettre le suivi et l'évaluation du plan de gestion du bien UNESCO. Enfin, le chapitre 7 présente la méthode d'évaluation mise en place pour suivre les dynamiques territoriales associées à la qualification du tourisme. Grâce à la construction des Indicateurs de Qualité du Tourisme et d'Excellence Territoriale (IQUATEXT), cette évaluation permet d'analyser les retombées et les effets futurs de la stratégie territoriale et touristique mise en place sur le territoire et associée à la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.



# PREMIÈRE PARTIE

## CONTEXTE DE L'ÉTUDE

### ETAT DE L'ART

## ET PRÉSENTATION DU TERRAIN

### D'ÉTUDE



*Mégacéros de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc*  
crédits photo : DRAC / ministère de la Culture



*Paysage de l'Ardèche*  
photo : Ch. Malgat, 2011





# CHAPITRE 1

## LE TOURISME DE QUALITÉ

### MISE EN CONTEXTE CONCEPTUELLE

Que ce soit dans le monde du tourisme ou dans d'autres domaines, la qualité bénéficie d'un effet de mode : elle apparaît comme le fer de lance des stratégies de développement et comme le pilier marketing et promotionnel des territoires touristiques. Mais la notion de qualité et ce qu'elle recèle varie d'un acteur à l'autre et ne bénéficie pas d'un cadre théorique. En effet, « *si la qualité globale, essentielle à la satisfaction du touriste, s'est imposée depuis quelques années comme une priorité pour le développement touristique, elle peut cependant apparaître comme une idée abstraite et difficile à appréhender* » (Picazo, 1998, p. 77), à la fois par les acteurs du territoire mais également par les chercheurs.

La recherche actuelle sur la qualité en tourisme est assez frileuse et « *quoique l'excellence fasse partie depuis quelques années du discours des principaux leaders de l'industrie du tourisme, force est de constater qu'en tant qu'objet de recherche tout reste à faire* » (Bédard, 2011, p. 9).

Dans le sens commun, la qualité est souvent opposée à la quantité, ce qui nous semble réducteur. En effet, la qualité se définit-elle seulement d'après un seuil numérique ? Comment définir une destination de qualité et quelles peuvent être les caractéristiques qualitatives permettant une différenciation des destinations ? La qualité en tourisme passe-t-elle uniquement par la satisfaction du consommateur (le touriste) ? Quelles peuvent être les implications territoriales de la mise en place de démarches qualitatives sur les destinations touristiques ? Cette dernière question amène à interroger les effets territoriaux d'une politique de qualité du tourisme : existe-il une organisation territoriale spécifique pour assurer la qualité du tourisme ?

Ce premier chapitre vise à introduire le concept de qualité et à avancer des hypothèses quant à l'identification et à la définition de la notion de « qualité du tourisme ». Ces hypothèses conceptuelles seront par la suite confrontées au terrain d'étude, ce qui permettra d'affirmer ou d'infirmer la définition du tourisme de qualité proposée dans ce premier chapitre. Cherchant à dépasser la segmentation généralement observée dans la recherche existante sur la qualité du tourisme (qualité des services, satisfaction, qualité de l'expérience, etc...), cette partie vise à appréhender la qualité du tourisme *via* une approche transversale et globale. Dans cette optique, nous questionnons la place des enjeux de diversification dans la définition du tourisme de qualité. Nous cherchons alors à comprendre les liens et les interactions pouvant exister entre la mise en place de stratégies de qualité et les processus de diversification. En quoi est-ce que ces deux processus (qualité / diversification), aujourd'hui de plus en plus présents dans les discours des acteurs du tourisme et dans leurs stratégies, sont-ils interactifs ? Ces interactions potentielles questionnent également le rapport entre qualité et ressources touristiques : existe-t-il une ressource plus « qualitative » qu'une autre ? Sur la base de quels critères ? Notre étude conduit à interroger la place du patrimoine dans les processus de qualité : le tourisme culturel est-il plus « qualitatif » que le tourisme nature ?

Dans un contexte marqué par l'idéologie du développement durable, il s'agit également de mettre en lumière la qualité du tourisme au regard des principes de durabilité. Dans quelle mesure le tourisme de qualité compose-t-il avec les injonctions de développement durable ? Quels sont les liens entre ces deux registres, à la fois sur le plan théorique mais également au niveau des discours des acteurs ? Ce premier chapitre nous permet dès lors de questionner notre triptyque conceptuel tourisme de qualité – tourisme culturel – développement durable. Ces réflexions constituent le socle de notre recherche : élaborées sur la base de nos lectures bibliographiques et sur les analyses de terrain, elles serviront de fil rouge à l'ensemble de ce manuscrit et de base à l'élaboration des IQUATEXT (chapitre 7).

## 1.1. Qu'est ce qu'un tourisme de qualité ?

### 1.1.1 Qualité, satisfaction et labels : la surenchère touristique

#### 1.1.1.1 Définition de la qualité

La qualité peut être définie comme ce qui distingue quelque chose, quelqu'un, dans le sens de propriétés propres et spécifiques. Louis de Potter (1859), définit la qualité comme « *les différentes manières dont un être apparent se manifeste à celui qui l'observe ; c'est ce qui distingue une chose, qui est particulier* » (Potter (de), 1859, 258). La qualité est entendue comme un caractère identifiant et « *tout objet, tout être animé, toute réalité présente donc des qualités qui lui confèrent en retour une identité spécifique* » (Brédif, 2008, p. 3). Elle peut également être entendue comme un jugement de valeur, permettant l'appréciation d'une chose ou d'un être (id.). Elle distingue ce qui est « bon » de ce qui en l'est pas et pose un jugement manichéen sur les choses. En tant que notion appréciative, « *on y recourt pour désigner les mérites, la supériorité, la perfection ou la manière d'être, bonne ou heureuse de quelque chose ou de quelqu'un* » (Brédif, 2008, p. 3).

La qualité est un attribut, elle existe par un sujet (Goblot, 1901). Elle qualifie un objet, un espace, lui donnant une valeur, perçue et subjective. La qualité d'un site, d'un objet ou d'un territoire dépend d'un point de vue, du rapport de l'observant à l'observé. Elle est également relative et évolutive vis-à-vis des autres objets, sites ou territoires : ce qui est de qualité l'est toujours par rapport à ce qui ne l'est pas. En ce sens, la qualité est porteuse de différenciation, elle permet la spécification d'un objet, lieu ou site et leur distinction au regard d'attributs qualitatifs que d'autres n'auraient pas. Ces attributs qualitatifs ne sont pas figés dans le temps et dans l'espace et ils présentent un caractère dynamique : ce qui a été considéré comme étant de qualité hier ne l'est peut être plus aujourd'hui. Ce caractère instable et évolutif de ce qui est de qualité souligne l'aspect subjectif de cette notion : qu'est ce qui est vraiment de qualité et surtout, pourquoi et par rapport à quoi ? La qualité est avant tout une affaire de perceptions ; elle revêt de la construction sociale et sociétale et ses valeurs sont sans cesse renouvelées.

Depuis la fin des années 1990 et en lien avec les différentes chartes internationales sur le tourisme, la qualité est devenue incontournable. Compte tenu de la multiplicité croissante de l'offre touristique, les opérateurs touristiques et les destinations sont aujourd'hui davantage obligés de se positionner sur un segment bien spécifique et la qualité est une des pistes possibles. Pour certains auteurs « *c'est une condition qui s'impose absolument, pour affirmer l'identité et renforcer l'économie et l'attractivité d'une station ou d'un site touristique* » (Picazo, 1998, p. 80). La qualité est perçue par les acteurs comme une caractéristique essentielle pour la pérennité de la station, du lieu touristique. Elle est présentée comme un élément clé dans les processus de différenciation des destinations. Une question se pose dès lors : pourquoi, aujourd'hui, la qualité devient-elle une « condition qui s'impose » ? Dans quel contexte ces enjeux de la qualification ont-ils pris forme ? La déconstruction du caractère obligé et incontournable de la qualité nous permet d'interroger les logiques d'acteurs et les enjeux territoriaux associés.

#### *1.1.1.2. Contextualisation de la qualité dans le monde du tourisme*

La volonté de mettre en place des stratégies de qualité sur les territoires touristiques est nourrie par la montée de la concurrence entre les destinations. Cette compétition alimente la recherche de différenciation, distinction pouvant être confortée par la qualité et « *les acteurs au sein d'une destination sont de plus en plus conscients de l'importance de la recherche de l'excellence pour améliorer leur positionnement concurrentiel* » (Bédard, 2009, p. 9). Cette exacerbation de la concurrence entre les destinations est associée à la fois à la mondialisation et à la multiplication du nombre de lieux de séjour, mais aussi aux nouvelles technologies qui offrent aujourd'hui la possibilité aux consommateurs de tout comparer (Decrop, 2010 ; Atout France, 2008b). Cette concurrence, présente entre les destinations comme entre les prestataires touristiques (hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites touristiques) est d'autant plus marquée que « *la croissance de l'offre touristique est plus forte que celle de la demande qui a tendance à ralentir* » (Dagnies, 2009, p. 125).

La concurrence entre les destinations est accompagnée de l'évolution des attentes de certaines clientèles. La naissance du concept de développement durable a nourri de nouvelles exigences de la part de certains touristes « *rompus aux pratiques touristiques, las des offres massifiées, fatiguées de la surinterprétation des ressources touristiques* » (Frochot, Legohérel, 2014, p. 38). Des destinations « hors normes » sont recherchées par certains types de touristes, où s'allient qualité et respect des principes du développement durable.

Un élément important marque également l'évolution des attentes des populations touristiques, à savoir leur niveau d'expérience : « *les prestataires touristiques font face à des consommateurs qui représentent la quatrième génération de touristes de masse. Ces consommateurs ont donc une expérience très développée des produits touristiques disponibles* » (id.) et ils ont affiné leurs attentes et leurs exigences. C'est ainsi que « *le contrat de base*

*implicite qui repose sur les attendus minimum en termes de qualité est revu en permanence à la hausse. Les attentes sont plus fines et plus diversifiées »* (Atout France, 2008a, np). Cette montée en puissance de nouvelles exigences contribue à l'exacerbation de la concurrence entre les territoires touristiques.

Les destinations cherchent alors à se mettre à niveau afin de répondre aux exigences des clientèles venant déjà sur le territoire tout comme elles cherchent à en attirer de nouvelles. C'est ainsi que *« depuis une dizaine d'années, un nombre toujours plus grand de destinations touristiques voient leurs pouvoirs publics élaborer et mettre en œuvre des politiques visant l'amélioration de la qualité du tourisme sur leur territoire »* (Dagnies, 2009, p. 125). La qualité est alors perçue par les producteurs de la destination comme un moyen de mettre en place une offre touristique répondant aux différentes exigences des consommateurs tout en permettant de différencier et de spécifier les destinations les unes par rapport aux autres. Afin *« d'affirmer leur avantage concurrentiel »* (Frochot, Legohérel, 2007, p. 64), les territoires touristiques, mais aussi l'ensemble des prestataires impliqués, cherchent de plus en plus à tendre vers la qualité, tout en l'affichant et en la valorisant, que ce soit à travers des démarches standardisées et normatives (labellisation) ou non (valorisation d'éléments spécifiques et originaux, innovation) (Picazo, 1998 ; Tanguay, 2004 ; Bédard, 2011 ; Piriou, 2011....). Dans la représentation commune, ce qui est de qualité correspond à ce qui est « rare », préservé. Elle est perçue comme un moyen *« [d']échapper au produit de masse, au service courant, à la production industrielle et abondante, en un mot à tout ce qui relève du banal »* (Brédif, 2008, p. 2). Sauf que la volonté actuelle et généralisée de produire de la qualité tend à masquer ce caractère différenciateur. Quand tout sera considéré comme étant de qualité, ne risquons-nous pas de nous retrouver face à une uniformisation de la qualité même ? La qualité n'est-elle pas une course sans fin marquée par une recherche perpétuelle de différenciation ? Il s'agira dès lors pour les destinations de construire de nouveaux référentiels qualitatifs, de créer de nouvelles représentations qualitatives pour s'assurer de leur différence.

Dans cette logique de différenciation et de mise en cohérence des destinations vis-à-vis des exigences des clientèles touristiques, la qualité est également perçue comme une solution à un tourisme de masse de plus en plus dénigré (Deprest, 1997). Mais la qualité s'oppose-t-elle forcément à la quantité ? Il est de plus en plus proclamé que *« l'activité touristique compromet son avenir par les impacts négatifs qu'elle peut avoir sur le milieu naturel et humain. Une nature et un cadre de vie dégradés, des paysages enlaidis et des sites surfréquentés ne donnent pas une très bonne image pour attirer de nouvelles clientèles »* (Picazo, 1998, p. 75). Cette dichotomie présentée comme évidente entre tourisme de masse et tourisme de qualité est-elle avérée ? Sur la base de quels critères peut-on considérer qu'un tourisme de masse ne soit pas un tourisme de qualité ?

### 1.1.1.3. Qualité vs quantité ?

La qualité semble *a priori* s'opposer à la quantité car « elle incarne des valeurs positives, tandis que la démultiplication inhérente à la quantité induirait plutôt une dépréciation » (Brédif, 2008, p. 2). Mais pourquoi la quantité est-elle perçue comme un antonyme de la qualité ? Sur la base de nos recherches bibliographiques nous avons pu identifier quatre caractéristiques de la quantité et du tourisme de masse qui justifieraient à première vue cet antagonisme : 1/ l'altération de la perception des lieux ; 2/ la saturation du territoire ; 3/ la dénaturation du territoire ; 3/ la dégradation des paysages et de l'environnement.

- 1/ l'altération de la perception des lieux : dans le cadre d'une destination ou d'un lieu touristique perçu et jugé comme étant surfréquenté, la perception de la valeur – de l'esprit – des lieux peut être altérée voire effacée, noyée. Cette perception négative de la masse est présentée par Florence Deprest, qui expose, non sans un second degré assumé, que « *les touristes de masse, aliénés, dégénérés, animés par leurs seules pulsions de destruction ne sauraient avoir accès à l'immanence de la beauté du lieu* » (Deprest, 1997, p. 27). Ce jugement de valeur communément admis est ainsi ironiquement dénoncé par cette auteure. En effet, qu'est-ce qui permet d'avancer que cette catégorie des touristes de masse n'a pas les capacités pour comprendre les lieux, si ce n'est de simples *a priori* ? Ce dénigrement de la population touristique de masse qui ne serait pas apte à comprendre et/ou à respecter le territoire est-il justifié ? Cela ne relève-t-il pas d'une ségrégation touristique et d'une discrimination sociale ?
- 2/ La saturation du territoire : la surfréquentation et le tourisme de masse entraînent des dysfonctionnements, parfois majeurs, de la destination. Tel est le cas, par exemple, pour l'engorgement des routes, mais aussi de l'attente pour la visite d'un site, même si ce dernier point est à relativiser : les visiteurs peuvent considérer que s'il faut faire la queue et qu'il y a du monde, c'est sûrement que le site en vaut la peine ; mais ceci est valable jusqu'à une certaine mesure et variable selon les individus. « *Pour maîtriser le tourisme, il faut assurer un environnement de qualité grâce notamment à une bonne gestion des flux* » (Picazo, 1998, p. 78). La question de la gestion des flux fait écho à un niveau de saturation qui ne doit pas être atteint, d'un seuil à ne pas dépasser. La gestion des flux est perçue comme un outil permettant de ne pas dépasser ce qui est communément appelée « la capacité de charge »<sup>6</sup>. Mais ces questions de saturation et de capacité de charge sont surtout liées aux différentes visions que l'on peut avoir d'une même réalité.
- 3/ La dénaturation du territoire : l'image de la destination et le lieu touristique peuvent être dénaturés par le phénomène de saturation touristique : « *le phénomène de saturation est aussi un phénomène de dénaturation : lorsque la masse de touristes l'a envahi, le lieu n'est plus le même, il a perdu ses caractères originaux qui avaient attiré les premiers*

---

6 La notion de capacité de charge sera développée dans les chapitres 5 et 6.

visiteurs » ((Deprest, 1997, p. 39). Cependant, cette dénaturation est-elle inhérente à la masse ? Ne traduit-elle pas également le caractère dynamique et évolutif des lieux et des territoires ? La dénaturation n'est-elle pas avant tout une affaire de perception ?

- 4/ La dégradation du paysage et de l'environnement : rejoignant les problématiques de l'altération de la perception des lieux et de la dénaturation du territoire, la dégradation du paysage et de l'environnement est également perçue comme un signifiant de la non-qualité des lieux touristiques. « *La pollution visuelle, biologique, la sururbanisation et la surfréquentation entraînant un lent processus de dégradation de l'environnement, constituent des éléments de risque de crise pour une destination touristique* » (Gillet, 2011, p. 56). Le paysage, qu'il soit rural ou urbain, est l'un des facteurs de la fréquentation d'une destination. Dans le sens commun, le paysage se doit d'être préservé et entretenu afin de répondre aux attentes en termes de « beauté du lieu ». Même si les critères de ce qui est beau sont subjectifs, il est largement admis que la beauté du lieu est un aspect primordial de la destination, en témoignent les nombreuses « chartes du paysage » qui émergent dans de nombreuses destinations touristiques (comme par exemple les chartes paysagères de parcs naturels régionaux). Là encore, c'est une affaire de choix et ce sont les producteurs de la destination qui construisent une certaine image du beau dans leur destination : pierres apparentes, rues pavées, fleurissement etc... Il semble alors que la perception du « beau » rejoigne celle de l'authenticité. La massification entraînerait des pollutions et des dégradations de l'environnement, qui, dans le contexte actuel de prise de conscience écologique, peuvent être considérées comme des « défauts » (et pas des plus mineurs) de la destination : « *lors d'un séjour touristique, les consommateurs sont particulièrement sensibles à l'harmonie ambiante (paysage, environnement, climat et végétation). Ils cherchent une forme de perfection [...]* » (Bergery, 2002, p. 75).

Il semble qu'au premier regard, la surfréquentation et la massification du tourisme s'opposent à la qualité. D'après nous, cet antagonisme est à relativiser. En premier lieu, la surfréquentation est une notion subjective : à partir de quand pouvons-nous affirmer qu'il y ait surfréquentation ? Une simple fréquentation peut parfois suffire à dégrader les environnements et les paysages. Tout est une question d'équilibre entre les injonctions de mise en tourisme et celles de préservation et de conservation. La surfréquentation peut être perçue différemment selon les acteurs : les associations écologistes n'auront pas le même regard sur la surfréquentation que les acteurs économiques. La massification peut être négative pour certains mais positive pour d'autres. De plus, « *de nombreuses études n'ont pas réussi à prouver le principe selon lequel la satisfaction du visiteur décroissait en fonction linéaire directe de l'augmentation du nombre d'usagers* » (Deprest, 1997, p. 48). Certains visiteurs peuvent se sentir mal à l'aise au milieu de la masse tout comme d'autres peuvent l'être en étant seuls. Jusqu'à présent, nous n'avons jamais vu un site touristique surfréquenté être subitement évité par les touristes et périlcliter au point de devenir une friche touristique.



Une sous-fréquentation ne semble pas non plus être un signe de qualité de la destination. Elle peut être porteuse d'une image négative : si le site est sous-fréquenté, c'est qu'il ne mérite pas d'être visité. Face à un site sous-fréquenté, le visiteur peut être amené à se poser des questions quant à la cause de cette sous-fréquentation et au final, à l'éviter. Si la sous-fréquentation peut avoir un impact négatif sur les visiteurs, il en est de même pour les acteurs économiques : un manque de clientèle peut être désastreux pour l'économie touristique. Au final, tout est affaire de perception et les critères de sur- ou sous-fréquentation dépendent des acteurs et de leurs conceptions de l'activité touristique.

La perception joue un rôle tout aussi déterminant dans le rapport entre la qualité attendue et la qualité vécue, et leur fonction dans la satisfaction du visiteur. Ces questionnements sur la qualité perçue, vécue et sur la satisfaction nous amène à interroger l'offre touristique en tant que produit répondant potentiellement à des attentes. Cette approche de l'offre touristique en tant que produit permet d'introduire un point de vue marketing dans l'analyse de la qualité d'un territoire touristique.

### **1.1.2. Qualité attendue, qualité perçue, expérience et satisfaction : vers la qualité des services ?**

La qualité de la destination peut être perçue dès la préparation au voyage, voire bien en amont. L'image de la qualité d'une destination est largement véhiculée par différents médias : *« audio, visual, and written media establish representations that serve to construct particular notions of excellence and signifiante concerning tourism experience »* (Bowen, Santos, 2006, p. 38). Ce processus de médiatisation de la destination est basé sur la construction d'une image et sur des choix marketing (ce qu'il faut mettre en avant) en direction d'un segment de clientèle. L'image qui est alors véhiculée par une destination crée une attente spécifique de la part de la clientèle : si la promotion de la destination est basée sur l'image d'une plage de sable blanc, les clientèles potentielles s'attendent très logiquement à voir des cocotiers et une eau limpide.

Le choix de la destination est un processus complexe, incluant des mécanismes psychologiques, des facteurs d'influence internes au touriste mais aussi externes (Decrop et al., 2010). Le processus de prise de décision en matière de départ en vacances a donné naissance à de nombreux modèles (Decrop, 2010 ; Croutsche, 2003). Parmi d'autres facteurs (le prix, la desserte, l'éloignement, disponibilité...), la réponse à des attentes participe au processus de prise de décision et au choix de la destination : *« la reconnaissance d'un besoin est à l'origine du processus de consommation. Ce processus comprend une recherche d'informations qui aboutira sur l'identification d'un ensemble de produits capables de satisfaire les besoins du consommateur »* (Frochot, Legohérel, 2007, p. 41).

La qualité perçue peut procéder d'une double temporalité : 1/ la perception de la qualité de la destination en amont, lors du choix et de la préparation au séjour. Nous parlerons alors de **qualité attendue** ; 2/ la qualité perçue lors de la consommation du séjour, soit la **qualité vécue**.

En premier lieu, la qualité attendue « *est souvent évaluée sur la base d'une variété d'incitants informationnels qui peuvent être intrinsèques ou extrinsèques. Les incitants intrinsèques concernent les caractéristiques physiques du produit lui-même [...]* » (Bergery, 2002, p. 16). Par exemple, l'image même de la destination et ses attributs (paysages, environnement, patrimoines...) véhiculent une première perception de la qualité de la destination : c'est la **qualité attendue** au regard de ce qui est mis en avant par les producteurs de la destination. Vient ensuite l'étape de la réservation et de la préparation du séjour ; le ressenti lors de la préparation du séjour participe également à la perception de la qualité : « *un manque d'information, de conseil au moment de la vente peut entraîner une perception de mauvaise qualité du produit de la part du client potentiel* » (id., p. 17). Il faut cependant prendre en compte le fait que les destinations ne sont pas nécessairement impliquées directement dans le processus de réservation. Lorsque le séjour est réservé *via* une agence de voyage ou une plateforme spécialisée, le degré d'implication de la destination dans la qualité du conseil et de l'accompagnement est bien moindre que lorsque les visiteurs passent par les offices de tourisme. Les acteurs de la destination ont donc plus ou moins la main sur ce volet de la qualité attendue.

Le niveau de qualité véhiculé dans la promotion et dans la vente de la destination répond à des attentes tout comme il en crée de nouvelles. De ce fait, les touristes s'attendent à vivre telle sorte d'expérience à tel niveau de qualité. Il faut alors que l'expérience vécue sur le territoire soit égale, si ce n'est de qualité supérieure, à celle attendue. Cependant, « *[l']attente de perfection est souvent très décalée par rapport à la réalité, le voyageur idéalisant ce qu'il recherche* » (id., p. 75). Et une des limites de la promotion de la qualité réside souvent dans des problèmes « *[d']adéquation entre la qualité demandée et la qualité offerte* » (id., p. 15), soit entre la qualité attendue, perçue en amont et la qualité de l'expérience vécue, perçue pendant le séjour.

La qualité perçue correspond dans un deuxième temps à la qualité de l'expérience du visiteur suite à l'achat et lors de la consommation d'un produit ou d'un service touristique. Elle renvoie à la **qualité vécue** par le touriste qui « *concerne la manière dont l'acheteur a vécu l'expérience de consommation [...]* » (Dagnies, 2010, p. 250). Une fois sur le lieu touristique, le touriste va vivre une expérience particulière, cette dernière étant attendue et espérée. « *Dans une destination touristique, l'expérience vécue par un touriste se compose d'activités variées, de multiples moments de vérité pendant lesquels le visiteur est en contact avec de nombreux acteurs de l'industrie touristique, mais aussi avec la population et toutes les autres facettes du territoire visité* » (Lesne, Zins, 2009, p. 82). L'expérience vécue n'est donc pas le produit des seuls acteurs du tourisme : c'est le territoire dans toute sa composante qui joue sur la qualité vécue.

Ainsi, le « bon » déroulement du séjour et une expérience touristique de qualité conduisent à la satisfaction de la clientèle touristique : « *une expérience est immédiatement qualifiable d'agréable ou de désagréable* » (Montpetit, 2005, p. 112). La sensation ressentie vis-à-vis de l'expérience vécue, de sa qualité mène à la satisfaction ou à l'insatisfaction. La satisfaction « *correspond à un état psychologique (plaisir, contentement, malaise, mécontentement...)* résultant d'une expérience de consommation qui se fonde sur la confirmation ou l'infirmité de la performance attendue, c'est-à-dire les anticipations de ce que le prestataire devrait offrir à un client pour répondre à ses besoins et désirs explicites ou implicites, compte tenu des informations et promesses communiquées » (Dagnies, 2010, p. 239). La satisfaction semble donc être la résultante entre les attendus vis-à-vis de la destination et ce qui a réellement été vécu sur le territoire touristique. La satisfaction procède d'une dynamique complexe, et découle de tout un ensemble de facteurs : la confrontation avec les expériences touristiques passées, ailleurs ou au même endroit, le sentiment d'équité vis-à-vis du traitement reçu, les états affectifs et physiques, le ressenti vis-à-vis de la valeur délivrée (id.). Ce dernier aspect renvoie à la notion de « rapport qualité-prix », c'est-à-dire le ressenti de ce que le touriste a payé à l'égard de ce qu'il a reçu. « *Le degré de satisfaction ou d'insatisfaction est à son tour à la source de différents types de réponses* » (Dagnies, 2010, p. 240) et fait émaner différentes réactions de la part du touriste : un sentiment de satisfaction peut ainsi permettre un bouche-à-oreille positif favorisant la promotion de la destination où le visiteur satisfait se fait l'ambassadeur de la destination (d'après Alain Decrop (2010), le bouche-à-oreille participe à 50 % dans le processus de décision pour le choix de la destination). La satisfaction peut également conduire au ré-achat de la destination et à un nouveau séjour sur le même territoire (id.). L'insatisfaction quant à elle représente un danger pour les destinations et certains chercheurs ont établi « *qu'un client mécontent en parlera à onze personnes alors qu'un client satisfait n'en parlera qu'à cinq personnes* » (Frochot, Legohérel, 2007, p. 71). Les retours d'expériences vécues sur les destinations touristiques sont d'autant plus élémentaires dans le choix de la destination et dans sa réputation à l'heure du web 2.0 : aujourd'hui, 85 % des touristes consultent les avis des autres usagers sur les sites spécialisés tel que Tripadvisor (Morrongiello, 2014).

La satisfaction, le ressenti vis-à-vis de l'expérience vécue « *produit à long terme un effet sur les expériences futures* » (Montpetit, 2005, p. 112) et, par un effet retour, augmente les exigences de qualité et les moyens de comparaison entre les différentes offres. La qualité perçue (attendue puis vécue) sur un territoire touristique s'inscrit dans un système de valeurs où chaque expérience d'un lieu donné renforce les attentes vis-à-vis d'un autre lieu. Dans ce cadre, la qualité de l'expérience touristique est fonction de la somme de toutes les expériences touristiques passées.

La qualité perçue (attendue et vécue) est issue en partie du niveau de qualité des services touristiques. « *On définit la qualité des services comme l'écart entre les attentes du client à l'égard du service et la perception de la qualité après avoir utilisé le service* » (Bergery,

2002, p. 29). Un service touristique est ici défini par son aspect tangible (tout ce que l'on peut voir, toucher, caractéristiques physiques) mais aussi par son caractère intangible (Enizan Alsaqr, 2011 ; Frochot, Legohérel, 2007). Les services sont mis en place pour répondre aux attentes des voyageurs mais aussi pour permettre et faciliter leur séjour ; il s'agit à titre d'exemple, de l'hébergement, des transports, de l'accueil.

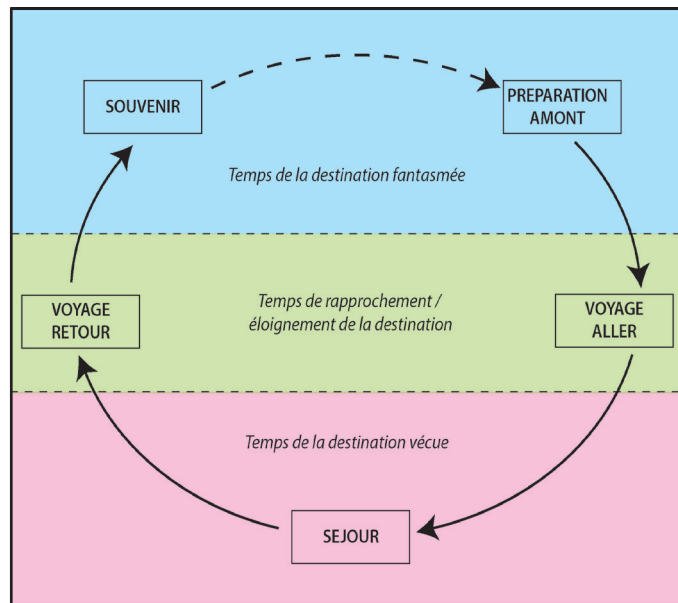


Figure 2 : les différentes temporalités de la satisfaction touristique (d'après Jennings, 2006)

La satisfaction et une expérience de qualité dépassent cependant ce premier niveau des services touristiques. Cette réflexion nous conduit à interroger les attributs globaux de l'expérience touristique : « *The generic term tourist experience is defined by Killion (1992) using the Clawson (1963) recreation experience model in terms of the "planning" phase, the "travel to" phase, the "on-site activities" phase, the "return travel" phase, and the "recollection" phase* » (Jennings, 2006, p. 8). D'après Jennings (2006), la satisfaction se définit donc selon trois temps : 1/ le temps de la destination fantasmée ; 2/ le temps du rapprochement / éloignement de la destination ; 3/ le temps de la destination vécue (fig. 2).

Cette définition de l'expérience touristique en tant que système dynamique à plusieurs phases intègre alors la préparation amont, mais aussi le voyage aller et retour, et les souvenirs. Ici on voit que l'expérience touristique globale n'est pas inhérente au temps passé sur la destination, mais peut être influencée par des agents extérieurs à la destination et au temps de séjour proprement dit. A titre d'exemple, si, sur la route du retour un incident surgit (embouteillage important, accident, panne, etc...), il peut être source d'insatisfaction et de mauvais souvenirs, mais la destination en elle-même et le déroulement du séjour sur site ne soient en cause.

A l'échelle de la destination, les liens entre qualité attendue / vécue / satisfaction et la qualité des services n'est pas si évident qu'il peut paraître aux premiers abords. Des éléments extérieurs peuvent jouer sur la satisfaction / insatisfaction de la clientèle touristique : « *Perceived service quality affects tourist satisfaction, but they do not explain it fully ; satisfaction is also dependant on other variables beyond suppliers' control, such as climate condition or social group interactions* » (Zabkar et al, 2010, p. 539). Le déroulement du séjour peut être troublé voire gâché par un élément hors de contrôle des producteurs de la destination touristique,

comme la qualité de l'enneigement ou le taux d'ensoleillement. Certaines destinations cherchent à minorer les risques externes en jouant sur la promotion des « garanties neige » ou « garantie soleil ».

La satisfaction touristique intègre différentes étapes, de la qualité attendue de la destination fantasmée, à la qualité vécue pendant les périodes de trajets et le séjour. Ces différentes étapes participent à la construction d'un référentiel touristique qui participera aux expériences et à la satisfaction future.

Jusque là, nous avons présenté la qualité par la consommation et par les attentes des populations touristiques. Maintenant, penchons-nous sur la production de la qualité. Les acteurs des territoires touristiques tendent, on l'a vu, de plus en plus vers la recherche de la qualité. Face à la multiplication des injonctions de qualité et au manque de modèle global de la qualité du tourisme (à la fois pour les consommateurs et pour les producteurs), les acteurs cherchent principalement à faire valoir leur qualité à travers la certification et la labellisation. Mais les labels suffisent-ils à définir ce qu'est la production de la qualité dans le tourisme ? Les réflexions sur les processus de labellisation et sur les enjeux de ces démarches permettent de démontrer que les labels ne sont pas une fin en soi de la qualité du tourisme et qu'ils reflètent un point de vue partiel sur les processus de qualification.

### **1.1.3. La certification et les labels : principaux vecteurs de production et de promotion de la qualité**

Afin de mettre en place des démarches à visée qualitative et d'inscrire l'offre touristique dans une dynamique « qualité », les gestionnaires et les acteurs du tourisme s'appuient sur la certification et la labellisation. « *La qualité dans le tourisme ne peut en effet se passer d'une démarche rigoureuse et opiniâtre* » (Bergery, 2002, p. 37) et les démarches de certification et/ou labellisation semblent pouvoir répondre à l'exigence d'une démarche qualité. Dans un double processus, les démarches de certification / labellisation visent à construire une offre de qualité tout en affichant des garanties qualitatives à des fins promotionnelles. Ainsi, « *la certification est le processus par lequel l'entreprise se met aux normes, répond au cahier des charges et aux contrôles. Le label est l'expression symbolique de cette certification* » (Chameroy, Chandon, 2010, p. 3). Le code de la consommation (Art. L.115-27) définit la labellisation comme « *l'activité par laquelle un organisme distinct du fabricant, de l'importateur, du vendeur, du prestataire ou du client, atteste qu'un produit, un service ou une combinaison de produits et de services est conforme à des caractéristiques décrites dans un référentiel de certification* »<sup>7</sup>. Quant au référentiel de certification, il est défini par la même institution

---

7 <http://www.legifrance.gouv.fr>, (consulté en mai 2015).

comme « un document technique définissant les caractéristiques que doit prendre un produit, un service ou une combinaison de produits et de services et les modalités de contrôle de la conformité à ces caractéristiques » (id.).

La mise aux normes de l'offre touristique, que ce soit à l'échelle de la destination ou à celle des prestataires, permet de mettre en place un développement, des démarches, respectant un cahier des charges plus ou moins strict d'un point de vue qualitatif. Cette mise aux normes est censée être régulièrement contrôlée afin d'assurer le respect du référentiel de certification. Mais ces normes sont-elles réellement appliquées ? N'y a-t-il pas une certaine distance entre l'affichage et ce qui est réellement appliqué ? Par ailleurs, la définition des normes à respecter pose également question et peut être appréhendé comme étant l'expression des perceptions des acteurs qui les énoncent. L'obtention et l'affichage d'un label, certificateur de la concordance de l'offre à des normes, permettent de rassurer la clientèle touristique en lui assurant un niveau de qualité élevé : « en tant qu'outil de communication, [le label] vise à informer le consommateur sur les dimensions non observables de la qualité d'un produit ou service » (Larceneux, 2003, p. 35). Certains auteurs vont même jusqu'à affirmer qu'en dehors de la labellisation et de la normalisation « il ne semble pas exister d'autres voies pour gérer la qualité » (Issac, 1998, np). Les démarches de labellisation permettent certes de donner un cadre à la qualité, mais il semble qu'elles soient surtout employées à des fins promotionnelles.

Les démarches de labellisation sont marquées par un processus spécifique (figure 3),

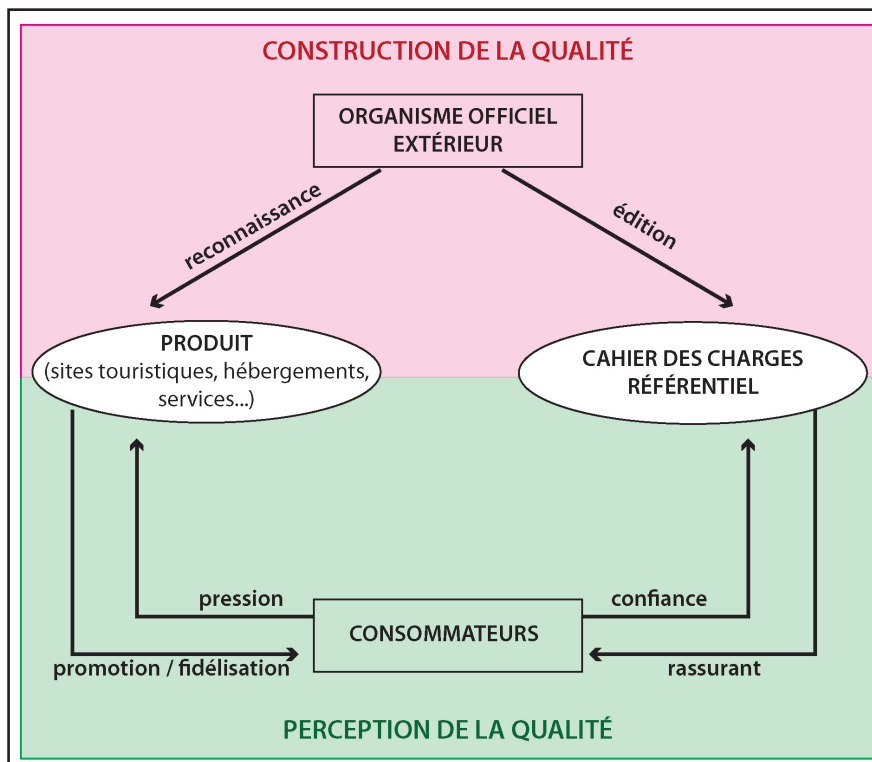


Figure 3 : le processus de labellisation

résultat d'une dynamique de partenariat et d'ajustements permanents.

L'organisme extérieur partenaire met en place le cahier des charges, un référentiel normatif. A partir de ce cahier des charges, l'organisme évalue la qualité du produit et le certifie. Les contrôles permettent d'assurer le bon respect des normes imposées par le référentiel de l'organisme certificateur. La reconnaissance de la qualité du produit est mobilisée pour la promotion du produit et en favorise la fidélisation. De leur côté, les consommateurs



exercer une pression sur le produit, pression associée aux attentes spécifiques et d'autant plus exigeantes du fait que le produit soit reconnu comme étant de qualité. Cette pression se justifie par la confiance du consommateur envers le cahier des charges, ce document les rassurant sur la qualité du produit.

Une montée en puissance des processus de certification et de labellisation s'observe aujourd'hui. Cette prolifération est associée au besoin des destinations et des prestataires « *d'accroître leur différenciation, d'apporter des garanties complémentaires, de signaler un élément de la qualité, d'augmenter la valeur perçue de l'offre mais aussi de montrer leur engagement dans une démarche « responsable »* » (Chameroy, Chandon, 2010, p. 3).

Ici, le choix a été fait de ne présenter que quelques labels touristiques. Compte tenu de l'abondance des procédures de labellisation, nous avons délibérément ciblé sur les démarches reflétant des interactions entre production et promotion de la qualité globale d'une destination ou d'un site touristique. De plus, dans un souci de croiser les échelles d'analyse, des démarches conduites par des acteurs à différentes échelles, différemment niveau scalaire de labellisation ont été retenues : labels européens, labels nationaux, labels régionaux, etc.

En 2006, la Commission Européenne a lancé la démarche EDEN (les destinations européennes d'excellence), qui vise à encourager des modèles de développement d'un tourisme durable à travers l'Union Européenne. Il s'agit ici d'un concours autour d'un thème annuel (par ex., thème 2013 : « tourisme et accessibilité », thème 2011 : « tourisme et sites reconvertis »), dont les lauréats « *sont des destinations européennes émergentes et peu connues* » et dont « *la caractéristique clé des destinations sélectionnées est leur engagement envers une viabilité sociale, culturelle et environnementale* »<sup>8</sup>. La France compte aujourd'hui 22 destinations reconnues « Destination touristique européenne d'Excellence ». Si cette démarche de reconnaissance délivre un label, seules quatre destinations reconnues affichent ce dernier sur leur site internet : Sarreguemines<sup>9</sup>, Pays des Langres et des quatre lacs<sup>10</sup>, le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord<sup>11</sup>, le grand site de France du Marais Poitevin<sup>12</sup> (décembre 2015). Sur leurs sites internet, les autres destinations ne communiquent pas sur ce label. Cela tient-il à l'absence de lisibilité de ce label ? Au fait qu'il ne bénéficie pas d'une notoriété assez importante pour pouvoir être mis en avant ? Cette discrétion quant à ce label questionne de fait son objectif premier à savoir valoriser des destinations jugées comme durables et peu connues.

Il existe aujourd'hui en France, à l'échelle nationale une multitude de labels touristiques auxquels s'ajoutent des marques touristiques. Ces dernières seront en effet considérées au même titre que les labels en tant qu'outils de production et de promotion (*via* les logos) de la qualité. Le tableau 1 présente certains labels touristiques pouvant être rencontré sur le territoire national.

8 [http://ec.europa.eu/entreprise/sectors/tourism/eden/what-is-eden/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/entreprise/sectors/tourism/eden/what-is-eden/index_fr.htm) (consulté décembre 2015)








9 [www.sarreguemines-tourisme.com](http://www.sarreguemines-tourisme.com) (consulté décembre 2015)

10 [www.tourisme-langres.com](http://www.tourisme-langres.com) (consulté décembre 2015)

11 [www.parc-vosges-nord.fr](http://www.parc-vosges-nord.fr) (consulté décembre 2015)

12 <http://www.parc-marais-poitevin.fr/index.php/La-presentation-du-Syndicat-mixte/Marais-poitevin-Grand-Site-de-France> (consulté décembre 2015)

Tableau 1.a. : les labels décernés aux prestataires touristiques

Label / Marque	Logo	Date création	Porteurs	Nombre de labels décernés (en juin 2014)	Échelle d'application	Reconduite	Engagements qualitatifs du label / de la marque
Gîtes de France		1955	Association des gîtes de France	+ 60 000	Hébergement chez l'habitant (gîtes, chambres d'hôte...)	Tous les 5 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- favoriser les séjours touristiques dans les meilleures conditions d'accueil et de confort ;</li> <li>- satisfaire aux exigences et besoins d'un tourisme d'authenticité, de convivialité, de nature, de calme, de découverte et d'espace ;</li> <li>- contribuer à la valorisation et à la conservation du patrimoine et de l'environnement, principalement en milieu rural ;</li> <li>- participer au développement local et contribuer à fixer les populations locales par l'apport de ressources complémentaires ;</li> <li>- engagements déclinés en obligation selon l'hébergement (gîte, chambre d'hôte, classement city break, gîte de groupe, gîte d'enfant, camping et chalet) et en épis selon le niveau de qualité (de 1 à 5).</li> </ul>
Clé Vacances		1995	Association Clé Vacances	+ 30 000	Hébergement en location	Tous les 3 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- critères de confort et d'équipement, situation en environnement, accueil et assistance ;</li> <li>- sécuriser le client ;</li> <li>- outils pour instaurer des relations de confiance avec le client, pour montrer les moyens mis en œuvre pour répondre à ses attentes, simplifier la relation contractuelle avec le loueur ;</li> <li>- niveau de service supérieur ou égal au niveau minimal exigé ;</li> <li>- classement hiérarchisé en « clé » selon le niveau qualitatif, de 1 à 5 clés.</li> </ul>
Tourisme et Handicap		2001	Association Tourisme et Handicap	5348	Sites touristiques, sites de loisirs, hébergements, restauration, transport	Tous les 3 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- garantie d'un accueil efficace et adapté ;</li> <li>- favoriser l'accès aux produits et services touristiques à tous ;</li> <li>- sensibiliser les professionnels du tourisme à l'accueil des personnes handicapées ;</li> <li>- favoriser l'émergence de produits et de services réellement ouverts à tous.</li> </ul>
Bienvenue à la ferme		1988	Chambres d'agricultures	6440	Points de vente de produits fermiers, restauration, hébergement, loisirs	Non renseigné	<ul style="list-style-type: none"> <li>- satisfaire les attentes du consommateur ;</li> <li>- proposer un accueil personnalisé dans un environnement préservé ;</li> <li>- représenter une agriculture durable et responsable, enracinée dans le territoire, préservant le patrimoine agricole et rural ;</li> <li>- promouvoir le métier d'agriculteur tout en valorisant les produits de l'exploitation et les savoir-faire ;</li> <li>- garder la responsabilité totale des produits et services ;</li> <li>- proposer la visite de l'exploitation par souci de transparence sur les pratiques agricoles.</li> </ul>
Qualité Tourisme		2005	Initié par l'État, audit par prestataire extérieur spécialisé	5147	Lieux de visite, hébergement / restauration, OT, agences de voyage, transports, activités sportives de pleine nature	Contrôles inopinés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- accueil personnalisé ;</li> <li>- une information claire et précise ;</li> <li>- un personnel compétent à l'écoute ;</li> <li>- un lieu confortable à la propreté irréprochable ;</li> <li>- des informations touristiques locales adaptées aux demandes ;</li> <li>- mise en place d'une enquête de satisfaction.</li> </ul>
La Clef Verte		Créé au Danemark 1994 en France depuis 1998	Porté par l'Office Français de la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement en Europe	623	Hébergement	Renouvelé tous les ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gestion environnementale générale ;</li> <li>- formation des employés ;</li> <li>- gestion de l'eau, des déchets, de l'énergie ;</li> <li>- achats responsables (alimentaire et entretien) ;</li> <li>- cadre de vie préservé (environnement extérieur, intérieur) ;</li> <li>- sensibilisation à l'environnement.</li> </ul>
Accueil Paysan		1987	Association Accueil Paysan	469	Hébergement / accueil à la ferme	Non renseigné	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un accueil spécifique ;</li> <li>- défense des valeurs de l'agriculture paysanne fondées sur une dimension sociale, économiquement viable et écologiquement durable ;</li> <li>- valorisation du territoire, de l'environnement et des produits agricoles ;</li> <li>- qualité de production respectueuse de l'homme et de son environnement, qualité des échanges dans l'accueil ;</li> <li>- engagement de réappropriation de l'espace rural ;</li> <li>- éducation populaire.</li> </ul>








Label / Marque	Logo	Date création	Porteurs	Nombre de labels décernés (en juin 2014)	Échelle d'application	Reconduite	Engagements qualitatifs du label / de la marque
Gîtes Panda		1993	WWF France	280	Gîtes ruraux, chambres d'hôte, gîtes de groupe, dans parcs naturels régionaux et parcs nationaux	Tous les 3 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- protection de la nature (jardins, espaces naturels et sites d'hébergement) ;</li> <li>- éco-habitat (matériaux sains et naturels pour rénovation du bâti, dispositifs à économie d'énergie....) ;</li> <li>- éco-citoyenneté (tri des déchets, compost, récupération des eaux de pluies, produits d'entretien biodégradables, mobilités douces valorisées...) ;</li> <li>- sensibilisation de la clientèle à la protection de l'environnement (sentiers de découverte au départ ou à proximité immédiate du lieu de séjour, malle découverte, documentation WWF).</li> </ul>
Chouette Nature		2004	Cap France	52	Villages vacances Cap France	Non renseigné	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hébergement en harmonie avec son environnement, qui privilégie les végétaux locaux et intégration paysagère, qui valorise la diversité de la flore locale (circuit botanique), qui bannit l'utilisation du désherbant et pesticide au profit de techniques naturelles.</li> <li>- accueil professionnel ;</li> <li>- action pour réduire l'empreinte écologique : tri sélectif, sensibilisation, réduction de la consommation d'eau et d'énergie, produit d'entretien biodégradable, énergies renouvelables ;</li> <li>- repas de terroir valorisant les produits locaux.</li> </ul>

Tableau 1.b. : les labels décernés aux destinations touristiques

Label / Marque	Logo	Date création	Porteurs	Nombre de labels décernés (en juin 2014)	Échelle d'application	Reconduit	Engagements qualitatifs du label / de la marque
Station verte		1964	Fédération française des stations vertes et des villages	544	Stations touristiques (commune ou ensemble de communes composant l'ensemble touristique)	Diagnostic tous les 6 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- protéger et valoriser le patrimoine culturel, naturel et touristique de la station ;</li> <li>- répondre aux normes européennes en terme de qualité des eaux de baignade et piscicole ;</li> <li>- aménager et entretenir les espaces publics, recourir à un mobilier urbain adapté ;</li> <li>- promouvoir le fleurissement de la station et à soigner les devantures / enseignes des commerçants ;</li> <li>- mesures nécessaires contre la pollution et les nuisances de toute nature ;</li> <li>- offre d'hébergement de qualité avec au moins deux types différents d'hébergement classé ;</li> <li>- équipement de loisirs ouverts et comprenant obligatoirement un lieu de baignade et des espaces de jeux ;</li> <li>- un accès aux espaces naturels / des sentiers entretenus et balisés ;</li> <li>- une permanence d'information et d'accueil ouvert toute l'année ;</li> <li>- visites guidées et découverte des richesses touristiques ;</li> <li>- commerces et services essentiels (boulangerie, alimentation, garage...) ;</li> <li>- activités et animations en vue de rendre le séjour agréable.</li> </ul>
Famille plus		2005	Collectif d'association : association nationale des maires des stations classés et communes touristiques ; association maires des stations de montagne ; fédération française des stations vertes de vacances et des villages de neige)	116	Communes touristiques	Tous les 3 ans ou contrôle continu tous les ans pendant trois ans	<p>Engagement d'une démarche globale en faveur de l'accueil des familles selon des critères concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'accueil et l'information ;</li> <li>- les animations de la commune ;</li> <li>- les activités proposées ;</li> <li>- la découverte et la sensibilisation à l'environnement et aux patrimoines ;</li> <li>- l'hébergement, la restauration, les commerces et les services ;</li> <li>- les équipements, les transports et la sécurité ;</li> <li>- les tarifs adaptés aux familles et / ou aux enfants.</li> </ul> <p>Des garanties :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un accueil personnalisé pour les familles ;</li> <li>- des animations adaptées pour tous les ages ;</li> <li>- tarif adapté pour tous ;</li> <li>- des activités pour petits et grands à vivre ensemble ou séparément ;</li> <li>- tous commerces et services sous la main ;</li> <li>- des enfants choyés par les professionnels.</li> </ul>

Label / Marque	Logo	Date création	Porteurs	Nombre de labels décernés (en juin 2014)	Échelle d'application	Reconduit	Engagements qualitatifs du label / de la marque
Pavillon bleu		1985	Office français de la fondation pour l'environnement en Europe	87	Communes / ports de plaisance	Plusieurs contrôles de la qualité de l'eau obligatoire durant l'année ; contrôles inopinés	<p>Critères destinés aux plages :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la qualité de l'eau (respect des normes, suivi de la santé des récifs....) et des plages (ne doivent pas être soumises aux déversements industriels....)</li> <li>- éducation et informations environnementales (information sur les écosystèmes, sur la qualité des eaux de baignade, affichage du code de conduite sur la plage, offre d'un minimum de 5 activités éducatives sur environnement...)</li> <li>- gestion de l'environnement écologique (mise en place d'un comité pour la gestion de la plage, plage propre, présence de poubelles et de sanitaires propres....)</li> <li>- sécurité et services (présence de maîtres nageurs ou d'équipements de sauvetage, plan d'urgence mis en place en cas de pollution, système de patrouille....)</li> </ul>
Pavillon bleu		1985	Office français de la fondation pour l'environnement en Europe	87	Communes / ports de plaisance	Plusieurs contrôles de la qualité de l'eau obligatoire durant l'année ; contrôles inopinés	<p>Critères destinés aux ports de plaisance :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- éducation et information environnementales (information sur les zones sensibles près du port, affichage du code de conduite....)</li> <li>- gestion de l'environnement écologique (création politique environnementale et d'un plan du port faisant référence à l'eau, à la consommation de déchets et d'énergie...., présence de containers appropriés à la réception des déchets dangereux, présence de poubelles, port devant s'intégrer à l'environnement naturel et artificiel....)</li> <li>- sécurité et services (affichage de la présence en quantité suffisante des équipements de sauvetage et de secours, présence d'un plan d'urgence en cas de pollution, d'incendies ou autre, électricité et eau dans les postes de mouillage....)</li> <li>- la qualité de l'eau (l'eau et le port doivent être propres).</li> </ul>
France station nautique		2001	Association France station nautique	36	Stations touristiques du littoral méditerranéen, des plans d'eaux intérieurs, îles des Caraïbes	3 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisation locale concertée ;</li> <li>- accueil permanent et facilement accessible ;</li> <li>- formation claire, valide et adaptée ;</li> <li>- offre nautique multiple et permanente ;</li> <li>- services et infrastructures adaptés ;</li> <li>- animations nombreuses et diversifiées ;</li> <li>- démarche de respect de l'environnement ;</li> <li>- commercialisation organisée ;</li> <li>- écoute au service de la qualité.</li> </ul> <p>Hiérarchisé de 1 à 4 étoiles selon les engagements qualitatifs.</p>
Destination pour tous		2010	Commission nationale « destination pour tous »	6 communes en 2011, 4 en examen	Territoire à vocation touristique	3 ans	<p>Une politique d'accessibilité globale pour la réussite d'un séjour touristique sur trois axes essentiels :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les prestations touristiques : hébergement, restauration, activités et équipements culturels, activités et équipements sportifs et de loisirs, activités de pleine nature....</li> <li>- les services de la vie quotidienne : commerces de proximité, services de soin, d'aide et d'accompagnement, services ouverts au public ;</li> <li>- les déplacements : cheminement pour arriver sur le territoire et au sein de celui-ci, accessibilité des services et des infrastructures de transport, mise en accessibilité de la voirie....</li> </ul>

Cette présentation non exhaustive des principaux labels montre que ceux-ci peuvent en premier lieu se distinguer par leur échelle d'application : certains labels sont délivrés à l'échelle du service (restaurants, hébergements, sites de visite, cf tableau 1.a.) et d'autres à l'échelle de la station (communes ou communauté de communes, domaine skiable, cf tableau 1.b.). La majorité s'attache à reconnaître la qualité des prestataires et des services touristiques, notamment des hébergements. Que ce soit un logement touristique de location (Clé Vacances), un hébergement chez l'habitant (Gîtes de France) ou à la ferme (Bienvenue à la ferme, Accueil paysan), ces labels s'attardent principalement sur la qualité de l'accueil, mais aussi sur la protection et la valorisation de l'environnement. La différence entre le label « Bienvenue à la ferme » et « Accueil Paysan » est infime et tous deux cherchent à faire reconnaître le métier d'agriculteur. Les « Gîtes Panda », les logements « Chouettes Nature » et le label « la clef verte » promeuvent principalement la qualité environnementale des logements, les Gîtes Panda s'inscrivant déjà dans un espace protégé (parcs naturels régionaux et parcs nationaux). Au final, seuls le label « Tourisme et Handicap » et la marque « Qualité Tourisme » cherchent à qualifier des prestations touristiques autres que celles liées aux hébergements (sites de visite, office de tourisme, transports...). Ce dernier label est issu du « plan qualité tourisme » initié par l'État en 2003 par le comité interministériel du tourisme qui « *a retenu la qualité comme un axe stratégique majeur de la politique touristique* »<sup>13</sup>.

Les autres labels reconnaissent la qualité à l'échelle de la station touristique, que ce soit la commune (Famille Plus) ou un ensemble de communes composant la station (Station Verte). Certains labels sont thématiques (Pavillon Bleu, Station Nautique), mais pratiquement tous cherchent là encore à valoriser une « bonne » gestion et protection de l'environnement. Certains de ces labels ont été développés au niveau européen voire international, comme par exemple les « Pavillons Bleus ». Nous verrons plus tard qu'il existe aussi des labels culturels, comme les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, qui reconnaissent et promeuvent eux aussi la qualité d'une destination et d'un territoire (p. 40).

La protection de l'environnement est le fil conducteur de la mise en place de ces labels touristiques tandis que les dimensions sociales et économiques restent secondaires. Dans les cahiers des charges consultés, la protection de l'environnement passe par exemple par des critères concernant la gestion des déchets, de l'énergie... Cette insistance vis-à-vis de la durabilité de l'environnement traduit la vision parcellaire du développement durable et l'omniprésence de la branche environnementale dans la traduction de la durabilité. Ce déséquilibre dans l'interprétation du concept de développement durable est discuté plus loin dans ce chapitre (p. 43) et dans la thèse (chapitre 6).

---

13 <http://www.veilleinfotourisme.fr/qualité-tourisme-la-marque-de-qualité-de-la-destination-france-92305.kjsp> (consulté avril 2015)

Des labels et des marques visant la reconnaissance de la qualité du tourisme ont également été développés à l'échelle inter-régionale, régionale et départementale. A titre d'exemple, le label « qualité sud de France », initié par la région Languedoc-Roussillon en 2008, et reconnu par le Plan National Qualité Tourisme, «  *vise à améliorer la qualité de l'accueil des touristes*  » (Sud de France Développement, 2013, p. 8). Les professionnels de différents secteurs (hébergement, restauration, lieux de visite, caveaux et points de vente, office du tourisme) doivent, pour prétendre à cette labellisation, «  *répondre à des engagements qualité, portant sur l'information, la communication, le savoir faire et le savoir-être, la qualité de la prestation, le confort et la propreté, le développement durable et la particularité du territoire*  » (id.). Cette démarche prend en compte les démarches qualité locale tel que « Qualité Hérault », « Pays Cathare » et « Qualité Argelès ». On voit ici les emboîtements d'échelle dans les démarches qualité, démarches visant toutes à améliorer la qualité de l'accueil et la valorisation des spécificités régionales et locales. Des démarches régionales similaires ont été mises en place par exemple en Franche-Comté  *via*  le label « Qualité Tourisme Franche-Comté »<sup>14</sup> ou encore à l'échelle inter-régionale avec le label « Normandie Qualité Tourisme » qui concerne les régions Haute et Basse Normandie<sup>15</sup>. Afin de valoriser les spécificités et les identités locales, des labels répondant à des critères spécifiques ont été mis en place. Tel est le cas par exemple du label « Qualité Alpe d'Huez », mis en place par la mairie de l'Alpe d'Huez, dont les critères d'attribution reposent en partie sur l'ambiance « montagne » et sur une décoration « tendance »<sup>16</sup>.

Au-delà de ces labels de construction de la qualité, il existe également des labels « récompense » (Chameroy, Chandon, 2010), qui viennent gratifier et reconnaître la qualité des prestataires suite à des avis clients positifs. Tel est le cas par exemple, du « Certificat d'Excellence » de TripAdvisor. Ce certificat a été créé en 2010 et récompense les hôtels / restaurants qui ont obtenus le plus d'éloges sur le site TripAdvisor<sup>17</sup>. Les étoiles données par le guide vert Michelin peuvent également rentrer dans cette catégorie, tout comme les plaques du guide du routard apposées sur les devantures des hébergements / restaurants.

Ce bref et non exhaustif état des lieux des labels / marques permet d'en constater la profusion et d'interroger leur lisibilité. Face à cette multiplication, «  *certains labels ne sont pas visibles et leur sur-abondance brouille l'image*  » (Atout France, 2013) et «  *la profusion de marques et labels s'avér[e] être contre-productive*  »<sup>18</sup>. Ce foisonnement de

---

14 <http://www.qualite-tourisme-franche-comte.com/> (consulté mai 2015)

15 <http://www.alencon.cci.fr/appui-aux-entreprises/conseils/qualite/label-normandie-qualite-tourisme/> (consulté mai 2015)

16 <http://www.alpedhuez-mairie.fr/183-le-classement-prefectoral-et-le-label-qualite-des-meubles.html> (consulté avril 2016)

17 <http://www.tripadvisor.fr/TripAdvisorInsights/n2290/questions-frequentes-propos-du-certificat-dexcellence> (consulté juin 2015)

18 <http://www.veilleinfotourisme.fr/qualite-tourisme-la-marque-de-qualite-de-la-destination-france-92305.kjsp> (consulté juin 2015)

reconnaissance de démarches qualitatives mène à la confusion et au final, conduit à une perte de leur valeur promotionnelle. De plus, nous pouvons questionner le rapport que peut avoir la clientèle vis-à-vis de ces nombreux labels : ceux-ci signifient-ils réellement quelque chose pour les consommateurs et participent-ils aux choix de la destination et des prestataires ? « *La recherche sur l'influence des labels sur le comportement du consommateur est assez peu développée et concerne essentiellement, aux États-Unis en particulier, la labellisation alimentaire nutritionnelle* » (Larceneux, 2001, p. n). Cette absence d'étude sur les impacts des labels sur les consommateurs paraît contradictoire avec la profusion des labels : si leur impact n'est pas ou peu connu, pourquoi assiste-t-on à une telle multiplication du nombre de labels ?

Cette prolifération des labels vient en partie du fait que « *les labels sont très ouverts et ne nécessitent aucun formalisme* » (Durrande-Moreau, 2002, p. 6) et que chacun peut mettre en place un cahier des charges à suivre afin de créer un label. Le label « Qualité Alpe d'Huez », mis en place par la mairie, en est un parfait exemple, et cette liberté dans la mise en place de labels contribue à brouiller les pistes, notamment en termes de critères de qualité et d'impartialité. En effet, toutes ces labellisations « *relèvent de logiques très différentes selon la nature de l'émetteur, les objectifs des stratégies* » (Larceneux, 2003, p. 36). Ces aspects peuvent ainsi jouer sur la crédibilité des labels et au final, sur la confiance des touristes envers ces derniers. Cette illisibilité et ces questionnements quant à la crédibilité des marquages de la qualité sont d'autant plus prégnants pour les labels récompense, notamment celui de TripAdvisor. En effet, la crédibilité des avis émis sur ce genre de site est souvent questionnée : n'est ce pas les hôteliers eux-mêmes qui émettent ces avis positifs ? N'emploient-ils pas des agences de e-réputation ? (Morrongiello, 2014).

La multiplication des labels conduit par ailleurs à une standardisation, pouvant mener à une uniformisation. « *En définitive, ce credo de la qualité et de la standardisation fait craindre à certaines institutions une perte d'originalité des prestations d'hébergement* » (Marcelpoil, Perret, 2002, p.49). Si les auteurs font ici référence aux hébergements dans les exploitations agricoles, ce risque d'uniformisation est valable pour l'ensemble des prestations normalisées par des labels. Les labels régionaux, où la promotion de l'identité territoriale fait partie des critères, semblent pouvoir contrer ce risque de standardisation.

Au final, définir la notion de « qualité du tourisme », c'est d'abord reconnaître son caractère dynamique et polysémique. La qualité est à aborder à la fois comme un processus mais également comme un résultat, les deux étant en perpétuelle évolution. Elle se construit sur la base d'un système de représentations et de perceptions. A la croisée de l'offre et de la demande, le concept de qualité du tourisme sous entend un équilibre entre une offre qui se voudrait qualitative et une expérience qui cherche à satisfaire des attentes. Ce qui définit majoritairement la qualité du tourisme, c'est son aspect subjectif. Issue d'une construction sociétale et de perceptions sociales, la qualité du tourisme ne peut s'appréhender sans analyser le point de vue des acteurs. La suite du manuscrit permettra d'aller plus loin dans la compréhension de la qualité du tourisme en confrontant les points de vue des acteurs aux approches conceptuelles définies dans ce premier chapitre.



Les stratégies identifiées sur notre terrain d'étude amènent également à questionner les liens entre la qualification du tourisme, les enjeux de la diversification touristique et de valorisation du patrimoine culturel. En effet, dans le sud Ardèche, les acteurs envisagent les projets autour de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc comme autant de moyens de diversifier et d'améliorer la qualité de la destination touristique (partie 2). Pour autant, en quoi la diversification et le tourisme culturel participeraient-ils à la qualification du tourisme ? L'analyse des travaux universitaires et l'état de l'art offre une première approche des interactions diversification – qualité, approche qui sera par la suite confrontée au terrain d'étude.

## **1.2. La place du patrimoine culturel dans les processus de diversification touristique et des démarches qualité**

### **1.2.1. Définition et enjeux de la diversification de l'offre**

La diversification de l'offre touristique est, depuis les années 1990, devenue le point d'orgue des territoires touristiques, notamment des stations de sports d'hiver (Achin, Gorge-Marcelpoil, 2013). Mais cette stratégie n'est pas propre aux stations de ski, et de nombreux territoires touristiques affichent désormais leur volonté de diversifier leur offre. « *Les stratégies de diversification consistent à aborder un domaine contigu ou un domaine différent du secteur habituel d'activité* » (Agence Française de l'Ingénierie Touristique, 1993, p. 44). La diversification consiste à considérer et à mobiliser des ressources latentes afin d'étendre l'offre touristique. La diversification peut également être construite à partir de nouvelles ressources créées de toute part (parc d'attraction par exemple). Elle peut aussi s'appuyer sur les richesses et la diversité des territoires. Elle permet également de répondre aux attentes à la fois de la population touristique venant déjà sur le territoire, mais également de séduire de nouvelles clientèles potentielles : « *Ce n'est qu'en proposant des gammes de produits très étendues et diversifiées que peut être sérieusement envisagée la conquête de marchés nouveaux* » (id., p.15).

En limitant la mono-activité, la diversification « *assure une meilleure répartition des risques* » (id., p. 44), notamment ceux liés à la concentration spatio-temporelle de l'activité. Les stratégies de diversification « *impose[nt] en effet de mobiliser des ressources à une échelle plus large que la seule échelle « station »* » (Achin, Gorge-Marcelpoil, 2013, p. 69). En exploitant de nouvelles ressources touristiques et en favorisant la valorisation de sites jusque là peu reconnus comme des sites touristiques, la diversification participerait dès lors à la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation.

Nous proposons d'identifier et de définir deux modalités de diversification, se basant sur deux catégories de ressources différentes : 1/ la diversification « annexe » à l'offre touristique qui se base sur des ressources génériques qui sont déjà mobilisées sur le territoire ; 2/ la diversification « innovante », cherchant à valoriser une ou des ressources spécifiques au territoire jusque là latentes.

1/ Nous proposons de définir la diversification annexe comme la mise en place de nouvelles activités et de nouveaux loisirs à partir d'une ressource touristique générique qui est déjà mobilisée dans l'offre touristique du territoire. A titre d'exemple, prenons les stations de sport d'hiver dont les activités touristiques sont basées sur la ressource « neige » et dont le développement s'est mis en place autour de la pratique du ski de piste (Bonnemain, 2014). Aujourd'hui, de plus en plus de ces stations cherchent à diversifier leurs activités, mais ces nouvelles offres sont en grande partie construites à partir de la ressource « neige » (skijorring, luge...). Il s'agit de déclinaisons de l'offre principale, déclinaisons évoluant selon les effets de mode. L'or blanc reste alors l'élément central du système touristique. Cette modalité de diversification, si elle permet d'étendre l'offre par des activités annexes, est cependant limitée du point de vue de la diversification du système touristique. En effet, cette forme de diversification modifie peu le système touristique qui reste associé à un système « mono-ressource » et surtout, dans le cadre de la valorisation de la ressource « environnement », saisonnier. Cette diversification « annexe » vient même renforcer la spécialisation du système : les acteurs renforcent le fonctionnement du système basé sur des activités qui s'appuient sur une ressource unique, la neige. De plus, en se basant sur une ressource générique, la neige, ces nouvelles activités peuvent être développées dans toutes les stations de ski, ce qui limite l'effet différenciation de la diversification. Cela pourrait même amener à uniformiser l'offre des stations.

2/ Nous définissons la diversification innovante comme la volonté marquée de créer une nouvelle offre touristique en se basant sur une ressource latente et différente que celle utilisée dans le système touristique historique. Elle se rapproche des innovations radicales associées par Aldebert (2006) « à une idée de rupture par rapport au cadre technique défini. Elles se traduisent par l'apparition d'un produit totalement nouveau ou la mise en place d'un procédé totalement nouveau [...] ». (Aldebert, 2006, p.145). L'apparition d'une nouvelle ressource pour la création d'un nouveau produit peut être envisagée en addition ou en substitution à la ressource pré-existante, selon les attentes des acteurs. La nouvelle ressource a parfois un statut équivoque, jonglant entre l'addition et la substitution. Ici, il s'agit de considérer la diversification mise en place sur les territoires touristiques basés sur la valorisation de la ressource « nature » par exemple, où de nouvelles stratégies touristiques viseraient à développer une offre culturelle *via* la ressource spécifique « patrimoine ». Ainsi, sur le territoire touristique « peuvent s'enclencher et se succéder des projets qui mobilisent tour à tour des objets pouvant être très différents dans leur forme, leur nature, leur consistance, leur localisation, leur mobilité, etc. ... » (Signoret, Moine, 2008, p.3). De fait, la mobilisation d'une nouvelle ressource, d'un nouvel objet, la mise en cohérence d'une nouvelle stratégie



touristique, cherche à remanier le fonctionnement du système territorial porteur des pratiques touristiques. Visant à sortir d'une offre mono-thématique, les stratégies de diversification innovante visent à « *construire un nouveau positionnement touristique* » (id., p. 45). Ces évolutions permettent à la destination de se (re)positionner sur une offre plurielle et au territoire de s'évoluer voire de se ré-organiser autour de nouvelles pratiques et d'une nouvelle image, tout en valorisant davantage son identité et ses spécificités. De plus, « *une autre utilisation du territoire par de nouvelles pratiques se traduit par une transformation de nature qualitative du système économique* » (Hazerbroucq, 2009, p. 12). Cette forme de diversification paraît davantage porteuse de sources de différenciation que la diversification « annexe ».

Dans le cadre de notre recherche doctorale, nous nous pencherons sur la diversification innovante. Cependant, ces deux formes de diversification ne s'excluent pas l'une l'autre et leurs effets peuvent s'imbriquer. Par ailleurs, il se peut qu'une démarche de diversification à première vue innovante, ne se traduise pas par la recomposition touristique et territoriale et fonctionne comme une diversification annexe. Prenons par exemple l'ouverture d'un musée ou d'un centre d'interprétation valorisant une partie de l'histoire et du patrimoine d'une station de sport d'hiver. À première vue, il s'agit de diversification innovante, car basée sur une ressource spécifique. Cependant, le fond de la démarche et la volonté des acteurs n'est pas de recomposer ou de réorganiser leur tourisme autour d'un « tourisme culturel », mais de proposer une activité annexe à la population touristique. Dans ce cadre, il y a certes une mobilisation d'une nouvelle ressource, mais pas de repositionnement ni de recomposition de l'offre touristique. L'investissement engagé pour la valorisation de cette nouvelle ressource et sa place dans le paysage touristique doit alors être pris en considération pour comprendre s'il s'agit de stratégies de diversification innovante ou annexe. Pour parler de diversification innovante, il s'agit d'analyser à la fois la forme de diversification mais aussi ses effets sur la recomposition du tourisme.

Lorsqu'un diagnostic de dysfonctionnement réel ou perçu a été posé par les acteurs, les enjeux de la diversification innovante résident pour partie dans le rééquilibrage du territoire touristique. Ce rééquilibrage peut-être de plusieurs ordres : 1/ le repositionnement de la destination et de l'offre vis-à-vis d'une nouvelle ressource, permettant la valorisation d'une nouvelle strate de l'identité du territoire. Cette reconnaissance et cette valorisation d'une nouvelle ressource spécifique du territoire vise à renforcer l'attractivité ; 2/ Les projets de repositionnement de l'offre touristique au regard d'une nouvelle ressource peuvent également viser la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation touristique mais aussi de ses retombées. En effet, en ayant une vision plus large du territoire, la diversification touristique permettrait de nouvelles pratiques à une autre échelle. En valorisant des ressources spatialement différenciées du territoire touristique pratiqué historiquement, la diversification permettrait, en théorie, à la fréquentation d'atteindre les périphéries de ces territoires. Ces nouvelles pratiques peuvent également s'inscrire dans une autre échelle temporelle et permettent d'étendre la saison touristique.

Si les acteurs du territoire cherchent à mobiliser une nouvelle ressource pour repenser leurs modalités de développement, il semble que c'est en partie parce qu'ils ont conscience de limite de leur système touristique historique (concentration spatio-temporelle, essoufflement de la fréquentation...). Dès lors, ils misent sur une nouvelle offre pour réorganiser le territoire, en diversifiant leur offre. Cette hypothèse théorique devra être confrontée au terrain d'étude : les démarches de diversification et d'amélioration de la qualité engagées dans le sud Ardèche vont nous permettre de comprendre les enjeux associés à ces stratégies.

Compte tenu de nos interrogations, la question de la place de la diversification et de son homologue, la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation et des retombées, dans un tourisme de qualité se pose : en quoi est-ce que la diversification de l'offre participerait-elle à la qualité de la destination ? La mobilisation du patrimoine culturel dans les stratégies de diversification innovante questionne dès lors la valeur qualitative du tourisme culturel.

## **1.2.2. La valeur qualitative du tourisme culturel**

### *1.2.2.1. Définition du tourisme culturel*

En premier lieu, il s'agit de définir le tourisme culturel. D'un rapport exclusif aux éléments de la culture de la société, « *il faut borner, même si c'est très restrictif, le tourisme culturel au tourisme qui met en présence le touriste avec des lieux ou des activités répertoriés comme culturels, que l'attitude du touriste soit active ou passive* » (Mougey, 2009, p.43). Ici, le tourisme culturel se distingue donc par l'utilisation des éléments de la culture d'une société par un visiteur. Dans le même temps, et à l'opposé de cette approche restrictive, le tourisme culturel se définit également par son aspect pédagogique : « *un déplacement (d'au moins une nuitée) dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire* » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 1). Il se définit comme un support d'instruction, où le voyage permet la rencontre avec l'autre et l'apprentissage de l'histoire des sociétés. La caractéristique didactique du voyage culturel remonte au fameux « Grand Tour » du XVIII<sup>e</sup> siècle, qui « *consistait, pour les fils des familles nobles, à parcourir les hauts lieux historiques, artistiques et naturels du continent, et à assister aux grands événements culturels* » (id. p. 19). Les jeunes gens voyageaient alors pour s'instruire, afin de mieux connaître pour mieux appréhender le monde et les différences sociétales. Aujourd'hui encore, « *le tourisme culturel serait alors un tourisme de la connaissance d'où le visiteur retire plus qu'il n'avait accumulé initialement avant son départ* » (Dedeire, 2009, p. 45). Le tourisme culturel peut alors se définir

comme une forme de tourisme où les activités sont motivées par la découverte d'éléments de la culture d'une société afin d'étoffer les connaissances des individus. Il existe dès lors un gradient très large entre des pratiques sur des lieux dits culturels et des pratiques visant globalement un enrichissement des connaissances, indépendamment des lieux visités.

Ce concept de tourisme culturel questionne le concept même de « culture ». Au-delà des connaissances acquises par une personne tout au long de sa vie, l'encyclopédie Larousse ([www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)) définit aussi la culture comme l'« *ensemble des phénomènes matériels et idéologiques qui caractérisent un groupe ethnique ou une nation, une civilisation, par opposition à un autre groupe ou à une autre nation* ». Pour Claude Origet du Cluzeau, la définition du tourisme culturel par la pratique des éléments de la culture d'une société « *renvoie aussi à celle du patrimoine, souvent défini comme « tout ce qui mérite d'être conservé » ou, plus précisément, comme les composantes matérielles et immatérielles de l'identité de toute société humaine, élaborées, puis transmises et réactualisées sur un territoire* » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 7). Si la culture peut se définir par les éléments matériels et immatériels identitaires construits par une société, il semble pourtant que cette approche peut aujourd'hui être dépassée et que les frontières entre Nature et Culture sont poreuses. En effet, « *certains paysages, décrits par des auteurs ou peints par des artistes, sont aussi porteurs de valeurs culturelles, telle la montagne Sainte-Victoire, immortalisée par Cézanne. Dans ce cas, ils sont traités ici comme des parties prenantes dans des séquences de tourisme culturel* » (id. p. 7). L'UNESCO, dans sa définition de tourisme culturel, inclut également les paysages (UNESCO, 2010). Ainsi, la distinction entre le tourisme culturel et d'autres formes de tourisme où la découverte du paysage est la motivation principale est ambiguë. Les enquêtes menées sur notre terrain d'étude permettront de questionner la place des paysages et de certains objets géographiques naturels dans les séquences touristiques perçues comme culturelles par les visiteurs (chapitre 2).

#### 1.2.2.2. Relations tourisme / patrimoine

Le tourisme culturel se base sur la valorisation du patrimoine matériel et / ou immatériel. Depuis les premiers voyages éducatifs, le patrimoine, s'il n'était alors pas reconnu comme tel, était le motif des déplacements. A partir de la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle, la conscience patrimoniale prend forme, et, concomitamment, celle de protection et de sauvegarde (Heinich, 2009 ; Babelon, Chastel, 2012). Depuis, entre les injonctions de protection et de valorisation, la mise en tourisme du patrimoine cristallise les débats et la relation entre le tourisme et le patrimoine oscille entre conflictualité et complémentarité.

A partir du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, une relation dichotomique se met en place entre le tourisme et le monde la culture. La mise en tourisme des patrimoines et la fréquentation qui en découle, sont alors perçues comme des sources de destruction. « *« Vulgarité », « hordes », « masses »,*

autant de mots qui se retrouvent dans les propos de certains responsables culturels pour désigner l'afflux touristique dans les lieux muséaux ou patrimoniaux » (Mougey, 2009, p. 35). Ces hordes de touristes qui convergent vers les lieux patrimoniaux sont perçues comme des éléments destructeurs de l'intégrité patrimoniale et « le public figure au nombre des pollutions dont souffre le monument » (Dupavillon, 1993, p. 47). Le monde de la culture regarde le tourisme d'un œil accusateur, quand ce n'est pas mauvais. Jean-Didier Urbain dans son « Idiot du Voyage » (2002) explicite très bien, non sans ironie, ce rapport conflictuel vis-à-vis de ces hordes. Et si « ce mépris n'est pas généralisé, [mais] il n'est pas une exception » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 30). Certains auteurs vont même à penser que « la culture mérite mieux que le tourisme dit de masse » (id. p.48). Ce conflit est entretenu par « une radicalisation des positions et des discours entre un tourisme, source de tous les maux et le patrimoine, racine de l'identité la plus pure » (Lazzaroti, 2000, p. 15). La culture, est alors appréhendée comme un espace sacré, où les touristes, profanateurs, ne semblent pas avoir leur place. Si cette perception négative semble aujourd'hui pouvoir être dépassée, elle n'est pas totalement absente de certains argumentaires. L'étude de terrain et notamment des discours des acteurs nous apprendra qu'un certain type de touriste, le touriste de masse, est toujours déconsidéré (chapitres 2 et 5).

Si ce rapport conflictuel entre la mise en tourisme et la protection des patrimoines a fait et continue à faire couler beaucoup d'encre, il semble s'être (du moins à première vue) apaisé. A partir de la fin des années 1970, « la démocratisation culturelle et l'industrie culturelle ne sont plus présentées comme incompatibles, mais on s'interroge sur leur possibles rapprochements » (Cousin, 2006a, p. 159). Dès lors, les deux instances travaillent conjointement : cette coopération est fixée en 1987 par une convention signée entre le secrétariat d'État au Tourisme et le ministère de la Culture (id.). Du tourisme inconciliable avec la culture, on est aujourd'hui dans un rapport de complémentarité. Il est de plus en plus admis que le patrimoine est un atout indéniable pour la destination touristique : « on doit examiner comment la dimension culturelle peut faire partie intégrante d'un projet de territoire notamment en quoi elle vient enrichir une proposition de destination touristique » (Caspard, 2009, p. 135). Les processus de diversification innovante présentés en amont attestent de cette reconnaissance du pouvoir attractif des patrimoines culturels. En effet, ces derniers sont de plus en plus saisis par les acteurs territoriaux comme des supports de diversification et comme des atouts pour l'attractivité du territoire. Certaines destinations cherchent aujourd'hui à mobiliser leurs patrimoines culturels pour infléchir l'offre touristique et ré-organiser l'image de la destination. C'est ce que nous verrons grâce aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. En retour, la mise en tourisme du patrimoine vient renforcer, par le regard de l'autre, la valeur du territoire : « le rôle actif du tourisme dans la révélation et/ ou le renforcement de la dimension culturelle d'une destination est sans conteste » (Origet du Cluzeau, 2009, p. 23).

Le patrimoine revêt une valeur économique : il participe au développement local et « *la mise en tourisme de la culture peut être considérée comme une réponse aux enjeux de développement des territoires* » (Torrente, 2011, p. 57). Les stratégies de mise en tourisme de la culture permettraient ainsi de valoriser les ressources, de générer de l'emploi et de l'économie, de mettre les acteurs en réseau tout en impulsant des dynamiques positives et des projets nouveaux (Bousquet, 2011). Le patrimoine est porteur de développement territorial et ses atouts légitiment sa mise en tourisme. En retour, la mise en tourisme du patrimoine offre la possibilité, par les retombées économiques qu'elle induit, de le sauvegarder, le protéger, voire de le restaurer. Ainsi, « *culture et tourisme sont inséparables et ont réellement besoin l'un de l'autre, l'une apportant une image, une notoriété, un objectif de visite à une destination ; l'autre apportant une fréquentation, des retombées, dès lors qu'un site ou un événement est « ouvert au public » et que celui-ci vient en nombre* » (Lehalle, 2011, p. 13). Ces considérations sont valables dans le cadre d'une destination culturelle et/ou dans le cas de démarches de diversification innovante. A l'opposé, il est des cas où le patrimoine culturel joue un rôle secondaire et où il est mis à la marge de l'activité touristique. On verra que se fut plus ou moins le cas pour le tourisme dans les gorges de l'Ardèche jusqu'à une date récente (chapitre 2).

Face à cette prise de conscience de la valeur économique et du potentiel de développement que revêt le patrimoine, les acteurs, aussi bien touristiques que culturels, cherchent de plus en plus des solutions communes pour assurer la gestion du tourisme et donc la conservation (de la valeur patrimoniale mais également économique) du patrimoine. La mise en tourisme continue aujourd'hui à impacter les patrimoines, et si elle est moins critiquée, il faut cependant la gérer pour en limiter les effets négatifs. A titre d'exemple, Sébastien Gallet (2010), de l'institut de géoarchitecture de Brest, présente les démarches de gestion du tourisme sur le site de Carnac qui souffre du piétinement. Cette gestion écologique du site permet de concilier durablement tourisme et protection du patrimoine. Les Opérations Grands Sites, visant à requalifier les sites classés à forte fréquentation touristique rentrent également dans ces stratégies de gestion. Nous développerons ce point plus loin en le confrontant au terrain d'étude (chapitre 4).

Les patrimoines culturels mis en tourisme n'échappent pas aux exigences qualitatives à la fois des visiteurs mais aussi des gestionnaires. La gestion de ces sites devient un axe central dans la mise en tourisme des patrimoines pour limiter les impacts et assurer la conservation de ces témoins de la culture des sociétés, tout en permettant la valorisation. De ce fait, les sites et les destinations patrimoniales sont également concernés par les politiques de labellisation.

### 1.2.2.3. La labellisation culturelle : entre gestion et promotion des patrimoines

Afin d'assurer la gestion et la promotion de la qualité des sites et territoires supports d'un tourisme culturel, des démarches de certification / labellisation peuvent être mises en place. La labellisation culturelle vise à faire reconnaître le niveau qualitatif de la gestion, conservation et valorisation du patrimoine culturel. « *La culture « labellisée » correspond avant tout à une offre culturelle (musée, spectacle, formation...) et la labellisation lui confère une « qualité » supposée* » (Origet du Cluzeau, 2009, p. 19).

Le principal exemple national de labellisation d'un territoire pour son patrimoine culturel à des fins touristiques est celui des Villes et Pays d'Art et d'Histoire (VPAH). « *Politique de valorisation du patrimoine et de sensibilisation à l'architecture* »<sup>9</sup>, le réseau, qui compte en 2014 181 VPAH, a été initié en 1985 par le ministère de la Culture. Ce label patrimonial englobe différents types de patrimoine (industriel, maritime...) et reconnaît tout ce qui participe à l'identité d'une commune et/ou d'un territoire. « *Le label Villes et Pays d'Art et d'Histoire [...] qualifie des territoires, communes ou regroupement de communes qui, conscients des enjeux que représentent l'appropriation de leur architecture et de leur patrimoine par les habitants, s'engageant dans une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien et à la qualité architecturale et du cadre de vie* » (id.). En 1995 est créé le conseil national des VPAH qui contribue à la politique des VPAH, donne son avis sur les candidatures et sur les possibles retraits de certains territoires en cas de non respect des principes portés par ce label. Les VPAH se doivent de sensibiliser les habitants à leur patrimoine et de les encourager vers un tourisme de qualité tout en sensibilisant les jeunes publics. Pour cela, doit être créé un service d'animation composé d'un animateur de l'architecture et d'un ou plusieurs guide-conférenciers et doit être mis en place un centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (id.). La constitution en réseau permet un partage d'expérience et un dialogue entre les différents VPAH (Landel, Saez, 2014). Ce réseau, animé par l'association nationale des VPAH offre un support de formation, accompagne les territoires dans le montage de dossier de candidature et « *participe à la diffusion de bonnes pratiques* » (id., p. 6).

Ce label est aujourd'hui principalement saisi comme un outil promotionnel porteur de valeur ajoutée attractive : « *en intégrant un tel réseau à la fois local et national, c'est une façon de se distinguer dans l'offre touristique et patrimoniale, une manière de garantir la diversité et la qualité des prestations culturelles* » (Deveza, Copin-Merlet, 2010, p. 172).



Tout comme les autres formes de labellisation présentées plus en amont, la construction et la reconnaissance de la qualité dans ces VPAH sont dictées par le réseau qui « *dit ce que doivent être les actions et les qualifie* » (Landel, Saez, 2014, p. 7). Ces injonctions portées par le réseau questionnent quant à leurs effets en matière de normalisation. Ainsi, on voit apparaître « *une forte dualité local et global. L'usage de la charte graphique par les professionnels locaux est révélateur à cet égard : il oscille entre une logique d'identification via son caractère normatif et une quête de singularité* » (id. p.7). Au-delà du risque de la standardisation, ces auteurs relèvent également le manque de notoriété de ce label : « *plus globalement, le label VPAH –et à travers lui le réseau- souffre d'un manque de visibilité dans l'espace public et de reconnaissance auprès des habitants, des touristes mais aussi des élus* » (id. p. 11). Nous voyons ici que ce label n'échappe pas aux limites présentées pour les autres labels touristiques plus en amont.

Le cas de VPAH montre les tensions existantes dans les processus de labellisation culturelle : plus que protéger, ils visent avant tout à montrer le patrimoine pour l'inclure dans la sphère économique des territoires *via* leur mise en tourisme, ce qui peut, sur le long terme, porter atteinte au patrimoine, en renforçant la pression et la vulnérabilité du site. La labellisation, pensée à l'origine comme un moyen de gestion et de protection peut, selon nous, être porteuse de ses propres limites : en labellisant, en reconnaissant la qualité culturelle d'un site et d'un territoire, les acteurs ne risquent-ils pas de renforcer la pression exercée sur ces patrimoines et au final, de les dénaturer ? Toute est une question d'équilibre entre protection et valorisation, et nous émettons l'hypothèse que la qualité du tourisme culturel repose sur la recherche de ce point d'équilibre.

Le tourisme culturel, coiffé « *d'une certaine aura* » (Furt, 2011, p. 30), est perçu par les instances locales, nationales et internationales comme un « bon tourisme » qu'elles opposent à la massification : « *les institutions culturelles [...] qui dénoncent les méfaits du tourisme de masse, considèrent en effet le tourisme culturel comme une forme de tourisme indolore, distinguée et respectueuse des sites et des populations* » (Cousin, 2008, p. 43). N'est-il pas là question de substituer à une clientèle, la clientèle de masse, une autre clientèle ? Cela amène à interroger les véritables enjeux de la diversification et de la qualité *via* le tourisme culturel : plus que de réorganiser l'offre, les stratégies de qualité visent un renouvellement de la clientèle. Cette image du tourisme culturel, vu comme un « bon tourisme », est renforcée par un *a priori* largement partagé : le tourisme culturel, s'apparenterait à un tourisme de niche « *pouvant attirer, mieux que d'autres activités, les clientèles haut de gamme à fort pouvoir d'achat* » (Lehalle, 2011, p. 25). Plus qu'une question de solde, une autre question de fond subsiste : la qualité est-elle élitiste ? Il semble en effet que ces « stratégies qualité » visent implicitement la qualité des touristes autant que du tourisme. Cela supposerait-il qu'il

existe des « mauvais touristes » qui doivent se contenter d'une masse non-qualitative ? Plus qu'une question d'éthique, ces questionnements renvoient au problème de la dichotomie entre patrimoine culturel et mise en tourisme, entre sacralisation patrimoniale et profanation touristique et inégalités socio-spatiales.

Les stratégies et les démarches d'amélioration de la qualité du tourisme visent également un autre enjeu : celui de la réorganisation et du développement territorial. Les vertus d'un tourisme de qualité et d'un tourisme culturel résideraient dans leur caractère durable. Suivant l'hypothèse que le tourisme culturel peut être relié à un tourisme de qualité, en quoi celui-ci répondrait-il aux exigences actuelles d'un développement dit « durable » ? Quels sont les liens entre tourisme culturel, tourisme de qualité et développement durable ? Ce triptyque conduit-il à une excellence territoriale ?

### **1.3. Tourisme de qualité et développement durable : vers l'excellence territoriale**

#### **1.3.1. Développement durable, vous avez dit développement durable ?**

##### *1.3.1.1. Retour sur la définition du développement durable : entre intérêts et limites des démarches de durabilité*

Le concept de développement durable est apparu dans un contexte de prise de conscience de la part des politiques occidentales des dégradations environnementales et sociales causées par le développement incontrôlé des sociétés (Mancebo, 2006). Face aux indices de déstabilisation des systèmes écologiques et climatiques de la planète, de nouveaux enjeux sont formalisés. Un premier « Sommet de la Terre » a eu lieu à Stockholm en 1972, où les bases d'un développement considéré comme étant durable ont été définies. Il faut attendre 1987, et le fameux rapport Brundtland (Our Common Future) pour voir apparaître le vocable de « développement durable ». Ce nouveau paradigme est présenté comme « *permet[tant] de satisfaire les besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* » (Brundtland, 1989, in Mancebo, 2006, p. 19). Prônant un développement économique et social équilibré tout en assurant la pérennité et la sauvegarde de l'environnement à des fins de transmission, la notion de développement durable est aujourd'hui ubiquiste et multiscalair. La recherche -ou du moins la tentative de recherche- d'un équilibre stable et durable des trois piliers fondateurs du développement durable (économie – social – environnement) fait aujourd'hui largement partie des stratégies territoriales (ou du moins est affichée comme faisant partie des stratégies) aussi bien mondiales que locales. Ces emboîtements d'échelle, s'ils compliquent la mise en application des principes du développement durable, présentent l'avantage de réunir les politiques sur un thème commun et fédérateur : la remise en question de leur modèle de développement (Theys, 2002).



La montée en puissance du développement durable s'est accompagnée de la montée en puissance de principes normatifs tentant d'encadrer sa mise en place. Malgré tout un panel de programmes visant à encadrer le développement durable (comme les Agendas 21 par exemple), force est de constater les difficultés qu'implique sa mise en place. Ce dernier souffre aujourd'hui de problèmes d'applicabilité et « *il est vrai qu'une dizaine d'années de discussions générales sur le développement durable appellent à passer à autre chose : les notions de ce type risquent de s'user si on ne montre pas qu'elles débouchent sur des applications* » (Dubois, Céron, Raoul-Duval, 2000, p.1).

Les tentatives pour mettre en place un développement dit durable ont donné lieu à une multiplication des normes et des préceptes. Nous considérons qu'une des limites principales réside justement dans le caractère hyper-normatif du développement durable. Les grands principes élaborés par le haut peuvent se heurter aux réalités locales : « *on se rend par ailleurs de plus en plus compte du caractère extrêmement réducteur, pour ne pas dire très artificiel, des diagnostics sur les problèmes qui reposent sur les moyennes nationales -ou à fortiori internationales- en négligeant l'énorme différenciation territoriale* » (Theys, 2002, p. 3). Ce qui vaut ici pour les diagnostics vaut également pour les tentatives d'application locale des principes (pour ne pas dire exigences) internationaux. Ce caractère normatif n'a pas de simples répercussions sur la mise en place de politiques durables. Il renforce son aspect imposé. En retour, l'imposition de principes normatifs parfois en contradiction avec les réalités locales, joue sur la confiance des diverses institutions envers le développement durable : « *les pays du Sud expriment leur mécontentement vis-à-vis des pays développés. Ils pointent leur manque de ressources pour faire face aux coûts supplémentaires qu'engendre la prise en compte des problèmes environnementaux [...], alors que les pays riches qui édictent les normes, ne respectent pas, selon eux, leurs engagements d'aide au développement* » (Mancebo, 2006, p. 50). Une des limites du développement durable réside dans son côté « politique imposée » où quelques acteurs (scientifiques et pouvoirs publics) créent une nouvelle norme, un nouveau dogme plus ou moins imposé à la société mondiale à coup de publicité moralisatrice sur « l'état de la planète ». Ainsi, n'est-on pas « *en train d'imposer une nouvelle vision du monde, un « nouvel évangile » auquel personne n'aurait explicitement souscrit* » (Theys, 2002, p. 4) ?

Mais, paradoxalement, cet aspect normatif du développement durable n'empêche pas une forme de subjectivité. En effet, il semble qu'il n'y ait pas *un*, mais *des* développements durables. Ce sont les acteurs locaux (souvent politiques), qui définissent les actions requises pour atteindre l'exemplarité au vu des principes globaux de durabilité. Chacun peut avoir sa propre vision de la durabilité ce qui se traduit très bien à travers les notions de « durabilité forte » et de « durabilité faible » (Mancebo, 2009). C'est alors que « *la première de ces vérités consiste à admettre qu'il n'existe pas de consensus sur ce que recouvre la notion*

de développement durable. Les spécialistes du sujet classent les acceptations du terme sur une échelle qui va de la théorie de la « durabilité faible » (théorie néoclassique) à celle de la « durabilité forte » (approche écosystémique) » (Boutaud, 2002, p. 4). Certaines des politiques et stratégies de réalisation du développement durable sont souvent « écolocentrées » et placées sous le fanion de la protection de l'environnement en omettant les strates sociales et économiques du développement durable (même si l'économie reste le « nerf de la guerre»). L'absence de consensus sur ce que doit être un « développement durable » n'entraîne-t-elle pas les difficultés liées à son application concrète ? Il semble en effet que « *cette situation instable de la doctrine en matière de développement durable ne facilite guère son institutionnalisation en tant que « nouveau paradigme » managérial* » (Lauriol, 2004, p. 138).

Au vue de ces difficultés d'application du développement durable, et ce malgré les bonnes intentions qui se cachent derrière ce vocable, nous pouvons questionner la place du tourisme, notamment du tourisme culturel, dans les processus de durabilité.

### 1.3.1.2. *Tourisme culturel et développement durable*

En parallèle de la montée du développement durable, ces dernières années ont vu émerger de nouveaux paradigmes touristiques. Au tourisme de masse, de plus en plus décrié, notamment sur le plan environnemental, succèdent de nouvelles formes et pratiques touristiques. Que ce soit sous les notions de « tourisme durable », « écotourisme », « tourisme solidaire », la mutation du tourisme fait écho aux mutations sociétales et à la montée du concept de « développement durable ». « *Loin de constituer une entrave à la croissance du tourisme, le développement durable introduit une nouvelle dimension qui le projette dans le futur et l'oblige à prendre en compte, par anticipation, des effets négatifs pour les limiter ou les enrayer pour assurer une attractivité durable des territoires* » (Merasli, 2011, p. 44). Au-delà de préserver les ressources, il s'agit également d'assurer la durabilité des destinations, la pérennité de l'activité économique « tourisme », qui ont largement contribué au développement des territoires. Le tourisme durable peut se définir comme « *toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent et séjournent dans les espaces [touristiques]* » (Fédération des Parcs Naturels Régionaux, 1998, p. 4). Le développement durable est saisi aujourd'hui comme un élément phare pour la pérennité des destinations touristiques. En retour, les stratégies de gestion des destinations contribuent à la réflexion sur la mise en place de démarches de durabilité. Le tourisme est ainsi « *vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes vivants* » (Merasli, 2011, p. 54). Nous considérons alors que le tourisme, et surtout la planification de projets touristiques, serait un moyen pour préserver les ressources environnementales tout

en assurant un développement économique et social de la destination et de ses populations. Cette recherche de la durabilité est aujourd'hui activement présente dans toutes stratégies de développement touristique afin d'assurer, mais surtout d'afficher, le « bon fonctionnement » de la destination à des fins concurrentielles. L'analyse des attentes des acteurs sud ardéchois permettra ainsi de voir ce rapport entre durabilité et promotion de la destination (chapitre 5).

Après ce bref aperçu sur le tourisme durable, nous pouvons maintenant questionner le caractère durable du tourisme culturel.

Dans un premier temps, et cela a déjà été avancé plus en amont, le tourisme est aujourd'hui perçu comme permettant la gestion durable des patrimoines culturels, notamment avec la prise en compte des impacts potentiels du tourisme sur l'intégrité des biens patrimoniaux menant à des stratégies de planification et de gestion. « *Le tourisme est une des composantes majeures de toute proposition visant la gestion durable du patrimoine dans le cadre de la gestion durable de l'environnement social, culturel et territorial* » (Venturini, 2011, p. 567). Ainsi, il est aujourd'hui admis que le tourisme est en mesure de participer à une gestion durable certes des patrimoines, mais également de l'ensemble du territoire. Dans un deuxième temps, le tourisme culturel est perçu comme étant un tourisme limitant la massification. De prime abord, le tourisme culturel fait figure de tourisme de « niche », loin des « hordes » s'abattant sur les plages méditerranéennes. « *Heritage tourism in particular has been advocated as an attractive alternative to mass tourism, providing sustainable livelihoods to small local operators, protecting and sustaining cultural as well as natural resources, and educating tourists and locals alike* » (Salazar, 2014, p. 29). Ainsi, si le tourisme de masse va à l'encontre des principes de durabilité de part ses impacts environnementaux et ses déséquilibres socio-économiques, plusieurs auteurs considèrent le tourisme culturel comme un vecteur de la durabilité. « *Le tourisme culturel est aujourd'hui « durable ». Il est présenté comme un échange culturel, une rencontre qui doit favoriser la « diversité culturelle » et « les identités vivantes » à condition « d'atténuer les conséquences du tourisme de masse »* » (Cousin, 2008, p. 52).

Mais curieusement, les interprétations vertueuses du tourisme culturel occultent une autre réalité : le tourisme culturel de masse. Les exemples de Venise avec ces 20 millions de touristes par an<sup>20</sup> et du Mont-Saint-Michel avec lui 2,5 millions de visiteurs<sup>21</sup> vont à l'encontre de ces *aprioris* et sont de parfaits exemples de tourisme culturel de masse, ce qui pose la question de la durabilité et de la qualité du tourisme culturel. Mais plus que du lien potentiel entre tourisme culturel et durabilité, une autre question de fond persiste : pourquoi la surfréquentation est-elle tant perçue comme une « ennemie » du développement durable ? Ne peut-il pas y avoir un tourisme de masse durable ? Un tourisme culturel de masse peut-il être de

---

20 [http://www.routard.com/guide/venise/687/carte\\_d\\_identite.htm](http://www.routard.com/guide/venise/687/carte_d_identite.htm) (consulté en janvier 2015)

21 <http://www.ot-montsaintmichel.com/fr/visite-mont-saint-michel.htm> (consulté en janvier 2015)

qualité ? Pour répondre à ces questionnements, l'hypothèse selon laquelle le tourisme culturel est un tourisme de qualité respectueux des principes du développement sera confrontée à notre terrain d'étude.

L'analyse des attentes et des stratégies des acteurs sud ardéchois liées aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, et donc du développement d'un tourisme « culturel », nous permettront, tout au long de ce manuscrit, d'affirmer ou d'infirmer ces positions.

### **1.3.2. L'excellence territoriale : un résultat de la durabilité et de la qualité du tourisme ?**

La co-existence, voire la co-construction hypothétique entre un tourisme culturel et un développement durable vient questionner la valeur qualitative du tourisme culturel. En quoi la mise en place d'un tourisme culturel de qualité, respectueux des principes de durabilité, contribue-t-elle à l'excellence territoriale ?

#### *1.3.2.1. Définition de l'excellence territoriale*

L'excellence est une notion appréciative, qui porte un jugement de valeur selon un idéal. Elle peut se définir comme le « *caractère de la chose ou de la personne qui correspond, presque parfaitement, à la représentation idéale de sa nature, de sa fonction ou qui manifeste une très nette supériorité dans tel ou tel domaine* »<sup>22</sup>. Associée à l'adjectif « territoriale », l'excellence reconnaît ainsi le caractère (quasi-)exceptionnel d'un territoire et initie des processus de comparaison entre différents territoires, lieux, objets : « *les touristes considèrent un lieu comme « meilleur » si celui-ci est comparé à d'autres lieux* » (Piriou, 2011, p. 26). Cet auteur approche l'excellence *via* les hauts-lieux, marqués par leur caractère remarquable (en terme architectural, historique, sentimental...). La reconnaissance de l'excellence se réfère à un classement et impose une hiérarchisation : « *l'excellence implique d'une part, une comparaison entre des pratiques qui poursuivent le même objectif et d'autre part, une hiérarchisation entre ces pratiques* » (Bergery, Dejoux, 2006, p. 149). Cette reconnaissance de l'excellence s'apparente à une course à l'exceptionnalité et les contraintes sur les territoires n'en sont que multipliées. Il s'agit dès lors de faire face aux diverses pressions aussi bien internes qu'externes pour pouvoir conserver sa place « d'excellence », en pérennisant les critères pour lesquels le territoire, lieu, objet a été reconnu « excellent » (Frochot, 2008).

La reconnaissance de l'excellence conduit à porter un regard et un jugement comparatif, nécessairement subjectif. Chacun peut porter son propre regard selon ses propres schèmes de l'exceptionnalité. Les chercheurs se sont peu intéressés à ce concept et la bibliographie concernant ce sujet « d'excellence territoriale » tourne principalement autour des « pôles d'excellence rurale » (Pecqueur et *al.*, 2007). Une analyse générique et/ou spécifique de ce que pourrait être l'excellence territoriale fait défaut alors que cette course à l'excellence est de plus en plus sous-jacente dans les stratégies locales.

Dans le cadre de notre étude, l'excellence territoriale sera appréhendée au regard des principes de durabilité. Elle est ainsi définie comme le résultat de stratégies et de démarches de développement où l'ensemble des principes de durabilité sont pris en compte. L'excellence territoriale est alors entendue comme étant la résultante de l'application des principes de développement durable.

Une des conditions pour la réussite de projets de durabilité réside dans la nécessaire implication des différentes échelles : *« d'un point de vue opérationnel, l'objectif de développement durable à l'échelle mondiale requiert nécessairement, pour espérer le succès, la contribution des territoires inférieurs. D'une part, quand bien même le niveau de décision se situe à l'échelon international, il n'en demeure pas moins que la concrétisation des orientations ainsi définies implique une nécessaire inscription territoriale. D'autre part, avec des mouvements tels que la décentralisation, la répartition des compétences laisse une part de responsabilité significative aux différents échelons territoriaux »* (Laganier et *al.*, 2002, p. 1). C'est au niveau local que vient se cimenter la pyramide du développement durable. *« S'il y a quelque part une articulation à trouver entre les trois dimensions constitutives du « développement durable » -le social, l'écologique et l'économique-, c'est probablement au niveau local qu'elle pourra les plus facilement être construite »* (Theys, 2002, p. 4). Ainsi, l'excellence au regard des principes de durabilité se joue au niveau territorial local. C'est du tout du moins l'hypothèse que nous défendons et celle-ci nous servira de fil conducteur dans l'analyse des perceptions des acteurs du sud Ardèche par rapport au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

### *1.3.2.2. Qualité du tourisme, durabilité, tourisme culturel : un cercle vertueux pour l'excellence territoriale ?*

Il s'agit dans un premier temps de lier qualité et durabilité : *« la définition inaugurale et officielle du développement durable semble calquée sur celle de la qualité retenue dans le monde de l'entreprise »* (Brédif, 2008, p. 6). Le concept de qualité se rapproche ainsi d'une définition de la durabilité ; un tourisme de qualité se définit entre autres par la gestion et la protection environnementale, par l'intégration et la prise en considération de la population locale et par les retombées socio-économiques distribuées équitablement. Cette définition

intègre en partie celle de tourisme durable qui « se réfère à un niveau de développement et d'activités touristiques qui, sur le long terme [...] conduit à un bénéfice net pour l'environnement social, économique, culturel et naturel de la zone où il a lieu » (UNESCO, 2010a). Pour Saïda Merasli, « on peut légitimement penser que la question de la qualité est au cœur de la problématique du tourisme durable » (Merasli, 2004, np). Un tourisme de qualité renverrait ainsi à un tourisme durable ; vice-versa, un tourisme durable serait un tourisme de qualité. La réflexion et la mise en place de démarches visant la durabilité permettraient dès lors de mettre en place une stratégie de qualité : « En toute logique, le passage de la « non-durabilité » à la durabilité éventuelle devrait alors se traduire par une requalification du territoire » (Laganier et al., 2002, p. 7). La qualité et la durabilité semblent indissociables et certains auteurs affirment que « oui, la qualité utilisée dans une perspective d'action et de stratégie, peut donner un nouveau souffle à la durabilité » (Brédif, 2008, p. 6).

En considérant le poids et l'importance de l'activité touristique dans l'économie et dans le fonctionnement des territoires, pouvons nous prétendre que la gestion qualitative du tourisme conduit à une excellence territoriale ? Notre hypothèse de recherche nous conduit ainsi à proposer que la qualification du tourisme fonctionnerait comme un processus incluant la durabilité, et dont l'excellence territoriale serait le résultat. La mise en regard de ces questionnements et de ces hypothèses avec notre terrain d'étude offrira la possibilité d'analyser les liens pouvant exister entre qualité, durabilité et excellence territoriale. Nous pourrions ainsi discuter de la manière dont les acteurs perçoivent ces liens.

Il s'agit maintenant de questionner la part du tourisme culturel dans la qualité du tourisme, dans sa durabilité et dans l'excellence territoriale. On a déjà vu « l'aura » qualitative qui entoure le tourisme culturel. Mais quelle est la place des ressources patrimoniales et culturelles dans la compétitivité et la durabilité des territoires ? « Dans une période de compétition entre les territoires et d'objectifs de durabilité fixés par les politiques publiques, la construction de projets articulés autour de la mobilisation de ressources culturelles et patrimoniales, apparaît comme la réponse [...] » (Pecqueur et al. 2007, p. 26). Et de rajouter que « le patrimoine et la culture sont les ressources autour desquelles les acteurs tissent des projets touristiques qui leur permettent d'être à la fois durable et compétitif » (id. p. 46). Aussi, le tourisme culturel respecterait les principes du développement durable en mobilisant des ressources patrimoniales à des fins d'activités touristiques stables et compétitives. Nous questionnerons tout au long du manuscrit cette hypothèse qui fait du tourisme culturel un tourisme de qualité.

La compréhension et l'analyse des stratégies mises en place sur notre terrain sud ardéchois nous permettront de discuter ces hypothèses de conceptualisation, de voir comment les acteurs s'approprient ces notions et comment ils les traduisent localement.



***Conclusion : Qualité, durabilité et tourisme culturel, vers la ré-organisation des destinations touristiques***

Il est communément admis que la qualité s'oppose à la quantité, notamment parce que la surfréquentation est présentée comme un vecteur d'altération de la perception des lieux, de saturation et de dénaturation des territoires et de dégradation des paysages et de l'environnement. Cependant, la massification ne semble pas engendrer de perceptions négatives de la part des visiteurs et les destinations dites surfréquentées ne semblent pas souffrir d'une perte de visiteurs. La dichotomie entre qualité et quantité est principalement une affaire de perception selon la considération des uns et des autres de ce que doit être une destination de qualité.

Une destination de qualité se définit principalement selon le rapport entre la qualité attendue en amont du séjour et la qualité vécue sur le territoire. Le niveau de satisfaction de la clientèle touristique est une des traductions de la qualité des destinations. Cependant, la suite du manuscrit permettra d'étudier plus en profondeur les processus globaux de la qualité du tourisme. En effet, nous verrons que la satisfaction n'est pas le seul instrument permettant de définir la qualité du tourisme.

Ce chapitre a permis de présenter l'un des marqueurs territoriales principaux de la qualité, le label. Entre construction et promotion d'une offre se voulant de qualité (à la fois au niveau des prestataires mais aussi à l'échelle de la destination), la labellisation est un des principaux leviers de la qualité du tourisme. Mais entre multiplication et normalisation, les labels sont certes des vecteurs de la qualité mais nous ne les considérons pas comme une fin en soi. En effet, la labellisation participe à la construction de la qualité en dirigeant les démarches vers des normes à respectant un cahier des charges dictant les principes à suivre. Mais cette labellisation reste très sectorisée et n'intègre qu'une partie du fonctionnement du système touristique. Les labels territoriaux orientent les choix des acteurs en terme de développement, mais bien ces labels sont pbasés sur la préservation environnementale. Ainsi, ils ne rendent pas compte de la complexité territoriale. De ce fait, ils participent au processus qualité mais ils ne peuvent à eux seuls définir la qualité du tourisme.

Grâce à ce premier chapitre, nous avons pu voir que les processus de diversification participent en partie à la qualité et à la durabilité du tourisme. Le tourisme de qualité et le tourisme durable s'appuient sur les mêmes logiques, notamment en ce qui concerne la protection des ressources et le développement socio-économique du territoire. En permettant l'ouverture de l'offre touristique à de nouvelles pratiques la diversification innovante *via* le tourisme culturel, offrirait la possibilité aux destinations de se ré-organiser autour de nouvelles ressources, notamment celles associées aux patrimoines culturels.



Ce faisant, les destinations cherchent alors des moyens pour limiter la concentration spatio-temporelle de la fréquentation et des retombées touristiques. Cette dynamique permettrait également de limiter la mono-activité et les pressions exercées sur les ressources environnementales.

L'analyse du terrain d'étude permettra d'étayer cette hypothèse. Nous verrons alors que la relation entre qualité, durabilité et tourisme culturel repose principalement sur les processus d'évolution et de ré-organisation territoriale engendrés par la remise en question du fonctionnement touristique historique.



## CHAPITRE 2

LA GROTTTE CHAUVET-PONT-D'ARC,

UNE RESSOURCE PATRIMONIALE  
POUR LA QUALITÉ  
DU TOURISME

En 1994, trois spéléologues, Eliette Brunel, Jean-Marie Chauvet et Christian Hillaire découvrent la « grotte Chauvet-Pont-d'Arc », à quelques pas du pont d'Arc, lors de leurs prospections spéléologiques. Cette découverte exceptionnelle marque un tournant dans les recherches sur l'art pariétal et la préhistoire. Elle bouleverse ce qui avait été jusqu'à aujourd'hui compris des hommes de la préhistoire et de leur art. Plus que de révolutionner le monde de la recherche, cette découverte est le point de départ de l'évolution du territoire ardéchois.

Le sud Ardèche, terrain d'activités de nature durant la période estivale, a construit son économie autour du tourisme et surtout, autour d'une activité phare : le canoë-kayak. La fréquentation touristique se concentre autour des gorges de l'Ardèche, où les touristes profitent de la rivière, du soleil et de l'ambiance « méditerranéenne / provençale ».

Dans ce contexte, quelles incidences touristiques a eu la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ? En quoi et pourquoi ce site d'art pariétal vient-il bouleverser la vision des acteurs locaux de ce que devrait être le tourisme dans le sud Ardèche ? Quels sont les enjeux aussi bien patrimoniaux que touristiques de ce haut-lieu préhistorique ? Cette découverte fonctionne-t-elle comme un activateur de la reconnaissance de la valeur culturelle et patrimoniale du territoire par les acteurs locaux ?

Ce deuxième chapitre présente la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et les richesses qu'elle contient. Cela permet de questionner le registre patrimonial des grottes ornées et les modalités de leur valorisation : entre conservation et valorisation, nous présenterons les modes de mise en valeur des grottes ornées. Nous interrogerons alors la valeur « ressource » de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Afin de mieux comprendre l'importance et les enjeux que revêt cette découverte, nous présenterons dans un second temps le contexte touristique dans lequel a eu lieu cette découverte. Une analyse diachronique offre la possibilité de présenter la construction historique du tourisme, où les ressources héliotropiques, la rivière et le paysage ont été les moteurs de la mise en tourisme.

Cet aperçu historique permettra alors d'appréhender les composantes principales actuelles du système touristique sud-ardéchois et de concevoir les limites de fonctionnement de ce système.

## 2.1. La découverte et les trésors de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : patrimonialisation et appropriation instantanée

### 2.1.1. Un trésor pariétal, archéologique et paléontologique parfaitement conservé

Une des caractéristiques principales de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc réside dans l'âge de ses dessins. Ces derniers étaient, jusqu'à récemment<sup>23</sup>, les plus anciens connus au monde (36 000 BP, datations Carbone 14 calibrée (Valladas et *al.*, 2001)). Avec plus de 423 représentations animales pour environ 1000 unités graphiques, ces dessins sont remarquables par les techniques utilisées qui rendent compte des détails anatomiques des animaux. Que ce soit par un procédé de détournement des dessins réalisés au charbon ou par l'utilisation de l'estompage (Clottes, 2001 ; SMERGC, 2011a), les animaux de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont représentés avec un regard naturaliste exceptionnel, allant jusqu'à permettre l'identification du sexe de certains lions (id.). La perspective et la superposition (fig. 4) sont également des techniques artistiques utilisées par les Paléolithiques. La construction de certaines œuvres permet « *de produire une impression de nombre, ou de mouvement des figures* » (SMERGC, 2011a, p. 53).



**Figure 4 : les peintures de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc**

1/ le petit Rhinocéros et sa bande ventrale, galerie du Mégacéros;

2/ le panneau des lion(ne)s de la Salle du Fond ;

3/ rhinocéros avec corne dédoublée, donnant l'impression de mouvement ;

4/ le grand bison de la Salle du Fond

(crédits photos : DRAC / ministère de la culture)

23 Des recherches récentes menées en Indonésie ont permis de mettre à jour des peintures datant de 39 000 ans (The Wall Street Journal, 21-10-2014).

La mise en scène des animaux sur la paroi peut être perçue, selon Marc Azéma (préhistorien, membre de l'équipe scientifique de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc), comme les premières images animées de l'histoire de l'art (Azéma, 2011). Outre les dessins conçus au charbon, on retrouve également de nombreuses peintures rouges, réalisées à l'aide de différents pigments : « hémateite, pure ou mélangée à de la calcite ; et de l'ocre, éventuellement mélangée à de l'argile chargée d'oxyde de fer » (SMERGC, 2011a, p. 39). Les peintures rouges sont préférentiellement localisées dans les salles proches de l'entrée de la grotte et les peintures noires sont essentiellement situées plus profondément dans la cavité (cf. figure 5).



**figure 5 : plan de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc**

*Les peintures rouges sont préférentiellement situées à l'entrée de la cavité, jusqu'au «Seuil».*  
*Les dessins noirs ont été réalisés après ce passage. La salle des Bauges est marquée par la présence de très nombreuses bauges d'ours (nid d'hivernation). La salle du Fond clos la visite par le remarquable panneau des Lion(ne)s*  
*topographie : Y. Le Guillou et Fr. Malaud ; source : SMERGC, 2011a*



Les peintures rouges ou noires ne sont pas disposées au hasard dans le paysage souterrain : des choix ont été faits par les hommes et/ou femmes de la préhistoire même si ne nous pouvons en définir la raison : « *cette évolution de la concentration des figures, associée aux vides volontaires, et à la répartition entre les figures rouges et les figures noires, crée une impression de volonté scénographique* » (SMERGC, 2011a, p. 47).

Au-delà de la qualité des représentations, les œuvres picturales de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont uniques par le bestiaire représenté. On y trouve principalement des animaux dangereux, qui n'étaient pas chassés : rhinocéros, ours et lion(ne)s des cavernes ; la grotte Chauvet-Pont-d'Arc abrite près de la moitié des félins que l'on trouve aujourd'hui dans l'art pariétal (Clottes, Azéma, 2005). D'autres animaux rares sont également figurés : un hibou ou encore une panthère.



**Figure 6 : Les témoins paléontologiques de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc**

*1/ empreinte d'ours des Cavernes ; 2/ crâne de bouquetin calcifié ; 3/ crâne d'ours des cavernes coiffé d'une stalagmite.*

*crédits photos : DRAC / ministère de la Culture*

Cette cavité présente aussi un intérêt paléontologique majeur (fig. 6), avec plus de 4 400 ossements aujourd'hui répertoriés (Clottes, 2001 ; Geneste, 2012). Le sol de la grotte est parsemé d'ossements et d'empreintes, essentiellement laissés par les ours des cavernes. La planéité de certaines salles est marquée par des bauges, les parois sont polies par leur passage ou striés par leurs griffures (certaines de ces traces de griffes recoupent les dessins). L'ensemble de ces indices atteste de la présence ancienne (40 000 ans) de cet animal, jusqu'à sa disparition il y a 29 000 ans environ. 99 % des ossements de la grotte appartiennent à l'ours

des cavernes et quelques autres appartiennent à d'autres espèces tel que l'ours brun, le loup, le renard, le bouquetin....

Les témoins humains sont également présents : empreintes de pas, aménagements anthropiques qui « *se présentent sous forme d'amas de roches, d'alignement de blocs, de concentration d'ossements (et/ou de crânes d'ours), d'os plantés, d'éléments lithiques disposés dans des niches ou alvéoles de la roche, etc.* » (Delannoy et al., 2012b, p. 46). La trace culturelle la plus emblématique « *est, sans nul doute, le crâne d'ours posé sur un bloc de dimension métrique* » (id.) et entouré d'une cinquantaine de crânes dont la disposition interroge encore l'équipe scientifique (origine naturelle ou anthropique ?).

Outre la richesse et la quantité des objets archéologiques, paléontologiques et pariétaux, la grotte présente un état exceptionnel de conservation. L'effondrement de la corniche surplombant le porche préhistorique de la cavité, dont le dernier événement date de 22 000 ans BP, a obstrué totalement l'entrée préhistorique (Delannoy et al., 2010 ; Sadier, 2013), protégeant ainsi la grotte de toute incursion humaine et animale jusqu'à sa (re)découverte en 1994. La recherche et les résultats concernant la datation de l'effondrement du porche sont venus ainsi confirmer pour partie l'ancienneté des peintures, ancienneté qui a longtemps fait débat et a créé le scepticisme au sein d'une partie (certes minoritaire) de la communauté scientifique. Dans son rapport d'expertise datant du 2 janvier 1995, Jean Clottes déclarait « *s'il fallait hasarder une date, je la situerais entre 18 000 et 21 ou 22 000 ans BP* » (Clottes, 1995, p. 87). Qu'elle ne fut pas alors la surprise, lorsque les premiers résultats des datations au C14 donnèrent un âge entre 32 410 et 30 340 BP, soit, après calibration, environ 36 000 ans BP ! « *Toutefois, le fait que la majorité de ces datations aient été réalisées dans un seul laboratoire, français de surcroît, fut pointé par quelques spécialistes de la Préhistoire* » (SMERGC, 2011a, p. 153). Dès lors, l'équipe scientifique a mis en place une méthode de datations à l'aveugle en envoyant des échantillons à six laboratoires européens pour 29 datations, toutes corrélant les premiers résultats (id). Et si ces résultats ne convainquirent pas l'ensemble des sceptiques, la recherche doctorale de Benjamin Sadier (2013) et la datation cosmogénique de l'écroulement fermant la cavité, confirme l'ancienneté des œuvres pariétales de la grotte.

Cette description rapide des richesses de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc permet de comprendre son importance pour le monde de la recherche en préhistoire mais aussi en paléontologie. Dépassant une approche descriptive, cette présentation est nécessaire pour saisir une partie des enjeux de la restitution : cette introduction nous permettra, lors de la présentation des démarches de valorisation de la grotte (chapitre 3), de questionner les choix effectués en matière de restitution.

La présentation des richesses de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc éclaire également les décisions prises en terme de valorisation touristique de la grotte. Compte tenu des problèmes de conservation des grottes ornées préhistoriques, notamment rencontrés par les grottes de Lascaux ou d'Altamira (Delannoy, Gauchon, 2008), l'Etat français a donné la priorité à la

conservation en limitant très fortement son accès au public. Cette décision fut prise peu après la déclaration de la découverte en décembre 1994. Cette décision de fermeture s'accompagne de tout un ensemble de mesures de protection :

- la grotte se trouvant dans le site classé du pont d'Arc (1982), elle est de ce fait assujettie aux restrictions s'appliquant aux sites classés. Cependant, les périmètres du site classé de 1982 ne couvrant que la moitié de la grotte, furent modifiés en 2013 pour protéger l'ensemble du bassin d'alimentation de la cavité.
- L'arrêté préfectoral n°95/35 en interdit l'accès dès le 13 janvier 1995, lequel s'appuie sur la loi Carcopino du 27 septembre 1941 sur les fouilles archéologiques et sur la convention européenne pour la protection du patrimoine archéologique du 16 janvier 1992.
- Le 2 février 1995, l'arrêté préfectoral n° 95/83 délimite un périmètre au sein duquel tous travaux au sol et dans le sous-sol devront faire l'objet d'une autorisation spéciale du ministère de l'Environnement. Cet arrêté repose sur la circulaire interministérielle du 12 octobre 1987 « relative aux relations entre l'archéologie, l'urbanisme et divers services de DUP affectant l'utilisation du sol ». Le texte rappelle que la grotte se situe dans un périmètre classé et que le conservateur régional de l'archéologie devra obligatoirement être consulté pour toute demande de permis de construire, de démolir ou de lotir, d'autorisation d'installation et travaux à l'intérieur du périmètre.
- Le 13 octobre 1995, elle est classée monument historique. Ce classement intervient moins d'un an après la découverte : au regard des procédures habituelles, ce classement intervient relativement rapidement. Cette rapidité montre l'importance accordée par les autorités à la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

De plus, la grotte se situant sur des terrain privés, l'État décide d'acquérir le terrain afin d'en devenir propriétaire et d'assurer la conservation de la cavité. Cette acquisition foncière passera par une Déclaration d'Utilité Publique et l'État devient légalement propriétaire de la grotte en 1998, après un procès largement médiatisé (Senil, 2011).

Cet enchaînement des mesures de protection et leur superposition attestent de la valeur patrimoniale de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc tout comme elle la renforce. « Aux grands maux les grands moyens » et nous pouvons considérer que l'ensemble de ces mesures de protection certifie l'importance de cette découverte, tout comme la valeur de la grotte légitime sa fermeture. Si cette décision n'a jamais été contestée et semble de faite acquise. R. Amirou (2000) fut l'un des rares auteurs à relayer des doutes sur la pertinence de ce choix : « à la Combe d'Arc [grotte Chauvet], il y a une série de larges galeries, joignant plusieurs salles assez vastes [...]. La préservation des restes archéologiques n'est pas nécessairement incompatible avec l'ouverture au public, estiment les associations »

(Amirou, 2000, p. 100). Tout est en effet une affaire de choix : faut-il ouvrir la grotte au public en imposant des quotas et dans ce cas, limiter les retombées économiques de cette découverte ? Ou fermer la grotte et mettre en place une infrastructure de « substitution » à grande capacité d'accueil ? Cette interrogation renvoie au rapport ambivalent pouvant exister entre mise en tourisme et protection du patrimoine.

### 2.1.2. Les grottes ornées : entre patrimonialisation et mise en tourisme

L'art pariétal et mobilier préhistorique ont été étudiés en tant qu'objets archéologiques tardivement par rapport aux autres types d'artefacts. « *Devant les premières découvertes d'objets décorés, dans la première moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle, la réaction initiale fut la perplexité. Elle se manifesta par le silence ou le refus. L'existence d'un art mobilier raffiné s'accordait mal avec la conception d'un homme préhistorique primitif, partagée par tous à l'époque.* » (Clottes, 2003, p. 5). Ce qui vaut alors pour l'art mobilier vaudra plus tard pour l'art pariétal et la considération d'un art ayant pu être réalisé au temps de la préhistoire était alors inenvisageable : « *lorsque le marquis de Sautuola voulut faire admettre l'âge préhistorique des peintures d'Altamira qu'il découvrit en 1879, il se heurta à une opposition quasi générale. [...].* » (Boisnais, Lhote, 1968). Il fallut attendre 1901 pour que « *Louis Capitan se joign[e] à Henri Breuil pour remettre à l'Académie des sciences de Paris la communication qui mettait fin aux incertitudes, en reconnaissant l'existence des gravures et des peintures rupestres paléolithiques, tandis qu'Emile Cartailhac, après être allé explorer la grotte d'Altamira, publiait le Mea Culpa d'un sceptique* » (id.).

La reconnaissance de l'ancienneté et de l'authenticité des peintures préhistoriques s'accompagna alors de leur reconnaissance en tant qu'objets d'art, au même titre que les monuments reconnus pour leur architecture, leur caractère médiéval ou classique (Gauchon, 2010). Cette révélation des grottes ornées en tant qu'objets porteurs de valeurs historiques et esthétiques les élevèrent au rang de patrimoine. Leur ancienneté, le rapport aux Hommes préhistoriques auxquels elles renvoient, en font un patrimoine spécifique, marqué par les temps immémoriaux nous séparant de leurs auteurs. La spécificité des grottes ornées est d'autant plus marquée qu'il s'agit d'un patrimoine souterrain, donc par nature invisible dans le paysage, si ce n'est parfois le porche d'entrée. L'invisibilité de ce patrimoine rupestre souterrain est d'autant plus renforcée que le monde des grottes est un milieu fantasmagorique, empreint de nombreuses légendes plus ou moins obscures. Longtemps, « *quand les cavernes sont évoquées, les connotations qui y sont attachées sont toujours très négatives* » (Gauchon, 1997, p.x). Ce rapport plus ou moins fantasmé au monde souterrain l'est d'autant plus qu'il s'agit de préhistoire et d'art pariétal paléolithique. Il paraît parfois compliqué de se projeter dans des temps si reculés, et les a priori ont souvent la dent dure : homme préhistorique primitif rongeur son os au bord d'un feu qu'il a eu du mal à allumer, peuples au langage non codifié, etc... Si l'art pariétal témoigne de facultés identiques aux nôtres, le témoignage pictural de ces sociétés préhistorique reste cependant difficile à appréhender, notamment face aux problèmes que pose l'interprétation. En effet, peut-on rendre intelligible un art dont



nous connaissons ni les tenants ni les aboutissants ? Si quelques pistes peuvent être avancées comme le chamanisme par exemple (Clottes, 2003), l'art pariétal conserve en lui et à jamais ses propres schèmes que nous ne saurions voir.

L'invisibilité de ce patrimoine ne tient pas seulement à son caractère souterrain et à son ancienneté. Elle est aussi liée aux conditions de mise en tourisme et au caractère vulnérable des peintures : « *Dans le milieu souterrain, surtout s'il est confiné et s'il s'agit de petites cavités, la surféquentation touristique peut rapidement entraîner des altérations superficielles de la roche et des manifestations pariétales qu'elle supporte à l'issue de processus physico-chimiques et biologiques* » (Geneste, 1999, p.15). Jean Clottes, dans son rapport d'expertise de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc de janvier 1995 affirme qu'« *il faut éviter les erreurs qui furent commises lors de la découverte de Lascaux et qui ont abouti aux désastres que l'on sait, tant du point de vue du contexte archéologique qui fut rapidement détruit, que de celui de la conservation des peintures* » (Clottes, 1995, p. 88). Ouverte au public dès sa découverte en 1940, la grotte de Lascaux a connu une fréquentation massive jusqu'en 1963, date à laquelle elle fut fermée suite à la découverte de champignons proliférant sur les œuvres, dégradant irréversiblement les peintures. Ainsi, l'altération des peintures de la grotte de Lascaux servira à jamais d'exemple : si les visites sont autorisées dans certaines cavités ornées, elles sont désormais cadrées par des protocoles plus ou moins stricts et peuvent être interdites en cas d'altération des œuvres.

Malgré ces considérations, les grottes ornées et la préhistoire ont aussi été le facteur du développement touristique de certaines régions. Dès le XX<sup>ième</sup> siècle se manifeste le « *développement d'un tourisme spécifique à la Préhistoire* » (Geneste, 1999, p. 14), notamment dans la région des Eyzies, en Dordogne. « *Les grottes ornées ainsi que les gisements préhistoriques et les cavernes naturelles dont il est difficile aujourd'hui encore de les dissocier du point de vue touristique, sont à partir des années 1950 l'objet des aménagements les plus spectaculaires* » (id.).

Les différentes dynamiques autour des grottes ornées se différencient donc par les modes de valorisation. Une typologie (cf fig. 7) peut alors être faite depuis la fermeture totale sans médiation (type 1) jusqu'à une ouverture totale sans mise tourisme (type 5), en passant par une ouverture selon un protocole plus ou moins strict (Malgat et al., 2012). Cette typologie clarifie les différents moyens mis en place pour assurer à la fois l'ouverture au tourisme et la conservation des peintures (type 3 et 4). Elle pointe du doigt les cas particuliers des grottes ornées fermées au public, pour lesquelles des modes de médiation permettent néanmoins de transmettre à tout à chacun les œuvres qu'elles recèlent, grâce à des espaces d'interprétation ou à des fac-similés (type 2).

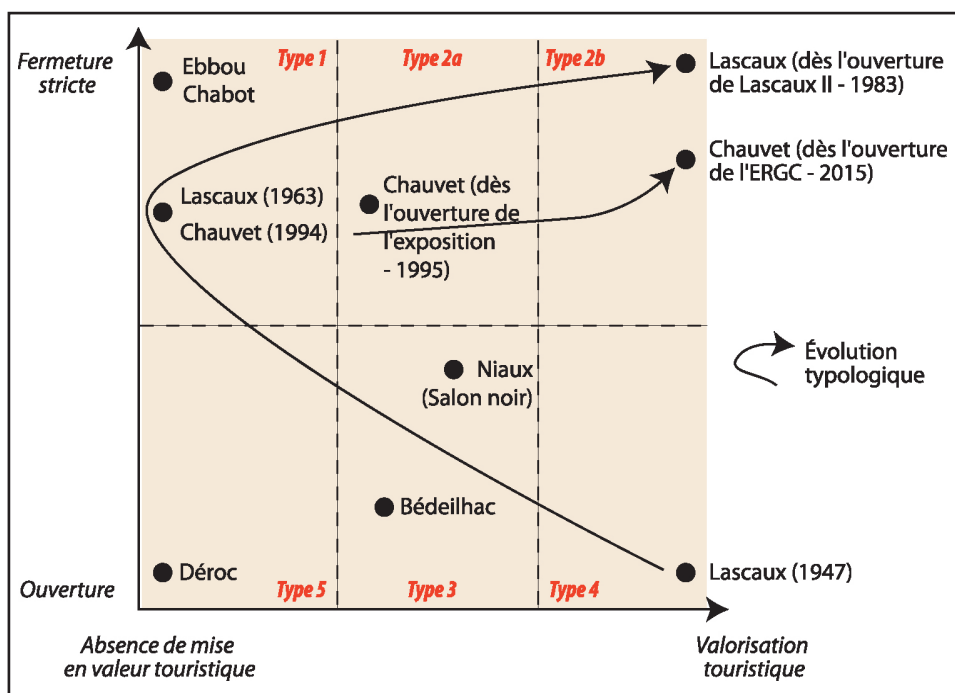


Figure 7 : typologie de la mise en tourisme des grottes ornées

Publiée dans Malgat et al., 2012, cette figure présente les différentes dynamiques de valorisation touristique des grottes ornées, mais aussi d'ouverture et de fermeture de ces patrimoines. Elle présente alors les évolutions dans la mise en tourisme des grottes ornées.

Face à la multiplicité des moyens de médiations et de transmission de l'art pariétal et aux différentes méthodes utilisées pour mettre en tourisme ce patrimoine, nous pouvons interroger les choix faits en matière de transmission. Entre fermeture complète, ouverture avec quotas, fac-similé et/ou centre d'interprétation, qu'est ce qui justifie telle ou telle démarche ? Ces choix sont-ils le reflet de l'importance patrimoniale accordée à telle ou telle grotte ornée ? La réponse technique à un niveau de vulnérabilité diagnostiqué ? Ou le reflet de l'importance en tant que ressource touristique (et donc économique) attribuée au site ? La volonté de valoriser telle grotte ornée et pas une autre fait-elle écho à une hiérarchisation de la valeur touristique, économique voire patrimoniale des cavités ?

### 2.1.3. La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, une ressource touristique patrimoniale

#### 2.1.3.1. La patrimonialisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

La patrimonialisation consiste à élever au rang de patrimoine un bien, un site, un lieu culturel ou naturel, support privilégié de mémoire collective. Il s'agit de considérer comme patrimoine un monument, un lieu, permettant d'inscrire les références culturelles dans l'espace-temps des sociétés : « *le patrimoine pose une différence entre nous et un ailleurs temporel ou spatial, à partir duquel nous pouvons nous situer tant du point de vue des façons de faire que de penser* » (Davallon, 2000, p. 8). La patrimonialisation est une dynamique particulière, qui amène la société à élire au rang de patrimoine un bien ou un lieu auquel



elle confère une valeur historique voire affective. Le caractère principal du patrimoine réside dans son caractère construit : c'est bien la société qui décide et qui reconnaît ce qui fait patrimoine. En ce sens, la patrimonialisation est une construction sociale et « *tout objet peut acquérir un statut patrimonial* » (Di Méo, 1994, p. 17). La perception et les représentations à l'égard du site, de l'objet, du lieu évoluent et « *la reconnaissance patrimoniale implique donc un changement de statut de l'objet patrimonialisé* » (Gauchon, 2010, p. 22). Selon l'évolution des jeux d'acteurs et de la demande sociale, un site peut se voir conférer le statut de « patrimoine » : la société lui attribue dès lors une importance singulière et son statut en est modifié. Mais cette attribution de valeur, en tant que processus électif, peut être marquée par un aspect conflictuel (Gauchon, 2010) : ce qui est patrimoine pour les uns ne l'est pas forcément pour les autres. La patrimonialisation revient à consacrer un objet, un lieu, un site, en lui attribuant une valeur symbolique.

La sélection patrimoniale, présentée ainsi, est valable pour un objet, lieu, site existant déjà sur le territoire : d'un patrimoine latent, les décisions et les choix réalisés le transforment en patrimoine conscient. Pour la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, son identification en tant que patrimoine est concomitante à sa découverte. Elle correspond peu ou prou à la « création » d'un nouveau lieu, d'un nouvel objet géographique, s'inscrivant immédiatement dans le champ patrimonial du territoire : « *inconnue jusque-là, elle s'est « donnée à voir » brusquement* » (Senil, 2011, p. 163). La reconnaissance et la justification de la grotte en tant qu'objet patrimonial font rapidement suite à la découverte : le lendemain de la déclaration de la découverte à la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC), Jean Clottes est dépêché sur place pour authentifier les peintures. Sa reconnaissance en tant qu'art préhistorique, donc ancien, contribue fortement à la reconnaissance de la grotte en tant qu'objet patrimonial (Malgat et al., 2012, p. 109). Les résultats des datations obtenus courant 1995 renforceront par la suite ce caractère d'ancienneté et affirmeront d'autant plus le caractère patrimonial de la grotte. Au-delà de l'âge des peintures et de l'époque à laquelle elles renvoient, les techniques remarquables dont ont fait preuve les hommes préhistoriques pour rendre compte avec précision de l'anatomie et du comportement des animaux, renforcent la valeur patrimoniale de la grotte. L'esthétique joue un rôle incontournable dans l'élection d'un site au rang de patrimoine (id.) et la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est immédiatement reconnue comme un haut lieu d'art préhistorique : « *Par le nombre et la diversité des œuvres, par leur qualité esthétique et leur conservation, par leur originalité aussi (dominance d'espèces rares ailleurs), par la préservation du contexte, cette grotte est unique et d'une importance mondiale.* » (Clottes, 1995, p. 88). Aucun doute n'est émis, la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est bel et bien un objet à haute valeur patrimoniale. La reconnaissance de ses valeurs par les experts, mais également par la DRAC (Direction Régionale des Affaires Culturelles) est relayée dès l'annonce de la découverte, en janvier 1995, par les médias, qui ne tarissent pas d'éloges. La grotte Chauvet-Pont-d'Arc est rapidement comparée à d'autres grottes ornées, telles que de Lascaux ou Altamira, qui étaient alors considérées comme le fleuron de l'art pariétal : « *300 magnifiques peintures d'animaux dans un site aussi exceptionnel que Lascaux et Altamira* » (Le Figaro, 18-

01-1995) ; ou encore : « *Un nouveau Lascaux vient d'être découvert* » (Dernières Nouvelles d'Alsace, 19-01-1995). La découverte est relayée au niveau mondial, toujours en la référant via la grotte de Lascaux : « *Descurben en Francia trescientos pinturas rupestres equirables a las de Lascaux* » (ABC, 18-01-1995).

Cette analogie avec la très fameuse grotte de Lascaux, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1979 fixe le statut patrimonial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : cette dernière fait désormais partie des grands monuments reconnus par tous comme hauts lieux patrimoniaux. Ce parallèle est renforcé par des annonces médiatiques comparant la grotte Chauvet-Pont-d'Arc à des monuments qui ne sont pas des lieux abritant de l'art pariétal tel que « *le Louvre de la préhistoire* » (France Soir, 19-01-1995). Ce retentissement est d'autant plus intéressant qu'à l'annonce de la découverte, l'âge réel des peintures n'était pas connu : la grotte Chauvet-Pont-d'Arc a bâti sa réputation sur les récits de la beauté des peintures, narration appuyée par des photos surgissant comme des emblèmes, telles les lionnes ou encore, le panneau des chevaux. « *Ils n'ont pas pu tous pénétrer dans la salle polyvalente de Vallon-Pont-d'Arc pour aller à la rencontre des inventeurs de la Combe d'Arc. [...] L'arrivée des inventeurs se produit sous les applaudissements nourris, l'émotion est palpable [...] Pendant la projection le public ne peut contenir plus longtemps son admiration, applaudissant l'apparition des lionnes...* » (le Dauphiné Libéré, 27-01-1995, tiré de Duval, 2007, p. 257).

Cette citation nous fait ressentir la fierté et l'émotion de la population : la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est immédiatement appropriée comme étant un haut lieu patrimonial, auquel ont été attribuées des valeurs identitaires et affectives. Elle fait désormais entièrement partie du territoire et de son histoire. De cette appropriation naissent certaines frictions en commençant par le rachat des terrains. Aujourd'hui, les polémiques liées au nom de la grotte (cf préface) ont fait ressurgir les débats quant à l'attribution de la découverte : celle-ci doit-elle être attribuée aux personnes ayant découverts le trou souffleur de ce qui n'était pas encore la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ? À ceux qui ont aperçu le premier mammouth en foulant le sol de la grotte ? La crispation autour de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, encore palpable 20 ans après, confirme l'importance que cette dernière a prise pour l'ensemble des acteurs, aussi bien au niveau local qu'au niveau national.

### 2.1.3.2. *La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, à la fois haut-lieu et non-lieu*

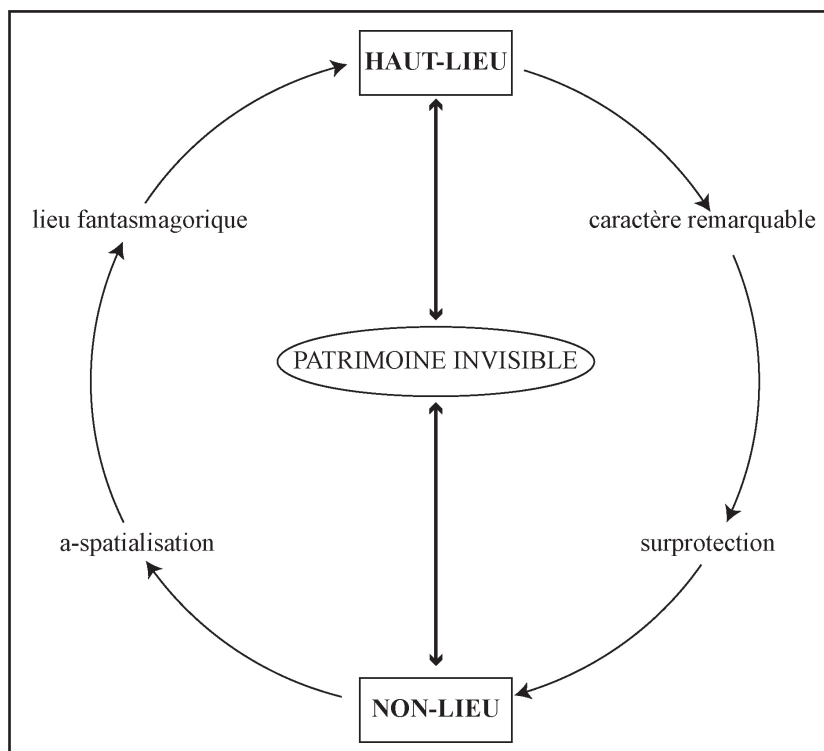
Le concept même de patrimoine est construit sur l'idée de transmission (Gauchon, 2010). La valorisation et la transmission sont des processus phares pour la reconnaissance de l'objet en tant que patrimoine. Mais cette transmission ne doit pour autant pas porter atteinte aux valeurs patrimoniales de l'objet, du site. La transmission renvoie intrinsèquement à son homologue, la conservation. L'un ne va pas sans l'autre, et ces deux processus interagissent :

pour transmettre, il faut conserver les valeurs patrimoniales et vice-versa, en conservant ces valeurs, on en permet la transmission.

Dans le cadre de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, nous avons cependant vu que la priorité donnée à la protection a conduit les autorités à en interdire l'accès au public. Se pose alors la question de la transmission des valeurs patrimoniales et des choix devant être opérés. En effet, sur quoi se baser et comment trancher entre une sur-protection et la transmission ? Considérant que la valorisation et la transmission sont des étapes clefs pour achever le processus de patrimonialisation, comment procéder dans le cadre d'un patrimoine extrêmement fragile dont les mesures de protection en interdisent l'accès ?

Ces questions sont d'autant plus délicates que la fermeture même de la grotte participe à son élévation au rang de patrimoine exceptionnel (fig. 8).

Figure 8 : le patrimoine invisible, entre haut-lieu et non-lieu



*Le haut-lieu revêt un caractère remarquable de part ses caractéristiques le définissant comme un lieu «exceptionnel». Afin de conserver la valeur remarquable du haut-lieu, un processus de protection propre peut être mis en place. La surprotection peut mener à une confiscation du patrimoine, en interdisant / limitant la visite. Cette confiscation place le site dans un statut de non-lieu. Le non-lieu se définit alors par son caractère a-spatial, qui ne s'inscrit dans la pratique quotidienne du territoire. La réglementation autour de ce patrimoine nourrit les fantasmes de la société envers ce lieu, ce qui renforce en retour son caractère de haut-lieu.*

*Le patrimoine invisible se définit ici à la croisée du haut-lieu et du non-lieu.*

Ce qui peut être perçu comme une soustraction d'un patrimoine de l'espace public, vient, à notre sens, renforcer le caractère remarquable de la grotte. Elle est un lieu secret, son emplacement est vaguement situé dans la Combe d'Arc, aux abords du pont d'Arc ou encore dans le cirque d'Estre. Le caractère invisible de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est renforcé par le fait qu'elle n'apparaît pas sur les cartes de L'institut National de Géographie (IGN). Et cette sanctuarisation de la cavité ne fait, selon nous, que renforcer son caractère exclusif et son statut de haut lieu tellement particulier et remarquable : « *cette relative ambiguïté sur la localisation de la grotte alimente en retour le processus d'élection en qualité de haut lieu* » (Duval, 2007, p. 261). En voulant garder l'entrée secrète, en sur-protégeant le site, les

politiques ne font qu'entretenir le mythe et renforce la nécessité associée à la réalisation d'un fac-similé (chapitre 3).

La volonté de fermer la grotte au public n'est-elle pas également légitimée par la valeur ressource de la grotte ? Tel que l'a souligné R. Amirou (cf supra, p.X), la fermeture complète résulte d'un choix et la grotte Chauvet-Pont-d'Arc aurait pu être ouverte au public, mais selon un quota et des règles strictes afin de ne pas en dégrader les patrimoines.

La grotte Chauvet-Pont-d'Arc n'est pas seulement perçue comme un patrimoine, elle est également immédiatement identifiée comme une ressource, comme une aubaine pour le développement territorial et économique (et que la restriction des visites par l'instauration de quotas limiterait). La grotte Chauvet-Pont-d'Arc est élevée au rang de ressource spécifique qu'il faut certes préserver, mais surtout valoriser.

### 2.1.3.3. *La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, une ressource*

Les élus et la population locale ont, dès la découverte, compris l'intérêt que pourrait avoir la grotte Chauvet-Pont-d'Arc pour le territoire. Dans une double dynamique, les acteurs prennent immédiatement conscience de la valeur patrimoniale que représente la grotte mais aussi du potentiel touristique qu'elle offre. Pour Jean-Pierre Ageron, maire de la commune de Vallon-Pont-d'Arc au moment de la découverte, cette dernière « *permettra au tourisme local de franchir un grand pas en brandissant un atout supplémentaire* » (Le Dauphiné Libéré, 20-01-1995). La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, objet patrimonial, est dès lors élevée au rang de ressource, constituant un intérêt pour le développement touristique et territorial : « *le patrimoine est considéré comme une ressource du développement du territoire susceptible de générer des activités. Il est mobilisé en tant qu'objet spécifique au territoire, permettant de favoriser la création d'activités nouvelles* » (Gumuchian, Pecqueur, 2007, p. 169). Tout comme la reconnaissance de la grotte en tant que patrimoine, sa qualité de ressource est marquée par son caractère construit et électif. Pour autant, cette construction en tant que ressource n'a pas fait l'objet de discussions et les discours l'ont donné comme telle, sans que cette valeur soit à un moment questionnée (du moins au lendemain de la découverte, nous verrons qu'il existe aujourd'hui quelques contestations (exemples chapitre 5). Les processus de patrimonialisation et de l'institution d'un patrimoine en tant que ressource fonctionnent sur un même registre : « *la révélation des ressources spécifiques constitue par conséquent, une première étape en même temps qu'un enjeu majeur. Quelle que soit sa nature, une ressource est un artefact, le résultat d'opération constructives, il n'existe donc pas de ressource en soi* » (François et al., 2006, p. 687) tout comme il n'existe pas de patrimoine en soi. À partir du moment où la grotte a été révélée, elle a immédiatement été reconnue comme une ressource spécifique porteuse « d'atout supplémentaire ».

Ainsi, « *le patrimoine constitue une dimension essentielle de la ressource territoriale et [...] sa mobilisation traduit l'émergence d'un mode de développement territorial spécifique* » (Landel, Senil, 2009, p. 2). En ce sens, nous pouvons considérer la cavité ardéchoise comme un support de diversification innovante : la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est saisie comme une ressource spécifique, à partir de laquelle les acteurs ambitionnent de faire évoluer le tourisme et de recomposer/réorganiser le territoire. Elle est en effet immédiatement appropriée comme une aubaine pour diversifier le tourisme tout en faisant évoluer la qualité de l'offre. À la lecture de nombreux commentaires de personnalités politiques locales publiés dans la presse suite à cette découverte, la grotte est pour eux l'occasion de (re)questionner le fonctionnement touristique sud ardéchois. À partir du moment où le potentiel de la grotte a été saisi, les acteurs politiques du territoire se sont progressivement fédérés autour d'un nouveau projet territorial visant le développement de l'offre culturelle. « *Les ressources, qu'elles soient matériels ou immatériels, latentes ou potentielles appellent la formalisation et l'organisation pratique de sa mise en œuvre. Le projet consiste à établir précisément ce qu'est cette ressource et ce qu'elle peut devenir* » (Gumuchian, Pecqueur, 2007, p. 135). La volonté de mettre en place un projet de valorisation à grande ampleur structure un nouveau projet territorial porté par un objectif devenu phare : valoriser la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et bénéficier des effets positifs de cette nouvelle ressource.

Cet engouement est d'autant plus intéressant que la grotte Chauvet-Pont-d'Arc n'est pas la première grotte ornée à avoir été découverte dans les gorges de l'Ardèche (figure 9). Très peu connues pour leur richesse pariétale, les gorges « *ont pourtant livré de nombreuses grottes ornées, depuis les découvertes pionnières des années 1870 jusqu'à la toute récente identification des peintures et des gravures dans les grottes du Dérocs* » (Gauchon, 2009, p. 84). Il existe en effet, une vingtaine de grottes ornées le long de la rivière encaissée, constituant « *un centre d'art pariétal de première importance* » (Gély, 2008, p. 3). Pour autant, elles ne présentent pas une dimension spectaculaire ayant conduit les acteurs à s'en saisir en tant que ressource. La grotte Chabot et ses gravures de mammoth est la première grotte avec de l'art pariétal découverte en France, en 1878, par Léopold Chiron. Malgré son classement aux monuments historiques en 1903, cette grotte servait encore d'écurie en 1940.

La grotte d'Ebbou est aussi un site important de l'art pariétal ardéchois. Ses gravures sont mentionnées vers 1870 par J. Ollier de Marichard mais sont « redécouvertes » en 1946, par l'Abbé Glory. Ce dernier décide d'aménager la grotte d'Ebbou à des fins touristiques (Gauchon, 2009). Les visites seront interrompues en 1964, suite à la fermeture de la grotte de Lascaux et à la prise de conscience de la vulnérabilité des œuvres pariétales. « *Malgré les dégâts survenus au cours de l'exploitation touristique, la conservation des œuvres est assez bonne* » (Gely, 2008, p. 37).



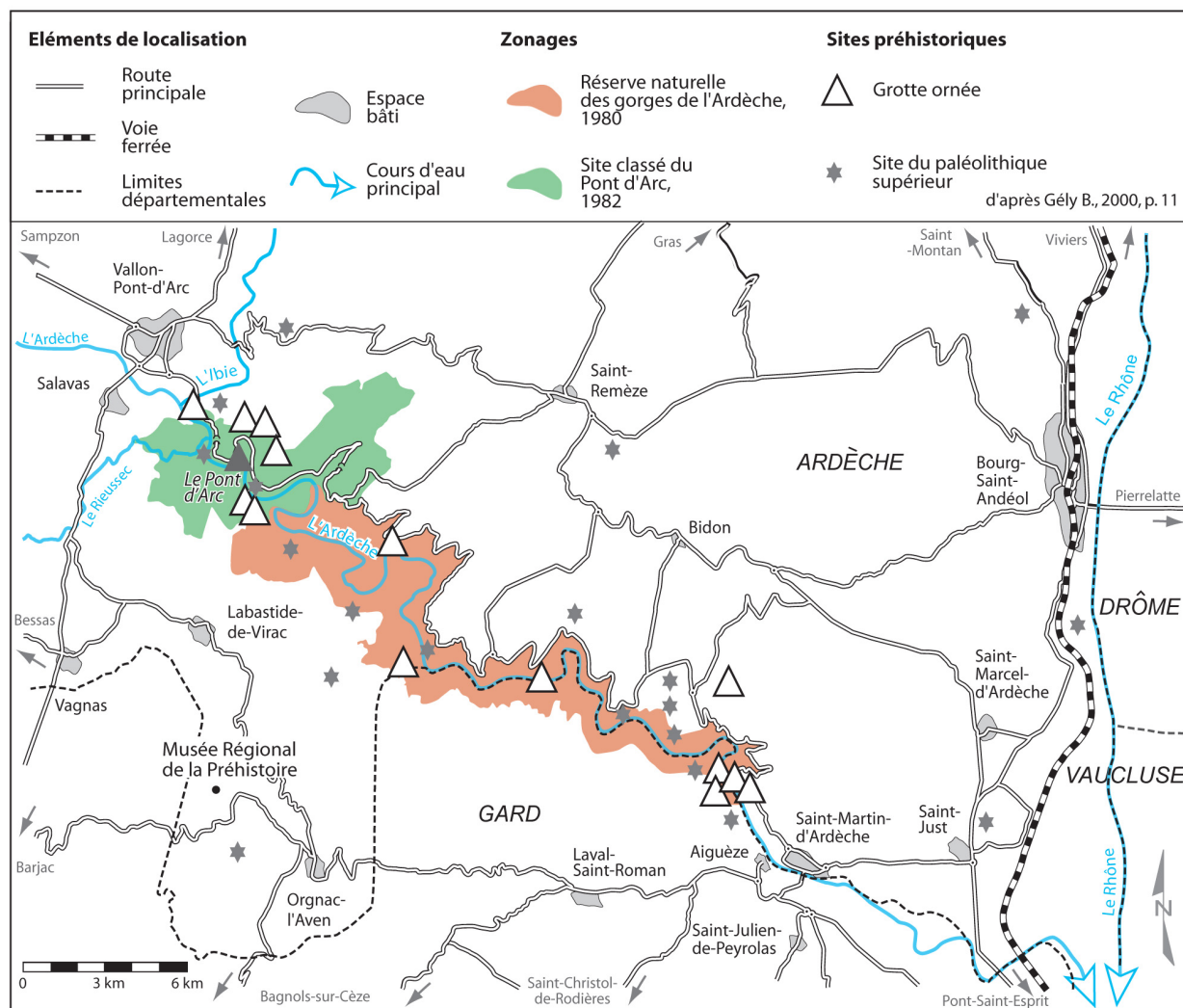


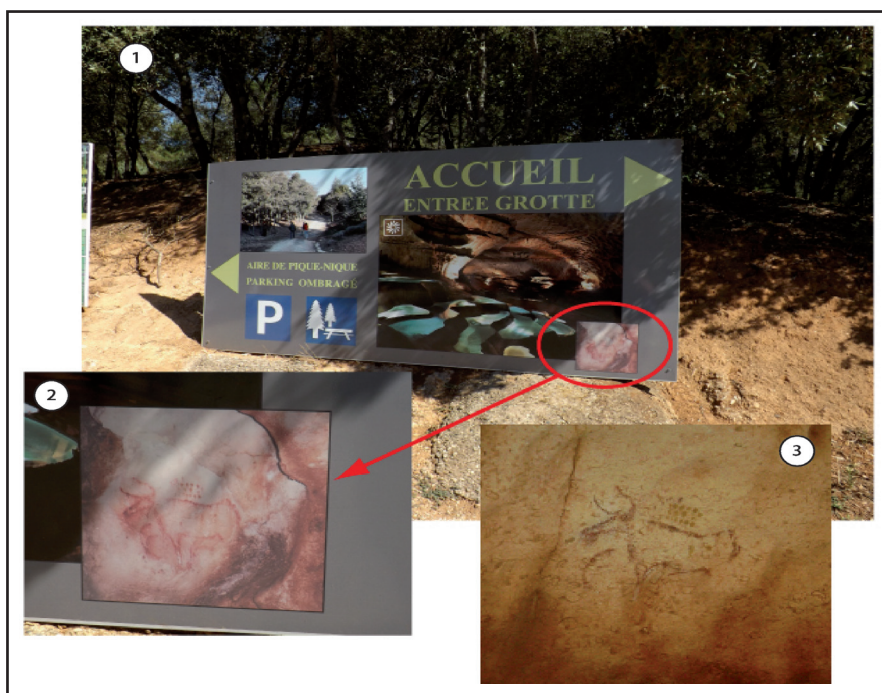
Figure 9 : les grottes ornées dans les gorges de l'Ardèche

source : Mélanie Duval, 2007a, p. 252

La mise en tourisme de la grotte d'Ebbou puis sa disparition du paysage touristique démontre par ailleurs le caractère dynamique et fluctuant de la ressource : ce qui est central un jour peut, le lendemain, être relayé au second plan. Tout dépend de comment les acteurs considèrent leur territoire et de l'interprétation qu'ils en ont et/ou qu'ils souhaitent en donner.

Depuis la fermeture de la grotte d'Ebbou, et ce jusqu'à la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la valeur pariétale des gorges de l'Ardèche était tombée dans l'oubli et, hormis quelques références au Musée de la Préhistoire d'Orgnac et dans le réseau de Saint-Marcel avec le fac-similé de la peinture dite « de la Vache » (fig. 10), ce patrimoine n'était plus reconnu comme porteur de potentialité touristique ; il n'était plus valorisé et activé en tant que ressource.





**Figure 10 : L'utilisation de la peinture de la Vache (grotte de la tête du lion) dans la promotion du réseau touristique de la grotte de Saint-Marcel-d'Ardèche**

Situées à quelques centaines de mètres l'une de l'autre, ces deux grottes ne communiquent pas et la grotte de Saint-Marcel n'abrite aucune œuvre pariétale. Cette peinture a été reproduite sur une des parois du réseau aménagé et est utilisée sur les panneaux publicitaires du site.

1/ le panneau d'accueil situé sur le parking ;

2/ détail de la mise en avant dans la promotion de la peinture dite «de la Vache» ;

3/ le fac-similé de la peinture dite «de la Vache», situé au début du parcours de la visite touristique.

Avec la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, c'est toute la valeur pariétale des gorges de l'Ardèche qui est re-découverte et ré-activée. Cette re-connaissance de la valeur pariétale et préhistorique des gorges de l'Ardèche participe dès lors au marketing territorial. En 1998, un nouveau slogan apparaît sur les plaquettes promotionnelles de l'Agence Départementale du Tourisme de l'Ardèche (ADT) : « un grand voyage dans le temps » met désormais en avant la spécificité et la valeur pré-historique du territoire. L'art pariétal ardéchois a retrouvé son statut de ressource. Depuis la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, il est de nouveau mobilisé en tant que ressource touristique patrimoniale. Si les gorges ont connu une coupure dans leur reconnaissance en tant que site préhistorique, les Hommes de la préhistoire et leurs œuvres semblent désormais faire entièrement partie du patrimoine sud ardéchois, de l'identité territoriale et du développement touristique.

La frise chrono-systémique construite pour l'année 1995 (figure 11) permet de visualiser la concomitance de la reconnaissance de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc à la fois en tant que patrimoine mais également en tant que ressource.

Le début de l'année 1995 est marquée par l'interaction des processus de protection et de la reconnaissance scientifique, sociale et politique. La grotte est fermée au public quelques jours avant que la découverte soit annoncée au grand public. Cette annonce déclenche un engouement unanime, que se soit auprès de la société civile, des politiques et des scientifiques. La présentation publique de la grotte fin janvier et l'ouverture de l'exposition temporaire début juin permet de présenter la richesse patrimoniale de la grotte alors que l'idée d'un fac-similé a émergé peu de temps après l'annonce de la découverte. En plus de valoriser la cavité ornée, la volonté de transmission fait naître une ambition : la diversification du tourisme. Ces projets de restitution et de diversification touristique seront développés dans les chapitres 3 et 4.

La reconnaissance patrimoniale instantanée et de grande ampleur de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc se construit parallèlement à son appropriation en tant que ressource : elle est appréciée autant pour sa valeur patrimoniale que pour sa valeur économique.

Elle est immédiatement saisie comme une opportunité pour mettre en place un tourisme de qualité. Avec la découverte et l'élection de cette cavité ornée en tant que nouvelle ressource, les acteurs questionnent les modalités de fonctionnement du territoire et du tourisme sud ardéchois. Afin de comprendre dans quel contexte naissent ces nouveaux enjeux territoriaux, il est nécessaire de revenir sur l'histoire et la conjoncture touristique dans lesquelles a eu lieu cette découverte, afin de nourrir notre analyse d'un regard diachronique. Cette présentation permettra ainsi de comprendre le fonctionnement actuel du système touristique et les opportunités de bifurcation et d'évolution que représente la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et ses projets de valorisation.

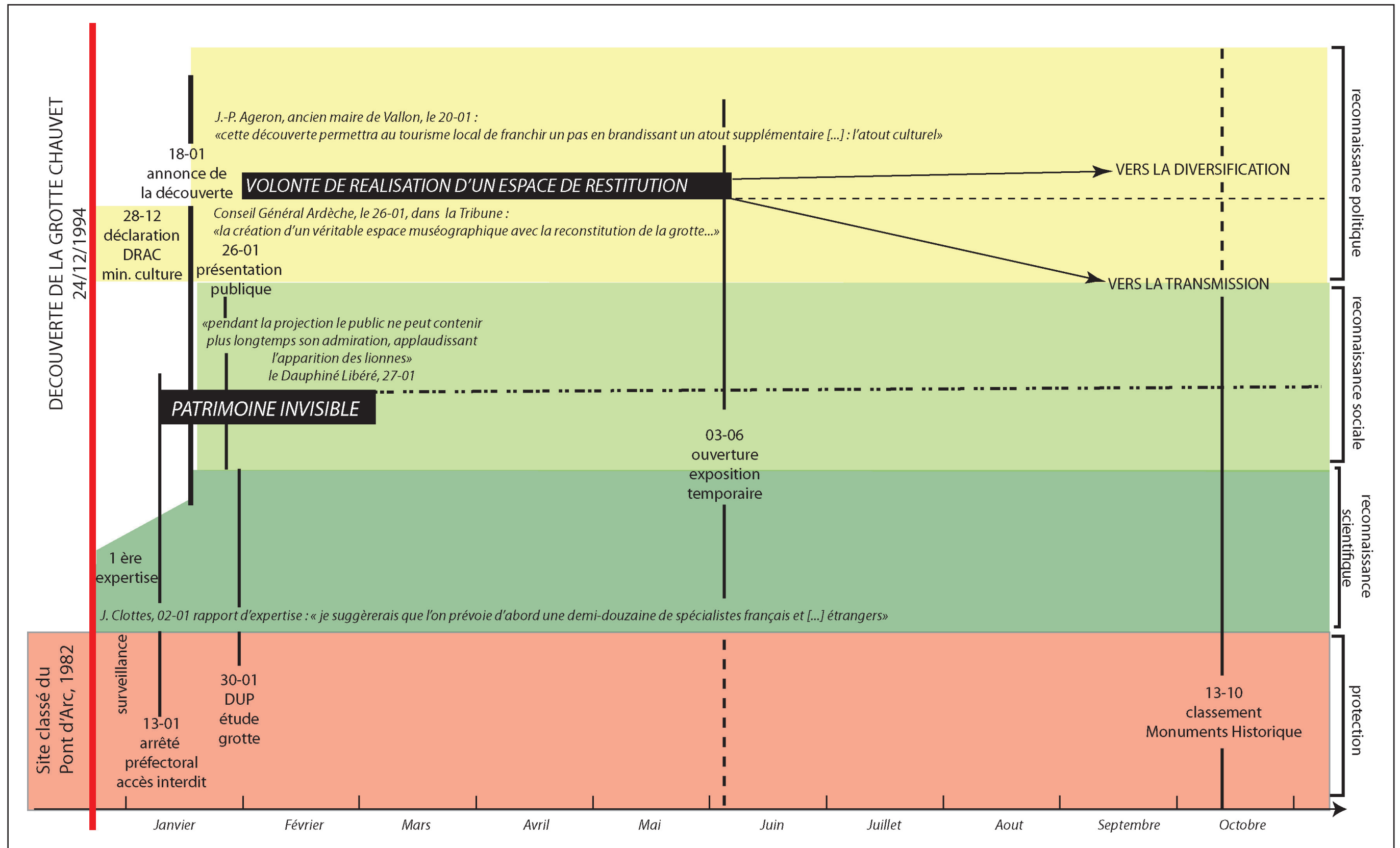


Figure 11 : frise chrono-systémique de l'année 1995 : contraction temporelle des processus de patrimonialisation et de reconnaissance en tant que ressource de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

Cette représentation des processus de patrimonialisation et de reconnaissance de la grotte en tant que ressource montre les contractions et les interactions mises en place. L'année 1995 est marquée par les mesures de protection de la grotte instaurées, par la reconnaissance scientifique, sociale et politique des valeurs patrimoniales et ressources de la cavité ornée. Les traits verticaux continus représentent les interactions fortes existantes entre les différentes strates de reconnaissance et celle de protection, quand les traits verticaux pointillés représentent des interactions moins marquées mais présentes.

## 2.2. Le tourisme actuel dans le sud Ardèche : fonctionnement et limites

### 2.2.1. Une fréquentation estivale marquée par des activités de nature

#### 2.2.1.1. Approche spatiale des activités de plein-air

Les premières pratiques touristiques qui s'inscrivent sur le territoire à partir du XIX<sup>ème</sup> siècle sont définies par Dominique Dupraz comme un « *tourisme héroïque* » (Dupraz, 1995, p. 4). Cette forme de tourisme est présentée par l'auteur comme une marque d'intérêt de quelques individus pour les curiosités naturelles et scientifiques. À cette époque, le département ardéchois « *n'est pas encore entré dans l'ère touristique* » (id. p. 4) et l'hôtellerie se concentre principalement dans la vallée du Rhône et dans la région d'Annonay.

Le tourisme sud ardéchois est construit à partir du début du XX<sup>ème</sup> siècle sur la valorisation de la ressource « nature », des paysages et du climat. La rivière, les gorges et les grottes à concrétions ont été les moteurs principaux de cette mise en tourisme (Duval, 2007a). Afin d'avoir une approche géographique du tourisme sud ardéchois et d'en comprendre l'organisation territoriale, nous proposons une analyse par les types d'espace supports d'activité : la rivière, le monde souterrain et le plateau.

#### *i. La rivière, des eaux thermales aux eaux de baignade*

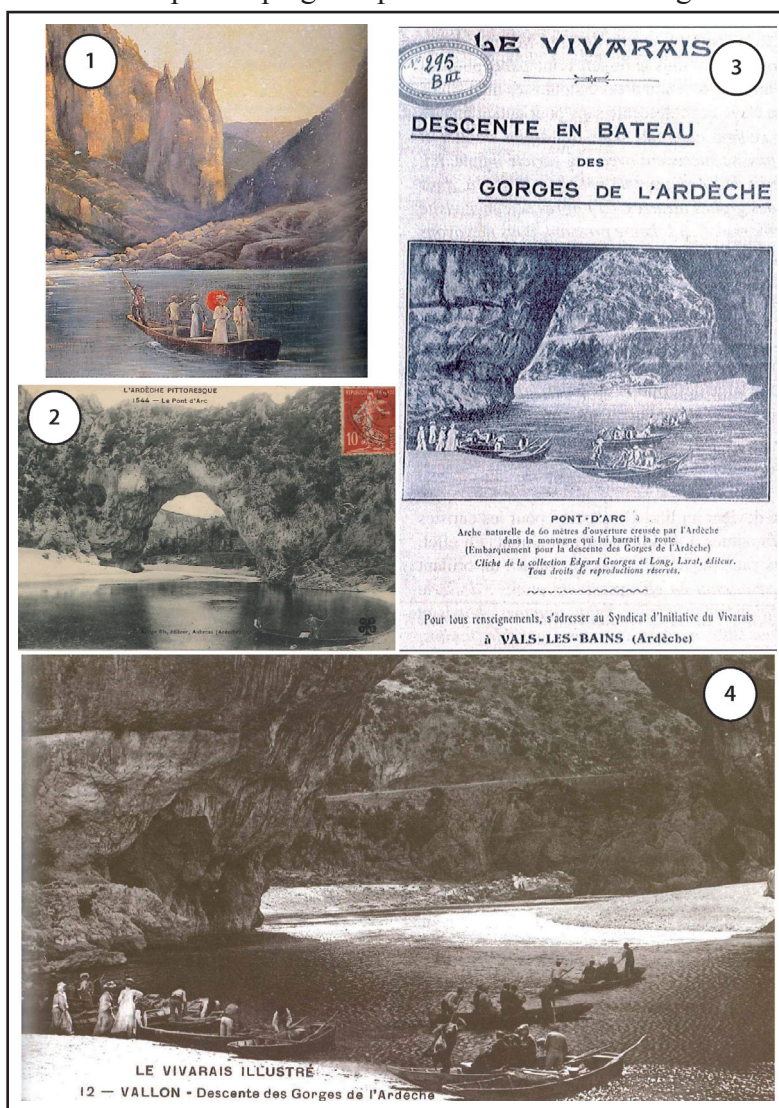
Bien avant que la rivière Ardèche ne devienne l'axe central du tourisme sud ardéchois, le bienfait des eaux de son bassin d'alimentation a été reconnu et valorisé *via* le thermalisme. Les premiers usages des eaux de Vals-les-Bains remontent au début du XVII<sup>ème</sup> siècle : « *déjà en 1610, leur vertu lithontriptique est chantée par un malade reconnaissant : Claude Expilly, président du parlement de Grenoble* » (Chabannes, 1866, p. 5). Antoine Fabre, dans son traité de 1657, parle des eaux minérales de Vals comme « *un remède très universel* » (cité par Chabannes, 1866, p. 7). C'est en 1851 qu'est construit le premier établissement thermal et le casino est inauguré en 1898. « *Le thermalisme est à l'origine non seulement de cette ville mais aussi de l'hôtellerie cévenole et de l'expansion touristique qui s'ensuit* » (Bozon, 1978, p. 359). L'inauguration le 30 octobre 1882 de la ligne de train Le Teil-Lalevade d'Ardèche desservant Vals et la mise en route du tram Aubenas-Vals à partir de 1898 contribueront fortement au développement de la ville thermale (Poisson, 2004, p. 212).

Le thermalisme marque en partie le point de départ d'une activité touristique sur les bords de la rivière Ardèche : « *dans toutes les stations thermales, il faut occuper les loisirs des curistes et des nombreux curieux et oisifs qui les accompagnent, leur proposer des distractions variées et organiser le potentiel touristique* » (Gauchon, 1994, p. 384). À l'instar des dynamiques observées dans les montagnes alpines, c'est à partir des cures thermales que se diffuse le tourisme sur le territoire : « *c'est à partir de Vals [...] que les grands sites ardéchois, popularisés par les affiches, sont révélés au grand public* » (Dupraz, 1995, p. 5).



Le pont d’Arc est mentionné à partir de 1780 dans l’ouvrage de l’abbé Jean-Louis Giraud Soulavie, en tant que lieu d’intérêt géologique. En 1842, Albert Du Boys relate pour la première fois une activité touristique en décrivant sa remontée de la rivière Ardèche avec les bateliers (Du Boys, 1842). Mais la véritable invention du pont d’Arc et des gorges de l’Ardèche en tant que lieux de visite est associée au thermalisme et à l’excursionnisme des curistes. Cette appropriation du pont d’Arc en tant que haut lieu de visite est renforcée par l’ouverture de la voie carrossable Vallon-Châmes, le 26 avril 1887 (Duval, 2007a). Cette route facilite l’accès au pont d’Arc et le transforme en un lieu de visite incontournable. Ces dynamiques mènent à l’appropriation de l’espace « rivière » en tant que support d’activités ludiques. L’embarquement pour la descente des gorges se fait désormais depuis la plage du pont d’Arc et cette navigation est de plus en plus appréciée du public (id.). Cette dynamique fixe la fréquentation touristique au pied du pont d’Arc et le long de la rivière, notamment avec l’activité phare : la descente des gorges. En 1904, le Syndicat d’Initiative du Vivarais est créé : il propose d’encadrer les descentes *via* un service hebdomadaire et édite des affiches publicitaires (id.). Cette activité est désormais organisée et en partie structurée (fig. 12).

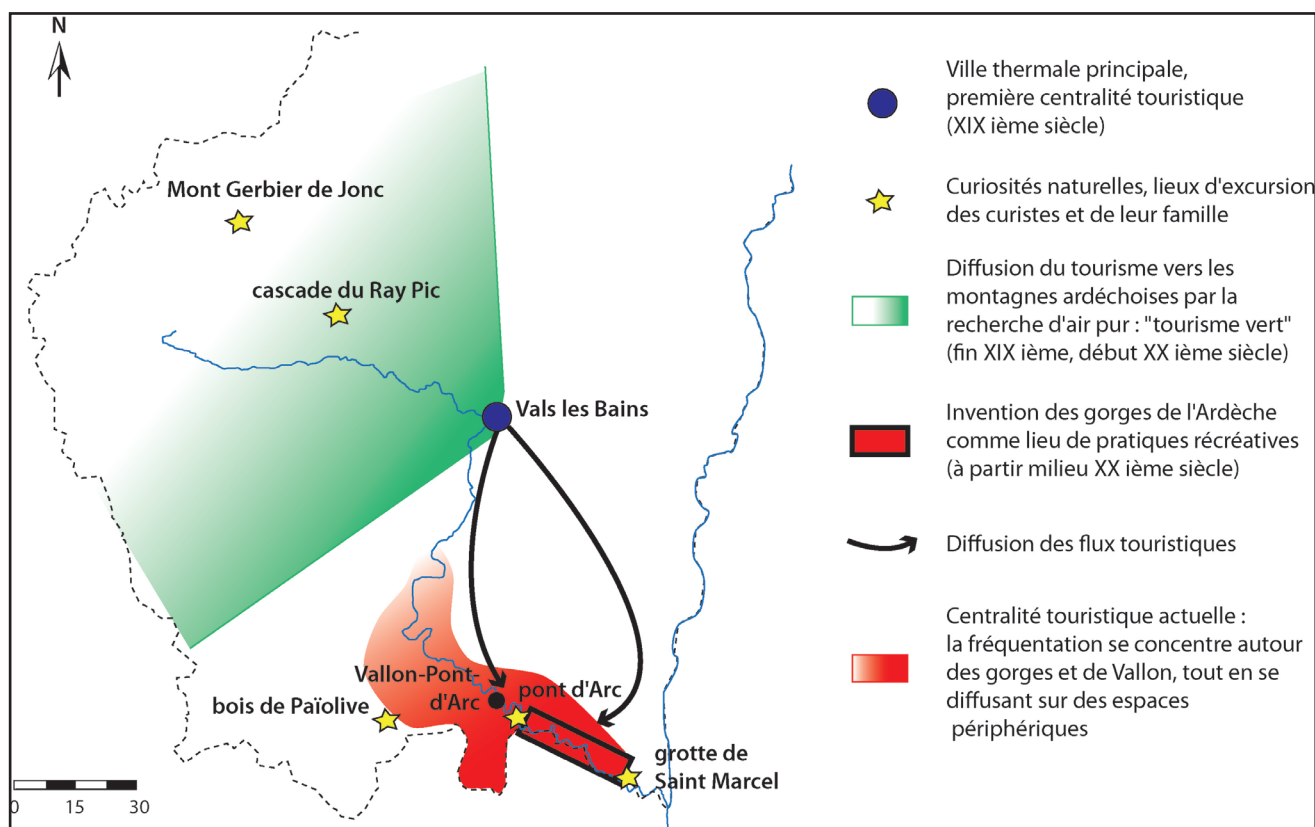
Un des événements majeurs dans la mise en tourisme de la rivière Ardèche est le mouvement d’opinion autour de l’aménagement hydrolique des gorges de l’Ardèche (Duval, 2007a). La montée des protestations face à la volonté de créer un barrage à la sortie des gorges de l’Ardèche (ce qui aurait conduit à leur ennoisement) mènent au classement du pont d’Arc en 1931 au titre de la loi du 2 mai 1930 visant à protéger les monuments et sites possédant une valeur artistique, historique, scientifique, légendaire ou



**Figure 12 : Les débuts de la navigation touristique dans les gorges de l’Ardèche**

- 1 : peinture (1905) représentant les débuts de la navigation touristique dans les gorges de l’Ardèche en compagnie des bateliers ;
- 2 : carte postale (1907) du pont d’Arc vu depuis la plage aval, en premier plan, les bateliers ;
- 3 : plaquette du syndicat d’initiative du Vivarais Méridional (créé en 1904) promouvant la descente des gorges depuis la plage amont du pont d’Arc ;
- 4 : carte postale (1907) présentant l’embarquement pour la descente des gorges.

pittoresque (Duval, 2007a). Ce classement est suivi en 1943 par l'inscription de gorges de l'Ardèche à l'Inventaire des Sites. Ces inscriptions et classements marquent un tournant : la valeur patrimoniale du pont d'Arc et des gorges est reconnue officiellement. S'ensuit un intérêt accru pour ces sites : la commune vallonnaise change de nom pour devenir « Vallon-Pont-d'Arc » en 1946 et la rivière concentre les activités. D'espace naturel, puis lieu patrimonial, le pont d'Arc et la rivière encaissée de l'Ardèche deviennent des ressources majeures pour le tourisme sud ardéchois. Un glissement des principaux atouts attractifs du territoire s'est opéré : de la ressource eau en tant que support de soins thermaux, la rivière Ardèche, dans sa partie méridionale, devient un espace de loisirs aquatiques (fig. 13).



**Figure 13 : Glissement des dynamiques touristiques**

*Le pont d'Arc et la grotte de Saint-Marcel ont constitué dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle des curiosités naturelles et des lieux d'excursions pour les curistes au même titre que le Mont-Gerbier de Jonc, la cascade du Ray Pic ou les bois de Païolive. L'invention des gorges de l'Ardèche en tant qu'espace de loisirs récréatifs au milieu du XX<sup>e</sup> siècle favorise la diffusion et la fixation des flux touristiques autour du canyon et de Vallon-Pont-d'Arc.*

L'activité « descente des gorges » connaît une mutation importante avec l'essor de nouvelles innovations techniques tel que le polyéthylène, qui offre la possibilité de construire des bateaux en plus grand nombre, plus légers, plus maniables et surtout, moins onéreux. L'activité des bateliers périclité parallèlement à l'autonomisation de la descente des gorges : le premier loueur de canoës de Vallon ouvre ses portes en 1958. Sur le territoire des gorges de l'Ardèche, dix loueurs étaient installés en 1976 et 31 en 1985 (Duval, 2007a). Aujourd'hui, sur le seul territoire communal de Vallon-Pont-d'Arc, on trouve plus d'une trentaine de loueurs, et l'ensemble du territoire ardéchois comptabilise près de 70 enseignes de location de canoës-kayaks.



Selon l'observatoire départemental du tourisme de l'Ardèche (ADT), et leur synthèse de 2009 (encadré 1) sur « les activités sportives de nature au cœur de l'économie touristique de l'Ardèche », le département se situerait maintenant en 2<sup>ème</sup> position nationale en matière de sports d'eaux vives, derrière les Hautes-Alpes.

**Encadré 1 : « Les activités sportives de nature au cœur de l'économie touristique », par l'Observatoire départemental de l'économie touristique, 2009.**

Ce document édité en 2009 par l'Agence Départementale du Tourisme (ADT) de l'Ardèche est une synthèse du résultat de trois études :

- L'étude de positionnement concurrentiel de l'Ardèche Sports et Loisirs de Nature : cette étude vise à positionner l'image actuelle de l'Ardèche en tant que territoire support d'activités sportives dites « de nature » (sports d'eaux vives, randonnée pédestre, VTT, cyclotourisme...) par rapport à ses concurrents et à identifier les potentialités du territoire pour la pratique de ces sports. Elle a été menée par le Comité Départemental du Tourisme et par les cabinets Altimax et Alterespaces en 2007 selon un protocole en deux étapes : 1/ des entretiens avec des experts des sports concernés et 2/ enquêtes auprès des pratiquants réguliers pour avoir un élément comparatif.

- L'étude clientèle de l'ADT de 2005 : tous les cinq ans, l'ADT mène une enquête de grande envergure pour connaître les tendances et la motivation de la fréquentation touristique. Elle est menée par l'ADT et couvre une période allant de Pâques à Toussaint. Il s'agit d'enquêtes menées auprès de la population touristique du territoire ardéchois. Pour réaliser la synthèse de 2009, l'analyse a été ciblée autour des pratiquants des activités sportives identifiées. Cette enquête sera présentée plus en détail dans l'encadré 2 (page suivante).

- L'étude des déplacements des rhonalpins en Rhône-Alpes : il s'agit d'une enquête menée par la MITRA auprès de 4000 foyers pour connaître les déplacements des rhonalpins en terme de séjours et d'excursion.

Selon cette même synthèse de 2009, les sports d'eaux vives en Ardèche représentent plus de 40 % des parts du marché régional et « l'ensemble des dépenses générées par les touristes ayant pratiqué l'activité canoë-kayak pendant leur séjour s'élève à plus de 90 millions d'euros » (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2009, p. 11). Ce chiffre doit être relativisé : il s'agit des dépenses générales des touristes, et non des dépenses uniquement liées à l'activité canoë-kayak. Pour mieux connaître l'impact de cette activité en terme économique, il pourrait être plus pertinent de calculer les dépenses réelles attribuées au canoë, sans les inclure dans une approche globale qui ne permet pas de saisir les spécificités des dépenses. Les résultats de cette étude peuvent nous sembler surprenants, notamment en ce qui concerne la place nationale du département pour cette activité ; cette étude présente les Hautes Alpes et l'Ardèche en première position alors que dans le même temps, d'autres départements revendiquent la prédominance de cette activité. Ainsi, selon le Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne, le département « se situe [...] au tout premier rang des départements français pour la pratique du canoë de loisirs » (Périgord tourisme Dordogne, la lettre du tourisme, novembre/décembre 2013, p. 9). Ces résultats divergents questionnent la fiabilité de ce type d'étude ; ils nous permettent cependant de saisir l'importance qui est donnée à cette activité et à l'espace rivière dans le fonctionnement du tourisme sud ardéchois.

L'étude clientèle menée par l'Observatoire départemental de l'économie touristique en 2010 et éditée en 2012 (encadré 2) précise qu'à l'échelle départementale, le canoë-kayak est pratiqué par 18,7 % des touristes et à l'échelle « Ardèche plein Sud » par 36,6 %. En considérant seulement le canoë, l'espace rivière est donc le support de plus d'un tiers des activités pratiquées.

**Encadré 2 : les études clientèles de l'Agence Départementale du Tourisme de l'Ardèche**

Deux études similaires ont été conduites en 2005 et 2010 sur l'ensemble des visiteurs passant au moins une nuit sur le territoire ardéchois. Ces enquêtes ont été menées auprès de visiteurs de plus de 15 ans sélectionnés de manière aléatoire sur de nombreux sites ardéchois marchands (sites touristiques, festival, terrasse de café) et non marchands (sites naturels, villages...). Ces entretiens ont été menés en face-à-face entre Pâques et Toussaint, aussi bien en semaine qu'en week end. L'enquête a également été réalisée par les offices de tourisme qui invitaient leurs visiteurs à remplir le questionnaire.

Concernant l'enquête de 2010 (celle qui sera majoritairement utilisée dans le présent manuscrit), elle a été éditée en 2012 sur la base de 2199 enquêtes auprès des « touristes ». Les résultats sont analysés selon la saison (début de saison : avril à juin / haute saison : juillet-août / arrière saison : septembre-octobre) et selon le Territoire d'Accueil et de Consommation Touristique (TACT) : Ardèche Verte, Ardèche Plein Cœur, Sources et Volcans d'Ardèche, Ardèche Plein Sud.

Ces enquêtes abordent 5 grands thèmes : 1/ le profil de la population touristique ; 2/ le comportement des touristes ; 3/ les facteurs d'attractivité ; 4/ les opinions des touristes et leur satisfaction ; 5/ la consommation touristique.

Cependant, l'importance de cette activité peut être relativisée notamment en terme de motivations. En effet, cette même étude montre le canoë kayak est une activité motivant le déplacement pour seulement 15,8 % des personnes interrogées sur le territoire « Ardèche Plein Sud ». Nous sommes là face à un paradoxe entre l'activité pratiquée et l'activité déterminante pour le choix de la destination : il existe un décalage entre les motivations et les pratiques. Ce décalage vient d'ailleurs minorer les résultats de la synthèse sur les activités sportives de nature présentée précédemment, lorsque l'on sait que, au niveau départemental, seulement 7,7 % des personnes se déplacent en Ardèche spécifiquement pour cette activité canoë-kayak (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012).

La rivière n'est pas seulement le support de l'activité canoë, c'est également un espace fortement fréquenté par les baigneurs. Selon l'étude clientèle de l'Observatoire départemental de l'économie touristique (2012), 45,3 % des personnes interrogées sur le territoire « Ardèche Plein Sud » ont déclaré avoir pratiqué l'activité « baignade en rivière ». Certaines plages le long de la rivière, notamment la plage du pont d'Arc, sont prises d'assaut dès les premières chaleurs. Entre parasols, jeux et serviettes de plages, ces espaces prennent des allures de côte d'Azur. Il existe très peu de zones de baignades surveillées (une à Salavas en amont des gorges et une à Saint-Martin-d'Ardèche à la sortie des gorges). Les lieux de baignade sont également limités dans les gorges du fait des difficultés d'accès. Les baigneurs se concentrent donc sur certains points de baignade, notamment de part et d'autre du pont d'Arc ou encore, par exemple, au « trou de la Lune » dans la vallée de l'Ibie. Une grande partie de ces sites de baignade se situe sur des terrains privés. Cela peut poser des problèmes de responsabilité juridique en cas d'accident. Les propriétaires peuvent choisir de fermer l'accès à la plage ou de le rendre payant, comme cela a été le cas durant l'été 2012 sur les plages amont et aval du pont d'Arc (cf annexe x). Cela peut poser des problèmes d'accès à l'espace public qu'est la rivière et crée des conflits locaux.

Le partage de l'espace rivière entre les canoës et les baigneurs est également source de conflits : sur la plage du pont d'Arc par exemple, les canoës accostent au milieu des baigneurs quand ces derniers nagent entre les pagaies et les bateaux (fig. 14).



*Figure 14 : partage des usages parfois difficiles entre les canoës et les baigneurs, plages du Pont d'Arc, été 2011 (photos : Ch. Malgat)*

Dès lors, les pratiques touristiques se concentrent sur l'axe du canyon des gorges de l'Ardèche. La rivière est le support des activités historiques, mais ce n'est pas le seul espace à avoir joué un rôle dans la mise en tourisme du territoire. Le monde souterrain et les grottes touristiques aménagées ont également été des catalyseurs de la mise en tourisme du territoire des gorges de l'Ardèche.

*ii. Les paysages souterrains, grottes et avens*

Le paysage souterrain et les grottes des gorges de l'Ardèche ont contribué à la mise en tourisme du territoire sud Ardéchois. Ces « *espace[s] mystique[s], empreint[s] de nombreuses légendes plus effrayantes les unes que les autres* » (Biot, 2006, p. 13), sont mis en tourisme en France à partir de 1890. Peu avant la seconde guerre mondiale, l'hexagone compte trente-huit grottes touristiques et en 1976, on en dénombre 84 (id.). En 2013, plus d'une centaine de grottes (109) sont ouvertes au public (dont grottes dites « préhistoriques »), accueillant entre quatre et cinq millions de visiteurs par an, ce qui fait de la France la première destination « souterraine » européenne<sup>24</sup>. Cette offre est structurée par l'Association Nationale des Exploitants des Cavernes Aménagées pour le Tourisme (ANECAT), fondée en 1962. Le 12 et 13 avril 2014 ont été organisées les premières « journées nationales des grottes touristiques » pendant lesquelles près de 90 cavités ont proposé des activités spécifiques autour du patrimoine souterrain.

24 [www.grottes-en-france.com](http://www.grottes-en-france.com), consulté février 2015

La grotte de Saint-Marcel, située à la sortie des gorges, a fait figure de curiosité touristique pour les curistes dès sa découverte, en 1838. Bien avant la popularisation du pont d'Arc, la grotte de Saint-Marcel était la visite phare proposée par les centres de soins thermaux. Il existe une corrélation entre la mise en tourisme des grottes et le thermalisme : « *dans les massifs calcaires, les grottes et les gouffres figurèrent plus souvent qu'à leur tour dans la liste des attractions proposées* » aux curistes et à leur famille (Gauchon, 1997, p. 118). D'abord accessible par la rivière depuis Saint-Martin d'Ardèche, ce site a participé à l'invention des gorges de l'Ardèche en tant que lieu touristique (Duval, 2007a).

Entre 1949 et 1969, cinq grottes ont été ouvertes sur le territoire sud ardéchois à des fins d'exploitation commerciale. Mais c'est « *la construction de la route touristique des gorges de l'Ardèche en 1968 (qui) a contribué à la dynamique de développement du tourisme souterrain dans ce département* » (Biot, 2006, p. 28).

Une carte nautique éditée en 1970 et accompagnant le téméraire dans sa descente des gorges de l'Ardèche, présente également les atouts du territoire vallonnais, dont les richesses souterraines du territoire. Près de 40 grottes y sont répertoriées : des grottes ouvertes au public, celles qui ne le sont pas (grotte des Deux Avens par exemple), des grottes à concrétions ou non, ou encore des cavernes marquées par l'occupation préhistorique, qu'elles se visitent (Ebbou), ou non (grotte du Colombier). Cet inventaire minutieux montre l'intérêt des grottes dans le tourisme sud-ardéchois et la complémentarité qui existe entre la rivière et le monde souterrain. Les deux activités (descente des gorges et visite des grottes) se situant dans ces espaces sont étroitement liées et leurs dynamiques sont co-évolutives : « *aussi loin que remontent les descriptions de la Basse-Ardèche, deux types de sites semblent concentrer toute l'attention : le pont d'Arc et les grottes* » (Gauchon, 2009, p. 81). Ces sites ont un dénominateur commun : la rivière Ardèche, fil conducteur à la fois géologique, paysager et touristique.

Aujourd'hui, il existe 2 grottes et 3 avens valorisés à des fins touristiques (fig. 15).



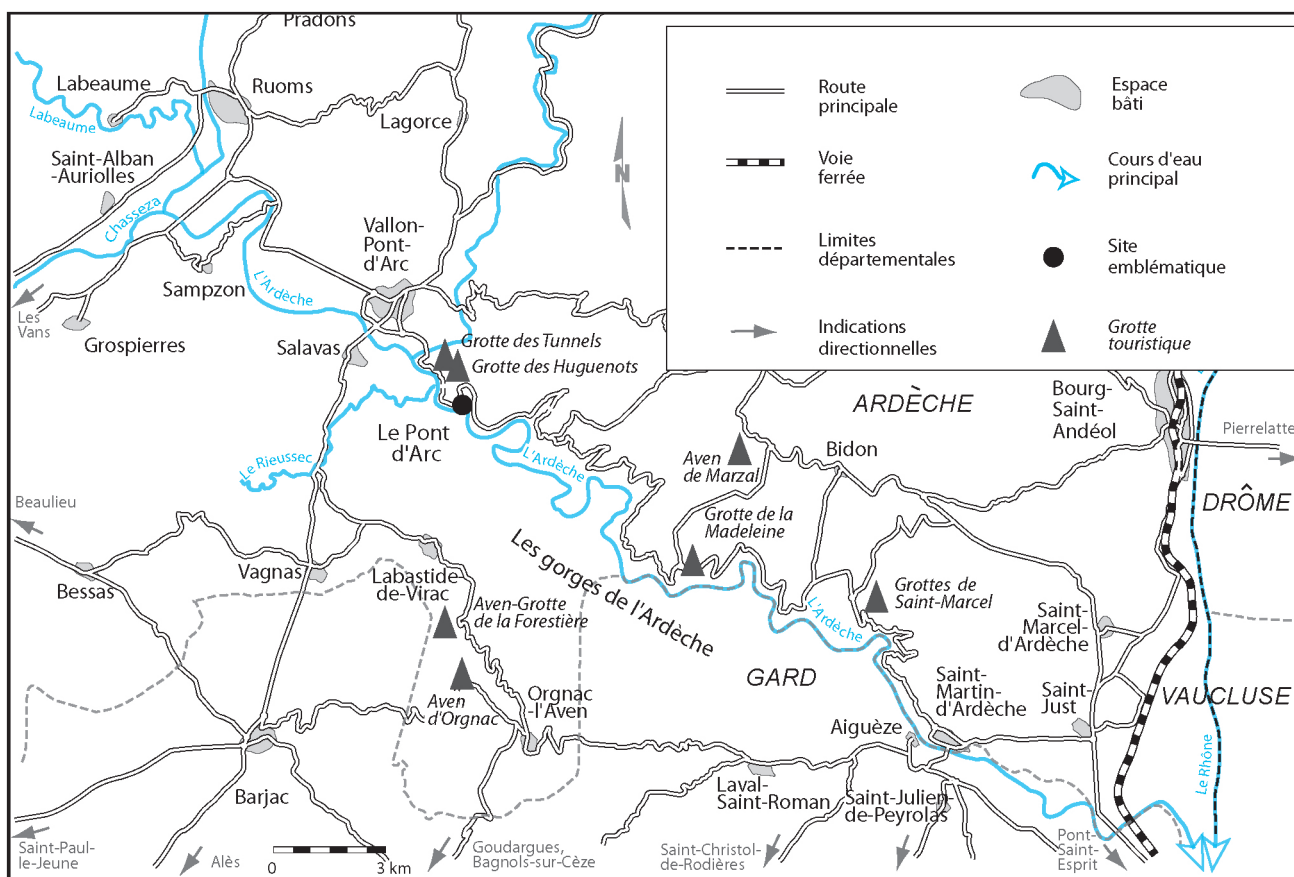


Figure 15 : carte de localisation des grottes touristiques du sud Ardèche (source : M. Duval, 2007a)

Abritées dans les falaises du canyon, il existe aujourd’hui deux grottes aménagées à des fins touristiques : la grotte de Saint-Marcel et la grotte de la Madeleine.

– la grotte de Saint-Marcel : découverte en 1838, la grotte de Saint-Marcel était déjà aménagée lors de la visite d’E.A Martel en 1892 (sentiers, échelles métalliques, passerelles, escaliers). Dans son guide des grottes touristiques de 1970, Pierre Boulanger présente la visite comme « longue (environ 4 heures) mais elle dispense de telles joies esthétiques que l’on ne regrette absolument pas le temps passé sous terre » (p. 211). En 1988, afin de respecter les réglementations de la récente Réserve Naturelle des gorges de l’Ardèche, un tunnel d’accès a été aménagé et permet d’accéder directement aux salles identifiées comme d’intérêt touristique. Une sélection de ce qui est mis en valeur est effectuée : depuis la réouverture en 1989, la visite se concentre sur un point particulier de la grotte, la cascade de goure (fig. 16). La visite a été réduite à une heure, probablement pour augmenter les flux et donc le nombre de visiteurs. Le

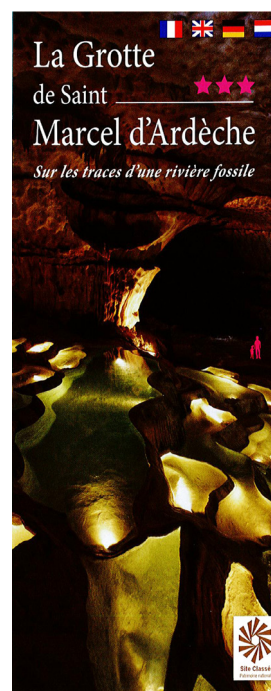


Figure 16 : Dépliant de la grotte de Saint-Marcel-d’Ardèche

parcours de visite se développe sur 600 mètres et un son et lumière a été installé au niveau de la cascade de goure. Les gestionnaires de la cavité ont également cherché à diversifier leur offre, en proposant des visites spéléologiques et des GPS multimédias pour guider le visiteur sur « le chemin de la grosse pierre », parcours fléchés extérieur de 2 km 800 permettant d'accéder à un dolmen. Là encore, en plus de l'utilisation de la peinture de la Vache présentée en amont, le caractère préhistorique du territoire des gorges de l'Ardèche est mobilisé à des fins touristiques.

– La grotte de la Madeleine : cette grotte a été aménagée en 1952 à l'initiative de MM. Jouve et J. Trébuchon (Boulanger, 1970). Mais c'est à partir de 1969 et l'ouverture de la route touristique des gorges de l'Ardèche que cette grotte s'inscrit dans le paysage touristique du sud Ardèche (Biot, 2007). À cette date, la commune de Saint Remèze, qui est alors propriétaire de la grotte, aménage une partie nouvellement découverte (id.). Aujourd'hui, la visite guidée d'une heure se déroule sur 1 km aller-retour et un son et lumière a été installé (fig. 17). Depuis 1994 la maison de la réserve naturelle des gorges de l'Ardèche, qui présente le patrimoine naturel des gorges à des fins de sensibilisation a été aménagée sur le site. Un sentier botanique a également été mis en place pour permettre aux visiteurs de découvrir l'environnement durant sa déambulation sur le site. Un belvédère, offrant à voir les gorges de l'Ardèche, a également été aménagé.

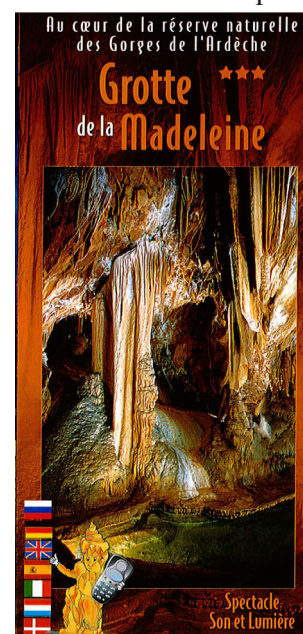


Figure 17 : dépliant de la grotte de la Madeleine

D'autres grottes ont fait l'objet d'une fréquentation touristique à l'entrée des gorges de l'Ardèche : la grotte des Huguenots et la grotte des Tunnels. Ces deux grottes ont été fermées (années 2000), leur visite présentant un moindre intérêt par rapport aux deux autres grottes présentées ci-dessus. Concernant la grotte des Huguenots, elle accueillait depuis 1972 une exposition sur la grotte et son utilisation préhistorique. Les visites de la grotte et de l'exposition ont été interrompues en 2007 et depuis 2009, elle est passée en régie communale suite à une convention passée entre la mairie de Vallon-Pont-d'Arc, le CESAME (Centre Eclairéur de Spéléologie et d'Archéologie du Mézelet) qui était gestionnaire de l'exposition, et les propriétaires. La commune de Vallon-Pont-d'Arc s'est alors engagée à assurer la protection et l'entretien du site qui « ne peut être destiné qu'à des activités culturelles, archéologiques, spéléologiques, scientifiques et éducatives, telles que celles, réalisées dans le passé, par le CESAME. Il pourra, en particulier, être mis à la disposition des associations vallonnaises partageant les mêmes objectifs » (A. A., 2009, p. 2). Cet extrait de la convention atteste de la sensibilité archéologique qui se met en place sur le territoire : les différents acteurs cherchent à valoriser le patrimoine préhistorique et archéologique afin d'affirmer l'identité culturelle du territoire. Ce dernier point sera davantage développé dans la suite du chapitre.



L'espace touristique souterrain est également marqué par la présence de nombreux avens de part et d'autre de la rivière, dont trois ont été aménagés à des fins touristiques : l'aven-grotte de la Forestière et l'aven d'Orgnac en rive droite et l'aven Marzal en rive gauche.



Figure 18 : dépliant de l'aven-grotte de la forestière

– L'aven-grotte de la Forestière : découvert en 1966, cet aven est aménagé et ouvert au public en 1967. La visite se déroule dans une seule salle où pendent des racines d'arbres (fig. 18). À l'extérieur du site, le visiteur peut découvrir une exposition de fossiles du monde et partir à la découverte de l'environnement de la grotte grâce à trois sentiers de randonnée.

– l'aven d'Orgnac (fig. 19) : découvert et exploré courant août 1935 par Robert de Joly, l'aven d'Orgnac est aménagé et ouvert au public le 11 juillet 1939 (Duval, 2007a). Géré par la commune, ce site a fait l'objet d'une procédure d'Opération Grand Site<sup>25</sup>



Figure 19 : dépliant de l'aven d'Orgnac

(OGS) à partir de 2000 afin de requalifier le site et le circuit touristique souterrain et bénéficie depuis 2004 du label « grand site de France ». Un musée régional de la préhistoire a été inauguré sur le site en 1988 et rénové pour devenir la « Cité de la préhistoire » en 2014 (chapitre 4). Un son et lumière a été mis en place dans la salle Rouge en 2002 (son et lumière modifié en 2008) et des visites spéléologiques sont proposées depuis 1999 pour découvrir le réseau non aménagé d'Orgnac-Issirac (la « randonnée souterraine » d'une durée de 4 heures et « l'odyssée souterraine » de 8 heures). Il est également possible de découvrir la salle de Joly depuis les parois et plafonds de l'aven depuis 2008 grâce au « vertige souterrain » et sa main courante<sup>26</sup>.

– L'aven Marzal : situé en rive gauche de l'Ardèche, cet aven a été découvert une première fois par E-A Martel en 1892. L'orifice du gouffre fut ensuite bouché et ce n'est que le 27 mars 1949 qu'il fut redécouvert par Pierre Ageron. Il a été aménagé et sa première partie a été ouverte en 1951<sup>27</sup>. Un escalier sur mesure de 380 marches a été installé par P. Ageron pour une hauteur de près de 40 mètres. Il permet d'accéder à la visite de 50 min, agrémentée d'un son et

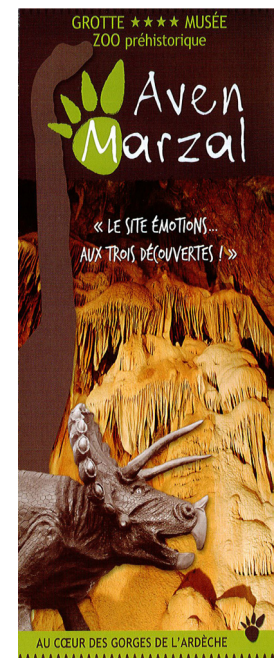


Figure 20 : dépliant aven Marzal

25 Les Opérations Grand Sites ont été mise en place dès 1980 et vise à requalifier les sites classés. Ces OGS seront présentés plus précisément dans le chapitre 5.

26 [www.orgnac.com](http://www.orgnac.com), consulté février 2015

27 [www.aven-marzal.com](http://www.aven-marzal.com), consulté février 2015

lumière. La visite de l'aven peut être complétée par la visite du « zoo préhistorique », ouvert en 1983, présentant des dinosaure à l'échelle 1 (fig. 20), et par le musée du monde souterrain, mis en place dans les années 1970, présentant l'histoire de la spéléologie.

La présentation de l'ensemble des grottes et avens touristiques souligne la standardisation qui s'opère dans les visites de cavités aménagée. Cela illustre ce que nous avons précédemment évoqué concernant les différents types de diversification (chapitre 1, p. 34). Pratiquement l'ensemble de ces sites aménagés proposent désormais un son et lumière, standardisant l'offre. Les gestionnaires des grottes touristiques procèdent ainsi à une forme de diversification annexe plutôt qu'innovante. Certaines cavités, comme la grotte de la Salamandre ouverte récemment dans le nord du Gard, ne proposent plus que des visites agrémentées par un son et lumière. L'ensemble de cette grotte fait l'objet d'illuminations. En plus de ces sons et lumières, les grottes touristiques proposent de plus en plus des activités connexes à la visite du site, comme les chemins de découverte ou les expositions. Les visites spéléologiques enrichissent également l'offre de ces sites. Cela démontre la volonté des gestionnaires de se démarquer et d'élargir le panel de leur offre. Ces tentatives de différenciation peuvent être considérées comme des démarches de diversification annexes, où la ressource « grotte » est mobilisée comme le support de nouvelles activités.

### *iii. Les falaises et le plateau*

En plus de ces grottes touristiques aménagées, les falaises des gorges de l'Ardèche abritent un panel de grottes dans lesquelles peut se pratiquer la spéléologie. Si cette pratique reste marginale (seules trois personnes ont déclaré avoir pratiqué cette activité lors de notre enquête de 2011 (encadré 3, p. 93), elle reste néanmoins une spécificité de l'offre sud ardéchoise. En vue de se diversifier, de nombreux loueurs de canoë proposent de multiples activités, dont la spéléologie. La pratique de la spéléologie est encadrée par un partenariat passé entre le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche (SGGA) et le comité départemental de spéléologie, à des fins de protection des espèces cavernicoles. Dans ce cadre, certaines grottes sont interdites d'accès pendant la période d'hibernation des chauves-souris.

Les falaises des gorges de l'Ardèche sont également le support de la pratique de l'escalade et ce, dès les années 1970. Sur la quarantaine de sites existants, 10 sont inscrits au PDESI (Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires relatifs aux sports de nature). Depuis 1997, la pratique de l'escalade et l'ouverture de nouvelles voies sont encadrées par une convention signée entre le Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche (SGGA) et le CDFME 07 (Comité Départemental de la Fédération Française de la Montagne et de l'Escalade). L'escalade dans les gorges de l'Ardèche est ainsi soumise à la réglementation de la réserve et seuls quelques sites sont autorisés pour la pratique de cette activité. Certains de ces sites font l'objet d'une interdiction temporaire selon les périodes de nidification des espèces protégées (aigle de Bonelli par exemple).

L'encadrement de la spéléologie et de l'escalade marque la volonté des acteurs de la réserve de concilier la protection de l'environnement et son utilisation. Les falaises sont ainsi le support d'activités touristiques et cet espace participe en partie au fonctionnement touristique du territoire sud ardéchois.

Le plateau encadrant les gorges est lui aussi fréquenté par la population touristique. La transition entre les falaises et le plateau de la rive gauche de l'Ardèche est marquée par la présence de la route touristique de gorges de l'Ardèche (RTGA). Ouverte en 1969, cette route touristique offre à voir les gorges de l'Ardèche depuis un autre point de vue que la rivière. Permettant de découvrir les gorges depuis le plateau, cette route permet également de capter les flux depuis la vallée du Rhône (Duval, 2007a).

Cette route de près de 25 km a fait l'objet d'une requalification en 2009-2010, dans le cadre du Pôle d'Excellence Rurale « conforter les points forts du territoire en requalifiant les principaux sites patrimoniaux ». L'objectif de cette action visait à redonner à la RTGA sa fonction d'interprétation du territoire, notamment par un traitement paysager et par l'aménagement muséographique des onze belvédères retenus. Les bords de route ont été empierrés afin d'éviter le stationnement anarchique et la scénographie des belvédères présente la biodiversité de la réserve. Fréquentée à hauteur de 1,2 millions de visiteurs (plaquette rtga, cg), cette route est un des axes névralgiques du territoire. Sa requalification n'empêche pas un certain nombre de dysfonctionnements : le stationnement désormais limité incite les usagers à s'arrêter en bordure de route ce qui peut poser des problèmes de sécurité. De plus, cette route est empruntée par les loueurs de canoës qui remontent leur embarcation à Vallon-Pont-d'Arc et le croisement avec les autres véhicules est parfois délicat. Nous verrons lors de la présentation de l'Opération Grand Site que cette route cristallise certaines tensions et est support d'autres enjeux que les simples enjeux de fréquentation touristique (chapitre 4).

Le plateau encadrant les gorges de l'Ardèche est également le support d'activités de randonnée pédestre et VTT. Sur la rive droite de l'Ardèche, le chemin de Grande Randonnée (GR 4) permet de parcourir la garrigue du plateau, tout comme ses variantes de la rive gauche (GR 4F, GR 42...). Le territoire est couvert par un important réseau de sentiers de randonnée et, selon l'étude clientèle 2010 de l'ADT, 26,6 % des touristes interrogés à l'échelle Ardèche Plein Sud ont déclaré avoir pratiqué l'activité randonnée sur des sentiers balisés. Le VTT est une activité de moindre ampleur. S'il existe des chemins aménagés pour cette pratique, l'enquête 2010 de l'ADT montre que seules 7,4 % des personnes interrogées ont affirmé avoir pratiqué cette activité.

Les activités touristiques principales du sud Ardèche s'organisent autour des quatre espaces composants la région des gorges de l'Ardèche : la rivière, le monde souterrain, les falaises et le plateau. Diffuse sur les plateaux (hormis les sites ponctuels des avens touristiques), la fréquentation se concentre au niveau de la rivière (fig. 21).

Le fil conducteur de la fréquentation et de la valorisation de ces trois espaces est sans aucun doute les paysages. Les sites naturels et les paysages sont pour 46,8 % des personnes

interrogées par l'ADT en 2010, le critère déterminant de leur venue sur le territoire Ardèche Plein Sud. Le pont d'Arc et les gorges de l'Ardèche sont aujourd'hui les images d'Épinal du territoire et participent largement à sa promotion.

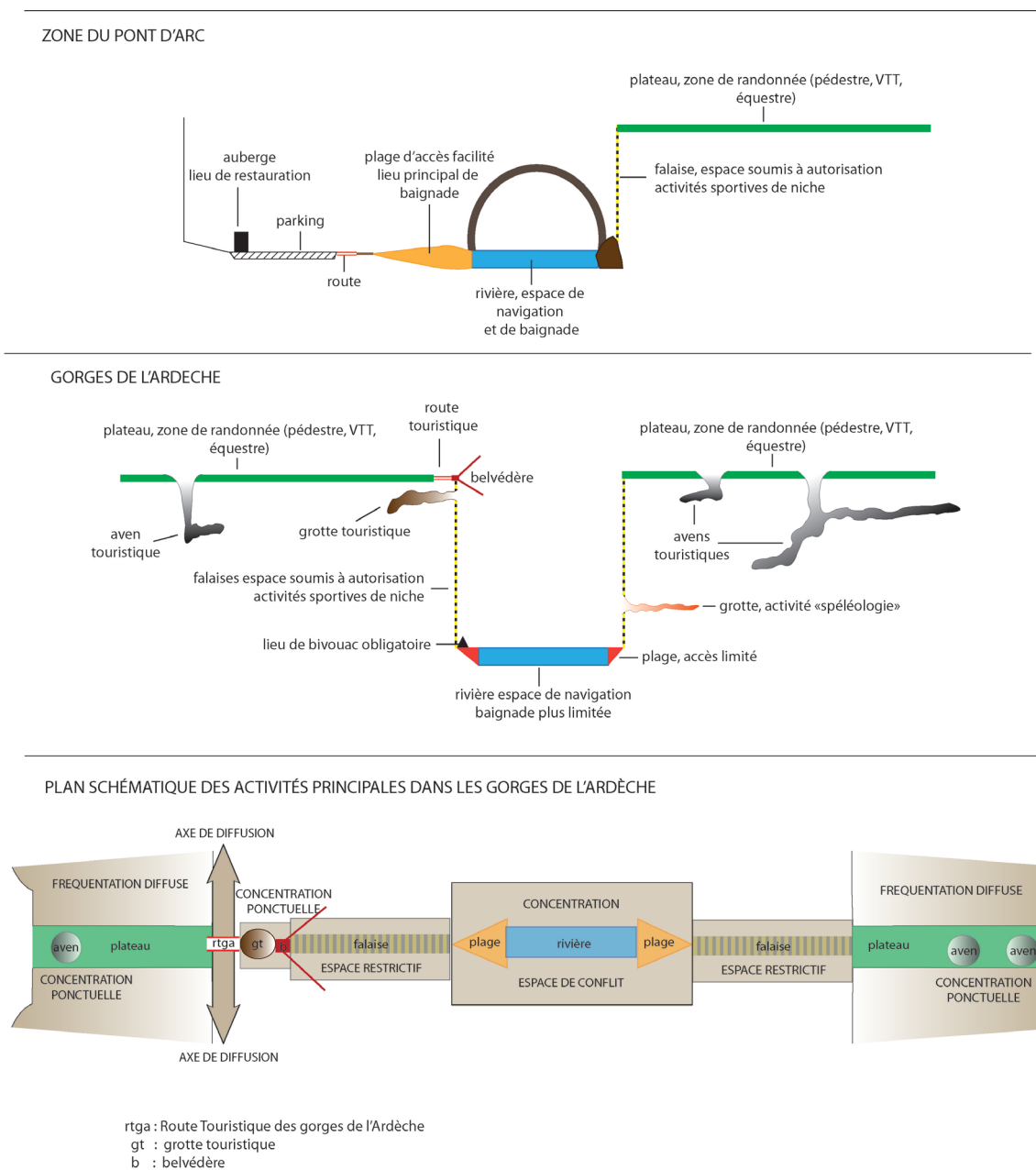


Figure 21 : coupe topographique des activités touristiques dans les gorges de l'Ardèche

Dans la zone du pont d'Arc, les activités se partagent entre l'espace plage / rivière en rive gauche et les falaises / le plateau en rive droite. Les plages amont et aval du pont d'Arc sont les lieux principaux de baignade car ce sont les plus faciles d'accès. La rivière supporte à la fois les activités de baignade et de navigation, même si la baignade est plus limitée dans les gorges (accès plus difficile). La superposition de ces activités sur l'espace rivière y concentre la fréquentation, et est vectrice de conflit d'usage mais aussi de pressions environnementales sur le milieu aquatique. Les falaises sont le support d'activités plus spécifiques (escalade, spéléologie) dont la pratique est réglementée à des fins de protection du milieu et des espèces. De ce fait, nous considérons les falaises comme un espace restrictif, à la fois par les réglementations mais également par les pratiques en elles-mêmes, qui peuvent être considérées comme des pratiques de niche. En rive gauche, la route touristique marque la transition entre les falaises et le plateau. Cet axe de diffusion permet de lisser la fréquentation tout du long du canyon et de la fixer en des points précis : les belvédères. Les plateaux de la rive gauche et de la rive droite sont le support d'activités plus diffuses : la randonnée pédestre et le VTT. Ces espaces sont marqués par des zones de concentration ponctuelle, au niveau des avens touristiques.



Si l'environnement apparaît comme le support principal des activités de pleine nature, le patrimoine culturel ardéchois représente également un support des pratiques touristiques.

### 2.2.1.2. *Un tourisme culturel présent*

La visite de sites dits « culturels » est une pratique inscrite dans le tourisme ardéchois. Selon l'enquête 2010 par l'observatoire départemental de l'économie touristique de l'Ardèche, 82,8 % des personnes interrogées ont déclaré, entre autres, avoir pratiqué un loisir culturel. Pour l'essentiel, cette dimension culturelle est liée à la visite de villes ou villages : 73,5 % des touristes interrogés disent avoir, entre autres, pratiqué cette activité (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012). Ce taux important de pratique culturelle associée à la visite de villages est lié aux choix qui ont été faits en terme de valorisation du patrimoine culturel. En effet, certains villages ardéchois ont été mis en avant à partir de 1996, date à laquelle le Conseil général lance l'opération « village de caractère ». Cette démarche vise trois objectifs : 1/ protection et valorisation des villages « à fort caractère identitaire »<sup>28</sup> ; 2/ créer un produit d'appel mettant en avant la valeur culturelle du département ; 3/ intégrer ces villages dans un réseau et structurer l'animation (id.). Cette démarche de labellisation marque les prémices de la volonté politique de mettre en place et de structurer une offre culturelle, laquelle s'inscrit dans la continuité de la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (Duval, 2007a). En 2014, 19 villages sont labellisés « villages de caractère » (fig. 22).

Cette offre n'est pas spécifique au département ardéchois. De nombreux autres départements valorisent des « villages de caractère » (Loire, Charente, Gard) dans la lignée des « plus beaux villages de France ». La multiplication de ces démarches tend à la standardisation de ce que doit être un village de caractère : rues pavées, pierres apparentes, constructions typiques reflétant une période historique, même si cette standardisation est à minorer compte tenu des caractéristiques architecturales de chaque région.

Une enquête menée en 2008 par l'Observatoire départemental de l'économie touristique de l'Ardèche conclut par ailleurs que « *les villages ne constituent pas un produit touristique en tant que tel, mais plutôt une idée de visite* » (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2008, np.). À première vue support de diversification innovante, les villages de caractère ne sont en fait qu'une activité annexe et ne sont pas porteurs de réorganisation touristique, même si ces démarches permettent de faire vivre ces petits villages, du moins périodiquement. La reconnaissance de ces villages sous un label promouvant une certaine forme d'authenticité permet d'inclure des séances culturelles dans les séjours des touristes ardéchois. Ils sont également partie intégrante du continuum historique que le département cherche à valoriser (chapitres 4 et 5).

---

28 <http://pro.ardeche-guide.com/villages-de-caractere>

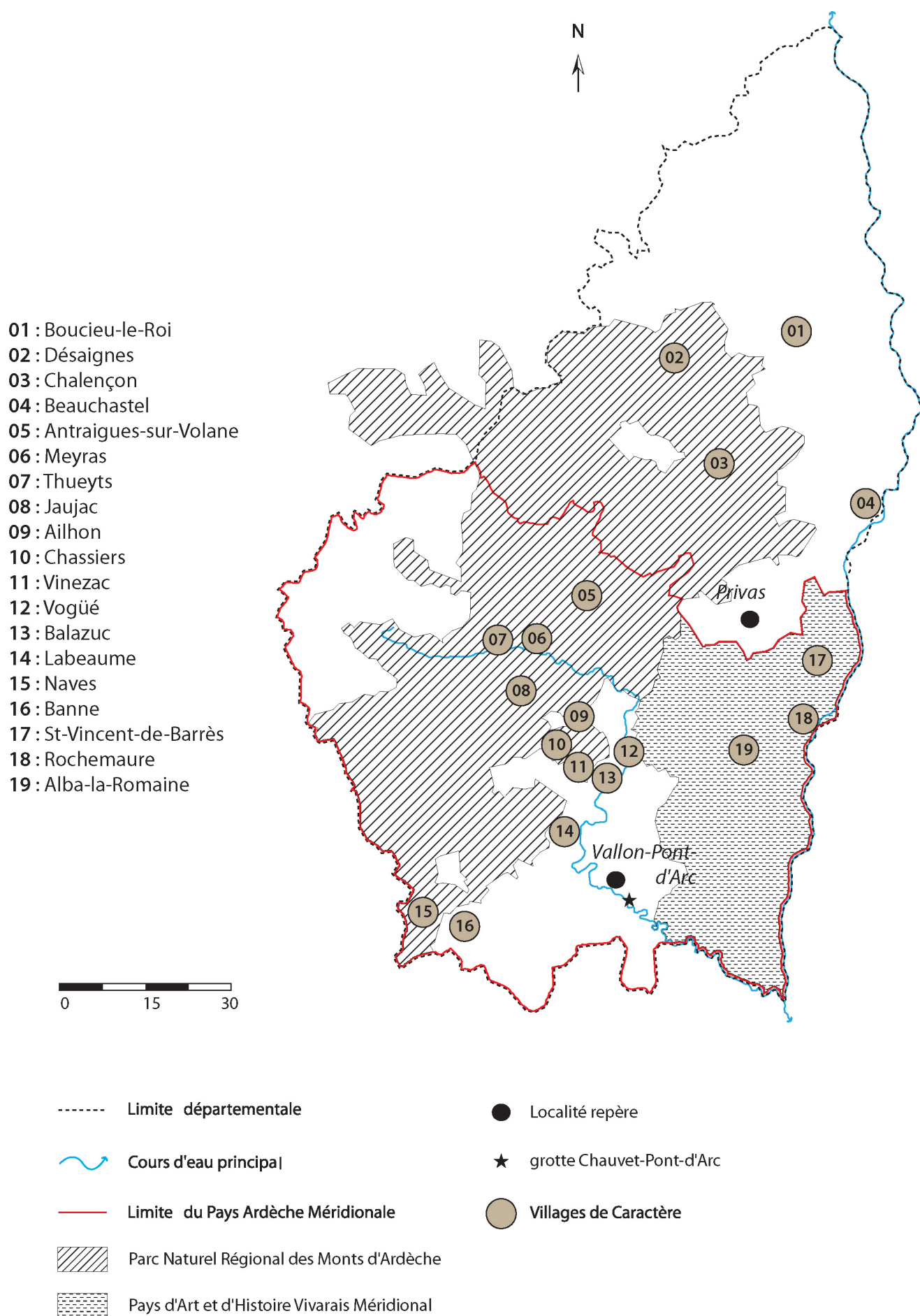


Figure 22 : les Villages de Caractère Ardéchois



Un autre réseau structure en partie l'offre patrimoniale : le réseau Ardèche Loisirs Patrimoine (ALP). Association inscrite au journal officiel le 26 mars 1997, ce réseau regroupe en 2013 trente-cinq sites touristiques et patrimoniaux (fig. 23).

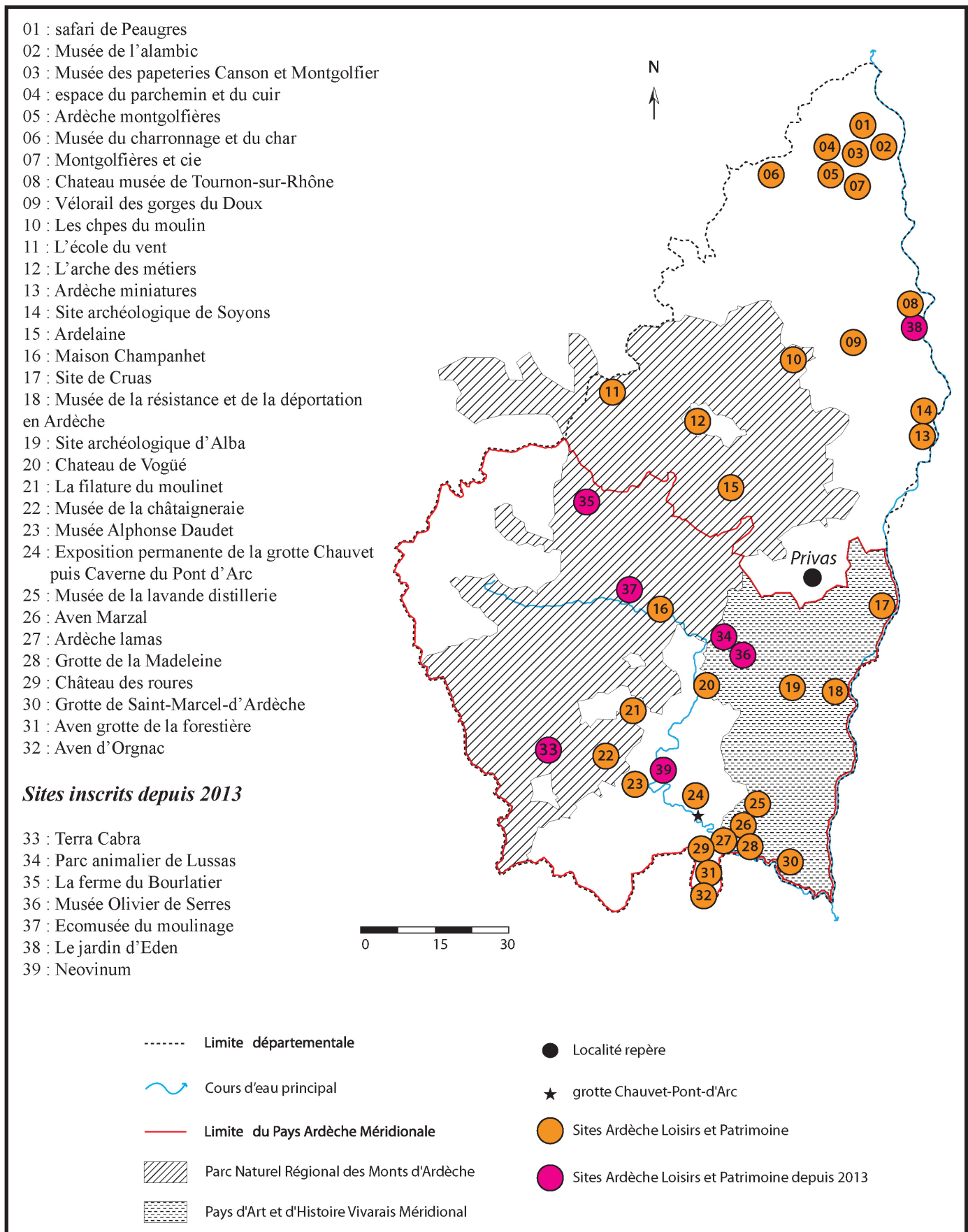


Figure 23 : les sites du réseau Ardèche Loisirs et Patrimoine

En 2013, l'ensemble de ces sites ont reçu un peu plus de 922 000 visiteurs, en sachant que le grand site de l'aven d'Orgnac et le safari de Peaugres ont réuni à eux seuls près de 400 000 visiteurs. Depuis cette date, sept nouveaux sites ont été labellisés. La multiplication des sites reconnus par ce réseau traduit la volonté des acteurs de diversifier leur offre touristique.

L'action principale de cette association réside dans l'édition d'une carte touristique réunissant l'ensemble des sites ALP.

Le réseau est composé de sites variés, couvrant un large panel de « patrimoine » : du safari de Peaugres à l'aven d'Orgnac, en passant par Ardèche miniature, le site archéologique d'Alba ou le château de Voguë, l'offre est très variée. Compte tenu de cette diversité, nous pouvons nous questionner sur ce qui fait « patrimoine » pour les porteurs de la démarche ALP : d'un côté le réseau met en avant des savoir-faire (Ardelaine, musée de la châtaigneraie), des périodes historiques (musée de la déportation et de la résistance, château des Roures), des personnages historiques (musée Alphonse Daudet, le musée de la papeterie Canson et Montgolfier) et de l'autre, il valorise des sites qui ont, à première vue, peu à voir avec un quelconque patrimoine culturel, comme Ardèche lamas !

Se pose alors la question du domaine que recouvre le patrimoine culturel : le chapitre 1 (p. 38) a déjà permis d'aborder la frontière floue qui peut exister entre Nature et Culture. L'enquête menée en 2011 dans le cadre de la recherche doctorale (encadré 3) montre que 42 % des personnes interrogées ont déclaré avoir visité un site culturel, soit 134 répondants.

**Encadré 3 : enquête auprès de la population touristique, été 2011**

Durant l'été 2011, une enquête a été menée dans le cadre de la recherche doctorale auprès des touristes sud ardéchois. Réalisée en face-à-face, ces interviews visaient à connaître les pratiques touristiques en terme d'hébergement et de loisirs. Ces enquêtes avaient également pour objectif de connaître les pratiques culturelles des touristes sud ardéchois, à la fois sur le territoire mais également dans le cadre plus général des vacances. Des questions ont également été posées sur la grotte Chauvet-Pont-d'Arc pour connaître le niveau de notoriété de la cavité au sein de la population touristique sud ardéchoise. Ces enquêtes ont été menées durant la période estivale, sur différents sites touristiques (plage du pont d'Arc, belvédères de la route touristique, village de caractère, parking des sites touristiques, marché...). En tout, 319 personnes ont été interrogées.

Sur ce total, 19,4 % ont cité « une grotte », 10,4 % l'aven d'Orgnac et 4,5 % la grotte de la Cocalière (Gard) quand nous leur avons demandé quels sites culturels ils avaient visités. Ces déclarations questionnent ce qu'est un site culturel pour les visiteurs, sachant qu'une grotte aménagée rentrerait plutôt dans la catégorie patrimoine et ressource naturelle. Cela interroge l'emboîtement des aspects culturels et naturels : est-ce que des sites naturels historiquement inscrits dans les pratiques touristiques peuvent être considérés comme des sites culturels au regard de leur importance dans la culture touristique du territoire ? Cet emboîtement revient à considérer ce patrimoine dans ce que Jean-Pierre Pralong appelle « l'histoire totale », en liant l'aspect patrimoine géo(morpho)logique et patrimoine historico-culturel des grottes aménagées (Pralong, 2009). Le paysage revêt ainsi de plus en plus un caractère culturel plutôt que naturel (chapitre 1). Toujours est-il que cette considération nous renvoie à l'aspect

construit de ce qui fait patrimoine culturel : ce dernier est défini selon l'appropriation qui en est faite, le regard porté sur l'objet et selon l'angle de vue de l'observant. Cette analyse permet d'appréhender les difficultés qui peuvent être rencontrées pour définir ce qu'est le patrimoine culturel. Cela renvoie au caractère obsolète des raisonnements construits sur une opposition entre Nature et Culture.

### 2.2.2. L'hôtellerie de plein-air, le marquage spatial d'une activité estivale

Le caractère prédominant de la ressource paysagère dans le fonctionnement du tourisme sud ardéchois est renforcé par les modalités d'hébergement, principalement marquées par l'hôtellerie de plein-air. En effet, la valorisation et la promotion des ressources naturelles à des fins de développement touristique s'est accompagnée, dès les années 1950 par une dynamique de développement de ce type d'hébergement.

Au début du XX<sup>ième</sup> siècle, le département ardéchois comptabilisait 78 hôtels, représentant 1 800 chambres (Bozon, 1978a). Cette capacité hôtelière était alors concentrée sur les territoires de la montagne ardéchoise (recherche d'air pur dans le Haut-Vivarais, les Cévennes) et dans les villes thermales : « *Vals, Saint-Laurent, Saint-Agrève et La Louvesc concentrent près de la moitié des chambres* » (Bozon, 1978a, p. 357). En 1954, le département comptabilisait 3 700 chambres et un peu plus d'une dizaine de campings. Ce dernier mode d'hébergement se diffuse durant les années 1960-1970 et en 1976, l'Ardèche comptait plus d'une centaine de terrains de campings homologués. À cette même époque, le tourisme s'intensifie et commence à se concentrer autour des gorges de l'Ardèche : en 1976, le territoire du sud Ardèche comptabilisait 4/5 du potentiel d'hébergement en camping, soit plus de 5 000 places réparties en 13 camps (Bozon, 1978a, b). Cette montée en puissance du camping en tant que mode d'hébergement touristique s'inscrit dans une dynamique nationale où « *dès les années 1950, le camping familial rentre dans les mœurs. Le nombre de journées passées sous la tente, plus tard en roulotte rebaptisée caravane, s'élève rapidement, signe que le camping favorise le départ en vacances pour beaucoup de Français* » (Rauch, 2001, p. 603).

D'après « les chiffres clés de l'économie du tourisme en Ardèche » édités par l'observatoire départemental de l'économie touristique en 2011, le département ardéchois comptait en 2010 près de 284 000 lits touristiques (39 % d'hébergements marchands, 61 % d'hébergements non-marchands). Cette même enquête montre la prédominance du camping en tant qu'hébergement touristique principal. L'hôtellerie de plein-air est majoritaire avec 67,20 % de la capacité d'accueil marchande du département. Le développement de ce mode d'hébergement s'est poursuivi ces dernières années, avec une progression de + 4,8 % entre 2005 et 2010 (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2011b). Les hôtels classés ont, dans la même période, vu leur capacité diminuer (- 3,6 % de lits). D'après « l'atlas des équipements touristiques » (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2008a), le sud de l'Ardèche est la zone géographique où l'on compte le plus de lits marchands

en hôtellerie de plein-air avec 69,8 % des campings ardéchois pour seulement 4,2 % de lits marchands en hôtellerie traditionnelle (id.). Cet important contraste dans l'offre d'hébergement entre la capacité d'accueil en hôtellerie de plein-air et en hôtellerie traditionnelle marque et renforce le caractère « nature et plein-air » du système touristique sud ardéchois. La ressource paysagère est le support aussi bien des activités de loisirs que de l'hébergement.

Si en terme d'offre, l'hébergement de plein-air est le plus représenté, en terme de pratiques, les hébergements non-marchands (logement dans la famille/chez des amis, résidences secondaires) sont les plus représentatifs à l'échelle départementale. Selon l'étude clientèle de l'Observatoire départemental de l'économie touristique menée en 2010, l'hébergement chez des parents / amis représente 33,7 % des arrivées et les résidences secondaires 20,3 %. En tout, à l'échelle départementale, ce sont donc 54 % des arrivées qui se font en hébergements non-marchands (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012).

Si « *c'est surtout au cours des années 1960 que prolifère le modèle du village de toile* » (Sirost, 2002, p. 58) en France, le camping connaît depuis les trois dernières décennies des mutations dans la façon de camper et de passer ses vacances en hôtellerie de plein-air. Les terrains de camping ressemblent de plus en plus à des villages vacances où se côtoient des tentes aujourd'hui dimensionnées pour les familles (avec des espaces de vie distincts) et des logements en dur. Cette « *évolution des campings vers un habitat plus confortable et plus lourd va avoir pour effet de fixer les habitudes* » (ib.). Ce qui est valable au niveau national l'est également pour le sud Ardèche où, sur l'ensemble des nuitées (hébergement marchand et non-marchand), l'hébergement en camping avec tente représente 9,4 %, le camping avec caravane 12,2 %, la location de mobile-home, chalet, bungalow 19,2 % et le camping car 1,9 % (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012).

La multiplication des bungalows et mobiles-home peut s'expliquer par l'évolution des pratiques touristiques et par la recherche d'un confort qui, bien que se différenciant du quotidien, permet aux touristes de reproduire leurs habitudes de la vie courante. Cette évolution dans l'offre d'hébergement est également, à notre sens, un marqueur de l'évolution de l'offre sud ardéchoise : cherchant à avancer et à prolonger la saison touristique, les campings sont ainsi accessibles sur les ailes de saison (printemps et automne) et l'hébergement en dur permet en partie de s'affranchir des contraintes climatiques.

La mutation des campings ne s'arrête pas aux modes d'hébergement et « *on délaisse peu à peu le petit commerçant en zone rurale pour installer une économie périphérique sur les terrains de campings eux-mêmes* » (Sirost, 2002, p. 60). Les campings se dotent de supérettes, de restaurants et les campeurs ont de moins en moins besoin de sortir de leur lieu d'hébergement pour accéder aux services. Ces services sont même mis en avant dans la promotion des campings et bien que cette offre se standardise, ils jouent aujourd'hui le rôle d'éléments différenciateurs. La faible mobilité des campeurs à l'extérieur des campings

s'explique par le développement des services et par le fait que certains ont un accès direct à la rivière Ardèche. Certains proposent même un service de location de canoë avec un départ depuis la plage du camping. Les campings fonctionnent comme en vase clos. Cette évolution constitue une limite dans le développement économique de la station touristique : en ayant tout à portée de main sur leur lieux d'hébergement, les clientèles peuvent en venir à limiter leurs dépenses au sein même du village de Vallon-Pont-d'Arc.

La saisonnalité du tourisme dans le sud Ardèche, ainsi que la concentration spatiale, conduisent les acteurs à raisonner en termes de limites et de surfréquentation.

## **2.3. Les limites du fonctionnement touristique : la perception de la surfréquentation**

### **2.3.1. La concentration spatio-temporelle**

#### *2.3.1.1. La concentration temporelle*

Nous avons vu que le tourisme sud ardéchois est principalement marqué par la pratique d'activités de nature, activités entraînant une saisonnalité. Les activités principales telles que le canoë ou la baignade ne peuvent être pratiquées que durant la période estivale. Le canoë est par ailleurs réglementé selon le niveau d'eau : au-delà d'un certain niveau, la navigation est interdite sur le cours d'eau. En automne et durant la période hivernale, ces limites sont régulièrement dépassées, ce qui limite la pratique du canoë pendant les périodes de beau temps, soit au printemps, en été, voire en début d'automne.

Compte tenu des pratiques sport – nature – plein-air qui caractérisent le fonctionnement du tourisme dans le sud Ardèche, la saison touristique s'étend de Pâques à Toussaint. Cette dynamique saisonnière vaut également à l'échelle départementale où « 88 % de la fréquentation annuelle se déroule sur sept mois de l'année, d'avril à octobre »<sup>29</sup>. Pour l'ensemble du département, la haute saison se concentre sur la période de juillet-août et « on peut estimer à un peu plus de 200 000 le nombre de touristes présents sur le territoire ardéchois » (id.) les jours les plus fréquentés.

La sur-représentation de l'hôtellerie de plein-air renforce la saisonnalité du tourisme, ce mode d'hébergement étant principalement accessible pendant la saison estivale, même si nous avons vu que l'évolution des campings offre la possibilité d'y être logé pendant les saisons plus douces. C'est ainsi qu'au niveau départemental, 37 % des nuitées en camping sont réalisées sur la haute saison (juillet-août), 16,9 % en début de saison et 8,8 % durant l'arrière saison (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2011b). La figure 24 montre la différence de fréquentation entre le mois de février et le mois de juillet.

---

29 <http://pro.ardeche-guide.com/les-flux-touristiques-en-ardeche>



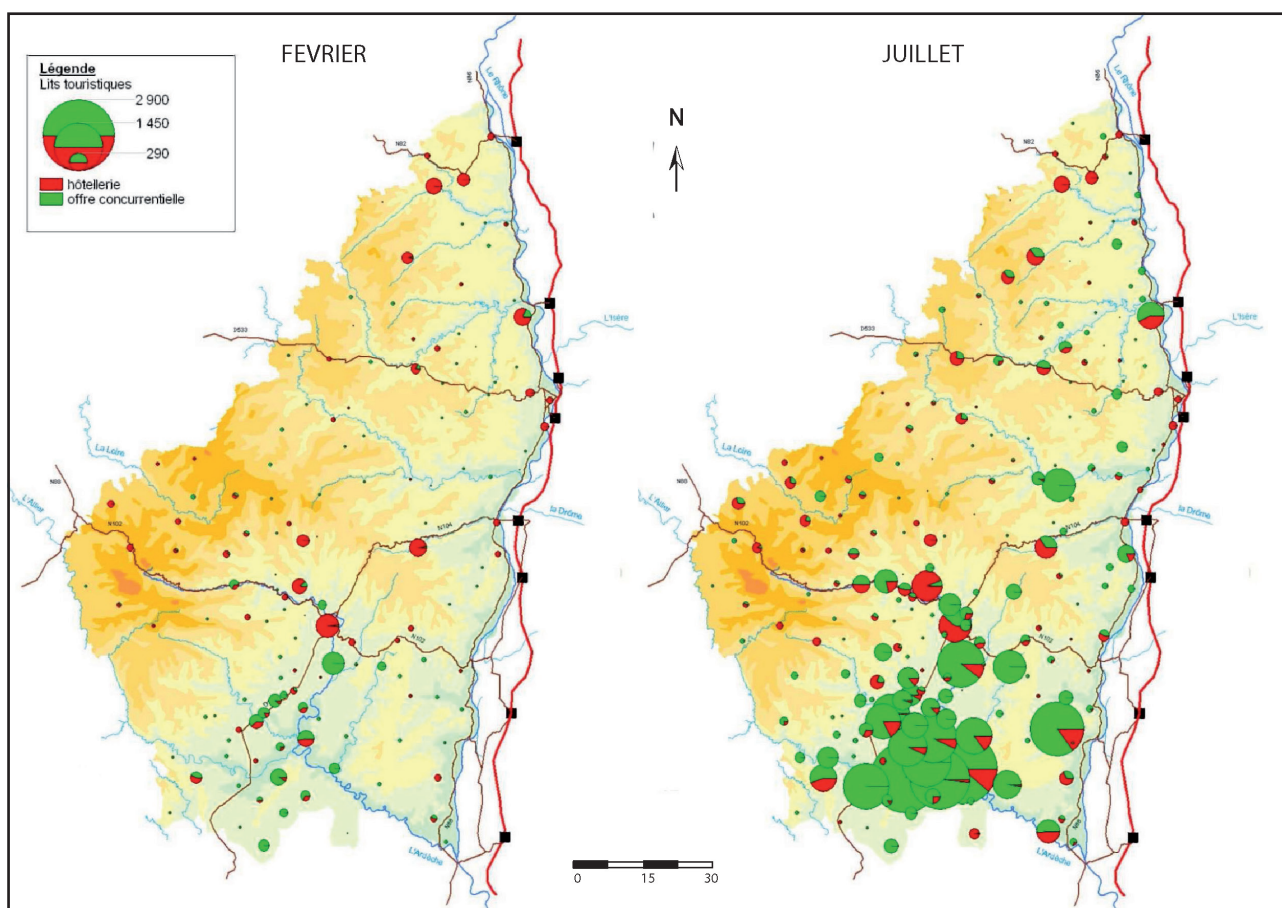


Figure x : Les écarts de fréquentation entre la période hors-saison et la haute saison

source : Agence de Développement Touristique de l'Ardèche, 2012

La concentration temporelle n'est pas propre au tourisme sud ardéchois : c'est une problématique que l'on retrouve sur de nombreux autres territoires touristiques, comme les stations balnéaires ou les stations de sports d'hiver. Dans le sud Ardèche, la rivière est la ressource touristique principale. Cette valorisation et la promotion intensive de cet espace conditionne les pratiques touristiques durant la période estivale. Nous voyons ici le lien qui existe entre le type de ressource valorisée, les pratiques touristiques et la saisonnalité.

Cette concentration temporelle s'accompagne d'une concentration spatiale des activités autour de Vallon-Pont-d'Arc et des gorges de l'Ardèche.

### 2.3.1.2. La concentration spatiale

Le sud du département, et en particulier la vallée de l'Ardèche dans sa partie sud, concentre une grande partie des équipements touristiques, soit 45,4 % des lits touristiques marchands du département. Considérant le taux de fonction touristique (rapport entre la capacité totale de l'hébergement touristique (marchand et non marchand) et la population totale), l'Ardèche compte 267 000 lits touristiques pour une population de 304 000 habitants, soit une fonction touristique de 89 %, soit 89 lits touristiques pour 100 habitants (Observatoire



départemental de l'économie touristique, 2008b). Trois communes de notre terrain d'étude comptent un taux de fonction touristique supérieur à 900 % : Larnas (3086 lits pour 100 habitants), Sampzon (2710 lits pour 100 habitants) et Salavas (977 lits pour 100 habitants). En terme de densité touristique (nombre de lits touristiques par km<sup>2</sup>) les densités les plus fortes sont enregistrées dans la région de la vallée de l'Ardèche : 614 lits / km<sup>2</sup> à Sampzon, 522 lits / km<sup>2</sup> à Ruoms, 502 lits / km<sup>2</sup> à Saint-Martin d'Ardèche et 421 lits / km<sup>2</sup> à Vallon-Pont-d'Arc (fig. 25) .

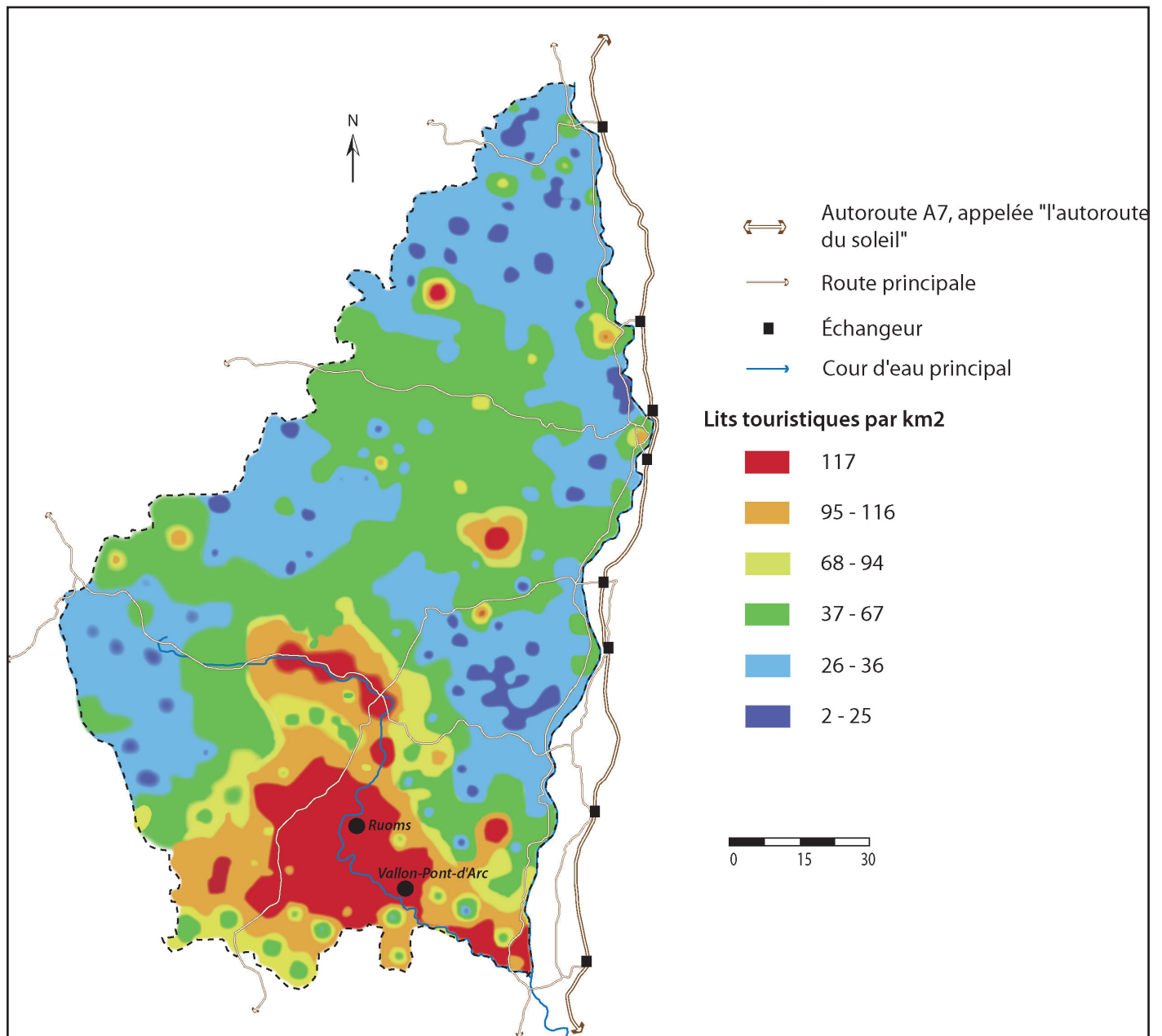
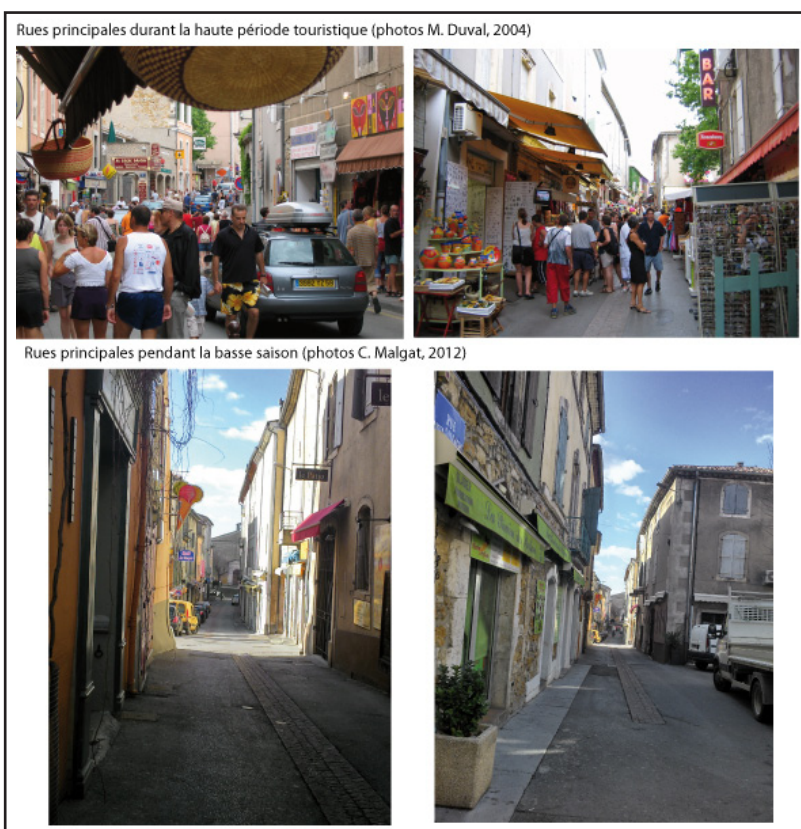


Figure 25 : La densité des lits touristiques

Cette concentration de l'hébergement est à mettre en lien avec la concentration des pratiques touristiques le long de la rivière Ardèche et principalement au niveau des gorges de l'Ardèche, support de pratiques ludiques et sportives. En terme d'arrivées, cette concentration est un peu plus modérée, puisque ce même territoire totalise 33,8 % des arrivées totales du département. Ainsi, si le sud de l'Ardèche concentre les hébergements et les pratiques, les arrivées réelles sont plus dispersées sur le territoire départemental, notamment du fait des hébergements non-marchands.

La ville de Vallon-Pont-d'Arc reste le point névralgique de la concentration de la fréquentation et nous la considérons comme l'espace central du tourisme dans le sud Ardèche. Au vue de l'importance que revêt le tourisme pour le fonctionnement et l'économie du territoire vallonnais, nous pouvons définir la commune de Vallon-Pont-d'Arc comme étant



une station touristique : la « station touristique se définit par la primauté de l'activité touristique dans le lieu : elle est créatrice de lien et toujours dominante. La station se caractérise par la présence d'une population locale, ce qui en fait également un lieu de vie » (Knafou et al., 1997, p. 200). La station touristique de Vallon-Pont-d'Arc est marquée, comme de nombreuses autres stations touristiques, par la saisonnalité (fig. 26).

Figure 26 : la fréquentation estivale vs le vide hivernal

En ce sens, nous considérons que ces territoires connaissent un fonctionnement à deux vitesses : une époque de sous-fréquentation où seuls quelques commerces restent ouverts, où les transports en commun sont limités voire inexistantes, où l'ensemble des activités touristiques est au ralenti, et une période de forte fréquentation, où le centre ville et les commerces sont quasiment saturés et où les activités touristiques battent leur plein.

### **2.3.2. Les effets d'une concentration spatio-temporelle : vers la surfréquentation et le tourisme de masse ?**

La fréquentation touristique est, depuis les années 1980, perçue par les différents acteurs du territoire comme une limite et comme le support de dégradations, notamment environnementales. Un retour sur la création de la Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche permet de contextualiser les enjeux actuels de la gestion touristique et apporte un regard diachronique sur la perception du tourisme de masse et sur les moyens mis en place afin de le limiter.

#### *2.3.2.1. L'activité touristique dans les gorges de l'Ardèche : retour sur les démarches de protection mises en place*

Les dynamiques de protection et de gestion des gorges de l'Ardèche ont été largement analysées par Mélanie Duval dans sa thèse soutenue 2007. Aussi, il s'agit ici de présenter brièvement et succinctement la Réserve Naturelle afin de contextualiser les limites perçues du fonctionnement du tourisme sud ardéchois.

Les gorges de l'Ardèche, site inscrit depuis 1943, ont vu leur fréquentation progresser de manière exponentielle avec la démocratisation du départ en vacances. Avec l'ouverture de la route touristique des gorges de l'Ardèche (1969), la pression touristique s'est accentuée à la fois sur les abords du plateau de la rive gauche mais également au niveau de la rivière. La route offre un nouvel accès au fond des gorges, qui étaient jusque là uniquement accessibles par la rivière. Les pieds de falaise voient leur fréquentation s'intensifier avec l'aménagement de campings mais aussi avec le développement du camping sauvage. L'ouverture de cette route fait également miroiter la possibilité de réaliser des complexes touristiques sur le plateau. Le syndicat mixte de l'équipement de l'Ardèche « *conscient des dangers potentiels que représentent ces projets d'aménagement touristique et les limites de protection relatives au gorges de l'Ardèche* » (Duval, 2007a, p. 133), et le préfet, en tant que représentant de l'État, engagent dès 1975, une démarche de création d'une Réserve Naturelle. Justifiée par la prolifération du camping sauvage, cette démarche vise à « *concilier la conservation du site avec la possibilité pour les touristes de visiter les gorges* » (argumentaire, courrier du préfet de l'Ardèche à Mr le conservateur régional des bâtiments de France, 19 avril, in Duval 2007a). La mise en place de la Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche en 1980 s'accompagne de la création du bivouac de Gaud et celui du Gournier : les campeurs et les canoéistes descendant les gorges en deux jours sont désormais canalisés sur deux sites, ce qui limite leur dispersion et le camping sauvage.

La Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche est initialement pensée comme un moyen de gestion de la fréquentation plutôt que comme une mesure de protection de la biodiversité. Si cette dernière doit être préservée, c'est avant tout pour assurer la qualité des ressorts paysagers sur lesquels s'appuie la fréquentation touristique dans les gorges.

Par un effet retour, la reconnaissance d'une réserve naturelle et d'une nature « sauvage et sauvegardée » alimente les perceptions des touristes vis-à-vis du territoire des gorges et participe à leur patrimonialisation ainsi qu'à leur développement touristique (Duval, 2007a). Cette dynamique a ainsi renforcé la fréquentation touristique du territoire des gorges de l'Ardèche : l'image de marque « réserve naturelle », qui fonctionne comme un label *via* la reconnaissance de la qualité environnementale et l'assurance de sa gestion, attire de nombreux visiteurs et alimente, paradoxalement, le processus de concentration spatio-temporelle du tourisme. Malgré la mise en place de cette Réserve Naturelle, les acteurs raisonnent encore en termes de surfréquentation et de tourisme de masse.

#### 2.3.2.2. *La surfréquentation, entre construction et perception du tourisme de masse*

La concentration spatio-temporelle de la fréquentation autour du village de Vallon-Pont-d'Arc et des gorges de l'Ardèche conduit les acteurs à parler de surfréquentation touristique. Mais qu'est ce que la « surfréquentation touristique » ? Cette notion est avant tout construite sur la base d'un nombre de touristes, les acteurs corrélant ce dernier avec les impacts sur l'environnement. Or « *à notre avis, un seul chiffre de touriste ne peut refléter une surfréquentation, tout dépend de leur pratique* » (Laslaz, 2005, p. 381) et de leur conduite sur les lieux touristiques : 2000 personnes par jour sur la rivière, respectueuses des règles et de l'environnement dégraderont moins que 10 personnes qui laissent leurs déchets et qui ne tiennent pas compte des principes de protection. Une donnée brute ne suffit pas pour parler de surfréquentation et surtout, ne suffit pas à avancer l'aspect négatif de cette surfréquentation. La question des chiffres de fréquentation est d'autant plus difficile à inclure dans une définition de la surfréquentation que sa perception est subjective : en effet, nous avons vu dans le premier chapitre que les chiffres de fréquentation seront saisis et perçus différemment selon qu'il s'agit des prestataires touristiques qui cherchent à « faire du chiffre » ou des écologistes, qui cherchent à faire de l'environnement un espace clos intouchable. Pour certains, les conséquences « *seront différentes selon la nature ou la taille du site, mais, dans tous les cas, elle conduira à des dégradations plus ou moins importantes par un simple effet de masse. [...] Dans les sites touristiques naturels, les dégradations vont concerner directement les écosystèmes présents* » (Gallet, 2010, p. 139). Il s'agit cependant de dissocier les perceptions quant aux éventuels impacts de la surfréquentation et les impacts effectifs, qui sont souvent mal connus.

Lors des entretiens menés (encadré 4) auprès des acteurs du territoire, 23,3 % des personnes rencontrées considèrent que la surfréquentation a un aspect dégradant pour l'environnement. Ce chiffre montre à la fois l'aspect subjectif de cette dite surfréquentation mais également son caractère relatif : « *la surfréquentation apparaît quand la perception du*

*trop plein est ressentie par une personne en fonction de ses critères sociaux et ces attentes dans un espace de « nature » protégée de surcroît » (Laslaz, 2005, p. 398).*

**Encadré 4 : les entretiens avec les acteurs du territoire**

Durant la recherche doctorale, 30 entretiens ont été réalisés avec différents acteurs du territoire (élus, directeurs de structure, acteurs économiques...(cf annexe X (liste des personnes rencontrées)). Ces entretiens ont été construits à partir des documents sources du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et ont été structurés selon les 4 grands thèmes principaux identifiés (cf chapitre 5) : l'évolution de l'image touristique du territoire ; la diffusion spatio-temporelle ; la requalification du tourisme ; l'excellence territoriale. Ils visaient à connaître les attentes et les positions de chacun sur ces thématiques. Les entretiens en face à face, enregistrés, duraient entre 1 heure et 1 heure 30. Ils ont ensuite été retranscrits, codés puis traité *via* le logiciel Sphinx. Ces entretiens ont également été traités manuellement afin d'approfondir certains points d'analyse. Ces entretiens et leurs résultats seront abordés plus en détail dans le chapitre 5.

En dehors des effets pouvant exister sur l'environnement, les acteurs redoutent que la surfréquentation puisse être à l'origine de la perte de la signification et de l'esprit des lieux, pouvant aller jusqu'à disqualifier les valeurs pour lesquelles les visiteurs se sont rendus sur le site ou le territoire : *« l'afflux de visiteurs, qui semblent se retrouver tous au même endroit au même moment, ne se développe pas sans poser d'énormes problèmes d'accueil et de conservation, allant jusqu'à menacer dans leur existence même les centres de tant d'intérêt »* (Prats, Thibault, 2003, p. 1).

Concernant le site de la Combe d'Arc, cette perte de l'esprit des lieux est un des arguments principaux du lancement de l'Opération Grand Site, qui sera analysée en détail dans le chapitre 4. L'altération de la valeur immatérielle et symbolique du pont d'Arc avait été anticipée en 1885 par le Dr Francus dans son « Voyage le long de la rivière Ardèche » : *« le jour où cette merveille serait encombrée de promeneurs venus de Vallon en quelques minutes, à pieds secs ou en calèche, elle aura perdu une partie de son charme. Ce ne serait plus qu'un vulgaire arceau de viaduc quelconque »* (p. 89). Cependant, à ce jour, ce sont plus d'un million de visiteurs qui viennent admirer le paysage du pont d'Arc et des gorges, et cette fréquentation ne limite en rien leur admiration. Si certains viennent s'y baigner, d'autres s'arrêtent juste pour prendre une photo : malgré la foule, le pont d'Arc attire toujours autant et reste un lieu symbolique pour les touristes sud ardéchois. Et ce lieu n'est pas symbolique seulement pour les touristes, il l'est aussi pour les promoteurs du territoire, qui attirent leur clientèle en valorisant ce site, devenu l'emblème du territoire touristique du sud Ardèche.

La perception de la surfréquentation comme porteuse d'une image négative ne s'arrête pas aux espaces protégés. Pour certains acteurs, l'image d'un centre bourg surchargé est néfaste pour l'image touristique : *« et puis honnêtement, quand je suis dans mon bureau au 15 août, je vois les gens se marcher les uns sur les autres, avec 3000 voitures partout, je me*



*dis quelque part, est-ce qu'on est pas en train de manger notre fond de commerce de tourisme vert, est-ce qu'on est pas en train d'évoluer dans le mauvais sens ?* » (maire de Vallon-Pont-d'Arc, entretien du 15-02-2013). Au-delà de ces impacts perçus sur l'image de la destination, la surfréquentation est également présentée par les acteurs du territoire comme une cause des problèmes de saturation du territoire, notamment d'engorgement des voies de circulation. Lors des entretiens menés, les difficultés de déplacement et de stationnement sont citées par 63,3 % des personnes rencontrées, et la saturation de la capacité d'accueil à 53,3 %. Durant la période estivale, « *c'est la période où on a un flux de véhicule insupportable partout, où les campings sont archi pleins, où Vallon est impraticable parce qu'on arrive pas à marcher dans les rues* » directrice SGGa, entretien du 11-01-2013).

Paradoxalement, cette fréquentation jugée insupportable, participe en retour à la notoriété du territoire : « *La fréquentation est mise en avant pour montrer un succès et se donner du poids* » (Laslaz, 2005, p. 382) et sans cette fréquentation, les gorges de l'Ardèche et le territoire vallonnais ne serait pas une destination si prisée. Par ailleurs, cette forte fréquentation n'est pas synonyme de perte d'attractivité : ces dernières années, les chiffres de fréquentation du territoire sud ardéchois restent plus ou moins constants<sup>30</sup>. Les acteurs du territoire ont tout mis en œuvre pour concevoir une activité touristique de masse en créant des infrastructures dimensionnées pour recevoir de nombreux touristes : forte capacité d'hébergement, nombreux points de restauration...

Existe-t-il un point au delà duquel la fréquentation devient dommageable pour le fonctionnement de la destination ? Tout est question d'équilibre, mais comment connaître ce point d'équilibre ? La tour Eiffel par exemple, est le premier site français en terme de fréquentation : des millions de personnes viennent visiter ce lieu auquel ils accèdent après parfois plusieurs heures passées dans la file d'attente. Cela impacte-t-il la notoriété du site ? Il semble bien que non. La surfréquentation est bien une affaire de perception.

Une question se pose alors : cette surfréquentation critiquée par les acteurs du territoire n'est-elle pas l'alibi, ou du moins un argumentaire de poids pour ré-organiser le tourisme ? Cette critique de la fréquentation actuelle n'est-elle pas un moyen pour légitimer les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et pour créer une autre fréquentation, perçue comme moins impactante ? Cette surfréquentation s'accompagne du rejet d'un certain type de touristes. Le « tourisme de masse » du sud Ardèche et l'image populaire des touristes séjournant sur le territoire n'est plus celle souhaitée par les acteurs : il faut passer à autre chose, les bidochons dans leur caravane, ça suffit ! Les touristes actuels ne sont plus à l'image du futur territoire que les acteurs souhaitent avec les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 5). Cette critique, voire ce rejet, de la population touristique historique, qui est la base du tourisme sud ardéchois est largement ressortie lors des entretiens, et parfois avec virulence : « *je suis optimiste par le fait que l'image mentale évolue et qu'on*

---

30 En 2015, le territoire ardéchois relevait 15,6 millions de nuitées ; en 2008, il en comptabilisait 16,7 millions.

*est un peu moins ces « connards » de chti à faire les bofs au milieu... »* (un porteur du projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, entretien février 2013). Si tous ne s'expriment pas avec autant de mépris pour ceux qui ont construit le tourisme dans le sud Ardèche, tous ou presque sont unanimes : il faut passer à autre chose. La surfréquentation fonctionne comme un alibi pour justifier cette nécessité de passer à autre chose : il n'est pas politiquement correct de critiquer une certaine forme de fréquentation et de favoriser un type de clientèle élitiste.

Mais au-delà de la population touristique, c'est bien le modèle touristique actuel qui est critiqué : le tourisme estival de masse ne semble plus satisfaire les acteurs décideurs. La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc a réactivé des limites perçues depuis les années 1980. La création de la Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche (Duval, 2007a) et la tentative de gestion *via* l'OGS de 1993 (chapitre 4) n'avaient pas réussi à limiter cette surfréquentation. Avec la découverte de la ressource patrimoniale grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les acteurs remettent une nouvelle fois en cause le fonctionnement du tourisme dans le sud Ardèche voire même à l'échelle départementale. Le tourisme culturel, rendu possible et légitimé par la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, est perçu comme une réponse à ce phénomène de surfréquentation mais aussi comme un moyen de faire venir un autre type de clientèle. Cela questionne de fait le supposé caractère qualitatif du tourisme culturel.

### ***Conclusion : la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, un levier du tourisme culturel ardéchois***

Jusque là basé sur la valorisation des ressources paysagères et environnementales, le tourisme sud ardéchois est le support d'activités associées à des pratiques de sport / nature / plein-air, dont la rivière et les cavités naturelles ont été les points de départ dès la moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle. Le patrimoine culturel est lui aussi valorisé notamment *via* l'offre «villages de caractère». Cependant, celui-ci reste le support d'une offre touristique marginale, en étant une pratique complémentaire à la pratique sport / nature / plein-air. Le patrimoine culturel participe ici à ce que nous avons appelé la diversification annexe (chapitre 1) et ne constitue pas le support d'une diversification innovante.

La figure 27 schématise la dynamique touristique du territoire des gorges de l'Ardèche, depuis l'invention du tourisme dans les gorges avec la reconnaissance du pont d'Arc et de la grotte de Saint-Marcel en tant qu'objet de curiosité jusqu'à l'offre actuelle majoritairement basée sur l'offre sport - nature - plein-air. La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et sa mobilisation en tant que ressource enclenche des stratégies visant à diversifier et à diffuser le tourisme.

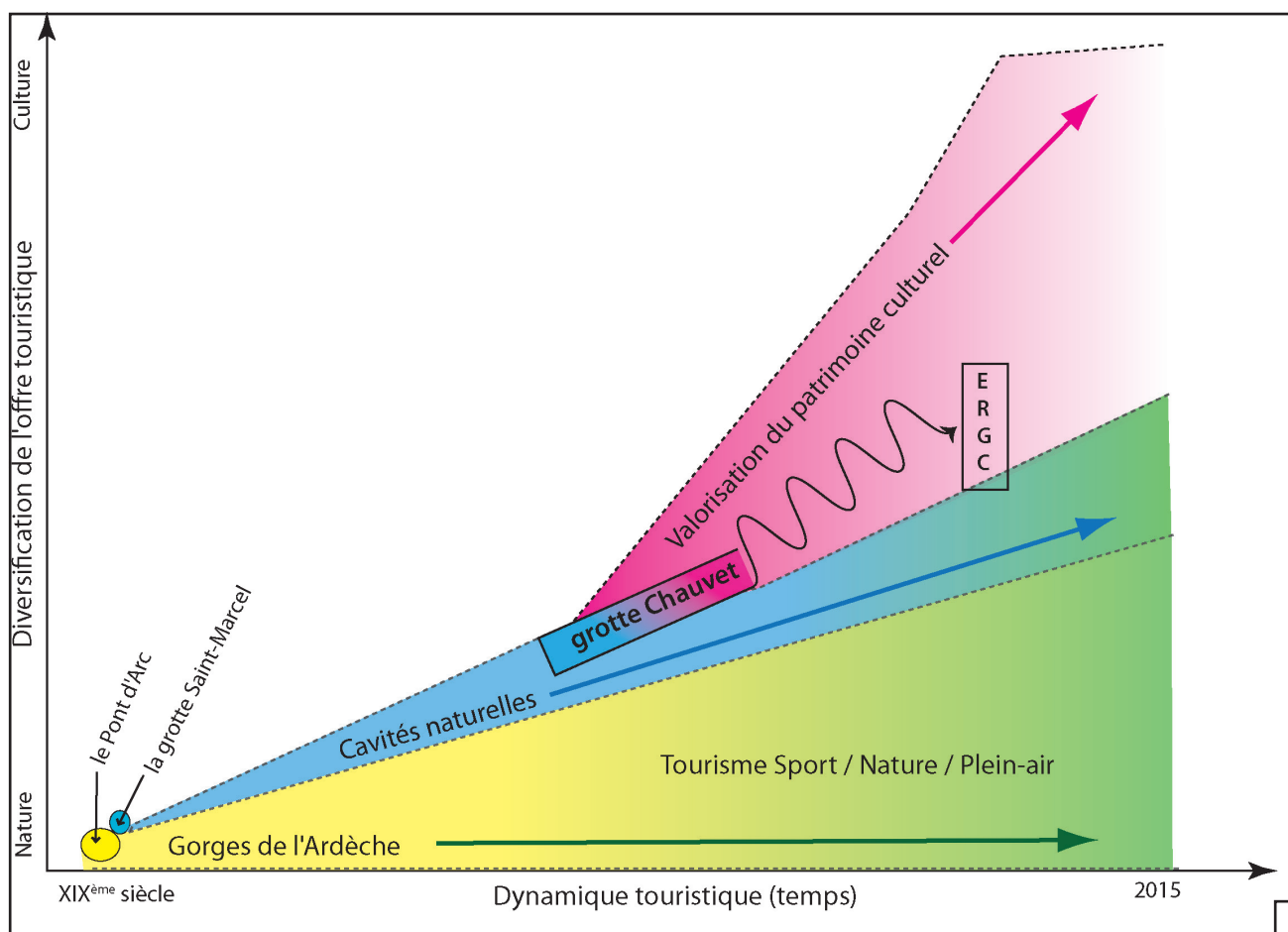


Figure 27 : La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et la dynamique touristique : vers la diversification

La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, haut-lieu de l'art pariétal préhistorique, marque un tournant dans les stratégies territoriales locales. Immédiatement élevée au rang de ressource patrimoniale, la grotte ornée est reconnue comme pouvant être le support de la mise en place d'une nouvelle offre culturelle. Cette découverte s'inscrit également dans un contexte de prise de conscience locale des limites du système touristique sud ardéchois. De ce fait, les acteurs souhaitent mobiliser la grotte Chauvet-Pont-d'Arc comme un levier de ré-organisation de la destination, tout en prenant en compte les injonctions de protection des cavités ornées, patrimoines vulnérables. La grotte Chauvet-Pont-d'Arc s'inscrit alors dans la dynamique touristique du territoire et grâce à sa valorisation, les acteurs souhaitent diffuser spatio-temporellement le tourisme tout en favorisant la diversification de l'offre touristique.

## ***CONCLUSIONS PREMIÈRE PARTIE***

Dans un contexte touristique marqué par la valorisation de la ressource environnementale, la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc en 1994 fonctionne comme un levier dans la mobilisation d'une nouvelle ressource : le patrimoine culturel. Cette découverte marque d'autant plus un tournant dans la perception des atouts touristiques du territoire qu'elle intervient dans une conjoncture où les acteurs du territoire, notamment les producteurs de la destination (Conseil général principalement), questionnent les limites de leur système touristique historique. Alors que les acteurs mobilisent des notions telles que la surfréquentation ou le tourisme de masse, la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc apparaît comme la solution : elle légitime la remise en question du fonctionnement du système historique en étant un point d'appui pour les réflexions visant à faire évoluer le territoire touristique.

Alors que les acteurs pensent en termes de quantité de visiteurs et d'impacts liés, la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, de ses trésors en parfait état de conservation, oriente les acteurs vers des nouveaux paradigmes touristiques : ceux de la qualité et de la durabilité. L'invention d'un tel patrimoine sur leur territoire les amène à questionner la place du patrimoine culturel dans la qualité et la diversification de leur offre. Alors que l'offre culturelle était déjà présente sur le territoire, elle fonctionnait comme une offre annexe à l'offre sport - nature - plein-air (SNPA), cette dernière étant plus structurée et plus ancrée aussi bien dans les pratiques que dans les perceptions du territoire touristique du sud Ardèche.

La frise chrono-systémique de la figure 28 souligne la transition engendrée par cette découverte : dès 1995, la perception des limites du système touristique est accrue et la mise en tension entre le tourisme sport - nature - plein-air et les problématiques de gestion sont renforcées. À partir de 1995, l'idée de créer une offre touristique à partir de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc émerge et avec elle, la volonté de diversifier le tourisme afin de créer une offre de qualité. Afin de valoriser la cavité ornée, relevant du domaine du patrimoine invisible, l'idée de créer un espace dit de restitution émerge dès 1995. Cette démarche constitue dès lors le point d'appui à la diversification innovante et à l'amélioration de la qualité du tourisme sud ardéchois. Cette frise chrono-systémique est amenée à évoluer et sera complétée au fil des réflexions du manuscrit. La frise enrichie sera présentée dans la conclusion de la deuxième partie.

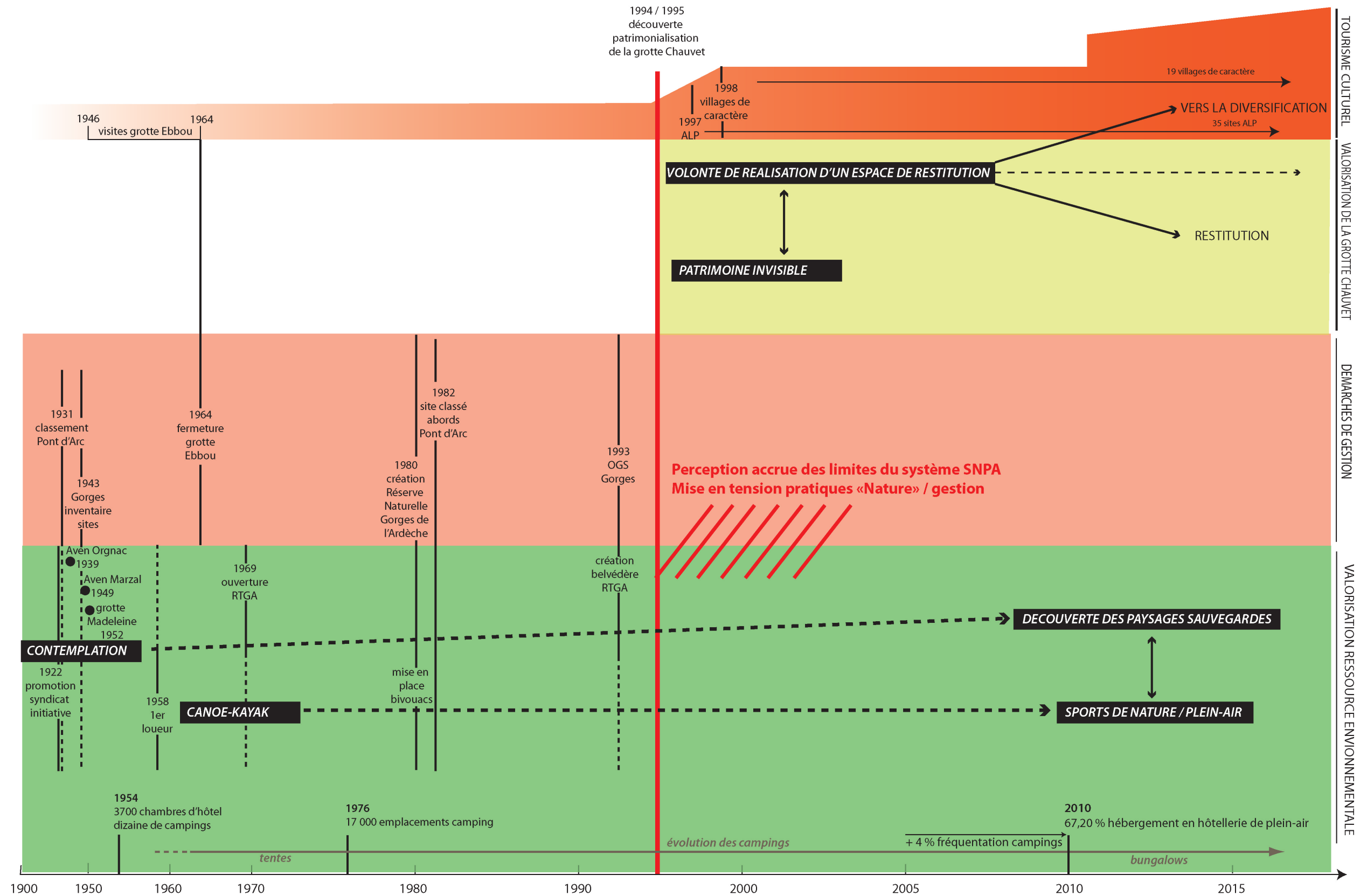


Figure 28 : frise chrono-systémique du système touristique historique : la transition associée à la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

Cette frise chrono-systémique présente l'évolution du système touristique sport - nature - plein-air et la transition que marque la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Cette frise qui est amenée à évoluer au fil des chapitres de cette thèse, montre que la découverte de la cavité ornée s'accompagne de l'accroissement des perceptions négatives au regard de l'offre SNPA alors même que cette dernière s'intensifie, notamment en terme d'hébergement de plein-air et d'évolutions des pratiques. Cette frise permet également d'analyser les interactions pouvant s'opérer entre les démarches de gestion et les pratiques touristiques. À titre d'exemple, la création de la Réserve Naturelle a conduit à la création de bivouacs visant à canaliser et à encadrer la fréquentation touristique dans les gorges. De fait, l'interdiction du camping sauvage conduit la pratique du canoë à évoluer. Le croisement des différentes logiques d'actions sur les pratiques, permis grâce aux traits verticaux de cette figure montre les interactions plus ou moins marquées existantes au sein du système touristique sud ardéchois. L'évolution de cette figure montrera l'intensification de ces interactions au fil de la réalisation des différents projets.



# DEUXIÈME PARTIE

## DÉMARCHES DE VALORISATION DE LA GROTTE CHAUVET-PONT-D'ARC

### VERS LA DIVERSIFICATION DE L'OFFRE ET UN TOURISME DE QUALITÉ



*Le bouquetin de la galerie des Mégacéros  
crédits photos : DRAC/ministère de la Culture*



*Le cirque des tampliers, gorges de l'Ardèche  
crédits photos : DRAC/ministère de la Culture*

## *INTRODUCTION DEUXIÈME PARTIE*

Afin de valoriser la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de lier la mise en tourisme aux injonctions de conservation, les acteurs décident de construire une copie de la cavité ornée. Mais alors qu'ils souhaitent mettre en place une infrastructure à la hauteur des trésors de la grotte, comment concevoir un fac-similé reflétant les valeurs patrimoniales de cette cavité ornée ? Comment offrir aux visiteurs un site de qualité qui donne à voir toute la splendeur de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ?

En parallèle à la réalisation de cette infrastructure, le Conseil général de l'Ardèche engage dès 2003 une procédure de candidature de la grotte au patrimoine mondial de l'humanité. Quelles stratégies vont être mises en place afin de mener à bien cette candidature ? Le troisième chapitre permettra dès lors de questionner les démarches de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et la complémentarité entre la création d'un fac-similé et la candidature UNESCO. Nous verrons ainsi apparaître les premiers enjeux territoriaux associés aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Afin d'accompagner l'inscription territoriale de ces démarches de valorisation, c'est un projet de territoire qui est pensé et mis en place. Pour permettre la diversification et l'amélioration de la qualité du tourisme sud ardéchois, les acteurs porteurs de projet ont mis en place tout un panel d'actions territoriales. Comment vont-ils s'y prendre pour mener à bien leurs ambitions ? Le quatrième chapitre permettra d'analyser les stratégies mises en place par les acteurs dans le but de faire du tourisme sud ardéchois et ardéchois un tourisme de qualité basé sur une offre diversifiée.

Mais quelles sont les réelles intentions des acteurs ? Pourquoi les acteurs ont-ils mis en place ce projet de territoire ? L'étude des attentes des acteurs grâce à la conduite d'entretiens, permettra, dans le cinquième chapitre de cerner les enjeux sous-jacents à ce projet de territoire, notamment en terme d'évolution de la fréquentation touristique.

Cette deuxième partie permet dès lors d'analyser les enjeux contemporains de ce grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, d'en comprendre les leviers afin de permettre l'étude des jeux des acteurs associés à ce projet de territoire. Elle permettra ainsi de questionner les stratégies de diversification et d'amélioration de la qualité à l'aune des recherches théoriques.

# CHAPITRE 3

## LES STRATÉGIES DE VALORISATION

### LE FAC-SIMILÉ ET L'INSCRIPTION AU PATRIMOINE MONDIAL

Les deux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont le support d'une stratégie ayant pour objectif la reconsidération de l'offre touristique et du fonctionnement territorial. Pour les acteurs, et surtout pour le Conseil général de l'Ardèche, la découverte de cette cavité constitue une opportunité pour favoriser la diversification et la qualification de l'offre, notamment autour du tourisme culturel. Bien que déjà présente sur le territoire, cette déclinaison culturelle du tourisme est secondaire, si ce n'est pas annexe, par rapport au tourisme de pleine nature (chapitre 2). Avec la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les acteurs souhaitent créer une nouvelle image pour la destination : une image culturelle. Ce chapitre présentera les deux supports privilégiés pour initier cette recomposition touristique et territoriale : la « Caverne du Pont d'Arc » et l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial.

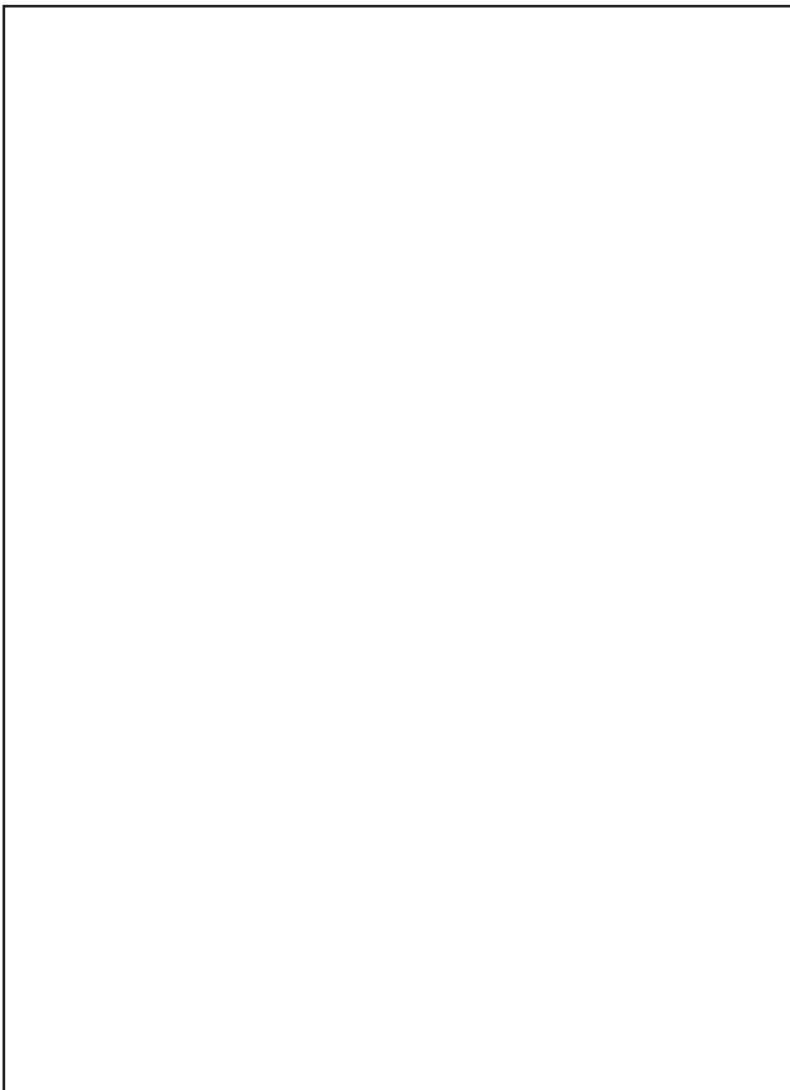
Afin de partager avec le plus grand nombre la richesse patrimoniale de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, l'idée d'une copie est énoncée dès janvier 1995. Mais plus qu'un espace permettant de transmettre les patrimoines de la grotte, cette infrastructure est surtout présentée comme étant le cœur d'une nouvelle offre touristique. Mais reproduire une telle cavité, voilà déjà un défi en soi : comment restituer ces œuvres, ces traces humaines et animales dans leur contexte souterrain ? Comment rendre compte de la diversité et de la splendeur de la cavité ? Comment transmettre l'émotion que suscite la visite de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ? La première partie de ce chapitre se penchera sur l'historique du fac-similé de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : pourquoi ce choix ? Qu'est ce que « la Caverne du pont d'Arc » ? Entre restitution et substitution, nous présenterons ainsi dans une première partie les enjeux et les caractéristiques de l'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Depuis sa découverte, la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est également reconnue, à la fois par les scientifiques et par les acteurs du territoire, comme porteuse d'une valeur universelle exceptionnelle. Cette reconnaissance de la valeur patrimoniale, et au-delà, du potentiel touristique de la cavité, conduit à l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en juin 2014. Une deuxième partie de ce chapitre permettra un retour sur la place des grottes ornées dans cette liste et sur l'histoire de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Cela nous permettra d'interroger le caractère construit du dossier, les choix faits en matière d'argumentation et les enjeux de cette démarche, notamment en termes de visibilité touristique et de complémentarité avec l'Espace de Restitution.

### 3.1. La création d'une copie : l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (ERGC), dit « la Caverne du Pont d'Arc »

#### 3.1.1. Présentation de l'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

##### 3.1.1.1. Historique du projet



La volonté de réaliser une copie de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc *via* une restitution est envisagée par les acteurs politiques du département dès la découverte de la cavité. Au regard de la valeur patrimoniale, mais aussi (et surtout), touristique et économique que représente cette découverte, la volonté de transmettre ce chef-d'œuvre *via* un fac-similé est relayée dans différents supports médiatiques (fig. 29).

La création d'une copie est dictée par les injonctions de conservation de la grotte. A propos des grottes ornées « *l'éthique en matière de conservation reposant sur l'interdiction morale de modifier l'état de conservation de l'œuvre originale, une fois l'original inaccessible pour le visiteur, les substituts envisageables résident dans la reproduction selon divers procédés (la*

**Figure 29 : Coupure de presse annonçant le projet de restitution (la Tribune, 26 janvier 1995)**

*Cette coupure de presse datant du 26 janvier 1995 annonce la volonté de réaliser une copie de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, permettant de restituer les trésors de la grotte tout en en assurant la conservation. Il est alors question d'un espace muséographique dans lequel sera réaliser la recons-titution de la grotte.*

*photographie, le cinéma), la copie et l'imagerie virtuelle » (Geneste, 1999, p. 17).*

Pour assurer l'intégrité de ce patrimoine et pour privilégier la conservation, la



décision a été prise d'interdire l'accès de la cavité au public. Cependant, en considérant que la patrimonialisation s'accompagne d'une injonction de transmission et de visibilité, la mise en valeur de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc apparaît comme une nécessité.

La visibilité du patrimoine se double ici d'un enjeu de développement territorial, à savoir faire entrer ce patrimoine dans la sphère économique, en tant que ressource, en le valorisant et en le mettant en tourisme. Pour accorder les principes de protection et ceux de valorisation, un substitut doit de fait être trouvé. Le fac-similé répond dès lors aux exigences de transmission et de restitution sous-jacente au patrimoine et à la notion de ressource (Malgat *et al.*, 2012).

En attendant que le territoire s'organise et que les acteurs se coordonnent autour d'un projet d'une telle envergure, une exposition « temporaire », devenue « permanente », de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est inaugurée à Vallon-Pont-d'Arc le 3 juin 1995, soit moins de 6 mois après la découverte de la grotte. Le montage rapide de cette exposition traduit le besoin de communiquer sur la cavité ornée. Cette exposition, inaugurée par la commune juste avant la saison touristique, permet certes de transmettre une partie de ce patrimoine, mais permet également de proposer rapidement une nouvelle activité autour du patrimoine culturel. Cette première forme de valorisation est mise en place avec le peu de données qui existaient alors sur la grotte. En effet, les recherches dans la cavité ne débuteront qu'à partir de 1998, avec la création de l'équipe scientifique. C'est ainsi que les peintures étaient présentées comme datant du Solutréen, soit avec une marge d'erreur de près de 15 000 ans par rapport à ce que donnent les datations par la suite (chapitre 2, p. 56). Cette « fausse » information enlevait de fait la particularité principale de la grotte : l'ancienneté de ses peintures. Malgré ces erreurs compréhensibles au vu des connaissances d'alors sur la grotte et sur ses différentes valeurs archéologiques, erreurs qui ont par la suite été corrigées, cette exposition, gérée depuis 1998 par Centre Européen de Recherches Préhistoriques (CERP), est, jusqu'à l'ouverture du fac-similé en avril 2015, inscrite dans le paysage touristique de Vallon-Pont-d'Arc : en 2013, elle a accueilli 18 250 visiteurs (source Ardèche Loisirs et Patrimoine). Par ailleurs, l'évolution du nom de l'exposition de « temporaire » à « permanente » traduit la place de cette structure dans le paysage touristique local, tout comme elle souligne le temps nécessaire à la réalisation du fac-similé tant désiré. D'abord pensée comme une exposition éphémère palliant l'attente du fac-similé, a été, pendant 20 ans et jusqu'à l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc en avril 2015, le seul espace d'informations sur la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

L'idée de réaliser un espace de restitution est arrêtée dès 1995 et si le terme de restitution reste inchangé depuis environ 20 ans, il a recouvert des réalités différentes au fil des projets. La présentation des différents projets de restitution permet de contextualiser la Caverne du Pont d'Arc inaugurée en avril 2015 et de saisir les enjeux liés à la restitution d'un patrimoine invisible.

Le premier projet envisagé portait le nom de « l'Exploratoire de la préhistoire » et son ouverture était prévue pour 2001. En collaboration avec le Futuroscope, ce projet portait sur « l'utilisation des techniques d'imagerie virtuelle (réalisation d'un film en trois dimensions) » (Réveil Vivarais, 29-03-1996). Porté par le Conseil général de l'Ardèche, cet « exploratoire » n'était présenté ni comme un musée, ni comme une réplique de la grotte mais comme une innovation tournée autour de l'imagerie 3D et du virtuel. Il devait être composé de trois salles thématiques : 1/ une salle panoramique haute résolution où devait être diffusé un film reconstituant la vie dans la vallée de l'Ardèche il y a 33 000 ans ; 2/ une salle diffusant en trois dimensions les images de la grotte ; 3/ un troisième espace où le visiteur aurait voyagé dans le monde des fouilles, de la découverte et de l'interprétation des objets archéologiques. Pour ce projet « les spécialistes du Futuroscope plaident pour un concept inverse de celui de Lascaux II, où « l'on voit en vrai ce qui est faux ». Dans l'espace de restitution de « l'exploratoire de la préhistoire », on devrait voir en faux la vraie grotte Chauvet-Pont-d'Arc » (Dauphiné Libéré, 20-10-1997). L'argumentation s'oriente vers le virtuel pour voir le réel, où le faux transcende le vrai, où la restitution transmet sans copier, pour se différencier des leaders en termes de fac-similé et d'art pariétal : Lascaux II et le fac-similé d'Altamira, où sont reproduites les parois ornées. Derrière cette argumentation émerge également des interrogations quant à la valeur transmissive de la copie, notamment en terme d'authenticité : la présentation de ce projet s'oriente vers des questionnements autour du vrai/faux et interroge la place de l'authenticité dans la transmission du patrimoine de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (Malgat *et al.*, 2012). Nous voyons apparaître, dès ce premier scénario de restitution, la volonté de la part des porteurs de projet de faire de cette infrastructure un lieu de transmission des valeurs patrimoniales de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Malgré l'ambition de ce projet, il dut être abandonné en 1999, face aux difficultés rencontrées pour tourner les images dans la vraie grotte, notamment pour obtenir les autorisations. Le Conseil général change alors de stratégie et s'oriente vers un nouveau concept, celui du « Grand voyage dans le temps », en écho au nouveau slogan de l'agence départementale du tourisme, promouvant le département sous le même concept (chapitre 2, p. 65). L'utilisation d'un même slogan souligne la dimension touristique de l'infrastructure de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et certifie la volonté de créer une nouvelle offre.

Ce nouveau projet est pensé autour de trois espaces principaux : 1/ « La remontée dans le temps » où le visiteur aurait été transporté dans l'Ardèche d'autrefois, à l'époque de l'Aurignacien qui a peint les œuvres de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, en traitant du paléo-environnement, de l'histoire géologique des gorges, de l'origine de l'Homme et de son arrivée en Ardèche ; 2/ « Arrêt sur image » « proposera une visite de la grotte à travers différentes techniques, afin de restituer l'émotion » (La Tribune, 28-10-1999). Là, les techniques à employer ne sont pas précisées par le maître d'œuvre (Conseil général de l'Ardèche) et étaient laissées à l'imagination des personnes répondant à l'appel d'offre ; 3/ un dernier espace « Retour vers le futur », qui « mettra l'accent sur les techniques de prospection, de recherches, d'interprétation et leurs conséquences ainsi que les liens avec les autres sites ardéchois » (id.). Pour concevoir cette infrastructure, un appel d'offre sur concours est lancé fin 1999.

Si les réponses à cet appel d'offre ne convainquirent pas le Conseil général, elles le mettent sur une nouvelle piste : « *la restitution doit être parcourue (cheminement) dans une ambiance créée en partie par un fac-similé et en partie par le virtuel* » (Dauphiné Libéré, 01-06-2000). Le département lance un nouvel appel d'offre construit autour de l'idée d'un fac-similé : la vraie grotte doit alors être copiée pour permettre de restituer l'émotion à travers la reproduction des œuvres et pour transporter le visiteur à travers ce « Grand voyage dans le temps ». Si le premier projet présenté cherchait à se démarquer de Lascaux II, nous nous trouvons ici face à un revirement de situation et le nouveau projet s'inscrit dans une logique similaire à celle de la copie de la grotte périgourdine. Un fac-similé se définit comme « *une reproduction exacte (conforme à l'originale mais parfois à une autre échelle), d'un document écrit, d'un dessin, d'un tableau, soit à la main, soit au moyen d'un procédé (photo-)mécanique* »<sup>30</sup> et reproduit une « *imitation parfaite, [une] réplique exacte d'un objet* » (id.). La réalisation de fac-similés d'œuvres pariétales revient à les reproduire, sur un support s'approchant au mieux d'une paroi de grotte car « *cette fidélité au support de l'œuvre originale (avant même la réalisation de tout dessin) est une des conditions essentielles pour la réussite d'un fac-similé* » (Tosello et al., 2012, p. 90). L'utilisation des techniques (peinture au doigt, utilisation de silex...) et de matériaux (charbon, ocres naturelles...) identiques à ceux des hommes et femmes préhistoriques permet de « *faire passer l'émotion et la sensibilité de l'original à travers la reproduction* » (id.). Cette émotion à retranscrire devient le fil conducteur du fac-similé de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Il s'agit de rendre visible une œuvre antédiluvienne, de transmettre l'émotion de la découverte de l'art de nos ancêtres, tout en conservant l'originale : « *la fermeture d'un monument demeure la solution idéale pour sa protection et le substitut peut alors servir « d'alibi », de « légitimité », de justification à la clôture du monument* » (Maggio, 2013, p. 12). De fait, la création d'une copie « à l'identique » de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc renforce, tout comme elle légitime, les injonctions de conservation ayant menées à la fermeture de la grotte originelle.

Un projet scénographique est sélectionné début 2001 et un maître d'œuvre est pressenti. Ce nouveau projet se distingue des précédents par la réalisation « *d'une vraie grotte* » (Conseil général, présentation générale du projet, 2001, p. 4) et les concepts d'authenticité et d'émotion deviennent les axes majeurs du fac-similé.

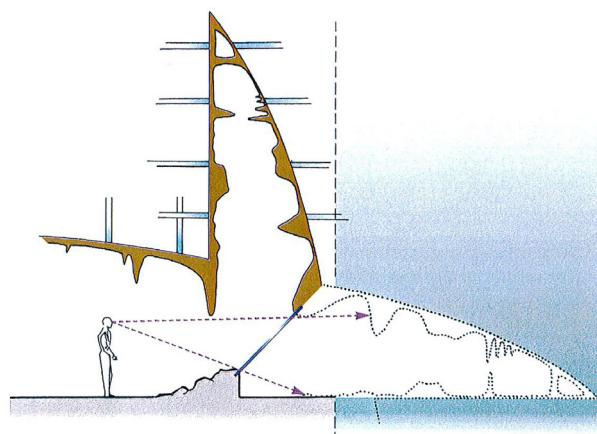
En raison des contraintes foncières existantes autour des gorges de l'Ardèche, il n'est pas évident de trouver plus de 8000m<sup>2</sup> de terrain disponibles pour réaliser une restitution de la grotte à l'échelle 1. A la pression foncière s'ajoutent les problèmes de coûts pour réaliser une telle infrastructure. Aussi, pour pouvoir restituer la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, une « *intégration de la grotte réelle dans un volume réduit et contraint a été obtenue par procédé de morphing numérique du plan topographique* » (id., p. 4). Le morphing consiste à déformer progressivement la grotte en en préservant la structure générale et en réduisant les salles tout en respectant leur position relative. Pour obtenir une emprise au sol de 2 100 m<sup>2</sup>, la grotte est « repliée » sur elle-même et les surfaces des salles sont réduites (fig. 30).

---

30 www.cnrtl.fr

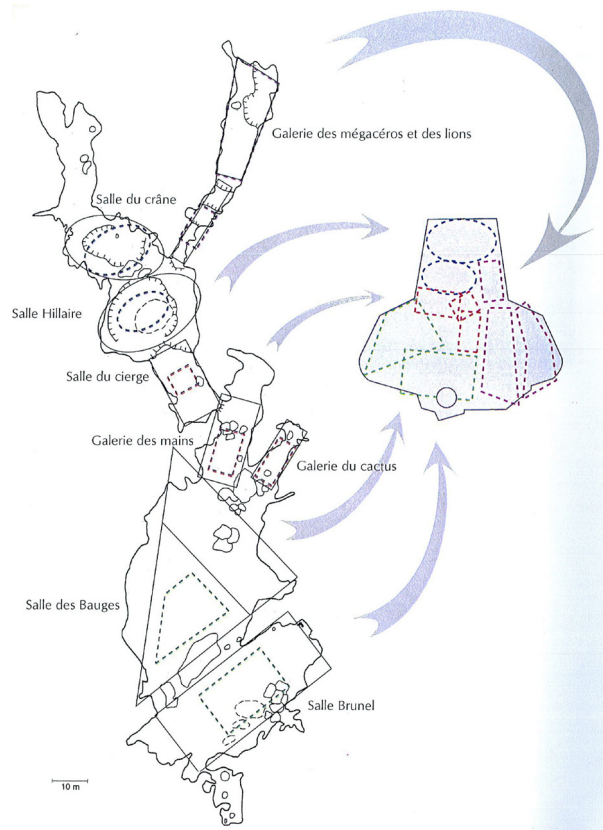
Les parois ornées, quant à elles, ne subissent aucune transformation. Afin de rendre compte des volumes de la grotte, il était prévu d'utiliser un procédé optique grâce à des miroirs reflétant le décor réalisé dans le plafond de la restitution (id.). Ces « remontées verticales » (fig. 31) du décor auraient été masquées par des concrétions et autres accidents de voûte. Les œuvres pariétales devaient être reproduites au millimètre près et « *le dessin au trait avec ou sans effet d'estompe est traité au point par point au pinceau par projections de photos négatives et diapositives* » (mise en oeuvre de la restitution de la grotte, dossier 3, CG, 2001, p. 19).

Un guidage audio aurait entraîné le visiteur à travers 14 stations, pour une visite immersive obtenue grâce à une reproduction de l'ambiance sensorielle telle que l'humidité, la température, etc....



**Figure 31 : miroirs et décors du fac-similé**

*Le procédé optique permet, grâce à un jeu de miroirs reflétant les décors cachés dans la voûte du fac-similé, de présenter les peintures de la grotte. source : conseil général, 2001*



**Figure 30 : Le morphing numérique**

*Les salles de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont transformées selon un plan géométrique afin de respecter leur position relative et de compacter les 8000m<sup>2</sup> de la vraie grotte source : Conseil général, 2001*

La volonté de restituer l'ambiance sensorielle de la cavité montre la volonté des porteurs de projet de proposer une visite authentique, où les visiteurs sont immergés dans une ambiance souterraine créée à part entière.

Si le projet en lui-même est défini, reste à trouver le lieu d'implantation. Après un long processus de sélection (Cachat et al., 2012), le site de la Mathe, localisé sur la commune de Vallon-Pont-d'Arc (vallée de l'Ibie), à proximité de la grotte et du pont d'Arc, dans un environnement paysager similaire à celui de la cavité, est sélectionné (Duval 2007a ; Cachat, 2008 ; Cachat et al., 2012). Au-delà de ces caractéristiques, ce site permettait de conjuguer la réalisation

de cet équipement touristique avec un projet de territoire sur fond de gestion de la fréquentation touristique du pont d'Arc, jugée inadaptée. Ce projet général de gestion du site classé de la

combe d'Arc (le projet « Trace ») et les enjeux associés seront présentés dans le chapitre 4.

Le choix de ce terrain a fait face à une montée de la contestation locale, notamment dans le monde des écologistes, qui craignaient la pression touristique à proximité de la Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche. À ces objections s'ajoutèrent celles des propriétaires des terrains et la crainte des acteurs économiques, tels les gérants des campings (Duval, 2007a), de se voir évincer de cette nouvelle offre. C'est finalement le préfet qui tranchera en jugeant que la localisation retenue limite l'accès aux personnes à mobilité réduite (pentes de 40 mètres) et surtout, que le terrain prévu pour le parking se trouvait en zone inondable (id.). De ce fait, il est impossible de lancer une procédure d'expropriation pour l'acquisition des terrains dont le Conseil général n'était pas propriétaire. Ce projet est alors bloqué le 14 décembre 2004 lors d'une séance au conseil général (id.).

Malgré l'abandon de ce site, le projet de restitution est maintenu et reste un des projets phares du département. Le 14 juin 2005 une charte de coopération entre l'Etat, la région Rhône-Alpes et le département de l'Ardèche est signée en présence du ministre de la Culture et de la Communication (Renaud Donnedieu de Vabres)<sup>31</sup>. Cette charte relance le projet « *dans un cadre partenarial qui doit assurer les conditions optimales de réussite, sur la base d'objectifs communs* » (Préfecture de l'Ardèche, 2011, np). Le Conseil général n'est ainsi plus le seul porteur de projet, l'échelle d'action s'élargit et le projet devient désormais une ambition régionale voire nationale. Ces nouvelles échelles d'implication témoignent des enjeux qui sont associés à l'espace de restitution en termes de développement touristique et territorial, à la fois à l'échelle départementale mais aussi régionale. Ce partenariat a pour objectif : 1/ d'approfondir la programmation, mettre au point le projet, de vérifier les modalités de réalisation et d'exploitation et de monter un plan de financement ; 2/ de suivre la réalisation des travaux tout en concrétisant et en accompagnant la délégation de l'exploitation (cf *infra*). Pour ce faire, le Syndicat Mixte de l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (SMERGC) est créé par le département de l'Ardèche et la région Rhône-Alpes par l'arrêté préfectoral n°2007-177-1 du 26 juin 2007. La réflexion et la réalisation du projet d'Espace de Restitution (ERGC) prennent de nouvelles orientations et le portage du projet est refondu. À partir de cette date, tout s'accélère, et la Caverne du Pont d'Arc a été inaugurée au printemps 2015.

### 3.1.1.2. Présentation de la « Caverne du pont d'Arc »

À partir de 2007, le projet d'Espace de Restitution s'affine avec la création du SMERGC. En 2009, un nouveau terrain est sélectionné : celui du Razal (29 hectares), à deux kilomètres à vol d'oiseau de la grotte originale est à 9,5 km par la route. Il se situe sur les hauteurs de Vallon-Pont-d'Arc, le long de la Départementale 4 (fig. 32).

---

31 <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiq/donnedieu/chauvet05.html>



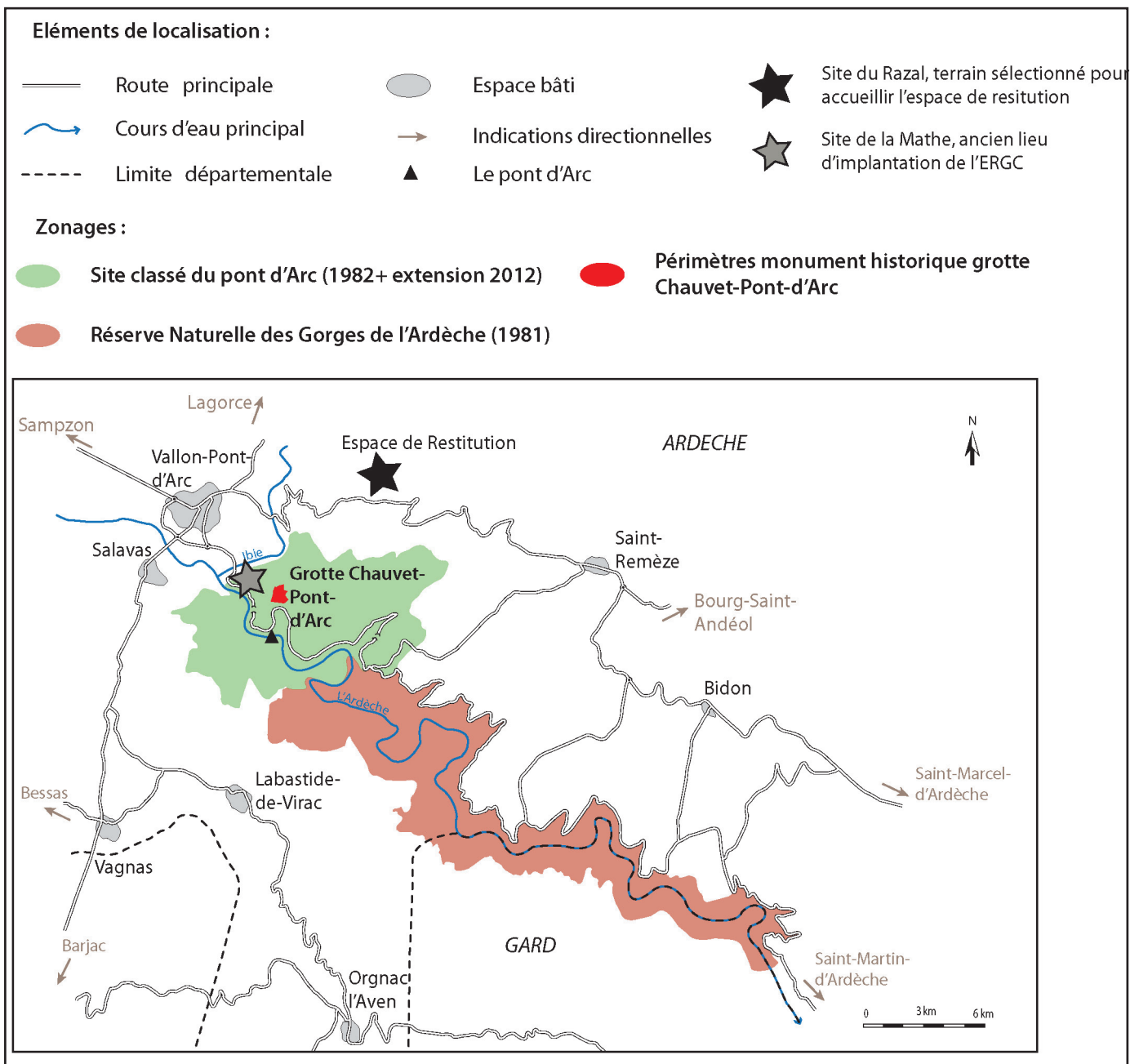


Figure 32 : localisation des sites successifs d'implantation de l'Espace de Restitution

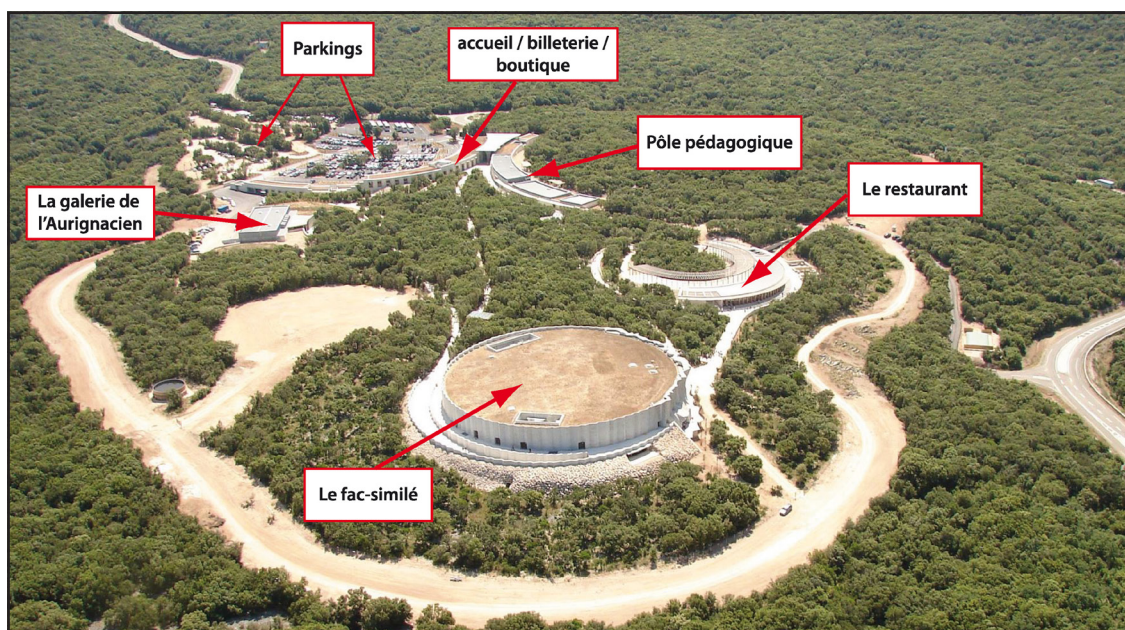
La présence de cette voie de communication n'est pas anodine dans le choix du site : il s'agit de la route principale pour accéder à Vallon-Pont-d'Arc depuis la vallée du Rhône et l'autoroute A7. Cette voie d'accès fait de l'ERGC un site accessible en 45 minutes depuis l'autoroute. Mais si cela présente un avantage, nous verrons plus loin que cela peut également être un frein, notamment pour les retombées du fac-similé en terme de développement territorial.

Le choix de ce terrain est également argumenté par les porteurs de projet comme respectant le cadre environnemental de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : paysage calcaire, garrigue (Cachat et al., 2012). Mais la ressemblance s'arrête là : si les gorges de l'Ardèche ne sont pas loin, le site du Razal et sa position en plateau n'offrent aucun point de vue sur la rivière. L'avantage principal de ce terrain est sa maîtrise foncière, facilitée par le fait qu'il s'agisse majoritairement de terrains communaux. Cette opportunité limite les conflits, les temps de concertation et donc un nouveau retard voire report de la réalisation de ce fac-

similé. Suite aux modifications du Plan Local d'Urbanisme (le terrain se trouvait en zone inconstructible) le permis de construire a été attribué le 24 octobre 2011.

Imaginé en site éclaté, le futur Espace de Restitution est composé de six espaces (fig . 33) dont deux pôles principaux : 1/ le fac-similé lui-même ; 2/ le centre de découverte appelé la Galerie de l'Aurignacien

1/ le fac-similé : les porteurs du projet souhaitent créer un site à haute valeur culturelle



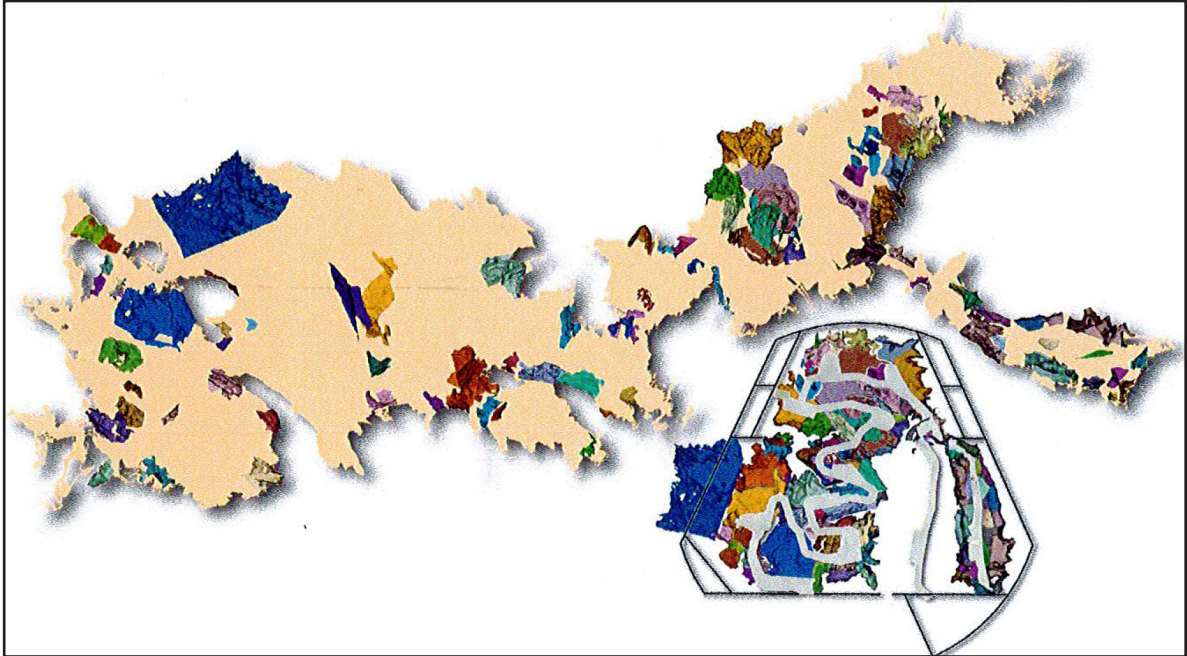
**Figure 33 : Vue aérienne du site de la Caverne du Pont d'Arc**

*Pensée en «site éclaté», la Caverne du Pont d'Arc» inaugurée en avril 2015 est composée de 6 espaces principaux : la parking, l'espace d'accueil / billetterie / boutique, le pôle pédagogique, le centre de découverte et le fac-similé. ces différents espaces sont reliés par des chemins ombragés où le visiteur découvre cinq «stations» présentant la recherche autour de la grotte (datations, karst, etc...). Source : SMERGC, 2011a*

qui soit le plus fidèle possible à la cavité originale. La réalisation d'une copie relève alors du défi et la rigueur scientifique est de mise : depuis le lancement de ce dernier projet, un comité scientifique, présidé par Jean Clottes a été mis en place. Il valide chaque méthode de restitution et accompagne le maître d'œuvre (le Syndicat Mixte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet-Pont-d'Arc) dans la réalisation de la copie. Composé de membres de l'équipe scientifique chargés de l'étude la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, de représentants de la DRAC, de la conservateur de la grotte et d'experts internationaux (liste des personnes constituant le comité scientifique en annexe X), ce comité apporte une garantie et une validation scientifique dans les choix faits en matière de restitution. Le premier choix a été celui de l'architecture générale du fac-similé. À demi enterrée, « l'anamorphose est la restitution compactée (3500 m<sup>2</sup>) de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc originale (8500 m<sup>2</sup>). Elle est définie à partir d'éléments de la grotte véritable, extraits puis assemblés entre eux de manière à respecter les salles, leurs orientations relatives et leur succession. Ces éléments intègrent à l'échelle 1, les principaux évènements géologiques, paléontologiques et préhistoriques de la grotte » (SMERGC, 2011d, np.). Suite aux choix opérés avec les membres du comité scientifique, des tronçons de la

grotte, appelés « écailles », ont été sélectionnées puis replacées pour recréer une « grotte » (fig. 34).

La position relative des œuvres, concrétions, ossements a été respectée, notamment en ce qui concerne l'ordre d'apparition dans la grotte, afin de reproduire la scénographie supposée



**Figure 34 : Les écailles sélectionnées pour la restitution de la grotte**

*Les zones colorées représentent les «écailles» sélectionnées et repositionnées dans le fac-similé. Le processus de sélection de ces écailles a principalement été guidé selon l'importance accordée à tel ou tel espace de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Les zones identifiées comme représentative des patrimoines de la grotte ont ensuite été repositionnés dans la copie afin de respecter leur position relative. Source : SMERGC*

de la vraie grotte. Afin de restituer au mieux la morphologie de la grotte malgré la contraction nécessaire, le fac-similé est construit à partir du modèle 3D de la cavité originale (Sadier, 2013) : les plafonds, parois et sols sont ainsi reproduits (fig. 35). Les panneaux pariétaux sont réalisés dans deux ateliers (un à Montignac, Dordogne et l'autre à Toulouse). Les dessins sont reproduits à l'aide de matériaux naturels selon les gestes des artistes du paléolithique. Ces panneaux sont régulièrement contrôlés par les représentants du comité scientifique. Les concrétions sont quant à elles réalisées dans un atelier parisien où la rigueur est également de mise pour s'approcher au plus près des véritables concrétions (formes, matières, couleurs...). Elles sont aussi régulièrement validées par certains membres du comité scientifique sous la houlette des scénographes.





**Figure 35 : les différentes étapes de réalisation de la copie**

Ces photos prises lors du comité scientifique du 21 mars 2014 montrent l'avancée des travaux à un an de l'ouverture (photos : Ch. Malgat)

1/ création des plafonds du fac-similé : du béton est projeté sur une grille disposée sur un quadrillage métallique reprenant les reliefs de la grotte grâce à un modèle 3D ;

2/ vue sur les plafonds terminés du fac-similé : un fois projeté, le béton est modelé, sculpté et teint ;

3/ la reproduction du panneau du cheval gravé, réalisé en Dordogne puis acheminé dans le fac-similé. Sur cette photo, le panneau n'est pas encore intégré à la paroi ;

4/ le fac-similé du panneau des chevaux. Il reste ici aussi à intégrer le panneau à la paroi.

Afin de parfaire la ressemblance avec la vraie grotte, un scénario de visite a également été construit par le comité scientifique en partenariat avec le maître d'ouvrage et le maître d'oeuvre : les visiteurs déambuleront sur une passerelle rappelant celle de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les sensations de fraîcheur, d'humidité seront reproduites ainsi que les « odeurs ». La visite sera ponctuée par 10 stations, à partir desquelles le visiteur pourra admirer les œuvres, les ossements, le concrétionnement. À chacune de ces stations, le guide donnera quelques explications, mais le choix du scénario de visite retenu privilégie l'émotion. Les explications plus poussées seront présentées dans le centre de découverte (cf *infra*).

Le comité scientifique a été sollicité pour accompagner le SMERGC et le délégataire dans l'identification des éléments fondamentaux à évoquer dans le discours du guide. Deux niveaux de discours sont proposés : un pour les visites grand public avec plusieurs thématiques et un pour les visites plus spécialisées (le fac-similé a vocation à accueillir des étudiants et/ou chercheurs dans différents domaines (préhistoriens, pariétalistes, paléontologues...)). L'éclairage préhistorique (torches, lampes à graisse....) sera restitué au mieux grâce à une variation de la lumière selon les creux et les aspérités afin de créer des jeux d'ombres permettant de faire « vibrer les peintures ». La question de l'éclairage a amené le comité scientifique à s'interroger sur la conservation des peintures reproduites : ces dernières étant réalisées grâce à des pigments naturels, y a-t-il un risque de dégradation (champignons, algues...) ? Comment conserver ces reproductions ? Lors du comité scientifique du 12 octobre 2012, ces questions sont abordées et l'idée est émise d'utiliser un fixatif et de déterminer un calendrier d'entretien des œuvres. Si ce risque est abordé, il reste difficile à appréhender. Quel fixatif utiliser et quand le renouveler ? De plus, certaines parois du fac-similé seront à la portée du visiteur : dans la copie de la galerie du

Mégacéros, les peintures et les parois peuvent être touchées. Ceci questionne la vulnérabilité même des copies des peintures de la grotte : dans le fac-similé aussi il s'agit de rester vigilant pour assurer la parfaite conservation des œuvres.

Au final, ces questionnements quant à la protection et à la sauvegarde des copies interrogent le statut même de l'ERGC : la recherche de solutions pour limiter les dégradations du fac-similé renvoie aux problématiques de gestion des patrimoines « originaux », même si les enjeux ne sont pas les mêmes. Mais au-delà de la sauvegarde de l'intégrité des œuvres copiées, ces questionnements des porteurs de projet sont également dictés par les coûts : faut-il laisser les champignons potentiels proliférer et refaire régulièrement les copies ? Ou est-il plus économique de mettre en place une surveillance digne des sites pariétaux originaux ? Quoi qu'il en soit, le fac-similé et l'attention qui lui est portée en termes de gestion et de conservation amène à le considérer tel un patrimoine. Cela questionne le transfert de patrimonialité qui semble s'opérer entre la grotte originale et la copie (Malgat et al., 2015). En transmettant les patrimoines de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, en reproduisant l'émotion de la visite et en mettant en place une stratégie de gestion et de protection du fac-similé, nous pouvons considérer que la copie porte en elle les valeurs même de la grotte originale : d'abord imaginée comme un palliatif à la fermeture de la grotte, la copie dépasse sa fonction première d'équipement touristique pour se voir conférer une valeur patrimoniale (Malgat et al., 2012). Les moyens mêmes mis en œuvre pour réaliser cette infrastructure, les exigences en terme de restitution que se sont imposés les porteurs de projet modifient le statut de l'ERGC.

2/ Le centre de découverte : « au sein de l'Espace de Restitution, pour accompagner la future réplique de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, un centre de découverte sera édifié, dans lequel les visiteurs pourront trouver toutes les réponses aux questions qu'ils se seront posées durant leur déambulation dans le fac-similé » (SMERGC, 2011b, p. 72). Pensé comme un centre d'interprétation, il a pour objectif d'approfondir les connaissances des visiteurs grâce à « un espace d'exposition permanente destiné à présenter au public les grandes questions relatives à la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et au contexte dans lequel évoluaient les Hommes de l'époque aurignacienne » (SMERGC, 2011d, np). Ce centre de découverte a une surface de 650 m<sup>2</sup> et est divisé en différents espaces (fig 36) :

- un sas d'accueil pouvant accueillir 60 personnes ;
- une salle de cinéma où deux films présentant la vie des Aurignaciens peuvent être projetés : un long en basse saison, un plus court en période de forte fréquentation ;
- le pôle 1 : « L'Ardèche il y a 36 000 ans », où sont présentés les paysages extérieurs et souterrains ;
- le pôle 2 : « La culture aurignacienne », organisé autour de trois médias (une table multitouch présentant un camp aurignacien, une carte de la répartition des hommes de l'époque, des vitrines avec des copies d'objets courants) ;
- le pôle 3 : un espace pour comprendre l'art pariétal grâce à différents médias ;
- pour lier ces trois pôles, les visiteurs déambulent dans un espace où sont reproduits de



grands animaux et où sont présentés cinq personnages en train de peindre, avec divers objets pour présenter l'état des connaissances sur ces populations.



**Figure 36 : Le centre de découverte**

photos prises lors de l'inauguration de la Caverne du Pont d'Arc (avril 2015) :

1/ reproduction d'un lion des cavernes ;

2/ reconstitution d'une famille aurignacienne (un enfant et une femme) ;

3/ le pôle présentant l'Ardèche d'il y a 36 000 ans (climat, paysages...) ;

4/ des bornes interactives sont positionnées entre les différentes salles. Les visiteurs sélectionnent, grâce à un écran tactile, les questions qui les intéressent. Des chercheurs spécialistes des différents axes de recherche de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (paléontologues, pariétalistes, archéologues, géomorphologues etc.) répondent aux questions selon leur point de vue et leur thématique de recherche (paléontologie, archéologie, géomorphologie, etc...) ;

5/ le pôle présentant la culture Aurignacien. Les visiteurs découvrent ce peuple grâce à des tables tactiles reconstituant un campement et les différentes activités de ces hommes et femmes mais aussi grâce à des reproductions d'outils et d'instrument de musique présentés dans des vitrines ;

6/ exemple de média du pôle «art pariétal». Cet écran présente différentes peintures issues de différents sites préhistoriques. Le visiteur peut faire apparaître et disparaître les peintures selon leur période de réalisation.

Les thématiques présentées dans le centre de découverte sont récurrentes à l'ensemble des projets de restitution successivement envisagés depuis 1995. Depuis les premiers projets, la volonté de présenter le monde des aurignaciens est affichée. Cette volonté affirmée de contextualiser cette découverte aussi bien temporellement que spatialement traduit la volonté des porteurs de projet d'inscrire l'Ardèche dans le paysage préhistorique français. Peu connue

pour ses ressources historiques, ces stratégies de valorisation du caractère préhistorique ardéchois cherchent à légitimer le projet de restitution en rappelant l'importance préhistorique de ce territoire et en retour, visent à renforcer cette image culturelle. La conception du centre de découverte, appelée la « Galerie de l'Aurignacien » et son contenu sont pensés comme une structure complémentaire de la Cité de la Préhistoire sur le grand site de France de l'Aven d'Orgnac. Nous verrons plus tard que la Cité de la Préhistoire a bénéficié de subventions de la part du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc pour rénover ses bâtiments et modifier sa scénographie (chapitre 4). Cette complémentarité témoigne là aussi de la volonté des porteurs de projet d'inscrire le sud Ardèche dans le paysage préhistorique français en structurant une offre « préhistoire » autour de deux sites majeurs.

### 3.1.1.3. La délégation de service public

« Le Syndicat Mixte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet-Pont d'Arc a lancé une procédure de délégation de service public portant sur l'exploitation de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet-Pont d'Arc, compte tenu d'une part de l'importance du projet culturel et scientifique à vocation touristique que constitue l'Espace de Restitution, et, d'autre part, de la technicité et du savoir-faire nécessaires à la gestion, la valorisation et le développement des équipements constitutifs de cet espace » (SMERGC, 2011d, np). Entre autres choix possibles (mise en place d'une Société à Économie Mixte, régie directe...), la Délégation de Service Public (DSP) est justifiée par la professionnalisation et la technicité que nécessite l'exploitation d'une telle infrastructure touristique : « force est de constater que les collectivités publiques se tournent vers les délégations de service public pour offrir aux usagers des prestations que les services municipaux ou départements ne peuvent produire en raison de la technicité qu'ils requièrent » (Joncour, Raymundie, 2001, p. 65). La DSP est également justifiée par des raisons financières : « il ne s'agissait pas d'engager l'argent ardéchois dans un investissement périlleux » (Pascal Terrasse, président SMERGC, cité in le Dauphiné Libéré 08-06-2010). Grâce à la délégation, ni le département, ni l'État n'auront à assumer les coûts d'exploitation et d'entretien et ce « mouvement de « privatisation » des services publics traduit le souci de freiner l'accroissement des dépenses publiques » (Joncour, Raymundie, 2001, p. 62).

Après l'analyse des candidatures, suite aux auditions et aux réunions de négociation, il est décidé, en novembre 2011, de confier la gestion de l'ERGC à la société Kleber Rossillon. Le SMERGC a justifié ce choix en raison de la qualité de services et du programme d'entretien, de la pertinence des moyens mis en œuvre et de la stratégie marketing, de la cohérence et la fiabilité financière de cette société (SMERGC, 2011d). Créée en 1995, la société Kleber Rossillon, gérante entre autres du château de Castelnaud (Dordogne), des jardins de Marqueyssac (Dordogne) et du musée de Montmartre (Paris), affiche un savoir-faire concernant la gestion des sites (aussi bien intérieurs qu'extérieurs), la conception et la réalisation de muséographie

et scénographie, etc<sup>32</sup>. Cette société se voit ainsi confier l'exploitation de l'ensemble des pôles composant l'ERGC (hors espace régional, cf *infra*), la programmation et le suivi des différents évènements, expositions, animations, dont la présentation des avancées de la recherche dans la grotte. Elle doit également assurer les investissements nécessaires à l'exploitation de ce type d'infrastructures et organiser la promotion et la commercialisation du site.

En contrepartie de la mise à disposition du site de l'ERGC par le syndicat mixte, ce dernier reçoit une redevance d'usage. « *Cette redevance comporte une partie fixe et une partie variable calculée en fonction du niveau d'activité* » (SMERGC, 2011d, np). La redevance fixe s'élève à 180 000 euros HT par an et la part variable fluctue selon le chiffre d'affaire. Les 57 millions d'euros investis dans la construction de la Caverne n'ont pas vocation à être remboursés ; ils ont été investis afin de favoriser les retombées locales. Localement, la décision prise quant à la délégation de service public à un gestionnaire privé a été majoritairement mal accueillie et a cristallisé de nombreuses tensions (chapitre 5). De nombreux locaux se sont ainsi questionnés sur le fait que de l'argent public ait été investi pour le compte d'une société privée. Mais au-delà de ces revendications, nous pouvons discuter de ce choix de DSP au regard des retombées de l'ERGC attendues sur le territoire. En effet, cette infrastructure a été conçue dans le but de faire évoluer le tourisme et d'impulser une nouvelle dynamique sur le territoire (chapitres 4 et 5). Or, nous pouvons questionner l'intérêt du gestionnaire à promouvoir le territoire : alors qu'il doit faire fonctionner son site, comment peut-il prendre en compte le reste du territoire ? Pour certains prestataires locaux, il cherche à faire des bénéfices à son profit plutôt qu'au leur. La gestion par un acteur privé pose également la question du management pour le rendement. L'organisation des visites du fac-similé renforce le sentiment de profit au discrédit de la qualité : les groupes se suivent et sont séparés de quatre minutes, ce qui rend la visite du fac-similé beaucoup moins « intime », bien loin de l'émotion tant vantée par les porteurs du projet. Le temps passé devant les parois reconstituées est compté et chronométré grâce à l'éclairage qui s'éteint lorsque les quatre minutes sont écoulées. Les discussions menées avec les visiteurs lors de notre week-end sur le site (25-26 avril 2015) nous apprenaient leur déception, leurs sentiments de « s'être fait pousser dehors » et « d'être passé à côté ». Au final, la recherche de rentabilité du gestionnaire limite l'émotion ressentie et donc, la qualité de l'expérience, même si la qualité de la copie est par ailleurs largement reconnue.

Pour assurer l'inscription territoriale de la Caverne du Pont d'Arc et favoriser les retombées, la convention de délégation de service public stipule que « *l'exploitation du site, tourné vers les territoires et intégré dans l'environnement, doit concourir à la promotion du développement durable sur le territoire* » (SMERGC, 2011d) et une annexe présente les partenariats touristiques et culturels que doit mettre en place le délégataire (avec ALP, les sites majeurs du département (Alba la Romaine, le safari de Peaugres), etc...). Cependant, lors des entretiens menés avec les partenaires du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, de nombreux interviewés confiaient leurs craintes. Beaucoup trouvaient que le délégataire



était peu présent sur le territoire. Certains nous ont même confié avoir été contactés par le délégué pendant la période de consultation et d'étude des différentes candidatures, en leur promettant un partenariat, et que, depuis l'annonce du choix, ils n'auraient eu plus aucune nouvelle.... Ce sentiment d'abandon, voire d'abus de confiance, nourrit les craintes de certains partenaires locaux de voir l'ERGC capter leur clientèle (chapitre 5). Ce sentiment renforce le questionnement quant à ce choix de DSP et aux risques encourus en terme de retombées sur le territoire. Cela interroge le choix et la cohérence de ce mode d'exploitation par rapport aux objectifs affichés et aux enjeux territoriaux associés.

Le cahier des charges de la délégation, qui est très conséquent et détaillé pour assurer un encadrement strict de la DSP, suffira-t-il à assurer les retombées sur le territoire et l'intégration de l'ERGC dans le réseau culturel local ? Paradoxalement, le caractère conséquent de ce cahier des charges ne traduit-il pas une crainte des porteurs de projet de voir le délégué prendre trop de liberté ? Pour bien comprendre les craintes vis-à-vis de cette délégation, présentons maintenant les enjeux de ce site que les acteurs porteurs de projet ont voulu structurant pour le territoire.

### **3.1.2. L'ERGC, un site touristique pensé comme structurant**

#### *3.1.2.1. Les ambitions territoriales de la copie : une infrastructure pour diversifier le tourisme*

Dès l'annonce de la création d'une copie de la grotte, l'argumentaire légitimant cette réalisation est associé à celui de la diversification du tourisme : « *ainsi, cette découverte permettra au tourisme local de franchir un grand pas en brandissant un atout supplémentaire qui viendra s'ajouter à ceux légués par la nature : l'atout culturel* » (Propos de J-P Ageron, alors maire de Vallon-Pont-d'Arc, recueillis par le Dauphiné Libéré le 20-01-1995). La réalisation de cette infrastructure ouvrant le territoire au tourisme culturel est dès lors perçue par les acteurs comme le vecteur d'une nouvelle offre touristique. Cette infrastructure est envisagée par les acteurs comme devant permettre un processus de diversification innovante. Mais il ne s'agit pas seulement de diversifier l'offre, il s'agit également de favoriser l'arrivée de nouvelles clientèles, notamment avec la fréquentation d'un public « culturel » (chapitre 5).

Une des premières répercussions attendues réside dans le nombre de visiteurs potentiels de l'ERGC : la candidature de la société Kleber Rossillon donnait des hypothèses de fréquentation à 450 000 visiteurs l'année d'ouverture, 400 000 la deuxième année pour atteindre un plancher de 300 000 visiteurs au bout de 4 ans d'ouverture. Elle estime atteindre un plafond de 322 000 visiteurs la onzième année (SMERGC, 2011d). Ici, les méthodes de calcul ne sont cependant pas exposées, ce qui questionne la fiabilité de ces chiffres et ce d'autant plus que d'autres chiffres sont avancés par d'autres études, comme celle d'Oppodumsis (2009), assistant-conseil pour la définition d'une stratégie touristique autour des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Dans cette étude analysant la fréquentation attendue / recherchée,

une méthode a été mise en place pour calculer la fréquentation prévisionnelle de l'ERGC, en distinguant les visiteurs à la journée et les visiteurs « touristes ». Après le calcul et l'analyse du marché potentiel par segment de clients, cette étude a cherché à déterminer « *un taux de pénétration qui détermine le nombre de clients par segment* » (Oppidumsis, 2010, p. 70). Ce taux de pénétration est calculé à partir du taux de marché potentiel<sup>33</sup>, du taux d'information<sup>34</sup>, du taux d'intérêt et du taux d'accessibilité. Après une pondération en pourcentage de chaque taux, le taux de pénétration est rapporté à la population de base et au marché potentiel, en distinguant visiteurs à la journée et visiteurs touristiques. Cette pondération en pourcentage n'est pas plus explicitée et l'on peut se questionner quant à la méthode utilisée. Loin des chiffres annoncés par la société Kleber Roussillon, ce calcul donne 188 316 visiteurs « journée » et 45 690 visiteurs « touristes », soit un totale de 234 006 visiteurs potentiels de l'ERGC, bien loin des 450 000 visiteurs avancés par Kleber Rossillon. L'Agence Départementale du Tourisme de l'Ardèche estime quant à elle la fréquentation de l'ERGC autour de 320 000 visiteurs, dont les 2/3 seraient des clientèles déjà présentes sur le territoire. Elle estime le gain de clientèle nouvelle à 100 000 visiteurs (entretien V. Orce, ADT, 23-01-2013). Ceci semble être une goutte d'eau dans les 2 millions d'arrivées de visiteurs venant chaque année profiter de l'offre nature du département et du sud Ardèche (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2011, p.3). Quoiqu'il en soit, l'Espace de Restitution est, depuis le départ et les premiers projets, calibré pour accueillir un flux de visiteurs de l'ordre de 300 000 à 350 000 visiteurs par an. Ce chiffre est à mettre en corrélation avec les chiffres de fréquentation de Lascaux II, le fac-similé de la célèbre grotte de Lascaux : en 2013, ce fac-similé a accueilli 260 000 visiteurs (fréquentation en nette diminution)<sup>35</sup>.

La première année de fréquentation a cependant largement dépassée le nombre de visiteurs espérés : en un an, la Caverne du Pont d'Arc a accueilli près de 600 000 visiteurs. Mais plus qu'une question de nombre de visiteurs de la Caverne du Pont d'Arc, la problématique porte principalement sur les retombées de ces visiteurs pour le territoire. Il s'agit là de questionner l'échelle à laquelle ce site est structurant : est-ce que la fréquentation ne bénéficie qu'au site en lui-même ? Ou favorise-t-elle également la commune de Vallon-Pont-d'Arc et communes alentours ? Ces retombées se diffusent-elle sur le reste du territoire sud-Ardéchois voire ardéchois ? Le maire de Vallon-pont-d'Arc, Pierre Peschier, déclare que « *durant le mois de mai, des commerces ont connu un boom de leur chiffre d'affaires, avec une hausse entre 10 et 60 %* » (le Dauphiné libéré, 05-07-2015). Afin de connaître les réels effets et la réelle échelle de structuration de la Caverne du Pont d'Arc, il s'agit de mener une évaluation rigoureuse et complète (chapitres 6 et 7).

---

33 Nombre de personnes concernées rapporté à la population totale dans le marché étudié.

34 Nombre de personnes informées sur l'existence du site par une campagne publicitaire.

35 [http://www.tourisme-aquitaine.fr/upload/chiffres\\_cles\\_2013.pdf](http://www.tourisme-aquitaine.fr/upload/chiffres_cles_2013.pdf)



L'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est bien présenté comme un vecteur devant permettre la mise en place d'une nouvelle offre touristique, dans une perspective de diversification innovante. D'infrastructure touristique, il est élevé au rang de ressource pour le territoire et le tourisme. En effet, au delà de la construction ponctuelle d'une infrastructure, c'est tout le fonctionnement du tourisme qui est repensé. Pour ce faire, l'ERGC est perçu par les porteurs de projet comme devant être exemplaire et comme devant refléter la qualité de la grotte : « *l'exploitation de l'Espace de Restitution doit être d'un niveau de qualité en rapport avec le patrimoine exceptionnel de la grotte Chauvet-Pont d'Arc, et doit permettre à celui-ci d'être porteur de potentialités et de développement culturel, économique et touristique pour le département de l'Ardèche et sa région* » (SMERGC, 2011d, np). La charte de coopération signée entre le département et la région en 2005 souligne en effet qu'il s'agit de « *favoriser le développement territorial en prenant appui sur un grand projet culturel* » (Préfecture de l'Ardèche, 2011). Dès les premiers projets de restitution, l'ERGC a été pensé comme une vitrine de l'Ardèche, où les richesses patrimoniales du territoire pourront être valorisées afin de constituer le cœur d'une nouvelle offre départementale associée à une fréquentation touristique diffuse. L'ERGC est pensé comme l'instrument de la diversification innovante du tourisme sud ardéchois. De fait, l'ERGC peut se définir comme une nouvelle ressource touristique favorisant l'évolution et la ré-organisation du territoire.

La volonté de valoriser le territoire ardéchois pour y diffuser le tourisme depuis l'espace de restitution avait déjà émergé avec le projet de la Mathe abandonné en 2004 : « *en vue de renvoyer les touristes sur le reste du département ardéchois, la construction d'une Maison de l'Ardèche est envisagée. Lieu de vitrine des richesses ardéchoises, elle sera située à proximité immédiate voire à l'intérieur de l'ERGC afin de jouer pleinement le rôle de relais/diffuseur* » (Duval, 2007a, p. 267). Dans la même veine, le nouveau site touristique de la Caverne du Pont d'Arc accueille un « Espace Régional » qui promeut « *l'ensemble de l'offre territoriale (à minima à l'échelle de la destination Ardèche et au delà, à un niveau régional)* » (SMERGC, 2011b, p. 114) et assure la « *valorisation spécifique des filières thématiques patrimoniales (filières touristiques qualitatives et entrées thématiques)* » (id.). Cet espace, contrairement au reste des pôles de l'ERGC, est géré par l'ADT et non par le délégataire. Ce pôle régional est présenté comme permettant d'ancrer la Caverne du Pont d'Arc dans le territoire et de la localiser dans l'offre touristique départementale. Mais la mise en place d'un espace régional au sein de l'ERGC est-elle suffisante pour permettre un ancrage territorial de l'infrastructure ? Cela suffira-t-il pour éviter que l'ERGC ne soit un OTNI (Objet Touristique Non Identifié) ? L'espace régional qui a effectivement été mis en place sur le site de la Caverne semble bien loin d'un espace de promotion : lors de nos observations de terrain durant le week end d'ouverture du site (avril 2015), aucun prospectus ni carte touristique ne sont distribués, les informations sont données par des agents de l'ADT, agents qui ont montré quelques lacunes quant à la connaissance du territoire (ils ne savaient pas situer le site d'Alba la Romaine par exemple). Des écrans diffusent des films de promotion du territoire régional, dans lesquels défilent des photos de

sites touristiques rhônalpins, mais sans qu'ils soient situés. Le département est quant à lui mis en avant par un petit film, John l'Ardéchois, qui présente avec humour, si ce n'est pas ridicule, certains lieux touristiques du territoire. Au final, cela questionne l'efficacité de l'ERGC du point de vue restructuration du territoire et du tourisme sud ardéchois et ardéchois.

### 3.1.2.2. L'ERGC, un site touristique structurant de qualité ?

En premier lieu, nous pouvons questionner l'identification et la nature même de l'ERGC : ce dernier peut-il être considéré comme un parc de loisirs thématique, un parc à thème, un centre d'interprétation ou un espace muséographique ? Cela joue-t-il sur son caractère potentiellement structurant ? Si l'ensemble des partenaires du projet insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas d'un parc de loisirs mais bien d'un « grand équipement culturel à vocation touristique » (Cachat et al., 2012), nous pouvons tout de même mettre l'ERGC en parallèle avec la définition de parcs de loisirs. La convention collective nationale étendue des parcs de loisirs et d'attractions français, signée le 5 janvier 1994 définit le parc de loisirs comme « un espace clos à vocation récréative, aménagé et comportant des attractions de diverses natures (manèges secs et/ou aquatiques, spectacles culturels ou de divertissement). Ces entreprises disposent d'installations fixes ou permanentes, ouvertes au public, avec un droit d'entrée et/ou paiement aux attractions, et ce, tout au long de l'année et/ou de manière saisonnière » (Parent, 1998, p. 10). Pour certains auteurs, la définition de parc de loisirs inclut « les sites culturels qui concernent le patrimoine, des thèmes scientifiques... et qui mettent à la disposition du public des connaissances, des savoir-faire et des outils pédagogiques » (Anteblian et al., 2011, p. 2). La Caverne du Pont d'Arc a bien vocation à transmettre au public les patrimoines de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc grâce au fac-similé mais également au centre de découverte et aux ateliers pédagogiques qui permettent une meilleure compréhension de la culture aurignacienne et de leurs arts, dont l'art pariétal. Pour ces auteurs, « les concepteurs de parc de loisirs cherchent avant tout à favoriser l'immersion du visiteur au cœur d'une expérience extraordinaire grâce à toutes sortes de dispositifs. Il s'agit, en substance, de faire vivre au consommateur une expérience envoûtante et de forte intensité » (id., p. 2). Au regard des efforts mis en place pour faire vivre des émotions dans la copie de la grotte, au vu de l'important travail de scénographie et de reconstitution réalisé pour que la fausse grotte ait tout d'une vraie, nous pouvons avancer que les modalités de réalisation de la copie de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc semblent bien s'inscrire dans le même processus que la réalisation d'un parc de loisirs culturel. Nous pouvons dès lors considérer l'ERGC comme un parc culturel de loisirs, ce qui n'enlève en rien son caractère potentiellement structurant : « l'objectif est donc bien de réaliser un équipement culturel non seulement attractif et accessible au plus grand nombre, mais encore plus qui aura vocation à devenir un vecteur essentiel du développement territorial, c'est-à-dire le levier du rayonnement et de la notoriété internationale de l'Ardèche et toute une région » (SMERGC, 2011d, np). Il semble donc qu'au final, le fait que la Caverne soit définie comme un parc de loisirs ou pas, cela ne lui enlève en rien sa valeur potentiellement structurante. Le tabou autour de la dénomination de la Caverne du Pont d'Arc en tant que

parc de loisir reflète la perception négative qu'ont les acteurs de ce type d'espace, qu'ils considèrent comme antinomique avec le registre de la culture.

Pour Jean-Michel Tobelem (2009), un site et/ou projet culturel peut être défini comme structurant lorsqu'il présente des caractéristiques attractives et comme « *exerçant un important effet sur son environnement (d'un point de vue économique et social, de la mobilisation des acteurs locaux et/ou de la valorisation de l'image du territoire concerné) ; et, d'un point de vue général, sur la dynamique du développement local par effet d'entraînement exercé sur d'autres éléments et services périphériques* » (Tobelem, 2009, p. 263). Le grand équipement culturel qu'est l'ERGC est présenté comme la clé de voûte pour la mise en place d'une nouvelle offre touristique. La conception même du projet et les ambitions associées ont permis dans un premier temps de structurer les acteurs du territoire pour mettre en commun les réflexions quant aux stratégies à adopter pour reconstruire l'offre touristique autour de l'ERGC. Pour ce faire, nous avons vu que le délégataire doit alors s'engager à coordonner ses activités avec les différents sites culturels du territoire.

Pour assurer un réel effet structurant de l'ERGC, nous verrons dans le quatrième chapitre que c'est tout un projet de territoire, le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, qui est mis en place à partir des projets de valorisation de la cavité. Au final, l'ERGC est pensé comme le reflet d'un nouveau tourisme, d'un nouveau fonctionnement pouvant accueillir une nouvelle clientèle. Il est réfléchi comme l'initiateur d'une nouvelle image perçue comme plus qualitative : l'image culturelle. Nous verrons dans le chapitre 5 que la volonté des porteurs de projet s'inscrit dans un registre ambitieux : ils souhaitent que, depuis cette infrastructure culturelle ponctuelle, la qualité rayonne sur le territoire.

En parallèle et en complémentarité à la réalisation de cette infrastructure, une démarche d'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial a été initiée en 2003 et concrétisée en juin 2014.

## **3.2. L'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO : une démarche complémentaire à la réalisation de l'ERGC**

Dans les années 1970, face à la reconnaissance de la vulnérabilité patrimoniale et des difficultés que peuvent rencontrer certains États dans la mise en place de démarches de protection, l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO) instaure en 1972, lors de sa 17<sup>ème</sup> session, la « Convention pour la protection du patrimoine mondial culturel et naturel ». L'UNESCO, « *considérant que certains biens du patrimoine culturel et naturel présentent un intérêt exceptionnel qui nécessite leur préservation en tant qu'élément du patrimoine mondial de l'humanité toute entière* » (UNESCO, 1972, p.1), adopte ainsi de nouvelles orientations visant à assurer la protection et la sauvegarde du patrimoine mondial. Les États, prenant part à cette convention et dont les sites inscrits sont situés sur leur territoire, doivent dès lors « *assurer l'identification, la protection, la conservation, la mise en valeur et la transmission aux générations futures du patrimoine culturel et naturel [...]. Il[s] s'efforce[nt] d'agir à cet effet tant par [leur] propre effort au maximum de [leurs] ressources disponibles, que dans le cas échéant, au moyen de l'assistance et de la coopération internationale dont il[s] pourr[ont] bénéficier, notamment au plan financier, artistique, scientifique et technique* » (id.). Pour s'assurer le respect de la Convention, un comité du patrimoine mondial est mis en place. Constitué de 21 sièges à pourvoir en alternance, ce comité se réunit en session annuelle pour élargir et faire évoluer la composition de la Liste et assurer le suivi de l'état de protection des sites inscrits. C'est ce comité qui a inscrit la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (sous le nom de grotte ornée du Pont d'Arc) sur la liste du patrimoine mondial en juin 2014, lors de la 38<sup>ème</sup> session (Dooha, Qatar). Depuis juin 2015, la Liste compte 1031 biens inscrits (802 culturels, 197 naturels et 32 mixtes). Après une rapide présentation de la place des grottes ornées dans la Liste, nous reviendrons sur la démarche d'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et sur la complémentarité entre l'ERGC et cette inscription.

### **3.2.1. Présentation de la démarche d'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la Liste du patrimoine mondial**

#### *3.2.1.1. La place de l'art rupestre et des grottes ornées sur la Liste*

Avant de présenter la démarche de candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, nous allons revenir sur la place de l'art rupestre sur la Liste du patrimoine mondial. Avec 32 sites inscrits (2012), ce patrimoine reste relativement peu représenté au vu de son caractère ubiquiste. Compte tenu des valeurs culturelles et patrimoniales qui lui sont attribuées et des problématiques de représentativité de la Liste, « *il est essentiel pour renforcer la crédibilité de la liste du patrimoine mondial que les sites d'art rupestres y soient largement représentés* » (ICOMOS, 2010, p. 1). Mais le problème de la représentativité n'est pas propre aux biens

d'art pariétal et cette question inscrit ce patrimoine dans une problématique et un contexte général à la Liste du patrimoine mondial.

Tout comme de nombreux sites inscrits ou candidats, l'argumentation en vue d'une demande d'inscription sur la Liste du patrimoine mondial est à construire : « *le Comité du patrimoine mondial peut difficilement être convaincu de la valeur universelle exceptionnelle de l'art rupestre si ces aspects n'ont pas bénéficié d'études suffisamment détaillées : la simple présence d'une grande quantité de peintures ne justifie pas nécessairement une inscription sur la Liste* » (id., p. 1). Nous verrons avec l'exemple de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc que l'argumentaire pour justifier l'inscription est une affaire de choix à la fois scientifiques et politiques et que si les recherches scientifiques jouent un rôle important dans cette justification, l'argumentation (notamment en ce qui concerne le choix des périmètres) est surtout construite sur la base d'enjeux territoriaux.

Pour accompagner les Etats dans la mise en place d'un dossier de candidature d'inscription d'un site d'art rupestre, l'ICOMOS a publié en 2010 « *L'art rupestre : orientations préalables à une proposition d'inscription* ». Ces orientations « *abordent différents aspects importants des sites d'art rupestre qu'il conviendrait de prendre en considération dans la préparation des propositions d'inscription. Ces aspects concernent l'identification et l'évaluation des qualités intrinsèques des sites, en même temps que leur conservation et leur gestion* » (ICOMOS, 2010, p. 1).

L'art rupestre inscrit sur la Liste du patrimoine mondial est de plusieurs ordres : il concerne aussi bien les grottes peintes et/ou gravées (Cueva de los Manos, Rio Pinturas - Argentine), des abris sous-roche (parc du Kakadu - Australie) que des gravures de plein-air (Foz-Côa - Portugal). Le périmètre d'inscription de ces sites diffère également : il peut varier d'inscription ponctuelle en tant que bien culturel (Twyfelfontein - Namibie), d'une inscription en tant que biens culturels sériels (vallée de la Vézère - France ou sites du Levant - Espagne). Il existe également des cas où le site d'art rupestre est intégré dans l'inscription de biens mixtes (Drakensberg - Afrique du Sud) (Duval, Gauchon, 2013). Ces périmètres d'inscription peuvent évoluer et passer d'un bien ponctuel à un bien sériel par exemple, comme ça a été le cas en Espagne, avec l'extension en 2008 du périmètre d'inscription de la grotte d'Altamira à 17 autres grottes (id.). En quoi est-ce que ces choix en termes de périmètres reflètent-ils les jeux d'acteurs et les politiques locales ? Le retour sur l'histoire de la démarche UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le choix des périmètres proposés à inscription permettent d'analyser la construction de l'argumentaire dans le cadre d'une candidature d'inscription sur la Liste du patrimoine mondial. Cela permet de questionner les enjeux territoriaux associés.

### 3.2.2.2. Historique de la démarche et choix des périmètres

Dans son rapport d'expertise de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc datant du 2 janvier 1995, Jean Clottes soulignait que « *à mon avis, elle devrait figurer en temps voulu sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO* » (Clottes, 1995, p. 88). Cette inscription est chose faite depuis juin 2014, mais que s'est-il passé durant cette vingtaine d'années ?



Une analyse des archives de comptes rendus des différentes réunions organisées autour de la candidature UNESCO a pu être réalisée dans le cadre de notre recherche doctorale. Ce n'est qu'à partir de 2003, lors d'une séance au conseil général de l'Ardèche que ce dernier décide, à l'unanimité, d'engager la constitution du dossier de demande d'inscription de l'ensemble Combe d'Arc – grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la Liste du patrimoine mondial. Une analyse diachronique permet de présenter les enjeux associés à cette démarche de candidature.

Afin d'identifier les biens porteurs d'une valeur universelle exceptionnelle, les « orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial » déterminent des critères. La définition de ces critères tourne autour de l'argumentation de la rareté, de l'esthétique, de l'unicité et du témoignage. Le bien proposé doit également répondre à des conditions d'authenticité et d'intégrité. L'authenticité de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est validée dès la visite d'expertise de Jean Clottes qui certifie qu'il s'agit bien d'art préhistorique. Les datations des peintures au carbone 14 viendront affirmer et renforcer l'authenticité de la grotte. L'intégrité, quant à elle, « est une appréciation d'ensemble et du caractère intact du patrimoine naturel et/ou culturel et de ses attributs » (UNESCO, 2013, p. 24). Par ce critère, le Comité s'assure que l'ensemble du bien est pris en compte pour assurer une représentation complète de la valeur universelle exceptionnelle. Ce critère vise également à connaître dans quelle mesure le bien est ou peut être affecté par « des effets négatifs liés au développement et/ou manque d'entretien » (id.).

L'argumentation de l'intégrité du bien passe par le choix des périmètres proposés, périmètres reflétant ce qui est considéré par les acteurs comme devant être inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco. L'argumentation de ces périmètres varie selon les enjeux : elle est construite selon les attentes des porteurs de la démarche UNESCO en termes de patrimonialisation, de reconnaissance et de développement territorial. La démarche de candidature de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc est marquée par une évolution des périmètres du bien proposé et donc, par extension, des critères d'authenticité et d'intégrité. Ces évolutions concernent à la fois le bien en lui-même, mais également la zone tampon, espace encadrant le bien et devant en assurer la conservation (UNESCO, 2013). En mars 2004, un premier projet de dossier a été déposé auprès du ministère de la Culture mais également auprès du ministère de l'Environnement : les ébauches du projet envisageaient alors l'inscription de la grotte, du pont d'Arc et de la Combe d'Arc en tant que bien mixte (culturel et naturel). Le compte rendu de la réunion de travail du 30 juin 2005 précise que « la représentation française sur la liste UNESCO et la liste indicative de l'Etat français sont saturées en sites purement culturels (notamment monuments bâtis) : nécessité de présenter une candidature mêlant les critères « nature » et « culture » » (Conseil général, 2005a, p. 2). À ce moment, l'idée de présenter un bien mixte est justifiée comme pouvant assurer l'inscription face aux déséquilibres de la Liste et à la sur-représentation de la France en biens culturels. Dans ce même compte-rendu « -X- considère que la particularité du site « mixte » est de nécessiter non pas une addition de critères de qualité naturelle et culturelle, mais bien un argumentaire sur l'interaction des deux critères, ce qui est plus délicat » (Conseil général, 2007a, p. 3). Et c'est bien cette recherche d'argumentaire justifiant le lien entre les peintures présentes dans la grotte et la présence de l'arche naturelle

du Pont d'Arc (Malgat, Delannoy, 2015) qui sera le fil conducteur affiché dans le choix des périmètres. Progressivement, de ce lien de complémentarité entre un site culturel et un site naturel, les discussions se tournent vers « *un bien culturel nouveau composé d'un « cœur de site » comprenant la grotte et son cadre naturel proche, reposant sur l'idée que les valeurs naturelles du site (Pont, combe...) font partie des éléments fondateurs de la valeur culturelle de la grotte elle-même* » (Conseil général, 2005a, p. 3). Ici, il est donc question de prendre en considération le fait que l'environnement immédiat de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc participe à la valeur culturelle de la grotte.

D'un bien mixte, le débat évolue vers un bien culturel, malgré les recommandations émises concernant la sur-représentation de biens culturels français. Le compte rendu du comité opérationnel du 26 juin 2006 affirme que « *l'espace environnant la grotte (Combe et Pont d'Arc) est inclus dans la proposition au titre des éléments naturels monumentaux participant de la valeur culturelle du site Chauvet et non au titre de leur seule valeur paysagère (pas de caractère universel exceptionnel en soi)* » (Conseil Général, 2006, p. 2). Il est alors admis que le Pont d'Arc n'est pas porteur d'une valeur universelle exceptionnelle, mais qu'il participe à la valeur culturelle de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, comme c'est le cas pour certains autres sites ornés comme le site d'Uluru en Australie (Malgat, Delannoy, 2015), lequel a évolué en bien mixte avec la reconnaissance de l'art pariétal comme élément participant à la valeur universelle exceptionnelle du site de l'Ayers Rock.

Le postulat du lien plausible entre la présence de la grotte et du Pont d'Arc était toujours pris en considération dans cette nouvelle proposition. Le périmètre du bien proposé correspondait alors peu ou prou aux périmètres du site classé du Pont d'Arc et le périmètre de la zone tampon correspondait alors à celui de la Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche (fig. 37).

Cette configuration de la zone tampon peut sembler originale du fait que cette dernière n'englobe et ne protège réellement le bien que dans sa partie est, à l'entrée de la réserve. La partie ouest du bien, celle orientée vers le village de Vallon-Pont-d'Arc et la plus vulnérable à l'urbanisation, était alors beaucoup moins protégée. Quant à la zone centrale, le périmètre alors proposé s'inscrit dans une stratégie de gestion territoriale : la gestion du site classé de la Combe d'Arc (chapitre 4).

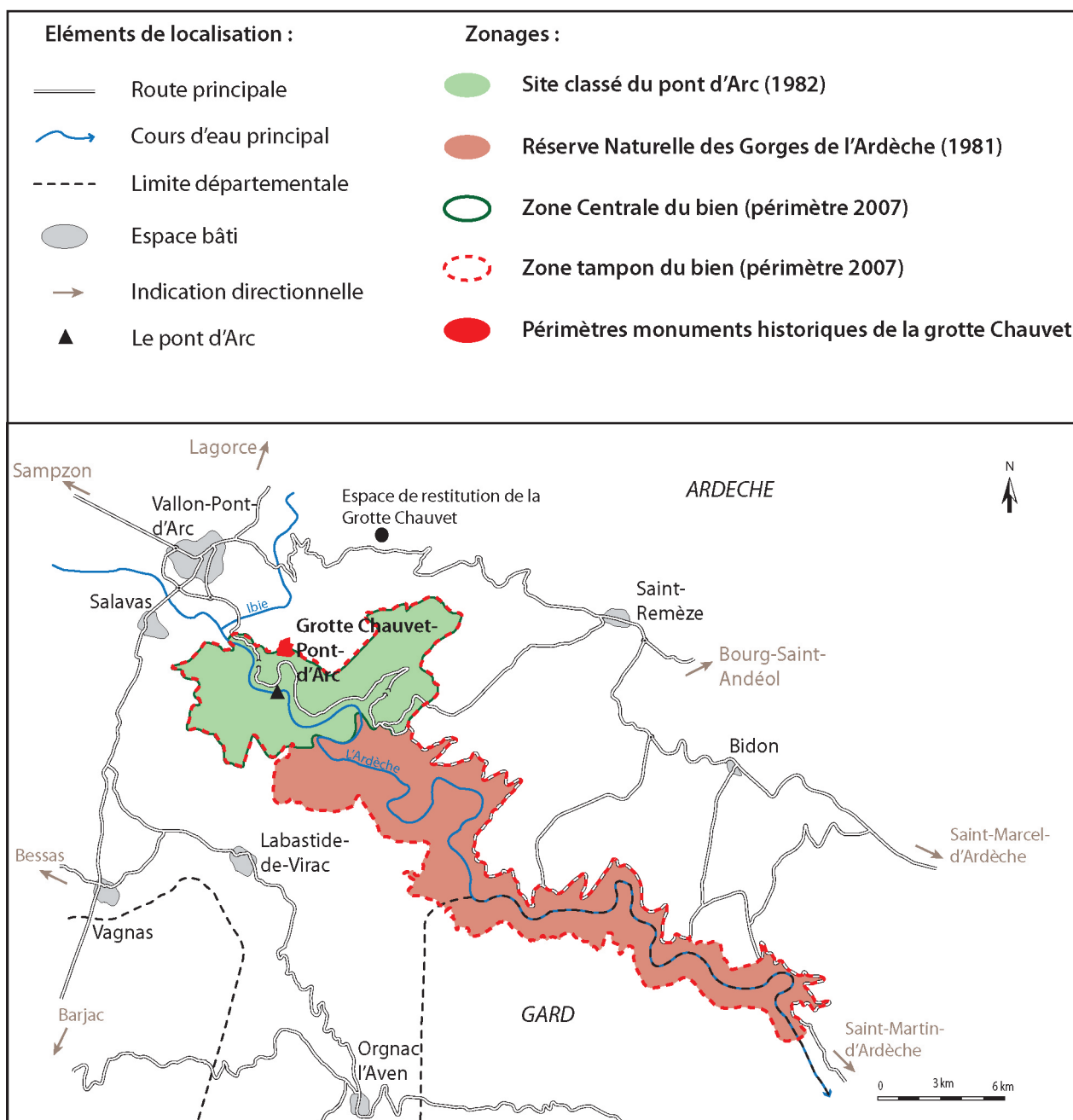


Figure 37 : Les anciens périmètres de la candidature Unesco de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

C'est ainsi que « la grotte dans son écrin paysager » est inscrite sur la liste indicative de l'État français en vue d'une inscription UNESCO en 2007, en tant que bien culturel et non en tant que bien mixte. Dans la fiche descriptive, « la question se pose de savoir si les hommes de la préhistoire, et en particulier ceux qui ont orné les parois de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, ont connu le même spectacle naturel. Les recherches menées par l'équipe qui se consacre à Chauvet ont permis de répondre par l'affirmative »<sup>36</sup>. Le lien est donc fait, mais le Pont d'Arc est ici considéré en tant qu'élément déjà inscrit dans le paysage des hommes de la préhistoire et non pas comme participant à la valeur universelle de la grotte. Le compte rendu du comité opérationnel du 13 septembre 2007 montre cependant que ces périmètres commencent à être

36 <http://whc.unesco.org>

remis en cause : « -Y- estime qu'une zone centrale calée sur le développé du réseau de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc semble adaptée : [l']argumentaire [se] resserr[e] autour de la grotte, « le bien » proposé à l'UNESCO. Elle considère toutefois qu'une zone tampon qui se limiterait au site classé autour de la grotte (l'actuel + extension prévue), pourrait paraître insuffisante : une zone tampon incluant la réserve naturelle serait sans doute plus efficace pour mettre en avant des enjeux et actions de gestion de l'espace » (Conseil général, 2007a, p. 3).

L'argumentation d'une zone tampon incluant la réserve témoigne des enjeux de gestion associés au dossier de candidature UNESCO. L'accent est mis sur la problématique de la gestion et en tant qu'espace réglementé, la réserve naturelle est alors présentée comme un atout pour favoriser l'inscription. Malgré ce début de remise en question des périmètres, l'idée d'un bien culturel incluant la grotte et le Pont d'arc reste de mise et la chargée du dossier UNESCO indique lors d'une réunion de l'équipe opérationnelle « que les contacts informels pris récemment avec l'Unesco et le centre du patrimoine mondial, devraient nous amener à réexaminer les hypothèses de périmètres selon deux critères : 1/ zone centrale : plus vaste, et prenant mieux en compte le site de la Combe et du Pont d'arc (cohérence entre le zonage et l'argumentaire développé dans la fiche destinée à la liste indicative : « la grotte dans son site ») ; 2/ zone tampon : prenant mieux en compte la transition entre l'espace péri-urbain de Vallon et la zone centrale » (Conseil général, 2007b, np). Cette zone centrale est validée lors d'une réunion au ministère de la Culture le 11 mars 2008, où l'inspecteur général des monuments historiques et la chargée de mission des dossiers patrimoine mondial à la DAPA (Direction de l'Archéologie, du Patrimoine et de l'Architecture), « analysent cette proposition de la manière suivante : la zone centrale leur semble tout à fait cohérente, à partir du moment où l'espace délimité par le tracé correspond bien à la zone d'influence sur la conservation de la grotte » (Conseil général, 2008). Finalement, en 2009, « un resserrement des périmètres autour de la grotte elle-même est proposé, afin d'ajuster le contenu du dossier de candidature à la stratégie visant à se concentrer sur la valeur universelle exceptionnelle » (SMERGC, 2009, p. 2).

Ce revirement de situation et cette contraction des périmètres posent la question des choix faits en matière de reconnaissance patrimoniale, mais également sur les contraintes prises en compte afin d'assurer l'inscription de la grotte sur la Liste du patrimoine mondial. Mélanie Duval et Christophe Gauchon exposent, en 2013, les différents choix qui auraient pu être envisagés en matière de types de biens et de périmètres : un bien mixte comme envisagé au début de la rédaction du dossier, ou encore un bien sériel incluant les autres grottes ornées présentes dans les gorges de l'Ardèche (Duval, Gauchon, 2013). Mais le choix fut fait de présenter une candidature dont les périmètres comprennent en zone centrale les parcelles Monument Historique de la grotte seule et en zone tampon le site classé de la Combe d'Arc. Ce site classé a été par ailleurs élargie en 2012 afin de prendre en compte l'ensemble du bassin hydro-géologique de la grotte (fig. 38).

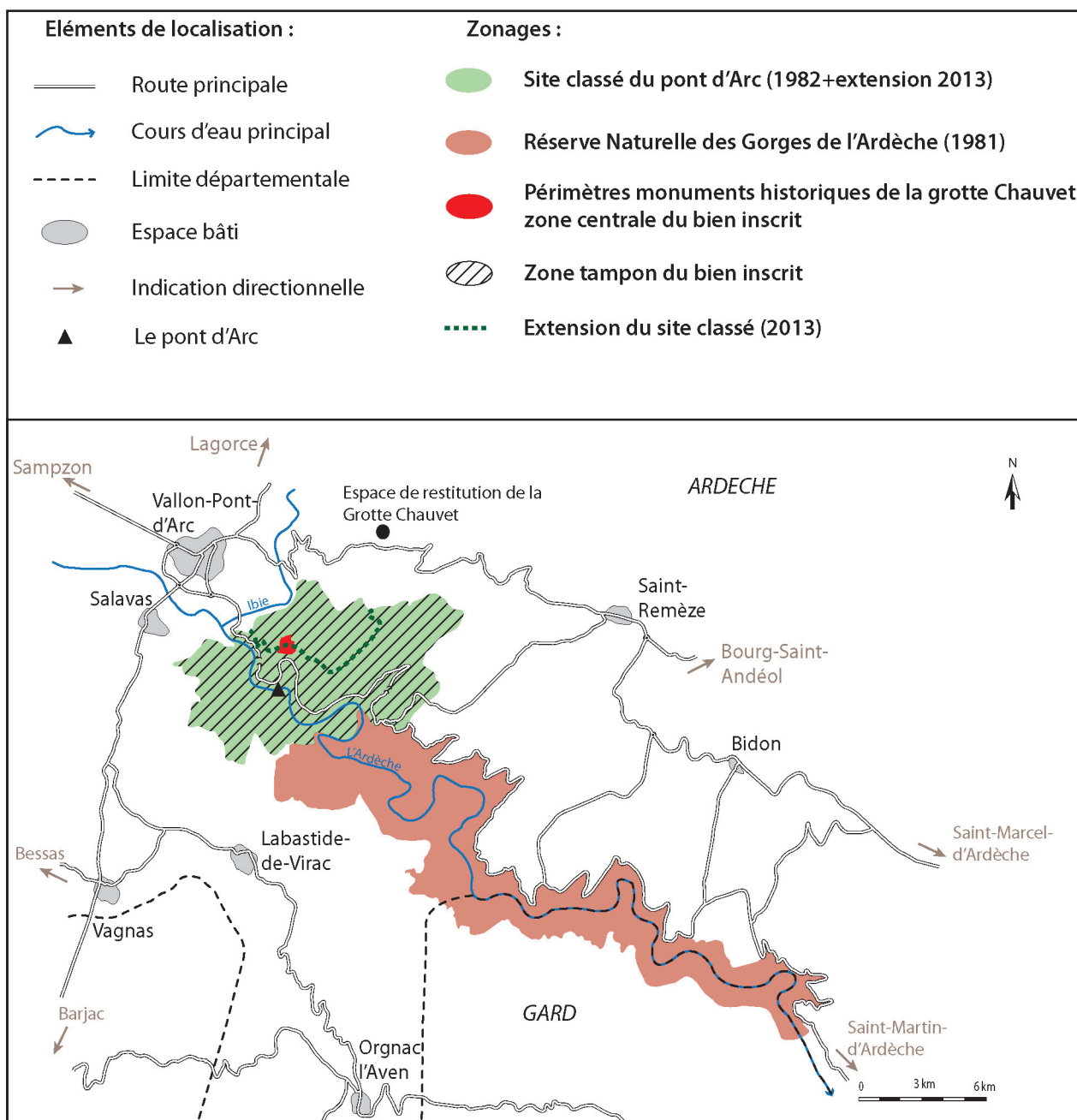


Figure 38 : Les périmètres du bien inscrit en 2014 «grotte ornée du Pont d'Arc, dite grotte Chauvet-Pont-d'Arc, Ardèche, France»

D'une argumentation où la grotte n'existe que dans et par son écrin paysager, à une vision où la grotte est le seul bien, « les décisions sont toujours allées vers la vision la plus restrictive de ce qui constitue les valeurs patrimoniales de la grotte, sans que les choix effectués soient toujours clairement explicités » (Duval, Gauchon, 2013, p. 94). Ainsi, dans le dossier déposé à l'UNESCO dès 2012, l'argumentation de la valeur universelle exceptionnelle repose sur « les critères (i) et (iii), à savoir l'intérêt esthétique exceptionnel des représentations de la grotte Chauvet-Pont d'Arc, les informations apportées par ses vestiges sur la fréquentation des grottes profondes au paléolithique supérieur, et le témoignage que ces vestiges et ces représentations nous apportent sur la civilisation aurignacienne sont intégralement contenus dans la cavité » (SMERGC, 2011a, p. 151).



Le choix des acteurs porteurs du projet de candidature (la Conseil général de l'Ardèche principalement) de présenter la grotte comme étant la seule porteuse de « valeur universelle » interroge dès lors sur les enjeux et les stratégies sous-jacentes à cette sélection. Dans le contexte actuel de fréquentation de la Combe d'Arc, perçue par ces mêmes acteurs comme impactante (chapitres 2 et 4), et face aux problèmes de gestion associés, cette révision des périmètres en ciblant uniquement la grotte n'est-elle pas un moyen pour les acteurs de s'assurer de l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial ? Les porteurs du dossier justifient ce choix par le manque d'informations scientifiques quant au lien possible entre la grotte et le Pont d'Arc. Si ce dernier « *constituait un point de repère géographique et monumental pour les Aurignaciens avec ses 54 m de haut* » (SMERGC, 2011a, p. 103), son « *importance symbolique* » (id.) ne peut pas être justifiée scientifiquement et reste basée sur des hypothèses. Or, la justification de la valeur universelle exceptionnelle doit être basée sur des affirmations scientifiques. Le comité du patrimoine mondial demande à ce que l'authenticité du bien soit prouvée et « *la capacité à comprendre la valeur attribuée au patrimoine dépend du degré de crédibilité ou de véracité que l'on peut accorder aux sources d'informations, concernant cette valeur* » (UNESCO, 2012c, p. 23). Or, pour cette même instance, « *les jugements sur les valeurs attribuées au patrimoine culturel ainsi que la crédibilité des sources d'informations, peuvent différer d'une culture à l'autre, et même au sein d'une même culture* » (id.). Ainsi, le choix d'accorder de la crédibilité quant aux hypothèses proposant un lien culturel – voire sacré – entre la présence du Pont d'Arc et celle de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc dépend des attentes et des références des acteurs en terme de patrimonialisation et de leur vision plus ou moins pragmatique du lien unissant deux objets géographiques. Mais si le lien entre la grotte et le Pont d'Arc ne peut être affirmé *via* une déclaration de valeur universelle exceptionnelle, celui-ci n'est cependant par complètement exclu des stratégies de mise en valeur du site. Nous verrons dans le chapitre 4 que « l'esprit des lieux » est le fil conducteur de la démarche Opération Grand Site engagée sur le site classé.

Le dossier de candidature ainsi constitué a été déposé une première fois auprès de l'UNESCO par l'État français en janvier 2012. Or, « *le 1<sup>er</sup> mars 2012, le Centre du patrimoine mondial a informé l'État partie que le dossier d'inscription a été jugé incomplet.* » (ICOMOS, 2012, p. 13). Officiellement, le dossier fut donc renvoyé car jugé incomplet. Nous pouvons tout de même interroger la stratégie de la France de déposer ce dossier en 2012, sachant que l'État français siégeait alors au comité du patrimoine mondial et que l'UNESCO avait invité les États siégeants à ne pas déposer de dossier. De plus, l'État français a déposé cette même année un autre dossier culturel, alors que l'UNESCO impose comme condition que seulement deux biens soient déposés par Etat partie, dont au moins un naturel. Cette obligation fait écho aux problèmes de sur-représentation des biens culturels et aux volontés de ré-équilibrage de la Liste. Le retoquage du dossier mène l'État français à proposer une curieuse stratégie : la demande d'inscription en urgence. « *L'État partie a informé le Centre du patrimoine mondial le 10 avril 2012 qu'il considérait que les conditions climatiques à l'intérieur de la grotte constituent une telle menace imminente sur sa conservation que le dossier pouvait prétendre à la procédure*

*de proposition d'inscription en urgence* » (id., p. 13). Cette stratégie est surprenante au regard de l'argumentaire du dossier de candidature qui insiste sur le parfait état de conservation des peintures et sur le suivi poussé dont font l'objet les conditions climatiques à l'intérieur de la grotte. Cela est d'autant plus surprenant que les conditions de conservation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ont participé dès sa découverte à sa notoriété et à sa reconnaissance en tant que haut lieu de l'art pariétal. En connaissant les jeux politiques et diplomatiques qui entrent en compte dans les démarches d'inscription UNESCO (source), nous pouvons nous interroger sur les réels enjeux de cette demande. Cette stratégie est-elle le reflet d'une urgence à inscrire la grotte afin que les calendriers concordent avec ceux de l'ERGC ? Traduit-elle la crainte des prochains biens candidats « concurrents » de la grotte pour l'inscription UNESCO ? Ce dossier de demande d'inscription en urgence a été examiné dans le délai très court imposé par ce genre de démarche (moins de cinq semaines). S'en est suivie une visite d'experts de l'ICOMOS limitée à une visite de contrôle de la grotte. Le rapport de cette visite conclut que « *le bien proposé pour inscription répond aux critères (i) et (iii) et remplit les conditions d'intégrité et d'authenticité, et que la valeur universelle exceptionnelle a été démontrée* » (id., p. 17). Dans ce même rapport, « *l'ICOMOS considère que la procédure d'urgence pour les biens qui ont subi des dommages ou qui sont confrontés à des dangers sérieux et précis ne s'applique pas à la grotte ornée Chauvet-Pont-d'Arc* » (id. p. 17). L'ICOMOS conclut ainsi que la procédure d'urgence n'est pas justifiée et propose à l'État français de déposer une candidature standard. Ce dernier décide alors de retirer la demande d'inscription en urgence avant son examen par le Comité et redépose un dossier standard auprès de l'UNESCO en janvier 2013. Une visite de terrain avec l'expert désigné par l'ICOMOS a été organisée du 11 au 14 mai 2013. Cette visite incluait la grotte et ses environs. Suite à cette visite, le rapport ICOMOS recommande que la grotte « *soit inscrite sur la liste du patrimoine mondial sur la base des critères (i) et (iii)* » (ICOMOS, 2014, p. 292). L'État partie dut répondre à une seule question complémentaire, celle du nom du bien : le comité du patrimoine mondial a demandé à ce que le nom du bien soit revu au regard de la valeur universelle du bien et de sa localisation (ICOMOS, 2013). L'État partie prend alors la décision de rebaptiser le dossier sous le nom de « *grotte ornée du Pont d'Arc, dite grotte Chauvet-Pont-d'Arc, Ardèche, France* ». C'est donc sous ce nouveau vocable que la grotte a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial le 22 juin 2014 sous les éloges et la reconnaissance du caractère exceptionnel de la grotte par l'ensemble du comité du patrimoine mondial. Cette inscription reconnaît ainsi l'exceptionnalité d'un patrimoine invisible, d'un lieu soustrait au regard depuis près de 22 000 ans. Cette inscription ne repose pas seulement sur l'examen de la déclaration de valeur universelle exceptionnelle du bien ; elle s'appuie également sur l'évaluation du plan de gestion.

### 3.2.2. Le plan de gestion de la candidature Unesco, un recueil d'ambitions qualitatives

#### 3.2.2.1. Définition du plan de gestion des biens candidats à l'inscription au patrimoine mondial

Depuis 2005, le Comité du patrimoine mondial demande que les sites candidats à l'inscription se dotent d'un plan de gestion : « *chaque bien proposé à l'inscription devra avoir un plan de gestion adapté ou un autre système de gestion documenté qui devra spécifier la manière dont la valeur universelle exceptionnelle du bien devrait être préservée, de préférence par des moyens participatifs* » (UNESCO, 2005, p. 28). Cette nouvelle exigence quant à l'élaboration d'un plan de gestion est à mettre en corrélation avec l'apparition dans les mêmes Orientations des premiers principes de durabilité. Cette apparition du concept de développement durable dans les textes relatifs au patrimoine mondial paraît tardive et reflète la place progressive du patrimoine en tant que facteur contributif au développement durable (cf cadre théorique défini dans le chapitre 1). Les Orientations de 2005 stipulent que « *les biens du patrimoine mondial peuvent accueillir différentes utilisations, présentes ou futures, qui soient écologiquement ou culturellement durables. L'État partie et ses partenaires doivent s'assurer qu'une telle utilisation durable n'a pas d'effets négatifs sur la valeur universelle exceptionnelle, l'intégrité ou l'authenticité du bien* » (id., p. 30). Si le terme de durable est utilisé une dizaine de fois dans les Orientations de 2005, il l'est plus pour énoncer des principes que pour présenter de réelles stratégies. Émerge l'idée que le patrimoine mondial et le développement durable peuvent se co-construire selon une même dynamique. Mais si les volontés sont claires, les moyens pour y parvenir le sont moins et « l'utilisation durable » du patrimoine tient dans le paragraphe n°119 (id., p. 30). Malgré les balbutiements quant à ce que doit être le développement durable sur les sites du patrimoine mondial, le Comité demande aux candidats de se doter d'un plan de gestion dont « *le but [...] est d'assurer la protection efficace du bien proposé pour inscription pour les générations actuelles et futures* » (id., p. 28) et donc d'en assurer la durabilité ! En exigeant un nouveau document qui devient obligatoire pour toute nouvelle inscription, le Comité demande aux candidats de répondre à de nouvelles problématiques qui ne sont, au final, pas réellement définies. Cette demande est réitérée dans les Orientations de 2011 qui précisent que « *les principes du développement durable devraient être intégrés au système de gestion* » (UNESCO, 2011a, p. 34).

Si la notion de développement durable est citée dans les documents stratégiques de l'UNESCO, « *il s'agit cependant, pour le moment, d'une référence trop générale et qui ne fournit pas d'indications pratiques suffisantes aux personnes associées à la protection du patrimoine mondial* » (id., p. 4). Lors du Comité de juin 2014, une politique de développement durable plus directive devait être présentée. Un des trois objectifs de cette politique visait

à accompagner les États parties, les gestionnaires et les divers acteurs locaux dans la mise en œuvre de politiques de développement durable. Malgré la nomination de huit experts, cette politique est encore au stade « *de projet de déclaration* » (UNESCO, 2014, p. 2). Alors comment mettre en place un plan de gestion intégrant les exigences de durabilité du Comité alors même que ce dernier n'est pas en mesure de définir ce que peut être le développement durable sur les sites du patrimoine mondial ? L'étude des grandes lignes du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont d'Arc va nous permettre d'analyser la manière dont les porteurs du projet comprennent ce que doivent être les exigences globales de l'UNESCO.

### 3.2.2.2. *Le plan de gestion à court terme (2011-2016) de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc*

Le plan de gestion à court terme de la candidature UNESCO est le fruit d'une réflexion collaborative et a bénéficié des démarches d'accompagnement que sont le Grand Projet Rhône-Alpes (GPRA) et le Contrat de Plan Etat Région (CPER) (chapitre 4). Les actions inscrites dans le cadre de ces deux démarches ont nourris le plan de gestion du bien présenté à l'inscription. La volonté d'inscrire la candidature UNESCO au sein des démarches de développement territorial est justifiée par le fait que « *le plan de gestion du site, document rendu obligatoire par l'UNESCO, constitue un véritable projet de territoire, très exigeant qualitativement* » (Grand Projet Rhône-Alpes Chauvet, 2010, p. 4). Mais les acteurs cherchent aussi à tirer « *profit de la démarche d'inscription UNESCO sur un large territoire et pour l'ensemble des secteurs d'activités* » (ib.). Si les « *management plans are considered as useful tools to improve the preservation of sites* » (Van der Aa, 2005, p. 88), ils sont aussi perçus comme des outils de gestion de l'ensemble du territoire, de la zone tampon à un espace plus élargi, dépassant le seul bien inscrit.

Pour répondre aux « exigences de qualité » supposées de l'UNESCO, les porteurs du dossier d'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ont pris le parti de mutualiser les moyens et les démarches. Afin d'assurer et d'afficher un consensus commun et de fédérer une majorité d'acteurs autour de la démarche d'inscription, « *des groupes de travail techniques ont été organisés, divisés en trois thématiques : 1/ environnement, cadre de vie et urbanisme ; 2/ tourisme, développement économique, emploi-formation ; 3/ culture et patrimoine* » (SMERGC, 2011b, p. 15). En tout, ce sont 70 personnes qui ont été réunies autour des différents ateliers de travail : techniciens des diverses collectivités territoriales (Pays Ardèche Méridionale, SGGa, PNR, communautés de communes), d'agences thématiques (Maison de l'Emploi et de la Formation, ADT...) ou d'associations diverses (valorisation du patrimoine archéologique, protection du patrimoine naturel et bâti...). Durant ces ateliers, des actions perçues comme pouvant répondre aux exigences du Comité du patrimoine mondial ont été identifiées. Ce choix est le reflet de la traduction et de la perception des acteurs vis-à-vis des attentes du comité du

patrimoine mondial. À partir de ces réunions, l'ossature du plan de gestion à court terme a été structurée selon cinq objectifs : 1/ protéger et conserver la grotte, sa zone tampon, le territoire environnant ; 2/ comprendre la grotte et son environnement et diffuser la connaissance ; 3/ encadrer la fréquentation, gérer les ressources ; 4/ s'assurer des retombées sur l'ensemble du territoire et des secteurs d'activité ; 5/ animer, promouvoir et partager le Grand Projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc (id., p. 13).

Si nous présenterons plus en détail certaines des actions du plan de gestion plus loin dans le manuscrit (chapitre 4), nous pouvons d'ores et déjà préciser que la majorité de ces actions ont été construites à partir d'une stratégie visant à gérer la fréquentation touristique existante et attendue. La grotte se situant sur un territoire très fréquenté, assurer la conservation du bien *via* un plan de gestion mène les acteurs à réfléchir en termes de gestion de l'activité touristique et de ses impacts potentiels. Ici, la candidature UNESCO est saisie comme un moyen pour ré-organiser un tourisme qui, on l'a vu, est désormais perçu comme impactant et qu'il s'agit de faire évoluer : *« soucieux de ne pas aggraver la situation, les acteurs du Grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc ont au contraire voulu saisir l'opportunité de cette démarche pour tenter de résoudre les difficultés que connaissait le territoire depuis plusieurs décennies »* (SMERGC, 2011b, p. 9) (chapitres 2 et 5). Cette volonté de gérer le tourisme sud ardéchois afin d'assurer la conservation du bien et d'optimiser les retombées potentielles de l'inscription conduit les acteurs à penser en terme de tourisme durable. Ces réflexions font écho aux problématiques de l'UNESCO qui cherche depuis le début des années 2000 à mettre en œuvre des plans stratégiques de tourisme durable sur les sites inscrits. L'UNESCO commence à prendre en compte sérieusement les problématiques du tourisme sur les sites du patrimoine mondial à la fin des années 1990 (Salazar, 2014). Un « Programme de tourisme du patrimoine mondial » a été adopté en 2001 lors de la 25<sup>ème</sup> session du Comité (Helsinki). Lors de cette session, *« le Comité a défini le tourisme comme une menace grandissante mais qui, géré de façon durable, pourrait offrir des occasions de développement socio-économique »* (UNESCO, 2010, p. 1). L'argumentaire du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc montre que les acteurs partagent cette position en considérant le tourisme comme une menace potentielle pour la conservation du bien. Au-delà du seul bien, la gestion du tourisme est présentée comme centrale pour permettre un développement socio-économique durable du territoire. Lors de sa 34<sup>ème</sup> session en 2010 (Brasilia), le Comité du patrimoine mondial, suite à l'atelier « avancement du tourisme durable sur les sites du patrimoine mondial naturel et culturel » (26-29 septembre 2009), considère que le tourisme participe aux objectifs de développement durable sur les sites du patrimoine mondial, notamment grâce à la gestion (UNESCO, 2010b). Les conclusions de cet atelier précisent que la collaboration entre les sites du patrimoine mondial et le secteur du tourisme est essentielle pour assurer la protection et la conservation des biens inscrits. Pour assurer un tourisme durable sur les sites du patrimoine mondial, ils insistent sur la place de la gestion et sur l'avantage de la planification touristique pour limiter les menaces pouvant affecter les biens inscrits. Le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc s'inscrit dans ces réflexions. Dans ce dernier, les acteurs cherchent à gérer le tourisme actuel et à planifier les



fréquentations nouvelles potentielles. Le parti a été pris de mettre en place une stratégie autour de la réorganisation touristique afin d'assurer le développement durable du territoire. La mise en place d'une offre touristique culturelle de qualité *via* la protection et la valorisation de la ressource patrimoniale grotte Chauvet-Pont-d'Arc, participe ainsi largement à l'argumentaire visant à répondre aux exigences de durabilité du Comité du patrimoine mondial. Dans cet objectif visant à mettre en place une offre culturelle de qualité, l'espace de restitution est mobilisé dans l'argumentation des efforts entrepris pour assurer la conservation du bien et le développement durable du territoire.

### 3.2.3. La complémentarité entre l'ERGC et l'inscription UNESCO

Le lien existant entre la réalisation du fac-similé et l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial est avant tout un lien institutionnel. En effet, alors que le dossier de candidature était dans un premier temps porté par le Conseil général, il passe sous la responsabilité du SMERGC en avril 2011. Les statuts du SMERGC sont modifiés dès le 1<sup>er</sup> avril 2011 afin qu'il ait les compétences pour porter l'ensemble des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. En plus de la réalisation de l'ERGC, le Syndicat Mixte porte désormais « *la conduite des actions ayant pour objet de concourir à l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO* » (Préfecture de l'Ardèche, 2011, p. 4). Cette complémentarité institutionnelle répond-elle à une complémentarité structurelle et fonctionnelle entre l'ERGC et l'inscription UNESCO ?

#### 3.2.3.1. *Quand l'ERGC offre à voir un patrimoine invisible ou la valorisation d'un bien du patrimoine mondial*

On a vu que l'ERGC a été pensé comme un substitut à la visite de la vraie grotte. Par extension, l'ERGC participerait donc à la conservation et à la protection de la grotte originale. Cette contribution de l'ERGC à la protection de l'intégrité, de l'authenticité et de la valeur universelle exceptionnelle du bien est mise en avant dans le dossier de candidature de la grotte à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial. Les objectifs de l'action I.1.b du plan de gestion « construire un fac-similé pour garantir et pérenniser la fermeture de la grotte » affichent entre autres qu'il s'agit « *de pérenniser la fermeture de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc au public, en détournant toute pression touristique de la cavité originale* » (SMERGC, 2011b, p. 30). L'ERGC est ainsi présenté comme un moyen de protéger le bien inscrit. Mais il est également porteur d'une autre ambition : celle de montrer un patrimoine mondial invisible et de « *donner accès au plus grand nombre aux patrimoines de la grotte* » (ib.). Le fac-similé permettrait donc de conserver les œuvres originales tout comme il les donne à voir (fig. 39).



**Figure 39 : Les panneaux annonçant la construction de l'ERGC, entre promotion et mise en abyme de la candidature Unesco**

Le premier panneau annonçant la construction de l'ERGC mis en place en 2011 mettait en avant la candidature au patrimoine mondial de la grotte. Cette candidature était alors mobilisée dans la promotion de l'ERGC. En 2013, un second panneau est mis en place. Celui-ci ne fait plus, paradoxalement, mention de la candidature Unesco de la grotte

Mais le fait de rendre un patrimoine mondial visible est-il une obligation pour être inscrit sur la liste de l'UNESCO ?

La grotte Chauvet-Pont-d'Arc n'est pas le seul bien invisible inscrit sur la Liste du patrimoine mondial. À titre d'exemple, les sites palafittiques préhistoriques autour des Alpes, inscrits en 2011, sont également des patrimoines invisibles. Il s'agit d'un bien sériel regroupant 111 sites lacustres regroupant des traces archéologiques et des vestiges d'établissements humains sur pilotis remontant de -5000 ans à -500 ans avant JC, dans et autour de l'arc alpin (France, Suisse, Allemagne, Autriche, Italie et Slovénie). Le site internet présentant ces sites palafittiques stipule que « *les sites sont en principe invisibles car ils se trouvent soit sous l'eau ou bien sous d'épaisses couches de sédiments terrestres. Cela rend impossible la présentation du patrimoine culturel originel* »<sup>37</sup>. Malgré ce caractère invisible, divers moyens de valorisation ont été mis en place : « *plusieurs expositions temporaires, musées, collections privées et parcs archéologiques exposent toutefois les objets découverts et des reconstructions des sites en milieu humide* » (id.). Cette énumération des différents modes de valorisation montre bien la diversité des moyens existant pour présenter au public un bien invisible. La grotte de Lascaux, depuis sa fermeture en 1963, est également un bien qui ne se visite plus. Son inscription sur la liste du patrimoine mondial en 1979 précède l'ouverture du fac-similé (1983). Cet exemple montre que l'invisibilité de la grotte n'a pas empêché son inscription. Les patrimoines invisibles sont minoritaires dans la liste du patrimoine mondial et la visibilité du bien reste la règle générale. L'article 4 de la Convention du patrimoine mondial spécifie que « *chacun des États parties à la présente Convention reconnaît que l'obligation d'assurer l'identification, la protection, la conservation, la mise en valeur et la transmission aux générations futures du patrimoine culturel et naturel [...], lui incombe en premier*

*chef* » (UNESCO, 2013, p. 3). Si la mise en valeur du bien est ici présentée comme une des obligations de l'État partie, les modalités de cette mise en valeur ne sont pas précisées. Il n'est pas fait état d'une obligation de « montrer le bien », mais de le mettre en valeur, ce qui peut être envisagé *via* d'autres moyens que l'ouverture du site en lui-même : centre d'interprétation / musée ; sentier de découverte, etc..., comme on l'a vu pour les sites palafittiques. Le fac-similé de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc semble bien répondre à cette exigence de valorisation, mais d'autres formes de valorisation auraient aussi pu être envisagées, comme ça a été le cas jusqu'à l'ouverture de la Caverne avec l'exposition permanente de Vallon-Pont-d'Arc.

### 3.2.3.2. *L'inscription UNESCO, une justification de la construction de l'ERGC ?*

La réalisation de la réplique est citée dans pratiquement l'ensemble des articles annonçant l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial. La copie est naturellement présentée comme le lieu qui offre à voir ce bien du patrimoine mondial. L'inscription UNESCO semble de fait légitimer la construction de cette infrastructure : cette dernière est présentée comme déterminante pour donner à voir les patrimoines de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. La nomination de la cavité comme un bien patrimonial de première envergure justifie ainsi les 57 millions d'euros investis dans la réalisation de la copie. L'espace de restitution n'est pas un simple site touristique, il est majoritairement présenté comme le lieu pour transmettre le patrimoine de l'Humanité que représente la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Plus que de légitimer la construction du fac-similé, l'inscription UNESCO est également un vecteur de promotion : à l'annonce de l'inscription, tous les projecteurs se sont tournés vers la grotte et donc, par extension, vers sa copie : la Caverne du Pont d'arc. Ce n'est plus le fac-similé de la simple grotte Chauvet-Pont-d'Arc : c'est devenu LE fac-similé de LA grotte Chauvet-Pont-d'Arc inscrite sur la liste du patrimoine mondial. L'aura qu'apporte cette reconnaissance internationale renforce l'aura du fac-similé, du moins selon le discours des acteurs. L'inscription au patrimoine mondial est perçue par les acteurs porteurs du projet comme le meilleur coup marketing possible. Certes, ce n'est pas le fac-similé qui est inscrit sur la liste, mais c'est dans ce lieu que le bien pourra être découvert et visité, et la confusion qui pourrait être faite entre les deux est réelle, en attestent les dynamiques observées autour de Lascaux : durant l'enquête menée en 2011 (encadré 3, chapitre 1) auprès de la population touristique du sud Ardèche, sur les 136 personnes ayant déclaré avoir visité un site inscrit au patrimoine mondial, 15 personnes ont cité la grotte de Lascaux. Or, sur ces 15 personnes, 8 ont moins de 50 ans et ne peuvent pas, de fait, avoir visité la grotte de Lascaux, dont les visites touristiques sont interdites depuis 1963. Il semble qu'ils aient en vérité visité le fac-similé de la grotte (Lascaux II) et que cette visite de la copie se soit substituée dans leur esprit à la visite de la vraie grotte. L'ERGC proposant une scénographie comparable à celle de Lascaux II, il y a fort à parier que ce processus de substitution observée pour Lascaux soit de mise pour

la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et sa copie. Cette hypothèse est d'autant plus renforcée que l'objectif des maîtres d'oeuvre de l'ERGC est bien que « *le visiteur sorte en disant j'ai visité la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, c'est quelque chose d'extraordinaire, même s'il sait qu'il n'a pas visité la vraie mais qu'il se dise j'ai visité la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et pas j'ai visité un faux.* » (directeur SMERGC, février 2013).

Si le projet de restitution est antérieur au lancement de la démarche UNESCO et que l'avancée des projets ne pouvait pas laisser prévoir que finalement l'inscription UNESCO serait obtenue avant que l'ERGC ouvre ses portes, il s'avère que ces deux projets se servent finalement l'un l'autre et s'enrichissent mutuellement. D'un côté l'ERGC offre à voir le bien inscrit tout comme il participe à sa conservation et de l'autre, l'inscription au patrimoine mondial légitime la réalisation de l'ERGC tout comme elle lui offre une envergure mondiale et un coup de projecteur médiatique. Bien que ces deux démarches aient été initiées à des périodes différentes, elles sont aujourd'hui complémentaires et l'une renforce l'autre.

***Conclusion : la Caverne du Pont d'Arc et l'inscription au patrimoine mondial : de la valorisation d'un objet géographique à un projet de territoire***

Les projets successifs de restitution ont permis aux porteurs d'affiner leur stratégie de transmission des patrimoines de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. La recherche d'un moyen de valorisation a conduit les porteurs du projet à mettre en place un fac-similé. Appuyé par une scénographie se voulant immersive et conçue pour transmettre l'émotion, la reproduction des oeuvres et de la cavité a été conçue de façon à refléter la qualité artistique et archéologique de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Mais plus que de montrer les trésors de la grotte, il s'agit également de faire évoluer le tourisme et le territoire ardéchois autour de ce nouveau patrimoine. Derrière la réalisation de cet équipement culturel, les ambitions affichées sont celles visant à réaliser une infrastructure permettant d'impulser une dynamique culturelle au tourisme sud ardéchois. La désignation de la Caverne du Pont d'Arc comme devant être un site structurant intensifie les enjeux associés à cet équipement touristique.

En parallèle au projet de restitution, le Conseil général a lancé en 2003 une procédure de candidature de la grotte au patrimoine mondial. Après de nombreuses évolutions du périmètre d'inscription, seule la grotte a été inscrite en juin 2014. Plus qu'une reconnaissance de la qualité d'un patrimoine ponctuel, cette inscription fonctionne également comme un levier pour faire évoluer le système touristique et territorial. L'analyse de la démarche de candidature de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc à son inscription sur la liste du patrimoine mondial permet de cerner les traductions locales des orientations globales émises par l'UNESCO en termes de gestion et de planification de la fréquentation touristique. Ainsi, les notions de tourisme culturel, tourisme de qualité et de développement durable sont le coeur du plan de gestion de

la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Au fil des années et des argumentations, des liens étroits se sont construits entre l'inscription au patrimoine mondial et la création de l'espace de restitution. Les deux projets sont présentés comme indissociables et se nourrissent l'un l'autre : la création du fac-similé sert l'argumentation quant à la conservation du bien candidat tout comme l'inscription au patrimoine mondial favorise la reconnaissance de l'ERGC en tant que haut-lieu touristique tout comme elle légitime sa construction.

La valorisation de cette grotte à travers la création d'une copie et la reconnaissance en tant que patrimoine mondial ne sont pas seulement des projets à portée culturelle et patrimoniale ; pour les acteurs porteurs de ces stratégies, il s'agit d'éléments centraux pour faire évoluer le secteur touristique. Ils considèrent ces projets comme des axes majeurs d'un vaste projet de territoire. Mais quelles sont les stratégies et les démarches mises en place afin de faire de ces deux événements ponctuels les vecteurs d'une réorganisation touristique et au-delà, territoriale ? Pour réaliser ce projet de territoire, appelé Grand Projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, deux démarches d'accompagnement ont été mobilisées : le Contrat de Projets État Région (CPER) et le Grand Projet Rhône-Alpes (GPRA). Ces deux démarches d'accompagnement ont initié des stratégies de diversification et de qualification du tourisme ardéchois.



# CHAPITRE 4

## LES ACTIONS TERRITORIALES

### DIVERSIFICATION ET QUALITÉ DU TOURISME ARDECHOIS

Les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont envisagés par les acteurs politiques, notamment par le Conseil départemental, comme une aubaine pour faire évoluer l'offre touristique et la destination. L'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial et l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc sont considérées comme deux dynamiques majeures pour la mise en place d'un tourisme culturel.

Ces deux projets, visant la valorisation d'une ressource patrimoniale, prennent place dans une stratégie territoriale globale ; à partir de la découverte et de la valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les porteurs de projet souhaitent faire évoluer le fonctionnement de leur système touristique et territorial.

Afin de mettre en place cette stratégie globale, deux démarches d'accompagnement ont été mises en place : un Contrat de Projet Etat Région (CPER) et un Grand Projet Rhône Alpes (GPRA).

Signée le 15 juillet 2008 entre l'Etat, la région Rhône-Alpes et le département de l'Ardèche, la convention territoriale d'application du CPER bénéficie d'une enveloppe de 48 millions d'euros (à part égale entre les trois signataires). Cette convention contient deux volets : la réalisation de l'ERGC et la volonté de « *favoriser le développement territorial en prenant appui sur un grand projet culturel qui ouvre de réelles opportunités de développement dans la mesure où ses effets sur le territoire sont pleinement maîtrisés* » (Conseil général de l'Ardèche et *al.*, 2008, p. 4). Ce grand projet affiche « *un triple défi d'excellence* » (id.) : 1/ d'ordre culturel autour de la reconnaissance de la valeur patrimoniale du territoire ; 2/ au regard du développement durable en mettant en place des démarches de planification spatiale et en gérant les ressources ; 3/ en permettant l'appropriation territoriale du projet et de la grotte par les Ardéchois et les Rhône-Alpins.

Inscrit dans la liste de Grands projets Rhône-Alpes (cf annexe x) dès 2005, le GPRA grotte Chauvet-Pont-d'Arc a, quant à lui, été initié en 2009 avec la mise en place d'un partenariat local réunissant le syndicat mixte du Pays Ardèche Méridionale (SYMPAM), celui du Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche (PNRMA), le Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche (SGGA), le SMERGC et le Conseil général de l'Ardèche. La mission de préfiguration de ce GPRA a débuté en septembre 2010 et le protocole d'accord a été signé en 2011, allouant ainsi une enveloppe de 10 millions d'euros. La première ambition de ce protocole est de faire du sud Ardèche « *un territoire responsable* » (GPRA, 2011, p. 3). Derrière cette stratégie, plusieurs enjeux ont été identifiés : l'exemplarité au regard du développement durable, la cohérence territoriale et le développement économique. Un « *territoire responsable* » est ainsi présenté comme un territoire où le développement durable est le maître mot, sur lequel il s'agit de « *développer « intelligemment » le tourisme* », c'est à dire, selon le protocole, assurer une diffusion spatio-temporelle du tourisme en valorisant « l'Ardèche » et les structures ouvertes à l'année. L'utilisation du terme « *intelligemment* » est-elle un marqueur de la perception du tourisme actuel (sport – nature – plein-air) en tant qu'offre non structurée devenue insuffisante pour le territoire ? Ces deux démarches d'accompagnement cherchent à mettre en place une offre touristique de qualité et durable, notamment en valorisant la ressource patrimoniale.

Mais concrètement, quelles sont les actions qui ont été imaginées et mises en place ?

Afin d'analyser ces démarches et d'étudier leurs implications territoriales, nous allons dans un premier temps, présenter la stratégie touristique départementale établie à partir du « continuum historique ». Nous analyserons ainsi les choix opérés dans le cadre de la valorisation des sites culturels visant à la diversification de l'offre touristique. Une seconde partie permettra d'examiner la qualité actuelle en Ardèche et des démarches mises en place pour tendre vers l'amélioration de cette qualité du tourisme. Un focus sur l'une des démarches phares, l'Opération Grand Site de la combe d'Arc, permettra d'analyser les implications territoriales locales de ces projets d'envergure internationale que sont la Caverne du Pont d'Arc et l'inscription au patrimoine mondial.

#### **4.1. La diversification : vers une nouvelle offre touristique en Ardèche**

Grâce aux deux démarches d'accompagnement que sont le CPER et le GPRA, les acteurs porteurs de ces projets cherchent à assurer la répartition des retombées potentielles associées à l'ouverture de l'ERGC et à l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial. Pour ce faire, le CPER vise à favoriser le développement territorial afin d'« *anticiper et accompagner la réalisation de l'espace de restitution pour réussir son inscription dans le territoire* » et d'« *accroître l'offre de développement en lien avec les caractéristiques spécifiques de la grotte et de sa restitution par effet d'entraînement sur les filières* » (Conseil général de l'Ardèche et al., 2008, p. 9). Ces objectifs, communs au GPRA, inscrits dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte, visent à créer une offre culturelle pour que le territoire puisse tirer profit de ces projets d'envergure. La convention territoriale d'application du CPER précise que « *compte tenu des évolutions de clientèle (origine, saison, motivations, groupes, scolaires, étudiants...), de l'impact prévisible de l'obtention du label UNESCO sur la structure de la fréquentation (augmentation des flux, modification de sa répartition dans l'année, changement des profils de visiteurs) et de la volonté de diffusion sur le territoire, il y a lieu d'anticiper l'adaptation de secteurs économiques en commençant par le tourisme* » (id., p. 10). La volonté de tirer profit de l'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc pour réorganiser le tourisme était déjà inscrite dans le schéma départemental de développement du tourisme du Conseil général 2000-2006.

A partir de 2009, une étude est engagée pour accompagner le territoire dans la définition d'une « stratégie touristique » et un appel à projet « mise en valeur et en réseau des sites patrimoniaux » a été lancé.

#### 4.1.1. Une stratégie touristique visant la diversification et la diffusion de l'offre

##### 4.1.1.1. Présentation de l'étude « définition d'une stratégie touristique autour du Grand Projet "Grotte Chauvet-Pont-d'Arc" »

En 2009, le bureau d'étude Oppidumsis est sélectionné pour mener une étude de définition d'une stratégie touristique autour du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, pilotée par le Syndicat Mixte du Pays Ardèche Méridionale.

Une petite partie de cette étude est consacrée à une analyse sur la base d'un benchmarking. Ce dernier présente des chiffres de fréquentation de sites touristiques jugés comparables au futur site de l'ERGC (fac-similé de Lascaux et d'Altamira, le musée Guggenheim à Bilbao, Vulcania...). Chaque site bénéficie d'un contexte territorial et touristique particulier et le simple chiffre de fréquentation ne permet pas d'émettre des conclusions quant aux retombées potentielles de ces sites sur l'ensemble de leur territoire support.

L'étude insiste ensuite sur le fait qu'un projet de territoire est nécessaire car l'ERGC seul ne peut pérenniser une fréquentation touristique : *« c'est le territoire dans son ensemble, en tant que lieu de destination, qui va permettre d'enclencher la venue de clientèles touristiques nouvelles. Sur le plan de la fréquentation de l'ERGC, cela compensera tout à la fois la faiblesse du bassin de clientèles permanentes de toute proximité et l'épuisement inévitable de celui-ci. C'est à cette seule condition que la pérennité de la fréquentation de l'ERGC pourra être garantie »* (Oppidumsis, 2010, p. 120). L'aspect figé du fac-similé peut être un frein pour assurer une fréquentation stable de l'ERGC, notamment par les clientèles de proximité, et nécessite la création d'une identité culturelle de l'ensemble du territoire. En effet, l'offre est difficilement renouvelable sur un site comme l'ERGC, en dehors des expositions temporaires. Pour que la fréquentation des parcs culturels et/ou scientifiques perdure, certains n'hésitent pas à renouveler régulièrement les attractions. À titre d'exemple, Vulcania, après une année d'ouverture (2002) très satisfaisante (630 000 visiteurs), voit sa fréquentation diminuer pour atteindre 220 000 visiteurs en 2006. Les gestionnaires du site réorientent dès lors leur stratégie et définissent un Vulcania II où les attractions scientifiques sont régulièrement renouvelées. Ainsi, en 2012, la fréquentation de Vulcania s'est élevée à 342 000 visiteurs et le temps de visite a atteint 6 heures contre 3 à 4 en 2006. De nombreux autres grands sites touristiques fonctionnent selon ce même schéma de renouvellement des attractions, pour assurer une continuité (voire une augmentation) de la fréquentation (Puy du Fou, Futuroscope...). Le renouvellement de l'offre de la Caverne du Pont d'Arc étant difficilement envisageable, la première partie de l'étude produite par Oppidumsis conclut que pour assurer une fréquentation nouvelle, mais aussi pour assurer un « effet retour » des visiteurs limitrophes, il convient de *« développer la dimension du tourisme culturel en élaborant un concept d'organisation du territoire qui permette de structurer cette évolution »* (Oppidumsis, 2010, p. 120). Cette réorganisation semble de plus en plus s'imposer du fait que selon le cabinet Oppidumsis *« les effets de la création de l'ERGC sur l'Ardèche méridionale, sans que celle-ci ne s'accompagne d'une stratégie appropriée, seraient limitées en terme de nuitées (+ 2,3 % en année 2, pouvant*

*fléchir ensuite à +1,3 % ) » (id., p. 6) et que ce chiffre augmenterait jusqu'à +14 % avec « un développement global cohérent de l'offre touristique » (id.).*

Pour ce faire, la phase 2 de l'étude suggère un positionnement de la destination autour de « l'écotourisme de découverte » : « *il s'agit donc, parallèlement à ce qui existe actuellement, de développer une autre forme de tourisme, respectueuse de l'environnement et des populations, générant des retombées mieux réparties dans le temps et dans l'espace* » (Oppidumsis, 2010b, p.6). La notion d'écotourisme renvoie aux paradigmes émergents dans le monde du tourisme, notamment autour du concept de développement durable (chapitre 1). Si l'étude cherche à déterminer « *un positionnement de l'offre touristique qui soit crédible, distinctif et qui fonctionne* » (Oppidumsis, 2010, p. 13), force est de constater que l'écotourisme est l'apanage de la communication d'un grand nombre de destinations vantant la durabilité de leur fonctionnement : « *la lisibilité du concept d'écotourisme est brouillée par la multiplication des initiatives plus ou moins cohérentes, avec leur « auto-labellisation », qui entendent tirer profit de cette « étiquette » susceptible d'être entendue par le grand public comme un label éthique qui donnerait un nouvel élan à des produits et destinations touristiques en quête de renouvellement* » (Dehoorne, Transler, 2007, p. 3). Pensé comme une forme de pratique peu impactante, l'écotourisme est aujourd'hui perçu comme s'opposant au tourisme de masse et comme porteur des valeurs associées au développement durable : « *l'écotourisme est alors surtout vu comme une solution miracle capable de concilier le développement économique, la protection de l'environnement et le bien être des communautés* » (Tardif J., 2003, p. x). Ce nouvel axe de développement proposé pour le département de l'Ardèche s'inscrit bien dans ce principe régulateur associé à l'écotourisme. Afin d'assurer une inscription cohérente de cette forme de tourisme sur le territoire, l'étude propose une déclinaison des atouts et des valeurs de l'Ardèche en six thématiques : 1/ de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc à la création contemporaine, « *l'art est né de notre terre* » ; 2/ les milieux souterrains (géologie, hydrologie...) : avens et cavités remarquables ; 3/ les richesses des milieux naturels : paysages, faune, flore ; 4/ les modes de vie d'hier et d'aujourd'hui : savoir-faire et produits du terroir ; 5/ les origines de l'occupation du territoire et les civilisations disparues (préhistoire et civilisations anciennes) ; 6/ le patrimoine : bourgs, villages et châteaux de caractère (Oppidumsis, 2010b).

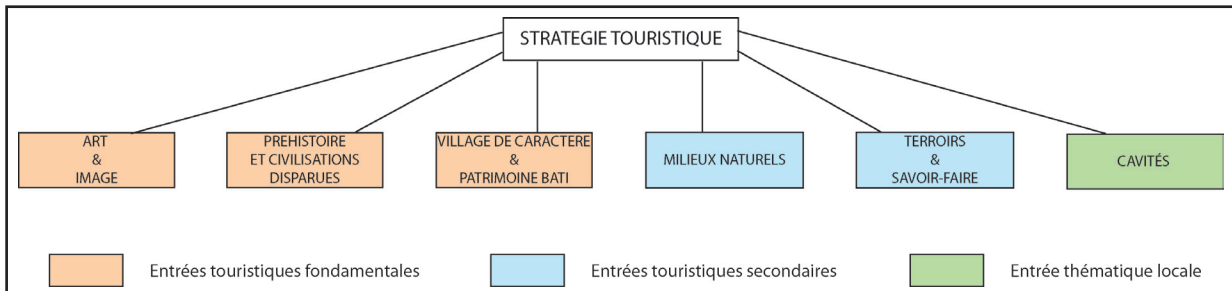
Les axes thématiques de la stratégie touristique présentés par Oppidumsis ont été validés et approuvés par le comité stratégique du 29 novembre 2010. Le pilotage pour la mise en place de ces thématiques est confié à l'ADT et la stratégie touristique est inscrite au schéma départemental de développement touristique de 2012-2014.

L'analyse des stratégies va permettre la compréhension des différentes approches spatiales des actions devant être mises en place.



#### 4.1.1.2. La mise en place des axes thématiques : avantages et contraintes

Les six entrées thématiques proposées par l'étude pour développer une destination culturelle et patrimoniale ont ensuite été hiérarchisées par l'ADT, qui a distingué des entrées touristiques dites « fondamentales » et d'autres « complémentaires ». La figure 41 présente la hiérarchisation de ces entrées thématiques.



**Figure 41 : la première hiérarchisation des entrées thématiques de la stratégie touristique selon l'ADT, 2010**

La hiérarchisation des différentes entrées selon une différenciation entre les entrées touristiques fondamentales et celles présentées comme «secondaires» ou «locale» interrogent. L'ADT justifie cette hiérarchisation par le fait qu'elle souhaite « structurer et rendre lisible une offre directement associée à Chauvet (3 thématiques principales) afin de proposer des suggestions de visites complémentaires et d'imposer cette « densité » nécessaire à la crédibilité de la destination » (ADT, 2012, np). Les trois entrées fondamentales sont présentées comme étant les thématiques touristiques prioritaires pour structurer une nouvelle offre touristique autour des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Les acteurs considèrent ces entrées thématiques comme fondamentales pour l'évolution du système touristique ; ces trois entrées sont considérées comme nécessaires pour développer une nouvelle offre touristique culturelle. Il est ainsi sous-entendu que les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (inscription au patrimoine mondial et fac-similé) ne sont pas suffisants pour la structuration d'une nouvelle offre, mais doivent être consolidés et accompagnés par la structuration d'une offre autour de thématiques annexes et/ou associées aux patrimoines de la cavité ornée. Les deux entrées touristiques secondaires et celle identifiée comme locale se justifient, selon l'ADT, par la volonté de « valoriser les 3 autres thématiques qui constituent des thématiques de confortation et qui viendront donner des opportunités de découverte en liens avec des attentes et des besoins des clientèles » (id.). Les ressources qui sont, depuis les débuts du tourisme sud ardéchois et jusqu'à aujourd'hui, les principaux supports de l'offre touristique (patrimoine naturel, terroirs/savoir faire et les cavités) se retrouvent ainsi reléguées au statut de « thématique de confortation » et non plus comme une thématique principale de l'offre touristique. Cette hiérarchisation se pose en miroir inversé de l'existant et du fonctionnement actuel du tourisme dans le sud de l'Ardèche (chapitre 2). Elle montre les projections des acteurs de ce que doit être la nouvelle identité touristique. Les supports de la diversification touristique (entrées fondamentales) viennent se

substituer à la ressource touristique historique (entrées secondaires et locale).

Cette hiérarchisation montre que les cavités sont identifiées comme une entrée locale, gravitant en dehors des thématiques principales que représentent la ressource culturelle et la ressource naturelle. Ce patrimoine karstique, dont la portée est à la fois naturelle et culturelle (chapitre 2) semble ainsi mis à l'écart. Ceci est d'autant plus surprenant qu'il s'agit là d'un patrimoine souterrain dont la valorisation participe à la compréhension de la formation géologique des Gorges de l'Ardèche et de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et que cette offre participe largement au fonctionnement touristique du territoire (chapitre 2)

Cependant, cette hiérarchisation est actuellement en train d'être révisée : l'entrée cavité a été intégrée à la thématique « préhistoire et civilisations disparues » sous la filière « cavité et monde souterrain » qui englobe les grottes, la préhistoire et les dolmens (fig. 41).

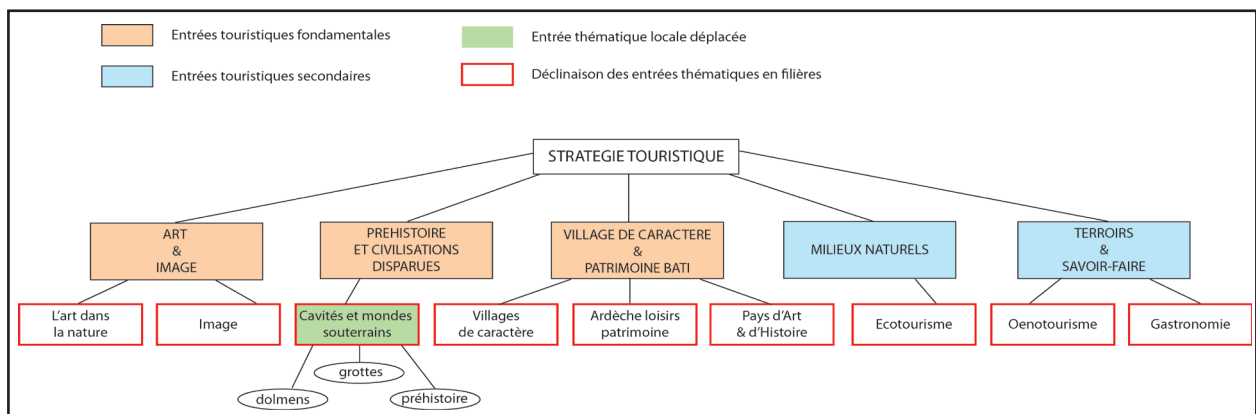


Figure 41 : nouvelle hiérarchisation des thématiques de la stratégie touristique (2014-2015)

Le déplacement de la thématique cavité dans les entrées thématiques fondamentales montre la place qui est redonnée aux grottes dans l'offre touristique. Mises à l'écart dans un premier temps, elles retrouvent une place dominante dans les stratégies touristiques. Cela peut également traduire la volonté des acteurs de créer une offre Nature/Culture en valorisant, dans la même filière, un objet géographique porteur de valeur patrimoniale naturelle et culturelle : les grottes. Cela peut également se justifier par la reconnaissance de leur place dans la compréhension de la formation des gorges et du paléo-environnement, deux sujets valorisés dans le centre de découverte de l'ERGC (la Galerie de l'Aurignacien) et qui visent à comprendre l'environnement de l'aurignacien, artiste peintre de la grotte (chapitre 3). Hormis cette modification, les entrées thématiques restent les mêmes et respectent les recommandations de l'étude touristique d'Oppidumsis. Elles ont cependant été affinées à travers des thématiques plus précises afin de rendre opérationnelle la stratégie touristique.

*i. La filière « l'art et l'image »*

La thématique de « l'art et de l'image » est présentée comme la : « *plus spécifique et [la] plus clivante par rapport à Lascaux [...]. On a une qualité artistique exceptionnelle, il faut qu'on puisse exploiter aussi cette entrée pour avoir une offre associée* » (dir. du développement et de l'ingénierie touristique, ADT, 23-01-2013). Ce thème, présenté comme un élément de différenciation, est décliné en deux filières : 1/ « l'art dans la nature » et 2/ l'image.

1/ La notion d'art dans la nature fait ici référence au *landart* et cherche à introduire des séquences culturelles dans les espaces naturels. Elle répond à la volonté des acteurs qui cherchent à mettre en place une image et une offre touristique où les ressources naturelles et culturelles sont complémentaires (chapitre 5). Elle est également présentée comme permettant une diffusion de la fréquentation vers le territoire du PNR : « *ce serait là aussi une tête de gondole extrêmement forte et ce serait aussi un moyen d'irriguer le territoire notamment vers le PNR* » (dir. du développement et de l'ingénierie touristique, ADT, 23-01-2013). Le comité de pilotage de la stratégie touristique du 17 juillet 2013 présente les résultats de l'étude-action réalisée par « Atelier bleu » qui propose que cette filière « art et nature » soit déclinée sous la forme d'un parcours artistique jalonné d'œuvres monumentales pérennes. Le PNR est pressenti pour accueillir une résidence d'artistes et comme étant le territoire support de cette filière. Le parcours est présenté comme « *innovant et porteur d'un développement local renouvelé tout en contribuant à la création du patrimoine de demain : vers un territoire culturel* » (Atelier bleu, 2013, np.).

Cette stratégie montre les choix effectués pour permettre une diffusion spatiale de la fréquentation *via* des initiatives culturelles présentées comme innovantes. La volonté de mettre en place une démarche artistique en extérieur est inscrite dans la nouvelle charte 2013-2025 du PNR dans l'orientation 13 visant à « affirmer le développement de la culture au développement local ». La mesure 13.3 cherche à « s'appuyer sur la création artistique pour “faire bouger le regard porté sur notre territoire” » (Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche, 2011, np). Cela renvoie à la volonté de faire évoluer l'image du territoire, que se soit pour la population locale ou pour les touristes. Le directeur du syndicat mixte du PNR nous affirmait, lors de notre entretien (25-03-2013), qu'il « *aimerait parler d'un territoire créatif, inventif, imaginatif* ». Cette mesure vise à « *créer une dynamique « Art hors les murs » en résonance avec le classement du site de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc* » (Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche, 2011, p. 126). Cela affirme la dynamique impulsée par l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial et l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, dynamique que les acteurs aimeraient voir diffuser en direction du PNR. Cela rappelle que les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ont permis d'impulser une ambition culturelle à une large échelle. Cette démarche s'inscrit également dans une mouvance plus générale : la création artistique s'insère de plus en plus dans les stratégies de valorisation des paysages, que ce soit pour suivre les traces

d'artistes disparus (l'itinéraire Alphonse Daudet ou encore sur les pas de Paul Cézanne) ou pour valoriser des créations contemporaines (le vent des forêts-Moselle, Art in situ-Drôme) pouvant être dites « in-situ » (Dubois, 2009). Le syndicat mixte du PNR réfléchit actuellement à la réalisation d'un parcours artistique sur la ligne de partage des eaux le long des crêtes du PNR. Les retombées touristiques de telles démarches restent à évaluer. Même si elles ne sont pas vectrices d'une fréquentation importante, elles peuvent tout de même être un facteur de diversification de l'offre et de différenciation territoriale, notamment par leur caractère innovant même si de plus en plus d'espaces naturels se lancent dans des stratégies similaires.

2/ Le thème de l'Image est inscrit dans le protocole du GPRA comme permettant « *d'impulser des initiatives innovantes* » (Grand Projet Rhône-Alpes Chauvet, 2010, p. 4). Cette thématique est justifiée par le fait que « *cette question de l'image est identifiée depuis plus d'une décennie comme étant une thématique à développer en lien avec la grotte Chauvet-Pont d'Arc, car elle fait écho aux notions de 1<sup>ère</sup> image, de 1<sup>er</sup> chef d'œuvre de l'humanité* » (id., p. 30). Ici, la découverte d'une grotte ornée abritant les plus anciennes représentations graphiques connues à ce jour, fonctionne comme un élément déclencheur pour la valorisation d'une filière économique autour de l'image contemporaine. Les orientations du GPRA précisent que « *ce sont donc les actions à forte valeur ajoutée qui seront privilégiées, quitte à prendre des risques, notamment dans la thématique de l'image* » (id., p. 28). Identifiée comme une thématique porteuse d'innovation et donc par extension, de différenciation et de développement économique, la valorisation de la filière de l'image est également perçue comme ambitieuse car risquée. Malgré cette reconnaissance des incertitudes quant à la structuration de cette filière, cette dernière est le « *cœur de cible* » du programme du GPRA et le comité de pilotage de ce dernier devient la structure chef de file désignée pour porter cette filière. Le protocole GPRA ne définit cependant pas spécifiquement ce qui peut être entendu derrière cette thématique de l'image et la présente comme englobant des filières diverses et variées (artistiques, industrielles, agro-alimentaire, tourisme, enseignement supérieur et recherche...). Le programme du CPER 2007-2013 mentionne également l'image comme une action innovante, sans la définir davantage mais en identifiant « *[le] cinéma, [les] arts visuels, [les] usages culturels des nouvelles technologies...* » (Conseil général et al., 2008, p. 10). L'indétermination de cette thématique traduit les incertitudes quant aux axes concrets devant être mis en avant pour porter et rendre opérationnelle la filière de l'image.

La mission principale porte sur le développement du Pôle documentaire de Lussas<sup>37</sup>. Cette opération du GPRA vise à renforcer la formation universitaire proposée sur le site pour en faire un pôle de recherche international. Il est également proposé de créer un « espace première image » au sein d'un « village documentaire », un site « *à forte valeur ajoutée en*

---

37 Identifié comme l'un des quatre pôles d'excellence audiovisuels en région Rhône Alpes, le pôle documentaire de Lussas accueille une dizaine d'entreprises et d'associations dont les activités réunissent l'ensemble des métiers de la filière documentaire (formation, réalisation, production...). Ce site abrite une école documentaire qui propose un Master 2 (option réalisation ou production) en partenariat avec l'université Stendhal de Grenoble (<http://www.lussasdoc.org/medias/manager/doc-village-web.pdf>)

*termes de notoriété et de rayonnement* » (Grand Projet Rhône-Alpes Chauvet, 2010, p. 30) ouvert aussi bien à un public spécialisé qu'à un public plus large. Aujourd'hui au stade de préfiguration, les porteurs du village documentaire ont pour objectif de créer « *un espace de visite consacré à l'histoire des images et à la création documentaire contemporaine, en complémentarité avec l'espace de restitution de la grotte Chauvet* »<sup>38</sup>. S'il est prévu de rendre accessible ce site à une population touristique non initiée, reste encore à connaître les réelles retombées touristiques de ce type d'espace. Depuis 1997, le site organise les Etats généraux du film documentaire ; ce festival permet une première approche de la portée attractive de cette filière : en 2014, les états généraux ont réuni 19 500 personnes<sup>39</sup> sur six jours. Hormis ce festival, le tourisme reste une activité annexe de cette filière « image ».

Cette thématique de l'image est toujours présente dans les démarches d'accompagnement territorial. Elle est inscrite dans les ambitions du nouveau CPER 2015-2020 où la valorisation et le développement du pôle documentaire de Lussas bénéficient d'une enveloppe de trois millions d'euros pour créer le « village documentaire ». Le GPRA a également mandaté une étude pour élaborer une stratégie territoriale autour de la thématique « numérique et patrimoine », afin de capitaliser le savoir-faire développé pour la réalisation de la Caverne du Pont d'Arc.

#### *ii. Le continuum historique : de la préhistoire et civilisations disparues au patrimoine contemporain*

Les thèmes « préhistoire et civilisations disparues » et « villages de caractère et patrimoine bâti » traduisent la volonté des acteurs de valoriser un autre aspect de leur territoire, celui du continuum historique. L'image culturelle souhaitée est ainsi légitimée par la densité historique du territoire. L'offre associée à ces thématiques est déjà présente sur le territoire, mais comme un « à côté » de l'offre nature (chapitre 2). L'objectif des acteurs est de faire de l'offre culturelle un élément déclencheur de visites et un motif de séjour. Quelques tentatives ont déjà vu le jour (chapitre 2) et nous nous trouvons là dans la continuité de dynamiques déjà inscrites dans les stratégies passées, comme l'ancien slogan du « grand voyage dans le temps » et la re-mobilisation de l'aspect préhistorique des gorges dans la communication touristique (chapitre 2). Pour ce faire, les acteurs souhaitent engager des démarches de valorisation du patrimoine culturel couvrant l'ensemble des périodes historiques, de la préhistoire à l'époque contemporaine.

Concernant la préhistoire et les civilisations disparues, nous avons vu que les réflexions en cours au sein de l'ADT et du Conseil général concernant le futur schéma départemental du tourisme (2015-2020) ont mené à décliner cette thématique sous la filière « cavités et mondes souterrains » englobant les grottes, la préhistoire et les dolmens. Lors des entretiens réalisés durant la recherche doctorale, le directeur du développement et de l'ingénierie touristique de

38 <http://www.lussasdoc.or/medias/manager/doc-village-web.pdf> (consulté le 05 juillet 2015)

39 conférence de presse de rentrée Hervé Saulignac, président du conseil général, vendredi 29 août 2014



l'ADT déclarait que « sur la préhistoire on est en train de réfléchir à la structuration d'une filière, pour autant, on sait pertinemment que Lascaux a préempté encore pour un certain nombre d'années cette thématique de la préhistoire » et de poursuivre « donc il faut de toute façon qu'on utilise cette possibilité sauf que dans la réalité on va devoir prendre un certain nombre d'années avant de se positionner en leader sur cette thématique » (23-01-2013). Ce sentiment vis-à-vis de la vallée Vézère est partagé par d'autres partenaires associés à la stratégie touristique, certains parlant même de « complexe d'infériorité » (chargé de mission GPRA, 12-02-2013). Mais pour autant, est-ce pertinent de parler de concurrence avec la vallée de la Vézère alors même qu'elle se situe à près de 400 km de distance et que les bassins de chalandise ne sont pas les mêmes ? En dehors de la Caverne du Pont d'Arc et de la galerie de l'Aurignacien, l'entrée préhistoire est principalement abordée *via* la rénovation du musée régional de préhistoire localisé sur le grand site de France de l'Aven d'Orgnac (cf *infra*).

Cette filière touristique autour de la préhistoire et des civilisations disparues est également abordée *via* le patrimoine dolménique. L'Ardèche, en effet, est un des départements avec la plus forte concentration de dolmens (plus de 800 connus à ce jour).

Les dernières stratégies connues à ce jour prévoient que le schéma départemental du tourisme 2015-2020 inscrive les dolmens dans la nouvelle filière « cavités et mondes souterrains ». La cohérence du classement des dolmens dans cette filière interroge. En effet, même si la partie la plus importante des dolmens, la chambre funéraire, est enterrée, ils ne font pas partie du monde souterrain karstique. Le fait que les dolmens soient inscrits dans la filière « cavités et monde souterrain » souligne la difficulté que rencontrent les acteurs pour classer ce patrimoine dans leurs stratégies. Elle traduit également l'appropriation récente de ce patrimoine que les acteurs ont encore du mal à définir. Quoiqu'il en soit une analyse de l'offre proposée actuellement dans ce domaine permet un aperçu des démarches qui ont été mises en place afin de valoriser le patrimoine dolménique. Les gestionnaires de la grotte de Saint-Marcel ont créé le « chemin de la grosse-pierre », sentier de 2800 mètres au départ du parking de la grotte (fig. 42). Ce sentier mène à des vestiges mégalithiques (dolmen, menhir) et les visiteurs peuvent s'équiper de guides GPS multilingues qui les accompagnent dans la compréhension de ce patrimoine. Les guides GPS multimédia sont disponibles en location à l'accueil de la grotte aménagée (trois euros)<sup>40</sup>. Plusieurs sentiers thématiques autour du patrimoine dolménique sont répertoriés sur les différents sites des offices de tourisme, que ce soit pour les dolmens du Bois des Géantes à Bourg-Saint-Andéol<sup>41</sup>, le « sentier de la pierre et de l'eau » à Labeaume<sup>42</sup> ou encore le sentier balisé à Saint-Alban-Auriolles menant au dolmen du Calvaire<sup>43</sup>. La communauté de communes « l'Ardèche côté sud » a, par ailleurs, édité de nouveaux panneaux présentant la

40 <http://www.grotte-ardeche.com/le-chemin-de-la-grosse-pierre.html>

41 <http://tourisme-bourg-saint-andeol.fr/Les-dolmens-du-Bois-des-Geantes.432>

42 <http://www.mairiedelabeaume.fr>

43 <http://www.ot-pays-ruomsois.com/commune/saint-alban-auriolles.php>



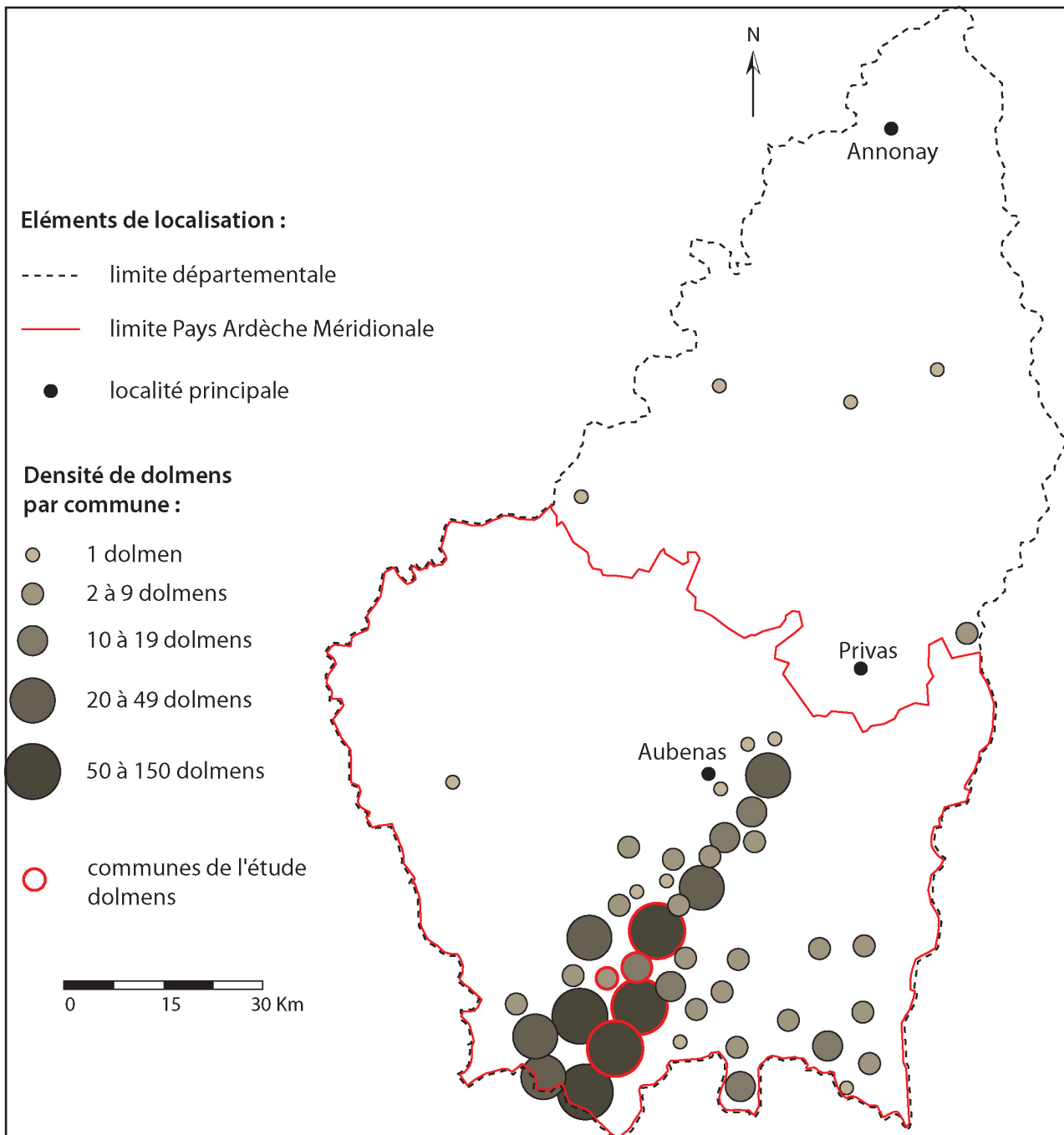
**Figure 42 : les différentes valorisation du patrimoine dolménique**

- 1/ carte de la communauté de communes «l'Ardèche côté Sud» présentant tout un panel de patrimoines valorisés dont les dolmens ;
- 2/ le chemin de la grosse pierre partant du parking de la grotte de Saint-Marcel-d'Ardèche;
- 3/ le dolmen du Chanet, mis en valeur par le Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche.

carte des randonnées à faire sur laquelle sont répertoriés quelques dolmens (fig. 42).

Le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche a également mis en place un circuit d'interprétation du dolmen de Chanet.

Le patrimoine dolménique des communes de Chandolas, Beaulieu, Grospierre, Labeaume et Saint-Alban-d'Auriolles (fig. 43) fait également l'objet d'une étude concernant leur modalité de valorisation. Lancée dans le courant de l'automne 2014, pilotée par la mairie d'Orgnac-l'Aven et par la Cité de la Préhistoire, suivie par l'ADT, cette étude est co-financée par le département de l'Ardèche et par la Région, à hauteur de 20 000 euros (étude Fracet). Un cabinet d'étude accompagne la cité de la Préhistoire pour proposer des actions visant à mettre en place une signalétique et un plan de communication commun, à aménager les sentiers de randonnée du parking à l'interprétation, à mettre en place une « Route des dolmens » et à mettre en valeur les sentiers et les points de vue paysagers.



**Figure 43 : carte des dolmens d'Ardèche**

source : Service Régional de l'Archéologie Rhône-Alpes, d'après le PAO de la Cité de la Préhistoire, Grand site de l'Aven d'Orgnac

Pour valoriser les dolmens, une concertation doit être mise en place car certains des monuments mégalithiques sont situés sur des terrains privés, ce qui impose des conventions avec les propriétaires. Une autre partie de l'étude vise à mettre en place un plan de sauvegarde et de protection des dolmens non valorisés pour en assurer la conservation. Cette étude n'inclut pas les périmètres de la communauté de communes ayant mis en place les panneaux d'information cités plus en amont. Le choix des périmètres de l'étude semble contradictoire avec la volonté de structuration des filières touristiques. En effet, nous avons ici plusieurs

initiatives distinctes qui peuvent certes être complémentaires, mais qui peuvent également conduire à une désorganisation de l'offre en multipliant les modalités de valorisation et d'interprétation. La fragmentation de cette filière et le faible budget alloué à la structuration et à la valorisation des dolmens interroge. En effet, les acteurs territoriaux cherchent avant tout à mettre en place une offre culturelle permettant de se différencier des territoires perçus comme concurrents (comme la vallée de la Vézère, cf *supra*), mais ils ne semblent pas saisir l'opportunité que représente le patrimoine dolménique alors même que celui-ci peut être considéré comme une véritable ressource spécifique.

Concernant les cavités touristiques du sud Ardèche (chapitre 2), ces dernières ont fait l'objet d'une tentative de mise en réseau durant la période estivale de 2014. Porté par le directeur de l'aven d'Orgnac, ce réseau n'a finalement pu se structurer faute d'entente entre les partenaires. L'ADT a mis en place une journée de formation (connaissance des milieux souterrains et des moyens de médiation associés) à destination du personnel saisonnier des différentes grottes ardéchoises pour faire de ces saisonniers des ambassadeurs de l'ensemble des grottes ardéchoises avec un discours commun. Hormis cette démarche, qui permet de mutualiser les compétences en terme de formation et d'unifier le discours sur la genèse des grottes, le réseau « cavités » est aujourd'hui très peu structuré à l'échelle départementale. Par contre, cette filière est plus ou moins structurée à l'échelle nationale grâce à l'Association Nationale des Exploitants de Cavernes Aménagées pour le Tourisme (ANECAT) dont les grottes ardéchoises font partie. Elles bénéficient ainsi de l'expertise et des supports de promotion édités par l'ANECAT.

Autre entrée « fondamentale » et participant à la valorisation du continuum historique, l'entrée « villages de caractère et patrimoine bâti » est plus ou moins structurée grâce à différents réseaux : le réseau « villages de caractère » (chapitre 2), le réseau Ardèche Loisirs Patrimoine (chapitre 2), et le Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional (cf *infra*). Les actions mises en place *via* la dynamique de la stratégie touristique sur ces différents sites sont surtout de l'ordre de la communication et de l'interprétation. Le réseau ALP quant à lui, a mis en place dès l'été 2015 une carte-pass donnant accès à 25 sites touristiques selon différentes formules : une carte à 31 euros permettant un accès aux différents sites durant 3 jours, une à 39 euros pour 6 jours et une annuelle à 79 euros<sup>44</sup>.

Au final, cette thématique nécessite peu d'actions, sinon des actions de visant à améliorer la qualité de leur mode d'interprétation et de communication. La structuration de cette thématique qui est déjà inscrite dans la promotion et dans les pratiques touristiques passe ainsi principalement par des actions de l'ordre de la qualité (cf II. *infra*).

Concernant les entrées touristiques dites secondaires, si elles sont présentées comme subsidiaires, elles sont pourtant des thématiques dynamiques et largement inscrites dans la promotion actuelle du territoire.

---

44 <http://www.visites-ardeche.com/> (consulté décembre 2015)

### iii. Les « milieux naturels » et « terroir et savoir-faire »

La thématique des « milieux naturels » est déclinée par l'ADT sous la filière « écotourisme ». Cette offre touristique n'est pas qu'une simple filière déclinée pour servir la stratégie touristique grotte Chauvet-Pont d'Arc, elle fonctionne comme une offre touristique à part entière. Et de fait, l'écotourisme est inscrit en tant qu'objectif n°12 du schéma départemental de développement touristique (ADT, 2012), au même titre que l'objectif n° 15 portant sur la stratégie touristique et les axes thématiques. Le site internet de l'ADT présente le département ardéchois comme une « destination écosensible par nature »<sup>45</sup>. Cette « écosensibilité » est justifiée par la multiplicité des paysages : « cascades, vallées, lacs, sources volcaniques, canyons : elle change de visage en fonction des reliefs » (id.). Elle est également légitimée par les efforts faits par les acteurs du tourisme en termes de sensibilisation à la protection des espaces naturels. Cette promotion en faveur d'un « tourisme vert » (id.) est une façon d'assurer une certaine continuité de l'offre touristique actuelle autour de la valorisation des espaces naturels, en y intégrant des notions gravitant autour de la gestion, de la protection et de la sauvegarde des espaces naturels et de l'environnement. Le paradigme d'écotourisme fait écho aux nouvelles attentes des populations touristiques issues des évolutions sociétales (chapitre 1). « L'écotourisme constitue ainsi une stratégie de développement régional qui exige de procéder à une gestion intégrée des ressources naturelles, tout en tenant compte des intérêts particuliers des différents acteurs, y compris ceux des visiteurs » (Lequin, 2002, p. 39). Pour démontrer la dimension durable globale de leur offre écotouristique, les acteurs présentent, via le site de l'ADT, l'ensemble des services : « dormir au naturel » / sites, activités et événements écotouristiques / espaces protégés / agroalimentaire local. Pour attester le caractère « respectueux » de cette offre, la promotion passe par la présentation des labels et démarches qualité mises en place (cf *infra*).

Les choix dans l'argumentaire de la promotion de l'écotourisme (respect des espaces naturels, éco-responsabilité...) cherchent à faire évoluer la pratique de l'offre sports – nature – plein-air en lui associant des principes liés au développement durable. Ils cherchent à faire en sorte que l'image de cette offre nature évolue. Ils occultent le tourisme et la fréquentation dites de masse actuellement présents sur le territoire des gorges de l'Ardèche pour donner l'image d'une destination de grands espaces naturels et protégés où le visiteur peut être en symbiose avec la nature. La ressource naturelle est ici valorisée sous l'angle du développement durable via la promotion touristique d'une offre très contemporaine et « à la mode » : l'écotourisme. Et cette stratégie conduit les acteurs à effectuer un glissement d'échelle dans leur promotion, en passant des gorges très populaires et fréquentées, aux grands espaces naturels du reste du département. Il y a une trentaine d'année, les gorges de l'Ardèche représentaient l'espace

45 <http://www.ardeche-guide.com/ecotourisme>



sauvage de référence du département. Aujourd'hui, ce même territoire est perçu par les acteurs comme trop impacté par le tourisme alors même qu'aucune étude ne le démontre. Nous avons vu dans le chapitre 1 que la notion de surfréquentation est principalement issue du regard porté sur les pratiques. Mais en quoi la randonnée et le camping sur le territoire du PNR seraient-ils plus « éco-touristique » que la descente des gorges en canoë ? L'éco-tourisme se définit dès lors selon les points de vue sur les pratiques touristiques et sur leurs impacts supposés.

En résonance à l'écotourisme, la thématique des savoir-faire et traditions est déclinée par l'ADT sous la filière de l'oenotourisme. Ce choix s'explique compte tenu de la participation de l'oenotourisme à la valorisation de l'écotourisme et du patrimoine culturel dans le sens où le vin, et plus largement la gastronomie, s'insèrent dans d'autres pratiques touristiques, notamment celles liées au tourisme « vert » et/ou culturel. L'offre « gastro-touristique » s'inscrit dans la « *recherche d'authenticité, de proximité relationnelle et d'un certain art de vivre* » (Debos, 2008, p. 66) de la part des touristes. Le directeur du développement de l'ingénierie touristique de l'ADT de l'Ardèche pense, concernant l'oenotourisme, « *qu'il y a une vraie correspondance entre cette logique d'accueil culturelle et patrimoniale* » (entretien du 23-01-2013). Une discussion avait été entamée, lors d'une réunion de l'équipe GPRA, sur le réel potentiel de l'oenotourisme. Un débat avait été engagé entre ceux qui pensaient qu'il n'y a pas d'unicité départementale sur ce thème (problématiques différentes entre les vignobles du sud et ceux du nord du département), que ce n'est pas une entrée touristique mais une entrée plutôt commerciale, et ceux qui assuraient que l'oenotourisme est porteur d'une réelle valeur ajoutée. Si « *le développement de produits oenotouristiques implique l'étroite collaboration des protagonistes des deux secteurs [tourisme - viticole] dans le cadre d'une stratégie "gagnant-gagnant"* » (Debos, 2008, p. 63), lors de la même réunion, l'un des partenaires émet des doutes quant à la mise en place d'un partenariat avec les structures viticoles et craint que les acteurs de cette branche travaillent isolément, sans passerelle avec les autres offres touristiques. Malgré ces appréhensions, l'ADT décide de mettre en valeur la gastronomie ardéchoise grâce à la filière viticole. Le site internet de l'ADT met ainsi en avant la qualité des vignobles ardéchois, notamment en présentant les différents labels existants (cf *supra*). La labellisation vise aussi bien les produits que les circuits de découverte comme « les étapes savoureuses ». Un centre de découverte oenologique, Neovinum, a été inauguré en juin 2013, à Ruoms, à une dizaine de kilomètres de Vallon-Pont-d'Arc. Des échanges avec la directrice du marketing et de la communication oenotourisme du site Neovinum confirment que la perspective de l'ouverture de l'ERGC a été un élément important dans le dimensionnement du projet. Ce dernier a été lancé en 2010 mais la proximité de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc a incité à un investissement supérieur. Cet espace présente à travers cinq salles, le long d'une visite guidée, chacun des sens, le savoir-faire et le travail des vignerons ardéchois en présentant les spécificités de ces vignobles. Ce site, ouvert à l'année, est également doté d'un caveau permettant de vendre les diverses productions viticoles ardéchoises.

Si l'oenotourisme est présenté comme complémentaire aux autres offres touristiques, l'ADT va faire évoluer sa stratégie. En effet, le futur schéma départemental du tourisme (2015-2020)

prévoit l'abandon du focus sur l'oenotourisme pour l'élargir à l'ensemble des productions du terroir de l'Ardèche. Cette nouvelle stratégie vise la valorisation de l'ensemble des productions ardéchoises. Là encore, cela passe par un déploiement de moyens de labellisation (cf *infra*).

En parallèle à cette stratégie touristique menée par l'ADT, et dans le but de renforcer l'image patrimoniale de la destination, un appel à projet « mise en valeur et mise en réseau des sites patrimoniaux » a été lancé en 2009 dans le cadre du CPER.

#### 4.1.1.3. Les sites culturels du CPER

Cet appel à projet, proposant des subventions avec un plancher des dépenses éligibles de 20 000 euros, vise à favoriser « *la réussite de la demande de labellisation UNESCO ainsi que celle du fonctionnement de l'ERGC et de ses retombées* » (Appel à projet, 2009). Pour les acteurs, l'inscription UNESCO et l'ERGC doivent s'inscrire dans une offre culturelle globale pour pouvoir bénéficier au territoire et pour favoriser la restructuration du système touristique. Derrière cette volonté de construire une offre culturelle globale se cache la crainte des acteurs de voir les visiteurs de l'ERGC quitter le territoire, sans même avoir visité autre chose que la Caverne du Pont d'Arc (chapitre 5). En retour, ils considèrent que la mise en place de cette offre permettrait à l'ERGC de fonctionner en cohérence avec son territoire d'implantation et non comme un Objet Touristique Non Identifié (OTNI). Pour les acteurs-producteurs de la destination, il est alors opportun de :

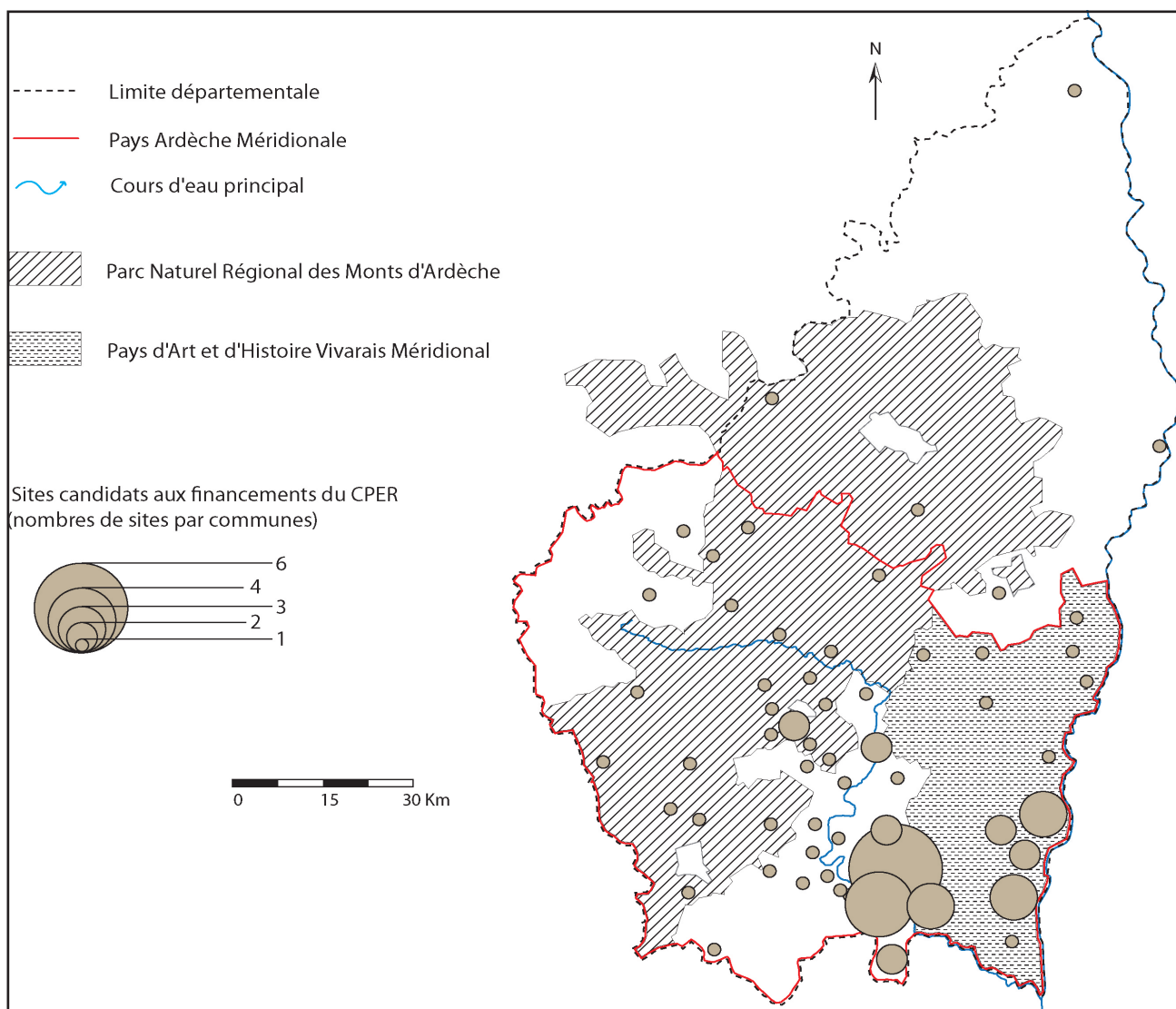
« - développer la cohérence de l'offre « préhistoire-art pariétal » entre les sites existants sur le territoire,  
- associer le patrimoine préhistorique et historique à l'image du territoire,  
- renforcer les caractéristiques des sites touristiques et historiques majeurs et leur fonctionnement en réseau,  
- diversifier l'offre et renforcer la notoriété culturelle, historique et artistique de la grotte et du territoire par la création artistique,  
- favoriser une élévation du niveau qualitatif des principaux sites touristiques correspondants et présents sur le territoire ; pour certains, par un effort de diversification et de repositionnement est nécessaire,  
- provoquer une appropriation et une implication forte des habitants et acteurs potentiels » (Grand Projet CPER n°8 grotte Chauvet-Pont-d'Arc, 2009, np.).

Ici, les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc impulsent une stratégie de valorisation du patrimoine culturel tout comme la valorisation du patrimoine culturel vient renforcer la notoriété de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de sa copie. Cela fait état d'une co-construction et d'un rapport dialogique entre la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le patrimoine culturel ardéchois. Les objectifs de cet appel à projet visent à conforter l'offre culturelle et patrimoniale du territoire support de l'ERGC, aussi bien à l'échelle locale qu'à l'échelle départementale. Afin de proposer une offre permettant la mise en place de circuits culturels et donc favorisant des nuitées et les retombées territoriales, l'objectif est de diversifier et d'améliorer la qualité des sites culturels tout en favorisant l'appropriation du grand projet

grotte Chauvet-Pont-d'Arc par les habitants et les acteurs touristiques locaux. La question de la qualité sera traitée dans la seconde partie de ce chapitre et permettra d'analyser la co-construction, la dialogique entre diversification et qualité du tourisme.

Pour bénéficier des subventions du CPER « *tout projet devra obligatoirement comporter un volet médiation en direction d'un large public* » (id.) par des actions portant sur la scénographie, la signalétique, la mise en réseau, l'accueil et les aménagements. Cet appel à projet est destiné aux structures ayant les compétences pour porter un projet de valorisation du patrimoine, qu'elles soient publiques ou privées.

L'ouverture des subventions aux projets patrimoniaux engagés par une structure privée participe à la recherche d'appropriation du projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. 91 dossiers (fig.

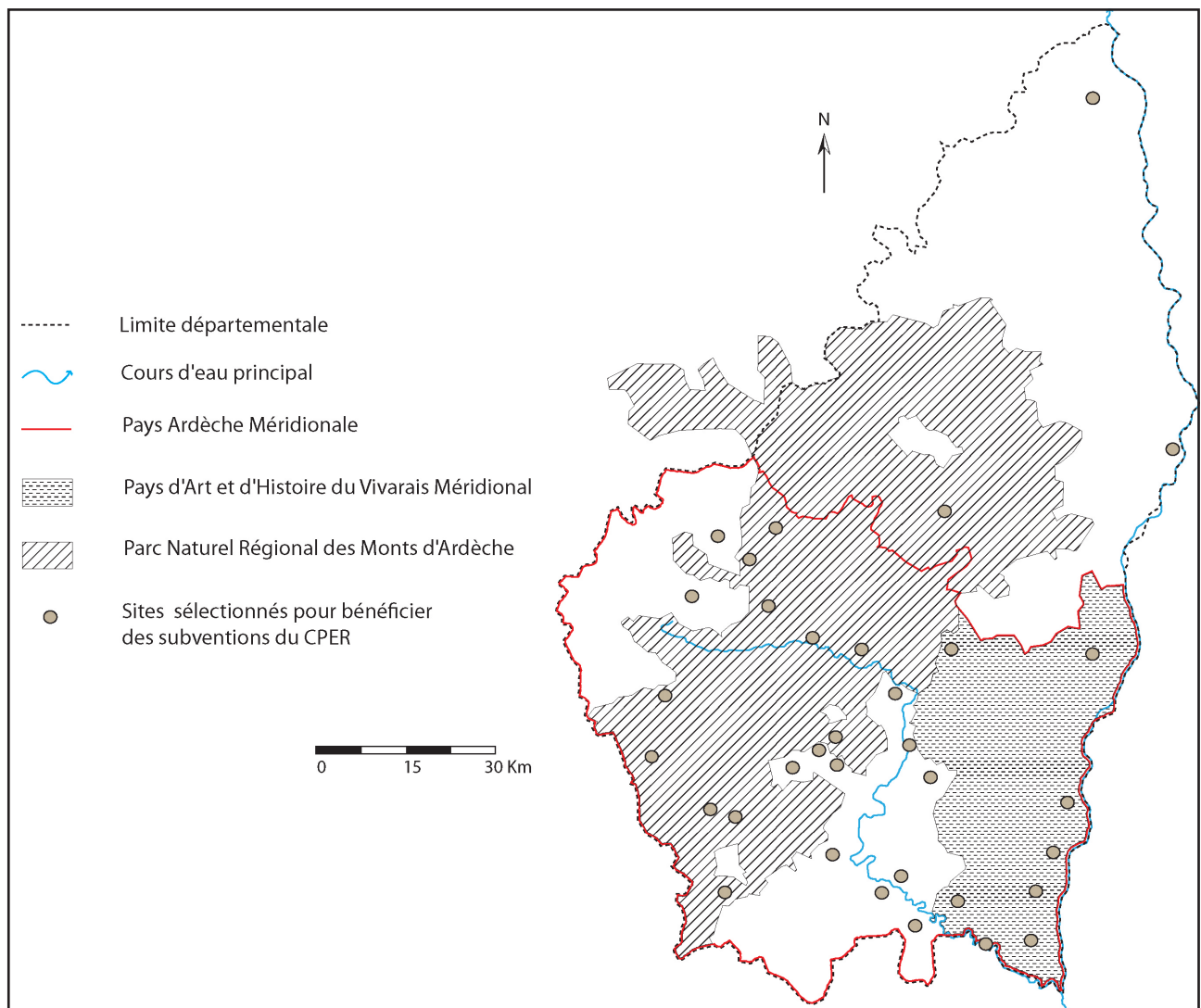


**Figure 44 : les 91 sites candidats au financement du CPER**

*Avec la condition fixant la localisation des sites candidats dans un périmètre de 35 km à vol d'oiseau autour de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la majorité des sites sont concentrés dans un périmètre restreint dans le sud Ardèche. Les communes limitrophes de la grotte ont déposé plusieurs dossiers. Les communes du PAH du Vivarais Méridional (cf supra) ont également cherché à profiter de ces financements.*

44) ont été reçus et 34 ont été sélectionnés.

Sur les 34 projets, 3 sont des sites gérés par une structure privée. Ces trois structures (Ardèche miniatures, Safari de Peaugres, Ardelaine) font parties du réseau touristique ALP. Si la volonté affichée est bien de faire participer les structures privées à la dynamique du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, force est de constater que dans les faits, peu de sites privés bénéficieront effectivement de ces subventions et que l'appropriation du projet par la population et les acteurs touristiques locaux reste compliquée (chapitre 5). Pour être éligible au financement, le site proposé doit se situer dans un rayon de 35 kilomètre à vol d'oiseau à partir du site de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Une dérogation peut être accordée si les sites au delà de 35 km sont inscrits dans un réseau de mise en valeur culturelle et touristique (ALP, Village de caractère...). Cette contrainte limite de fait la diffusion des financements et la figure 45 présentant les sites valorisés dans le cadre de cette procédure, montre que la majorité des sites sont situés au sud du département, ce qui renforce l'écart entre l'offre méridionale et l'offre



**Figure 45 : localisation des sites culturels bénéficiant des subventions du CPER**

Les sites sélectionnés sont majoritairement répartis sur le territoire du Pays Ardèche Méridionale. La diffusion des financements reste limité au sud Ardèche et seuls trois sites localisés plus au nord en bénéficient.

septentrionale.

L'appel à projet spécifie également que les projets proposés pour l'obtention des financements doivent être « *en résonance avec celui de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc* » (Grand Projet CPER n°8 grotte Chauvet-Pont-d'Arc, 2009, np.). Cependant, cet appel à projet ne précise pas ce que signifie « être en résonance » avec la cavité ornée. Est-ce proposer un projet en lien avec la préhistoire ? Une thématique autour de l'art ? L'analyse des sites sélectionnés montre l'étendue des domaines patrimoniaux et la disparité existante dans la traduction ce que signifie « être en résonance » avec la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (tableau 2).

**Tableau 2 : liste des dossiers bénéficiant des financements CPER**

<b>Commune</b>	<b>Projet</b>
Saint-Marcel-d'Ardèche	Mise en valeur du patrimoine historique et préhistorique.
Bourg-Saint-Andéol	Restauration et valorisation (sentier d'interprétation) de la nécropole dolménique.
Saint-Remèze	Installation de 2 expositions vidéorama dans la grotte de la Madeleine.
Saint-Montan	Signalétique et circuits de découverte du patrimoine.
Viviers	Circuit patrimonial d'interprétation dans le centre historique.
Saint-Vincent-de-Barrès	Valorisation du village médiéval fortifié et perché.
Saint-Laurent-Sous-Coiron	Circuit de découverte et de valorisation du patrimoine bâti.
Aubenas	Valorisation du château classé Monument Historique.
Vogüe	Valorisation de la place du château.
Rochechouart	Valorisation du village du XII <sup>ème</sup> siècle et amélioration de l'accueil.
Vallon-Pont-d'Arc	Réhabilitation du site féodal du vieux Vallon.
Salavas	Valorisation du site de Gleizasse, du vieux village, du château.
Labastide-de-Virac	Réhabilitation des abords du château des Roures.
Saint-Alban-Auriolles	Rénovation du musée de la vignasse – maison Alphonse Daudet.
Les Vans	Rénovation du lavoir et théâtre de verdure.
Laurac-en-Vivaraïs	Création d'un circuit historique de l'Eau.
Largentière	Restitution de la toiture d'origine du château.
Chassiers	Valorisation, travaux sur bâtiments remarquables.
Tauriers	Réhabilitation / valorisation des abords du château et de l'église Saint-Julien-de-Brioude.
Sanhilac	Poursuite de la reconstruction de la tour de Brison.
Faugères	Création du circuit de la Sure.
Saint-Pierre-Saint-Jean	Restauration et conservation des objets d'art de l'église.
Montselgues	Mise en valeur de l'église du XII <sup>ème</sup> siècle.
Borne	Sentier de découverte de la tour de Borne.
Vals-les-Bains	Valorisation du parc thermal par sa mise en lumière.
Meyras	Rénovation du relais des muletiers, création d'un lieu d'accueil touristique.
Montpezat-sur-Bauzon	Valorisation de l'espace historique de la ville basse.
Saint-Pierreville	Redynamiser la fréquentation du site d'Ardelaine.
Mazan l'Abbaye	Restauration de l'abbaye.
Usclades-et-Rieutord	Restauration de la toiture de lauzes de l'église.
Sagnes et Goudoulet	Rénovation des toitures de lauzes au centre du village (église et gîte).
Cros de Georand	Création d'un sentier « force de l'eau », réfection du pont Féradier.
Soyons	Création d'une galerie du tourisme ardéchois à Ardèche miniatures.
Peaugres	Création d'une station « Chauvet » au sein du parc zoologique.



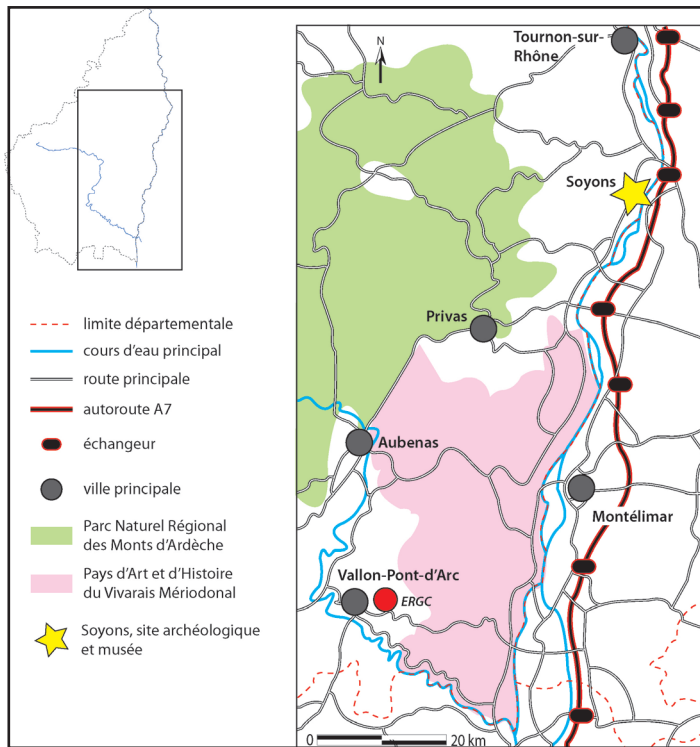
Seulement trois projets font écho de près ou de loin à la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (encadré en rouge dans le tableau). Ces trois projets ont définis différemment ce qui fait écho à la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : pour la commune de Saint-Marcel-d'Ardèche le lien est d'ordre chronologique (préhistoire), pour la grotte de la Madeleine il est d'ordre géologique (patrimoine karstique) et pour le safari de Peaugres, l'idée est de créer une station présentant la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, sans réels liens thématiques entre les deux sites. La grande majorité des sites sélectionnés n'a que peu de liens avec la cavité ornée.

L'absence de candidature de certains sites ardéchois du réseau Ardèche Loisirs Patrimoine peut paraître surprenante. Par exemple, la commune de Soyons abrite sept grottes dont certaines recèlent des vestiges préhistoriques. Une de ces grottes, celle dite de Néron, est ouverte au public et présente différentes thématique autour de la préhistoire : description de l'homme de Neandertal qui occupait la grotte, de son mode de vie etc... Une autre grotte, le trou du Renard, est ouverte au public et présente quant à elle quelques concrétionnements. En complémentarité de la visite de la grotte de Néron un musée, ouvert en 1956, présente dans quatre petites salles, l'évolution de l'homme grâce à une belle collection d'objets archéologiques. La scénographie du musée, très ancienne, (fig. 46) mériterait d'être revue, notamment pour suivre les évolutions scénographiques de la Caverne du Pont d'Arc, mais celles aussi de la toute récente cité de la Préhistoire d'Orgnac (sf *supra*)



Figure 46 : la scénographie du musée de Soyons

Si le musée possède une importante collection d'objets archéologiques couvrant l'ensemble de la période de fréquentation du territoire de la commune, la scénographie datant des années 1960 aurait pu bénéficier des subventions du CPER pour être actualisée. Photos : Ch. Malgat, 2015



**Figure 47 : Localisation du site archéologique et du musée de Soyons**

De plus, la localisation de la commune de Soyons, en périphérie de Valence, dans la vallée du Rhône (fig. 47), peut permettre une captation des touristes descendant dans le sud tout comme elle permet la diffusion de la fréquentation vers le nord de l'Ardèche. Le musée n'a pas souhaité candidater à l'appel à projet « sites culturels » du CPER et ne bénéficie pas de financements du grand projet Grotte Chauvet-Pont-d'Arc. En 2015, une étude de faisabilité de programmation d'un nouveau musée a été lancée et les falaises surplombant la grotte de

Néron ont dû être sécurisées.

Les sites bénéficiant de ces subventions doivent afficher la mention « *la projet participe à la valorisation de la grotte Chauvet Pont d'Arc, candidate à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial UNESCO, et de son territoire, engagée par l'Etat, la Région Rhône-Alpes et le Conseil Général de l'Ardèche* » (fig. 48).

La mention « et de son territoire environnant » vise à montrer l'importance du grand Projet pour l'ensemble du territoire, à amener un consensus en prouvant que le grand projet peut être un outil de développement territorial, touristique et culturel. Est-ce là un moyen pour rassurer et pour montrer que les financements publics ne sont pas seulement destinés aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc mais bénéficient également à l'ensemble du patrimoine ardéchois ? La grotte Chauvet-Pont-d'Arc et les stratégies mises en place pour assurer sa valorisation sont ici affichées comme des éléments impulsant une dynamique impliquant l'ensemble du patrimoine départemental.



**Figure 48 : le panneau présentant la participation du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc à la restauration du site du Vieux-Vallon**

Photo : Ch. Malgat, été 2011, site du Vieux-Vallon, commune de Vallon-Pont-d'Arc

#### 4.1.1.4. Le Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional et le grand projet Grotte Chauvet-Pont-d'Arc

Le Pays d'Art et d'Histoire (PAH) du Vivarais Méridional a été labellisé en juin 2011. Il est porté par le Syndicat Mixte du Vivarais Méridional créé en 2010 et réunissant les communautés de communes de " Barrès-Coiron ", " Berg et Coiron ", " Rhône Helvie " et " du Rhône aux Gorges de l'Ardèche " (pour 39 communes) (fig. 49).

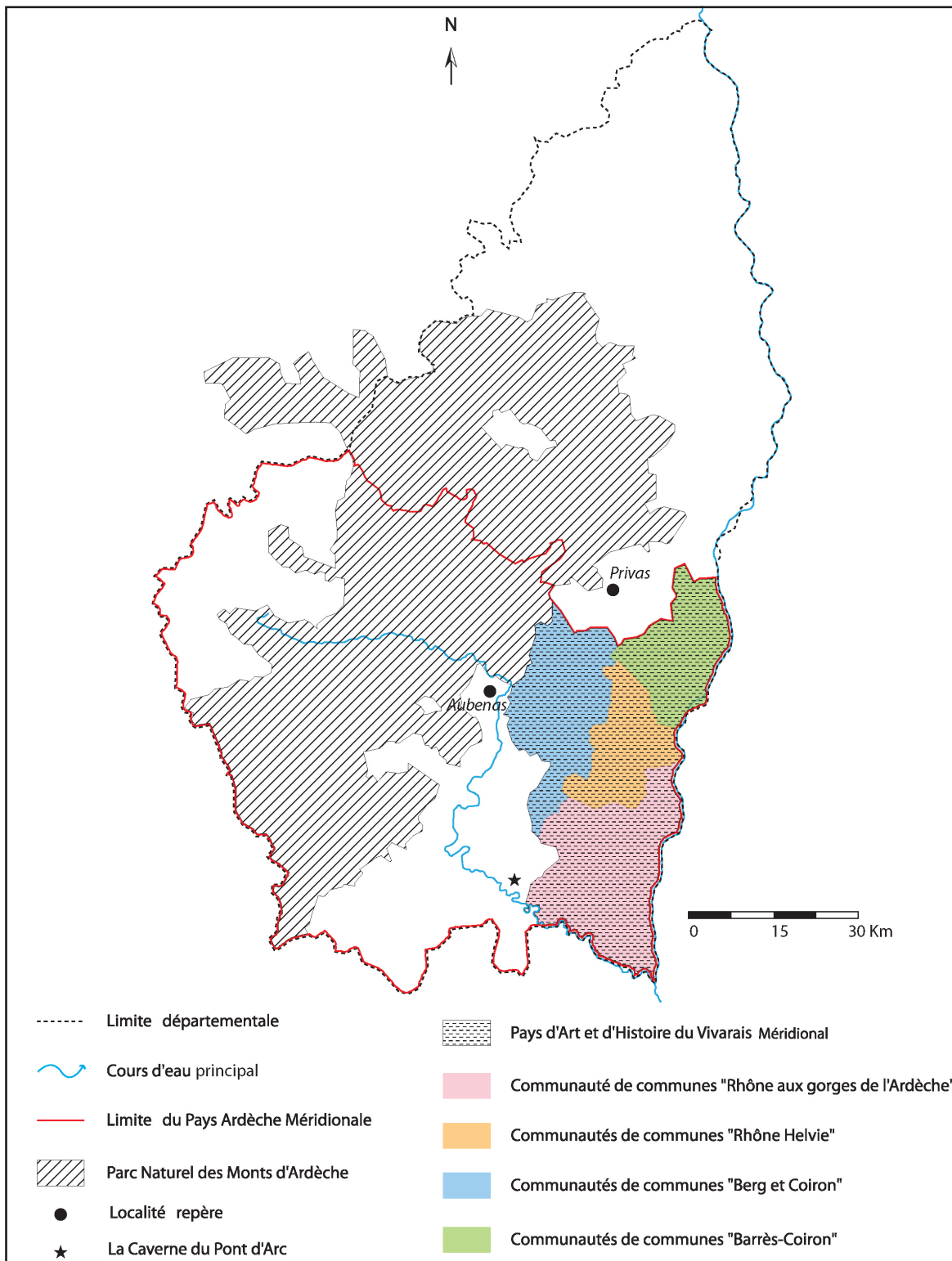


Figure 49 : Le Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional et ses communautés de communes



Le projet de PAH est articulé autour de 4 axes : valorisation du patrimoine ; promotion de la qualité architecturale ; transmission et compréhension du patrimoine et de la culture vivaroise par la population locale et touristique ; création d'activités économiques, d'œuvres artistiques et culturelles d'inspirant et valorisation le patrimoine Vivarois (Syndicat Mixte du Vivarais Méridional, 2011, p. 3).

La création de ce PAH est issue des dynamiques impulsées par le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Si ces deux démarches ont été construites en parallèle, les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ont nourri les ambitions des élus des communautés de commune associées dans le PAH : « *la perspective de ce grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, au moment où se réfléchissait le projet de Pays d'art et d'histoire sur le territoire des quatre Communautés de commune, n'a fait que conforter ce dernier* » (id., p. 70) Afin de valoriser les actions de communication et de mise en valeur du patrimoine bâti et paysager, le PAH du Vivarais Méridional cherche à « profiter » du développement du tourisme culturel autour des projets de valorisation de la grotte Chauvet-pont-d'Arc (ERGC/Unesco). Cette stratégie visant à bénéficier des retombées et de la renommée de l'Espace de Restitution vise pour partie à palier le manque de visibilité du label « Villes et Pays d'Art et d'Histoire ». En effet, « *il y a un manque de reconnaissance et de visibilité du label auprès des habitants, des touristes mais aussi des élus et des acteurs du territoire* » (Saez et al., 2007, p. 70). Le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc permet de faire vivre le PAH du Vivarais Méridional en l'inscrivant dans une destination patrimoniale. La position du PAH en vallée rhodanienne permet également de capter les flux des visiteurs de l'ERGC venant de la vallée du Rhône et renforce la densité des actions de valorisation du patrimoine en périphérie du territoire d'accueil du fac-similé.

En retour, les actions du syndicat mixte du Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional sont soutenues par le département en cohérence avec sa politique patrimoniale et culturelle et il présenté comme un moyen de « *renforcer la destination culturelle et patrimoniale de l'Ardèche Méridionale* » (Syndicat Mixte du Vivarais Méridional, 2011, p. 70). Ce Pays d'Art et d'Histoire est riche d'un patrimoine culturel marqué par le continuum de l'occupation humaine du territoire et répond à la volonté des acteurs de faire du territoire ardéchois une destination culturelle en valorisant l'ensemble des patrimoines historiques, de la préhistoire (grottes ornées de la Tête du Lion, du Figuier, des Deux Ouvertures) à l'époque contemporaine (la cité des ciments Lafarge). Le Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional est ainsi cité dans le plan de gestion de la candidature au patrimoine mondial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc comme une démarche participant au changement d'image du territoire (SMERGC, 2011b, p. 156).

La labellisation PAH et le Grand Projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc se nourrissent mutuellement : le Grand Projet grotte Chauvet conforte et renforce le projet de labellisation PAH et le Pays d'Art et d'Histoire est présenté comme une stratégie de valorisation patrimoniale et comme le support d'une offre culturelle complémentaire à la démarche territoriale du Grand Projet.

Au-delà de la diversification de l'offre permise par la création du PAH du Vivarais Méridional, ce dernier participe également à la reconnaissance de la qualité patrimoniale du territoire sud ardéchois (chapitre 1). Cette labellisation s'inscrit dans un contexte de d'évolution de la qualité de l'offre ardéchoise (cf *infra*).

La dynamique de diversification de l'offre pour faire évoluer l'image de la destination se base sur des patrimoines divers et variés, reflétant le continuum historique du territoire. En parallèle à ces stratégies territoriales, deux sites présentés comme complémentaires à l'espace de restitution ont bénéficié de financements particuliers : la Cité de la Préhistoire du grand site de France de l'Aven d'Orgnac et le musée d'Alba-la-Romaine, Muséal.

#### 4.1.2. Les stratégies localisées : les sites dits structurants (la Cité de la préhistoire Orgnac, Alba-la-Romaine)

Le CPER prévoit, afin de consolider autour de l'ERGC la destination culturelle et artistique, deux projets présentés comme structurants : la rénovation du musée régional de la préhistoire d'Orgnac et la valorisation du site archéologique d'Alba-la-Romaine (fig. 50), « *le second élément fort du continuum historique remarquable du territoire* » (Conseil général de l'Ardèche et *al.*, 2008). Ces deux projets de rénovation visent à fortifier l'offre culturelle et la valeur archéologique du territoire, tout comme la nouvelle dynamique autour de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc vient nourrir les ambitions de ces deux sites.

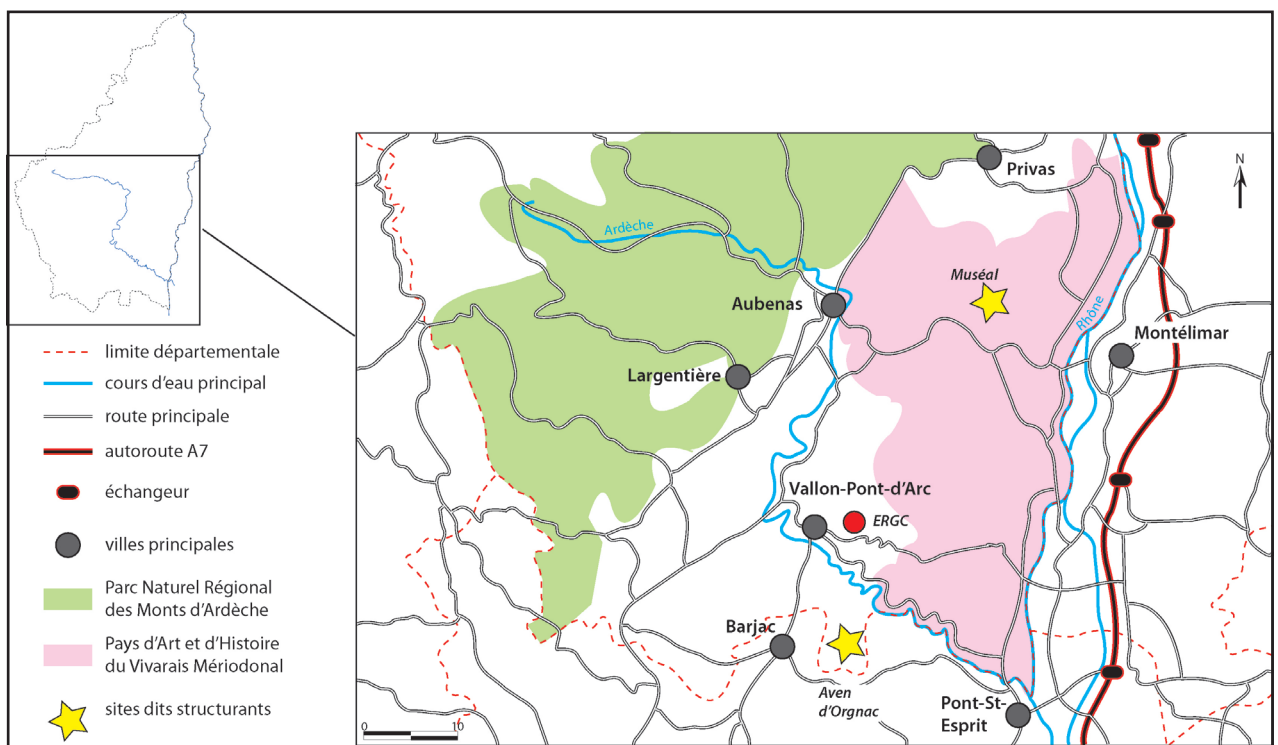


Figure 50 : carte de localisation des deux sites dits structurants : la Cité de la Préhistoire (Orgnac-l'Aven) et Muséal (Alba-la-Romaine)



#### 4.1.2.1. La Cité de la Préhistoire d'Orgnac

En 1988 ouvre, aux abords de l'aven (chapitre 2), le musée de préhistoire d'Orgnac. Cette décision municipale, justifiée par la présence d'un gisement archéologique remontant à – 350 000 ans, « répond au besoin exprimé par des chercheurs, pendant plus de vingt ans, de rassembler et de valoriser les collections issues de plus d'un siècle de recherches en préhistoire menées sur le territoire » (Guillermin, 2014, p. 4). Ce musée, à la fois lieu d'exposition et lieu de conservation des pièces archéologiques trouvées pendant les fouilles, n'est pas créé pour répondre à une demande touristique, mais pour valoriser la recherche archéologique menée sur le territoire sud ardéchois et nord gardois. Le fait que la création de ce musée ne réponde pas à l'origine à une attente de la part de la clientèle touristique se fait sentir dans le nombre d'entrées de la première année de fonctionnement. À l'ouverture du site en 1988, le billet d'entrée au musée était séparé de celui de l'aven et le musée reçut moins de 10 000 visiteurs. À partir de 1989, trois billets étaient proposés : la grotte seule / le musée seul / billet couplé (aven + musée). La stratégie du billet couplé a permis de monter le nombre de visiteurs à 50 000 environ par an. En 2000, une Opération Grand Site est engagée pour l'aven et cette démarche mène à l'obtention du label national « Grand Site de France » en 2004 (Duval, 2007a). Le musée de la préhistoire n'est alors pas concerné par la rénovation, mais bénéficie d'une nouvelle stratégie : un billet unique (aven+musée) et la notoriété du Grand Site. Cela permet au musée d'accueillir près de 100 000 visiteurs par an, ce qui correspond à deux tiers des visiteurs de l'aven (150 000).

La rénovation du musée est prévue dès 2008 « à la faveur du projet de restitution par un fac-similé de la grotte ornée du Pont d'Arc, dite « grotte Chauvet-Pont-d'Arc » et de l'inscription au patrimoine mondial de la grotte » (Guillermin, 2014, p. 5). La volonté de rénover le musée, si elle répond à celle de bénéficier de la dynamique territoriale impulsée par l'ERGC est également perçue comme un moyen pour limiter le risque de concurrence entre les deux structures. Face aux incertitudes concernant la réelle synergie entre l'ERGC et le territoire, les gestionnaires du musée d'Orgnac imaginent deux scénarios possibles : 1/ le cas où l'ERGC fonctionne comme « un moteur de développement touristique qui amène un nouveau public sur le territoire » (Mairie d'Orgnac l'Aven, 2010, p. 62.) et 2/ celui où « à l'instar de nombre d'acteurs locaux, les élus d'Orgnac craignent un effet inverse. Si l'ERGC n'attire pas un nouveau public, il va s'adresser à une clientèle existante qui devra établir des choix de visites selon son budget. Il est vraisemblable que certains aient à choisir entre Orgnac et l'ERGC. Dans ce cas, une bonne part choisira l'ERGC et la fréquentation de l'Aven d'Orgnac chutera. De la même manière, si l'ERGC attire un nouveau public mais que celui-ci n'identifie pas une offre culturelle suffisante, son séjour en Ardèche se résumera à la visite de l'ERGC. Ce dernier fonctionnera alors de manière totalement autonome, sans véritable connexion avec le territoire de proximité. » (id., p. 62). Pour limiter le risque de siphonage de la clientèle et pour donner une nouvelle envergure au musée, il « doit apparaître comme entité propre, dotée de sa propre attractivité et de son propre public à sensibilité

culturelle et scientifique. La mise en place de cette visibilité permettra tout d'abord de déployer le rayonnement du Site et de mieux s'insérer dans les réseaux culturels nationaux et internationaux, afin de conforter la dynamique créée par l'implantation de l'ERGC » (id., p. 61-62). En effet, l'association de l'aven (qui ne recèle pas de préhistoire) et du musée « porte parfois à confusion : il ne s'agit nullement d'un musée de site relatif à une grotte préhistorique » (Guillermin, 2014, p. 4) et ce quiproquo limite la lisibilité du musée. En renforçant la place du musée au sein du Grand site, les gestionnaires souhaitent que le musée soit un espace complémentaire à la visite de l'ERGC, tout en se différenciant. De plus, le musée présente une large période historique (de – 350 000 à – 700 ans avant notre ère), expose des pièces authentiques et abrite un pôle de recherche. L'offre du musée peut dès lors être complémentaire à l'offre de l'ERGC dans le sens où le centre de découverte du site de la « Caverne du Pont d'Arc » expose la période aurignacienne grâce en partie à des copies d'objets usuels de cette époque. Pour assurer que les offres n'interfèrent pas, la conservatrice du musée de la préhistoire d'Orgnac est intégrée au comité scientifique de l'ERGC, lieu de décisions de la scénographie du fac-similé et du centre de découverte (chapitre 3).

Le projet de rénovation (fig. 51) engagé en 2010 poursuit cette volonté de complémentarité. Cette complémentarité favorise à la fois le musée d'Orgnac tout comme elle permet de créer une synergie territoriale afin de « développer la cohérence de l'offre « préhistoire-art pariétal » entre les sites existant sur le territoire » (SMERGC, 2011b, p. 155). De fait, la rénovation du musée est présentée comme une action phare dans les documents cadres portant sur le développement territorial lié à l'ERGC et à l'inscription au patrimoine mondial. Le plan de gestion de la candidature au patrimoine mondial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc présente également le musée régional de la préhistoire d'Orgnac comme le lieu permettant la découverte du contexte territorial et culturel dans lequel s'inscrit la cavité ornée (SMERGC, 2011b, p. 78). Il est dès lors présenté comme complémentaire à la compréhension de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc « sous couvert de lui permettre d'accueillir dans les meilleures conditions les visiteurs



**Figure 51 : la rénovation du musée régional de la préhistoire du grand site de France de l'Aven d'Orgnac (photos F. Prud'homme)**

1/ L'extérieur du musée avant la rénovation (photo F. Prud'homme);

2/ l'extérieur après rénovation, l'architecture s'inscrit dans le code paysager du grand site de France de l'Aven d'Orgnac

*attendus* » (id., p. 78). Pour ce faire, le CPER a financé une grande partie de la rénovation du musée (budget total de 3,5 millions euros, dont l'État 1 million, la région Rhône-Alpes 1,05 millions, le département 750 000 euros et la commune d'Orgnac-l'Aven 700 000 euros). La rénovation a consisté à étendre les surfaces d'exposition (de 950 m<sup>2</sup> à 1400 m<sup>2</sup>), à réhabiliter le bâtiment (fig. 51) et à renouveler entièrement la scénographie. Chaque salle présente une période de la préhistoire européenne, à travers trois niveaux de lecture : le premier « *destiné au visiteur « pressé » afin de susciter son intérêt et lui transmettre des notions essentielles* » (Guillermin, 2014, p. 4), le second adapté à un enfant de 12 ans et réunissant la majorité du contenu de l'exposition et le troisième discours, plus poussé, sous forme de journaux. 75 % des objets présentés illustrant les différentes périodes proviennent des fouilles ardéchoises et nordgardoises.

Le nouveau musée, baptisé La Cité de la Préhistoire, a ouvert ses portes le 1er février 2014. Le système d'entrée comprenant les trois billets différents (aven/musée seul/billet couplé) a alors été remis en place. Mais cela a conduit à une perte de visiteurs pour la toute nouvelle Cité de la Préhistoire. Outre la question de la fréquentation cela renvoie à l'intérêt des visiteurs pour la thématique de la préhistoire. Le directeur du site nous avouait lors de notre entretien qu'il n'est « *pas sûr que ça intéresse tout le grand public* » (19-04-2013). L'exemple de la billetterie différenciée en est une preuve, les gens viennent sur le site d'abord pour voir l'aven et pas nécessairement pour visiter un lieu d'exposition dédié à la préhistoire. Face à cette fréquentation plus faible qu'escomptée, le billet unique est remis en place avant la saison estivale de 2014.

Reste maintenant à organiser la coopération avec la Caverne du Pont d'Arc pour assurer la complémentarité tant désirée par les deux parties, notamment par la Cité de la Préhistoire. Pour créer un système de renvoi, le cahier des charges du délégataire stipule que « *dans le cadre du partenariat signé avec le musée d'Orgnac, [...], le délégataire met en place un billet jumelé et accorde à minima une remise d'un euro sur le prix de son billet d'entrée plein tarif* » (SMERCG, 2011d, np). Le choix a finalement été fait de favoriser la gratuité de l'entrée du musée régional de la préhistoire d'Orgnac : grâce au billet d'entrée de la Caverne du Pont d'Arc, l'entrée est gratuite pour les personnes souhaitant visiter la Cité de la Préhistoire et elles bénéficient d'une réduction de -20% sur le prix de l'entrée de l'Aven. Cette stratégie est étonnante : certes, cela peut permettre d'augmenter le chiffre de fréquentation de la Cité de la Préhistoire, mais cela limite les retombées financières pour le site d'Orgnac... Et encore, l'augmentation de la fréquentation n'est pas certaine, surtout que ce système de billet couplé n'est pas affiché à l'accueil de la Caverne du Pont d'Arc (observations avril 2015). Une étude des impacts de la gratuité sur les sites de visites, dirigée par Le Gall-Ely M., montre que « *la gratuité ne suffit cependant pas à elle seule à créer l'envie de visiter ces lieux. [...] Elle facilite simplement le passage à l'action lorsque l'intention de visite existe préalablement* » (Le Gall-Ely et al., 2007, p. 30). De plus, la gratuité n'est pas forcément perçue positivement par les visiteurs. Pour certaines personnes, elle est le signe d'une non-qualité et « *elle dévalorise les musées et les monuments et leurs visites, notamment*

en dégradant les conditions de visite (dépréciation des sites, foule, présence de badauds...) » (id., p. 29). La gratuité peut être vectrice d'une perception négative de la qualité vécue sur le site. A cela, il faut rajouter que cette stratégie génère certes un nouveau flux de visiteurs, mais pas de nouvelles recettes pour justement gérer ce nouveau flux. Au final, cette stratégie semble bénéficier davantage à la Caverne du Pont d'Arc qui donne l'image d'un système de billet attractif en proposant deux sites en un. Les années à venir et les chiffres de fréquentation future de la Cité de la Préhistoire permettront dès lors d'analyser la réelle complémentarité entre les deux sites et de voir dans quelle mesure la cité de la Préhistoire fonctionne davantage comme une annexe à la visite de la Caverne que comme un site complémentaire.

#### 4.1.2.2. Muséal, musée de site archéologique à Alba-la-Romaine

Au premier siècle de notre ère, Alba était une ville antique implantée sur une voie de communication reliant la vallée du Rhône au Massif Central. Répartie sur 30 hectares, cette ville antique est dotée d'une nécropole sur laquelle a été édifiée une église paléochrétienne à la fin de l'antiquité. Au cœur de la cité se trouve un centre monumental (édifices à vocation administrative, civique, religieuse et économique organisés autour du forum). Un théâtre traversé par un ruisseau canalisé aux alentours du II<sup>ème</sup> siècle pouvait accueillir jusqu'à 3000 personnes. Il accueille aujourd'hui le « nouveau festival d'Alba »<sup>46</sup>.

Malgré sa reconnaissance en tant que cité antique en 1861, il faudra attendre l'entre deux guerres pour que commencent les recherches scientifiques avec le dégagement d'une partie du théâtre. Face aux risques de destruction des vestiges par le renouveau du vignoble, une nouvelle dynamique de fouilles émerge dans les années 1980 avec l'intervention de l'État, de la Région Rhône-Alpes, du Conseil général de l'Ardèche et de la commune. Ces vingt dernières années ont été riches en découvertes notamment avec le dégagement du centre monumental, du sanctuaire impérial et des zones d'habitation. Le Conseil général met en place une politique d'acquisition des parcelles et le département est aujourd'hui propriétaire de deux tiers des parcelles. Dix hectares ont été sondés et fouillés et trois ont été restaurés.

Après la restauration par les monuments historiques, une signalétique d'interprétation est mise en place en 2001 pour guider les visiteurs (environ 48 000 par an) dans la compréhension du site. « *Le dispositif de valorisation paysagère et culturelle du site archéologique départemental prévoit d'emblée la création d'un musée de site afin de mettre en valeur au mieux les pièces remarquables issues des fouilles et présentées jusqu'à présent dans un local mis à disposition par la municipalité* »<sup>47</sup>. La valorisation extérieure du site et la création du musée sont inscrites dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc comme faisant « *du site antique d'Alba-la-Romaine, un pôle patrimonial structurant du Sud-Ardèche* » (SMERGC, 2011b, p. 156). Pour ce faire, le CPER n°8 grotte Chauvet-Pont-d'Arc finance la création du musée (4,1 millions d'euros répartis

46 <http://lefestivaldalba.org/bienvenue/>

47 [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)



entre l'État, le Conseil général et l'Union Européenne à la hauteur de 1 million d'euros chacun et la région, pour 1,1 millions d'euros). Le site archéologique d'Alba-la-Romaine est alors perçu comme pouvant devenir un site touristique phare grâce à la réalisation du musée de site.

Ce projet vient renforcer le cœur de l'offre patrimoniale et culturelle du territoire. Avec l'ouverture du musée en octobre 2013 (nommé Museal), le site se compose désormais d'une partie de visite payante (le musée) et de l'espace extérieur, dont la visite reste libre d'entrée (fig. 52). Ce dernier choix se justifie par l'inscription du site archéologique dans l'espace public ; ce site est en effet approprié par les habitants locaux comme un lieu de promenade, au même titre qu'un parc urbain. Cette appropriation démontre une certaine forme d'hybridité entre un lieu patrimonial et un lieu de vie courante.



**Figure 52 : Museal, le nouveau musée du site archéologique d'Alba-le-Romaine**

1/ Panneau installé au bord de la route, annonçant « l'aménagement paysager et équipements culturels du site antique départemental » (photo : Ch. Malgat, 2011) ;

2/ aménagements extérieurs. Les panneaux d'interprétation (ici un entouré en rouge) ont été mis en place en 2001. Les nouveaux aménagements extérieurs ont permis la création de passerelles, permettant de canaliser les visiteurs (photo : M. Duval, 2015) ;

3/ l'extérieur du musée à l'architecture contemporaine (photo : M. Duval, 2015) ;

4/ l'intérieur du musée présente une riche collection d'objets archéologiques découverts sur le site et alentours grâce à une scénographie moderne (photo : M. Duval, 2015).

Concernant l'impact d'un musée de site sur la fréquentation touristique et le développement, les avis des universitaires sont mitigés. Pour certains, « des investissements considérables sont accordés pour la création ou l'extension de ces musées, qui, sous l'effet cumulé du tourisme en saison, et du développement de l'action pédagogique durant la période scolaire, drainent

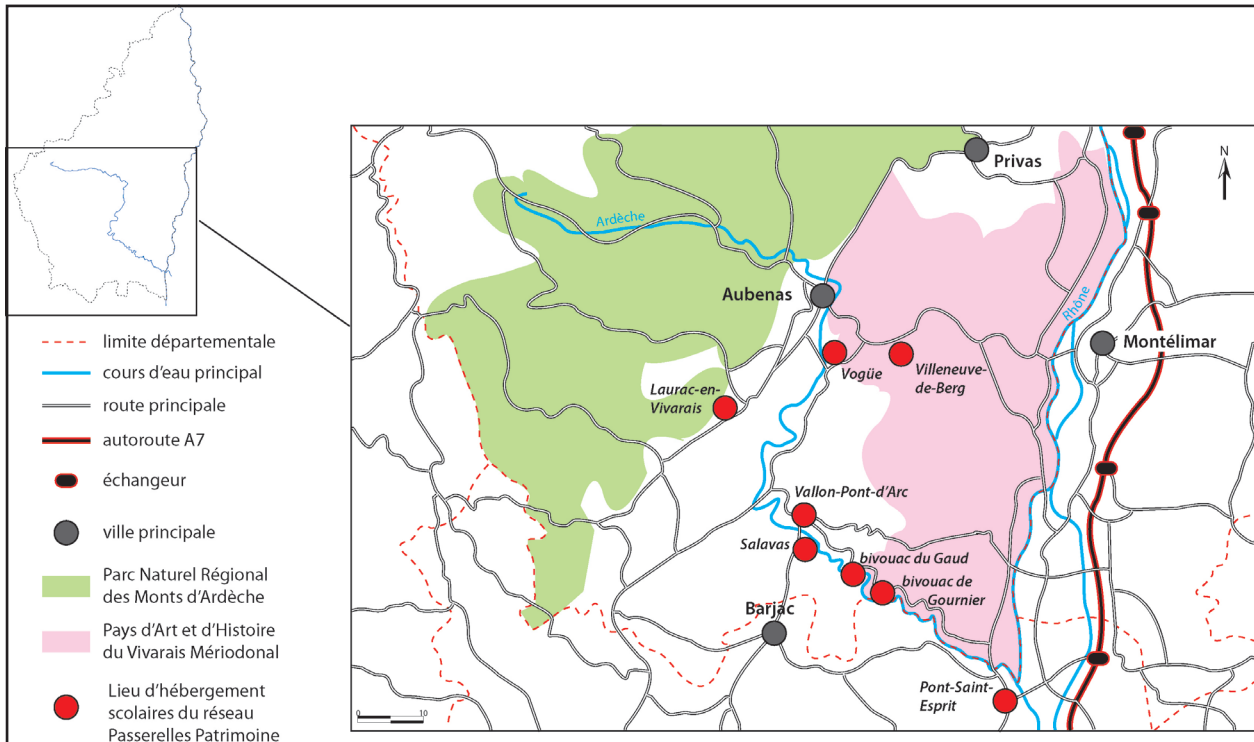


*un public imposant et jouent un rôle non négligeable dans le développement local, du point de vue tant de l'éducation et de la culture que de l'économie* » (Colardelle, Berger, 1999, p.51). A l'inverse, d'autres considèrent que *« la contemplation des vestiges longtemps cultivée comme une valeur patrimoniale ne fait plus guère recette aujourd'hui »* (Roy, 2005, p. 37). Si des incertitudes peuvent exister quant à l'intérêt actuelle des visiteurs pour les sites antiques mineurs, le département de l'Ardèche mise sur son patrimoine archéologique pour impulser une nouvelle dynamique à l'offre touristique, notamment grâce aux trois sites présentés comme structurants que sont la Caverne du Pont d'Arc, la Cité de la Préhistoire et le musée d'Alba-la-Romaine. Pour optimiser la fréquentation, le musée est ouvert toute l'année, sur réservation durant la période hivernale (décembre et janvier). Ce site ne bénéficie pas d'un billet couplé avec la Caverne du Pont d'Arc et/ou la Cité de la préhistoire d'Orgnac, ce qui peut limiter l'effet réseau et la synergie tant souhaitée par les porteurs de projet.

Afin de mutualiser les offres de visites, le réseau Passerelles Patrimoine a été créé en 2013 à l'initiative de quatre acteurs du patrimoine sud ardéchois : la commune d'Orgnac l'Aven pour la Cité de la Préhistoire, la commune de Vallon-Pont-d'Arc pour le Centre Européen de la Recherche en Préhistoire (CERP), le syndicat mixte du Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional et le Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche (A. A., 2013). En 2015, deux nouvelles structures sont venues s'ajouter à ce réseau : le syndicat mixte du Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche et le département de l'Ardèche pour Muséal. La Caverne du Pont d'Arc a également pris le relais de la commune vallonaise suite à l'ouverture de l'espace de restitution. Passerelle Patrimoine, structure hébergée par le SGGA, fonctionne comme une agence réceptive pour les scolaires. Elle conçoit les séjours en partenariat avec les enseignants, s'occupe des réservations et de l'organisation du séjour. *« La création d'un tel réseau vise à structurer et valoriser une offre jeune public par le patrimoine sous la forme de l'organisation de séjours. La démarche s'est dès le départ inscrite dans la perspective de l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, prévue deux ans après la création du réseau. L'idée étant de favoriser les retombées de ce nouvel espace culturel et touristique sur le territoire et de contribuer ainsi à faire de l'Ardèche une destination patrimoine. »* (Passerelle Patrimoine, 2015, np). Les premiers séjours du printemps 2014 ont permis d'accueillir environ 300 élèves. Au printemps 2015, avec l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, ce sont près de 1000 élèves qui ont été accueillis, ce qui a permis de générer près de 90 000 euros de retombées sur le territoire<sup>48</sup>. Une charte qualité a été instaurée à partir de septembre 2015. Ce réseau s'adresse principalement à un marché scolaire, marché ayant un budget restreint, notamment en termes de transports, ce qui limite la venue de scolaires issus de région éloignées : pour la période de mai-juin 2015, le réseau a accueilli une trentaine de classes dont la majorité venait de l'académie de Grenoble (67 %), 15 % des scolaires accueillis étaient originaires de l'académie lyonnaise, 11 % de celle de Montpellier et 7 % de Marseille. Outre la question du transport en direction du territoire sud ardéchois, se pose également le problème du coût de transport au sein même

48 Répartis selon la configuration suivante : membres permanents : 22805 euros ; transporteurs : 7 050 euros ; membres ponctuels : 3202 euros ; hébergeurs : 46600 euros ; Passerelle Patrimoine : 3 981 euros.

du département. La question du budget limite ainsi le rayonnement des scolaires vers le nord du département. Le problème du cout des transports est lié aux problèmes de l'hébergement des scolaires qui doit répondre à des normes précises pour accueillir les enfants. Ce type de structure d'accueil est limité sur le territoire ardéchois, ce qui limite de fait la diffusion de cette clientèle de scolaire (fig. 53).



**Figure 53 : les hébergements partenaires du réseau «passerelles patrimoines»**

*Les hébergements pouvant accueillir les groupes scolaires sont limités et se concentrent entre l'axe Aubenas / Vallée du Rhône. Les bivouacs de Gaud et du Gournier ne sont accessibles qu'en période estivale et sur les ailes de saison, ce qui limite d'autant plus les hébergements scolaires en dehors de la saison touristique.*

Ce réseau s'adresse également aux centres de loisirs et propose des activités aux familles séjournant sur le territoire, qu'elles soient habitantes permanentes ou en séjour touristique. Dans cette optique, le site internet recense les activités mises en place sur le territoire et qui visent la découverte du patrimoine culturel et naturel.

L'ensemble des stratégies de diversification cherche à valoriser et à promouvoir l'offre culturelle du territoire. Perçues comme permettant la structuration d'un nouveau tourisme, le tourisme culturel, ces démarches sont également saisies comme des vecteurs pour la diffusion du tourisme. En parallèle et en complémentarité à ces stratégies de diversification, les acteurs du territoire cherchent également à augmenter la qualité de leur offre touristique.

## 4.2. Les démarches de qualification de l'offre et de la destination

Dans le cadre de notre étude, la qualité est présentée par les porteurs de projet comme nécessaire à la fois pour assurer la restructuration du tourisme mais aussi pour répondre aux exigences des futures nouvelles clientèles (chapitre 5). Cette (re)mise à niveau de la qualité de l'offre touristique et de la destination passe par des démarches départementales de labellisation des sites de visites et des services, par la professionnalisation des différents acteurs économiques locaux et par la qualification de l'hébergement.

### 4.2.1. La qualité des sites touristiques et des sites d'accueil

#### 4.2.1.1. Les diverses démarches de labellisation

##### i. La marque «Qualité tourisme» et les réseaux associés

Pour faire valoir la qualité de l'offre ardéchoise, les acteurs se sont lancés dans une importante campagne de labellisation, que ce soit pour les sites de visites, les lieux d'accueil tels que les offices de tourisme, les hébergements / lieux de restauration, etc.... Les stratégies mises en place à des fins de reconnaissance de la qualité de l'offre s'appuient sur divers labels, que ceux-ci soient nationaux, régionaux ou encore, départementaux.

Le schéma départemental du tourisme 2012-2014 propose, sous l'objectif 16, le « déploiement d'une démarche qualité adossé à la marque "Qualité tourisme®" sur les sites de visite du réseau "Ardèche loisirs patrimoine" » (p. 32). Pour le directeur du développement et de l'ingénierie touristique, c'est « une marque nationale qui en soit n'est pas un apportateur de fréquentation supplémentaire mais qui est un facteur de réassurance par rapport à des prestataires (sic.) » (entretien du 23-01-2013).

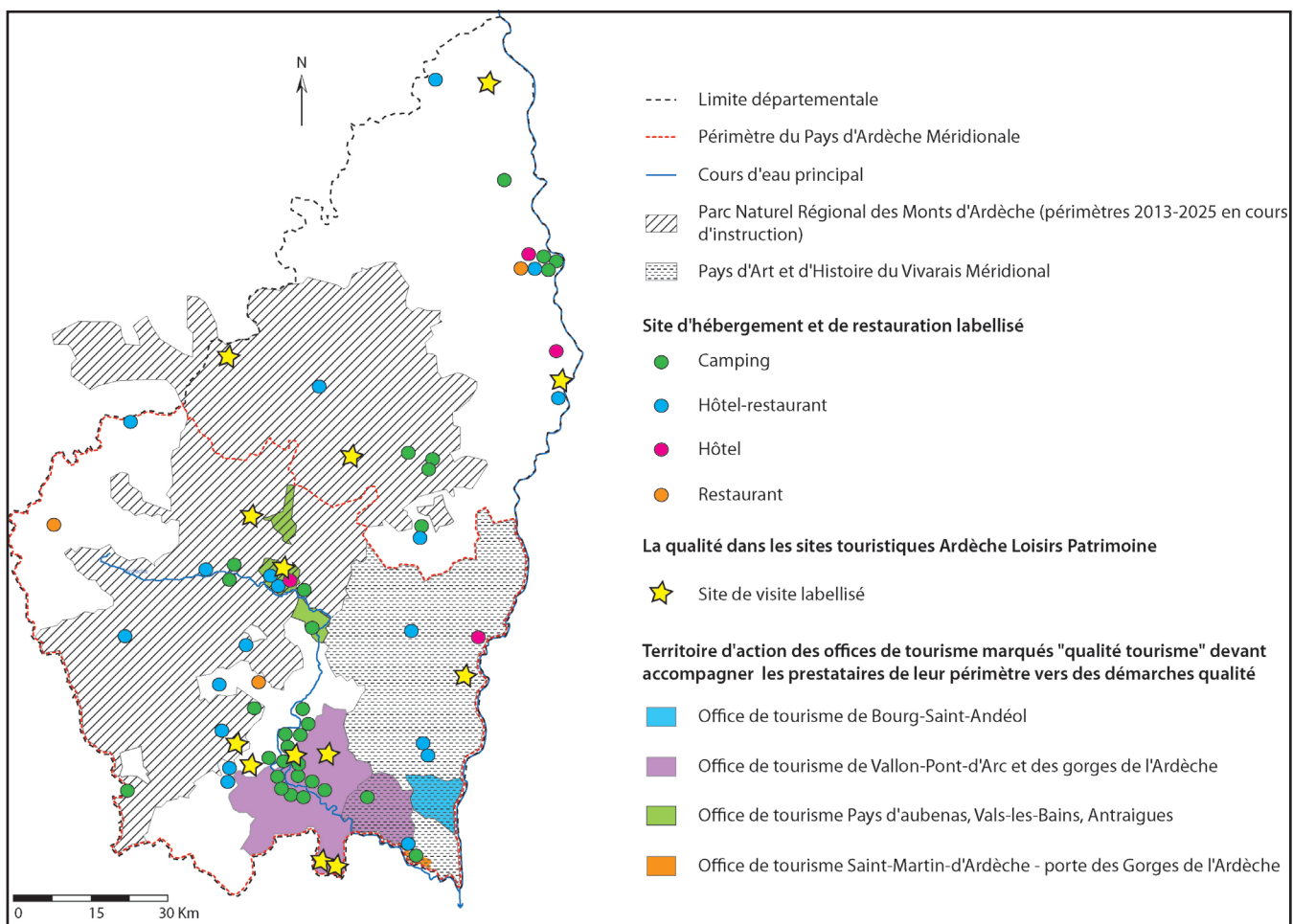
Pour ce faire, deux démarches parallèles et complémentaires ont été mises en place : d'un côté l'ADT accompagne les sites de visites, notamment ceux du réseau Ardèche Loisirs Patrimoine (ALP), et les offices de tourisme dans cette démarche « Qualité tourisme® » pendant que la Chambre du Commerce et de l'Industrie (CCI) de l'Ardèche guide les sites d'hébergement et de restauration dans la même démarche. L'accompagnement de la CCI s'inscrit dans la démarche régionale « Engagement tourisme Qualité Rhône-Alpes » : « cette convention a pour objectif de promouvoir les prestations touristiques proposées sur le territoire et surtout d'améliorer leur qualité pour répondre toujours plus aux attentes des clients »<sup>49</sup>. La labellisation, en tant que démarche normative répondant à un cahier des charges, est perçue comme le principal moyen pour mettre en place une offre qui réponde à des clientèles perçues comme de plus en plus exigeantes (chapitre 1).

La labellisation est mobilisée sur deux niveaux : à la fois pour la construction de l'offre, mais également pour sa promotion. Cette stratégie de labellisation renvoie à « une

49 <http://www.rhone-alpes.cci.fr/actualites/une/QualiteTourisme2013/>

vision globale [qui] consiste alors à considérer un label comme un signal crédible qui, en tant qu'outil de communication, vise à informer le consommateur sur les dimensions non observables de la qualité d'un produit ou d'un service » (Larceneux, 2003, p. 35). Cette démarche vise principalement à satisfaire les exigences d'une nouvelle clientèle potentielle, la clientèle associée au tourisme culturel, en affichant la valeur qualitative des sites et des services. Et pour attirer ces nouveaux visiteurs qui sont perçus comme porteur de retombées économiques importantes (chapitre 5), la démarche « Qualité tourisme® » est mobilisée comme stratégie principale pour l'évolution de la qualité du territoire.

La figure 54 montre la répartition des différents sites reconnus par la démarche « qualité tourisme® » et les autres réseaux qualité dans lesquels ils s'inscrivent.



**Figure 54 : les sites reconnus par la marque «Qualité tourisme» en Ardèche (2013)**

Cette carte montre que si les acteurs cherchent à diffuser le tourisme sur l'ensemble du département ardéchois, les démarches qualité restent principalement cantonnées à l'espace touristique actuel, à savoir le long de la rivière Ardèche, entre Vals-les-Bains et Vallont-Pont-d'Arc. Quelques structures en dehors de ce territoire ont certes bénéficié de cette démarche, mais le caractère ponctuel de leur localisation questionne les choix opérés.

La figure 54 présentant les sites labellisés montre que le nord de l'Ardèche, et notamment la commune de Soyons, regroupe tout un panel de sites reconnus comme étant de qualité. Cet espace est marqué par le tourisme fluvial, notamment avec le port de Tournon où accostent les bateaux de croisière du Rhône. La qualité de l'offre de cet espace répond aux enjeux concernant ce type de tourisme. En effet, le tourisme fluvial engendre des retombées

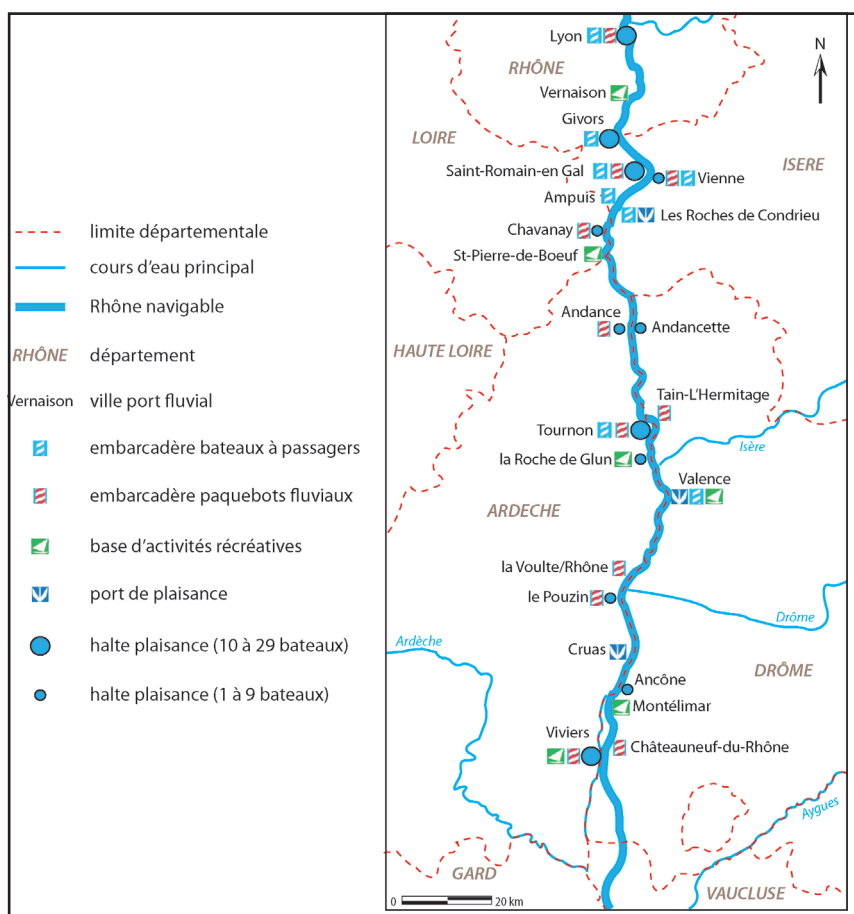
économiques assez conséquentes (tableau).

**Tableau 3 : les retombées économiques du tourisme fluvial sur l'axe Rhodanien Lyon - Méditerranée, 2008**  
(source : Voies Navigables de France, 2010)

Typologie des bateaux et nombre		Retombées économiques (en euros)		
Type de bateaux	Flotte	Directes	Indirectes	Totales
Paquebots fluviaux	12	16 230 000	14 698 000	30 928 000
Péniches hôtels	4	853 000	175 000	1 028 000
Bateaux promenade	13	2 021 000	1 378 000	3 399 000
Plaisance privée	1 078	1 104 000	1 657 000	2 761 000
Nautisme léger	-	2 086 000	-	2 086 000
<b>Total</b>	<b>1 107</b>	<b>22 294 000</b>	<b>17 908 000</b>	<b>400 202 000</b>

Les retombées non-négligeables du tourisme fluvial justifient en partie les démarches qualité impulsées sur le territoire de Tournon-sur-Rhône. Mais en considérant que la commune de Viviers possède également un port fluvial et qu'elle possède moins de sites labellisés, la présence d'une halte fluviale ne justifie pas à elle seule cette profusion de labels sur le territoire tournonais. Il faut également prendre en considération la concurrence d'un autre grand site de tourisme fluvial, celui de Valence (fig. 55).

Si Tournon a ré-aménagé sa halte de plaisance et son embarcadère et s'est engagé dans un important déploiement de labels qualité, sa position géographique entre Valence et Lyon n'est sûrement pas anodine dans ces choix. Ici, les processus de labellisation sont déployés à des fins compétitives, afin de capter la



**Figure 55 : le tourisme fluvial Rhodanien entre Lyon et Viviers**

source : Voies Navigables de France, 2010



clientèle fluviale descendant de Lyon en proposant un important panel de sites de restauration et d'hébergement labellisés.

A cela, nous pouvons également ajouter le fait que Tournon-sur-Rhône se situe au cœur du vignoble ardéchois, lui aussi largement promu *via* des labellisations spécifiques (cf *infra*). Le potentiel que représente cette clientèle fluviale pour le territoire n'est cependant pas saisi par les acteurs porteurs du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. En effet, il n'existe pas de moyen de transport pour permettre aux plaisanciers d'accéder au cœur du territoire touristique de Vallon-Pont-d'Arc. Le travail de terrain a démontré que l'accès à la Caverne du Pont d'Arc n'est pas assuré depuis les ports fluviaux en dehors de la haute saison. De fait, les personnes pratiquant le tourisme fluvial restent à la marge de l'offre touristique culturelle nouvelle mise en place sur le territoire ardéchois.

Malgré ces démarches de labellisation, nous pouvons nous questionner quant au réel impact sur la qualité vécue durant le séjour par les visiteurs. L'enquête menée par l'Observatoire départemental de l'économie touristique en 2010 montre que 33,8 % des touristes rencontrés étaient très satisfaits de leur séjour et 63,2 % assez satisfaits (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012). Majoritairement, la population touristique est satisfaite des prestations et du rapport qualité prix alors même qu'au moment de l'enquête (2010), le département ne s'était pas encore engagé aussi vivement dans des démarches qualité. Cela questionne le réel intérêt des labels dans la satisfaction client et le marquage des labels semble davantage participer à la promotion qu'à la qualité vécue. De fait, il semble intéressant de confronter les sites touristiques labellisés aux avis des visiteurs, notamment grâce aux sites internet spécialisés comme Tripadvisor. Pour l'hôtellerie par exemple, la figure 56 montre que la reconnaissance par un label n'est pas forcément signe de satisfaction. Malgré tout le recul nécessaire dans l'analyse de ce type de site d'avis, cette approche permet néanmoins de voir les divergences pouvant exister entre reconnaissance de la qualité par un label et la qualité vécue.

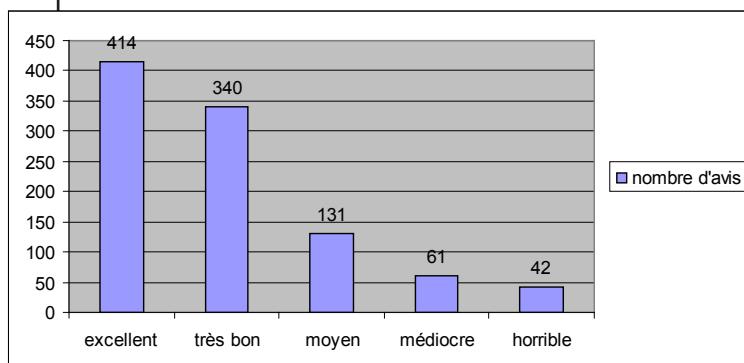


Figure 56 : les avis Tripadvisor sur les hôtels reconnus par la marque «Qualité tourisme» (2014)

Ce graphique a été construit sur la base de l'analyse des « notes » données par les utilisateurs de Tripadvisor sur les différents hôtels ardéchois labellisés. Chaque hôtel reconnu par une distinction qualitative a été recherché sur le site d'avis et nous avons relevé les « notes » correspondantes. Nous avons ensuite fait les totaux d'avis pour l'ensemble des hôtels labellisés. Cela a permis de faire

ressortir que les avis sur les hôtels reconnus par un label qualitatif ne sont pas forcément positifs. Si la majorité des avis estime les prestations de ces hôtels comme excellentes ou très bonnes, près de 50 utilisateurs du site ont donné une note « horrible » à ces hébergements promus comme étant de qualité grâce à un label, 61 ont estimé les prestations de ces hôtels comme médiocres et 131 comme moyennes.

### *ii. La labellisation de l'écotourisme*

La labellisation et la reconnaissance de la qualité sont également identifiées par les acteurs comme un moyen de structurer et de valoriser les filières touristiques « écotourisme » et « oenotourisme / gastro-tourisme ». En effet, la promotion de ces deux filières passe majoritairement par l'affichage des divers labels qui attestent du respect de l'environnement pour l'écotourisme et de la production locale dans le cadre du « gastro-tourisme ».

La page internet de l'ADT présentant aux potentiels visiteurs la filière de l'écotourisme, expose les actions éco-responsables des hébergements : « *gîtes, chambres d'hôtes ou campings, les différents hébergements proposés dans les pages suivantes ont tous obtenu une reconnaissance qui qualifie leur approche environnementale, dans la construction, le recyclage, la gestion de l'eau, la préservation des paysages et écosystèmes sur lesquels ils sont situés* »<sup>50</sup>. Les lieux d'hébergement sont ainsi reconnus par des labels, notamment « écolabel européen », créé en 1992 (fig. 57). Certains hébergements cumulent également différents types de labels éco-touristiques.

Le choix de l'utilisation du label européen est justifié par la présence de clientèles allemandes, belges, néerlandaises... Il permet de s'appuyer sur un référentiel européen afin d'être lisible par les populations touristiques européennes. Certains de ces hébergements bénéficient de plusieurs labels. Le cumul des marques de reconnaissance de la qualité, s'il permet d'afficher et de promouvoir le niveau qualitatif de l'infrastructure, peut également conduire à un problème de lisibilité (chapitre 1). Les sites touristiques proposés à la visite dans le cadre de l'écotourisme sont des sites Ardèche Loisirs et Patrimoine reconnus par la marque « Qualité Tourisme® ».

---

50 <http://www.ardeche-guide.com/ecotourisme/dormir-au-naturel>

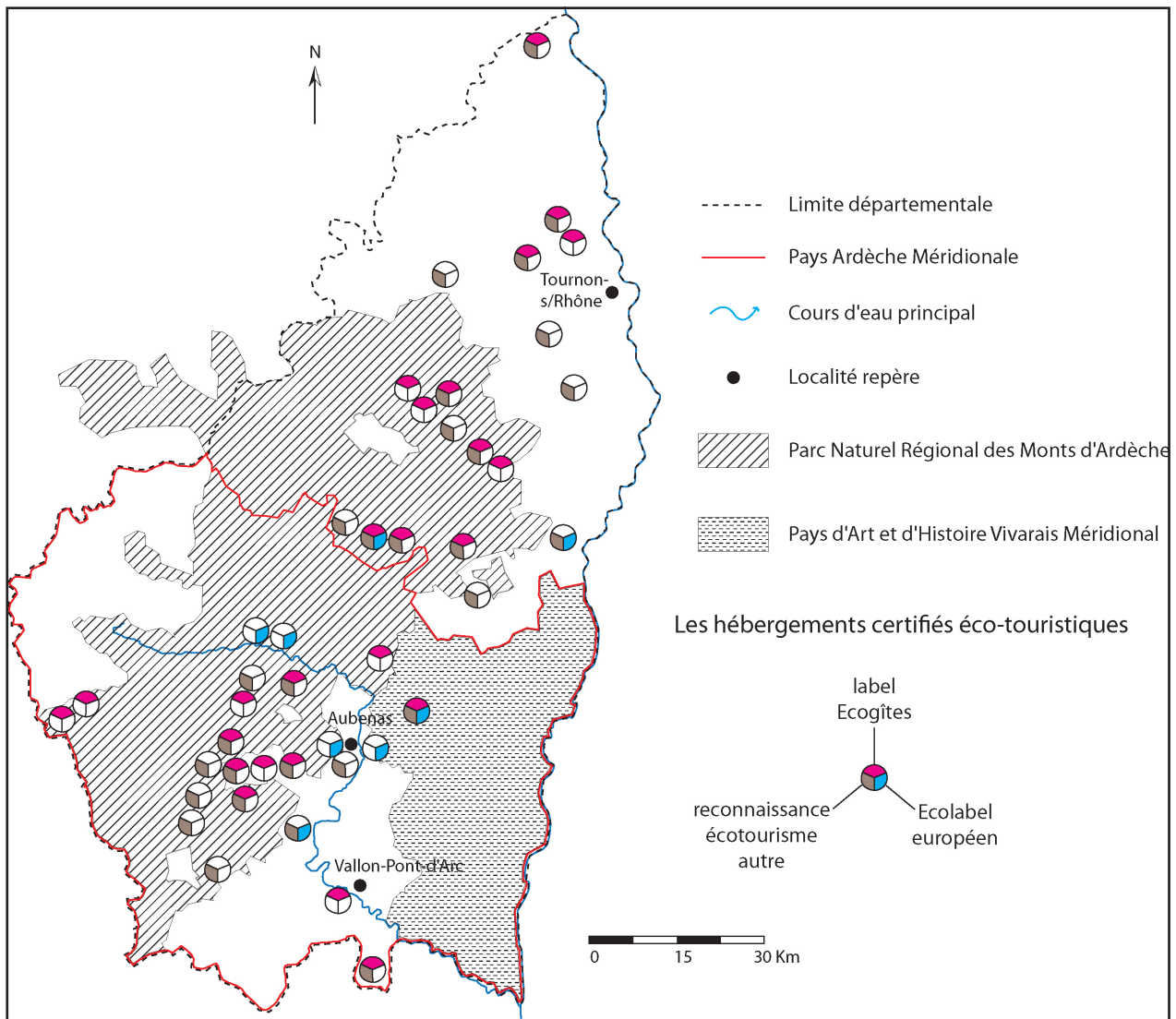


Figure 57 : les hébergements certifiés éco-touristiques

Les hébergements proposés sont principalement situés en dehors du territoire touristique historique (région vallonaise) et renforce la dualité entre les gorges de l’Ardèche et Vallon-Pont-d’Arc, hauts lieux du tourisme historiquement très fréquentés et le reste du territoire départemental support privilégié pour des séjours « Nature et écologie ». Cette stratégie d’évitement des gorges peut être à la fois considérée comme une méthode pour diffuser le tourisme, mais également comme une reconnaissance de la non-qualité des gorges de l’Ardèche qui ne sont pas perçues par les porteurs de projet comme lieu support d’écotourisme. Cela peut aussi être lié au manque d’intérêt des prestataires de la région vallonaise vis-à-vis de cette éco-certification. Lors des entretiens menés avec les acteurs porteurs du projet (cf encadré 4, chapitre 2, p. 96), certains questionnaient la volonté des prestataires locaux à vouloir évoluer : « *mère nature leur est tombée dans les mains, pourquoi ils s’embêteraient alors que les gens viennent ?* » (Président SMERGC, entretien 22-03-2013). Ainsi, la labellisation éco-touristique ne serait pas forcément perçue par les prestataires locaux comme des supports de fréquentation.

iii. La reconnaissance qualitative de la gastronomie ardéchoise

La structuration de la filière oenotourisme qui a évolué vers la valorisation du patrimoine gastronomique de l'Ardèche passe également par des démarches de labellisation. Mises en place dans le but de faire (re)connaître le terroir ardéchois, ces labellisations misent sur l'authenticité, le savoir faire et les saveurs ardéchoises. Concernant l'oenotourisme, le territoire bénéficie de quatre grands crus. Le label national « Vignobles et Découvertes » reconnaît 24 destinations en France dont deux dans le nord de l'Ardèche : « De Cornas à Saint-Peray » et « D'Hermitage en Saint-Joseph ». Créé en 2009, ce label est attribué, après une expertise par le Conseil supérieur de l'oenotourisme pour une durée de 3 ans par Atout France, à « une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, évènement...) et permettant au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées »<sup>51</sup>.

Quant aux produits gastronomiques ardéchois, ils bénéficient de la marque départementale « Goutez l'Ardèche ». Née de l'initiative de la Chambre de l'Agriculture, de la Chambre des métiers et de l'artisanat, de la Chambre du commerce et de l'industrie et du Conseil général de l'Ardèche, cette marque est portée par la structure « Ardèche le goût ». Huit premiers produits sont sélectionnés en 1995 et aujourd'hui, ce sont plus de 150 entreprises, près de 400 produits et 300 points de vente qui sont reconnus<sup>52</sup>.



La photographie de la figure 58 montre que le logo est utilisé et que l'affichage s'accompagne ici d'une localisation des producteurs et fournisseurs du glacier. Plus que de promouvoir la qualité du produit, cet affichage participe également à la reconnaissance des producteurs locaux et, par extension, à leur promotion.

Figure 58 : un glacier de Vallon-Pont-d'Arc reconnu par le label «Goutez l'Ardèche», été 2012

Photo : Ch. Malgat

51 [www.goutezlardeche.fr](http://www.goutezlardeche.fr)

52 <http://www.goutezlardeche.fr/ou-trouver-nos-produits/>

« Goûtez l’Ardèche » est présentée comme « *une référence pour les consommateurs en attente de qualité* »<sup>53</sup> et repose sur :

- « - *des produits fabriqués en Ardèche avec des matières premières d’origine locale ;*
- *des restaurants et traiteurs proposant des menus ou plats composés à 80 % de produits ardéchois*
- *des points de vente proposant une gamme de produits locaux ;*
- *une saveur garantie par des jurys de dégustation et des visites « mystères » ;*
- *des chartes qualitatives vérifiées par un organisme externe »* (id.).

La structure « Ardèche le Goût » est financée par l’Etat, la région Rhône-Alpes, le Conseil général de l’Ardèche et l’Union Européenne. Depuis 2011, elle bénéficie également des subventions liées à la deuxième vague des Pôles d’Excellence Rurale (PER) « renforcer et valoriser l’excellence agroalimentaire ardéchoise par l’organisation, la communication, l’innovation et le partenariat touristique ». La superposition des démarches visant la valorisation de la filière agro-alimentaire montre le poids que les acteurs lui accordent.

La filière agroalimentaire est un des axes phares du GPRA grotte Chauvet-Pont-d’Arc et est inscrite dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte où la valorisation de cette filière participe à l’argumentation sur l’encadrement et l’anticipation des retombées éventuelles de l’inscription au patrimoine mondial. L’action IV.2.b « soutenir les potentialités de développement économique et valoriser les productions du territoire » de ce plan de gestion présente la réalisation de l’ERGC comme « *une véritable opportunité de créer une synergie entre la destination culturelle et historique liée à la grotte et les destinations “paysagères et gourmandes”* » (SMERGC, 2011b, p. 150). Le lien entre la destination culturelle et l’aspect « gourmand » du territoire n’est cependant pas si évident et relève majoritairement du domaine des perceptions. Les acteurs tentent d’initier une dynamique autour de la gastronomie à partir du site de l’ERGC. Le cahier des charges du délégataire de l’ERGC précise, dans l’annexe 24 liée à la restauration, que « *le délégataire prend ainsi en compte la production locale dans l’élaboration des menus du restaurant et l’approvisionnement en produits frais* » (SMERGC, 2011d, np). La gestion du restaurant de l’ERGC a été confiée, en subdélégation, à la branche Sodexo Sport et Loisir<sup>54</sup>. Pour s’assurer du respect du cahier des charges par cette structure de restauration collective, le cahier des charges spécifie que les menus doivent être validés par le délégataire mais aussi par le syndicat mixte en sa qualité d’organisme de contrôle. De plus, une étude, portée par le centre de développement agroalimentaire « Ardèche le Goût » est lancée en 2009, avec l’appui des chambres consulaires, sur le territoire de l’Ardèche Méridionale afin d’étudier la faisabilité d’un approvisionnement local pour le restaurant de l’ERGC. Aujourd’hui, « Ardèche le Goût » accompagne la société Sodexo pour faciliter le lien avec les circuits de proximité. L’objectif est de valoriser dans le restaurant du site « *les produits emblématiques du territoire pour faire de ce lieu une véritable vitrine de la diversité*

53 <http://www.goutezlardeche.fr/lhistoire-de-goutez-lardeche/>

54 capacité du restaurant : 160 couverts à l’intérieur, 100 en extérieur (SMERGC, 2011d, np)



*et de la qualité des productions ardéchoises »*<sup>55</sup> et qui sait, enclencher l'envie d'un séjour « gastronomie » par les visiteurs du site de la Caverne du Pont d'Arc. Ici, les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sont saisis comme pouvant bénéficier à la filière économique de l'agroalimentaire et tout en permettant la dynamisation de cette filière. Cette stratégie s'inscrit dans une démarche de revitalisation de l'agriculture ardéchoise, qui connaît de nombreuses difficultés dans un contexte national de crise agricole. Les filières agricoles bénéficient ainsi d'une reconnaissance qualité *via* un label et la commercialisation des produits ardéchois au sein de l'ERGC participe dès lors à leur promotion.

Les démarches de reconnaissance de la qualité en Ardèche sont nombreuses et se superposent. Il pourrait être intéressant de mener une étude sur la lisibilité et la notoriété de ces différents labels auprès des populations touristiques. En effet, la connaissance des retombées de la labellisation passe certes par des enquêtes de satisfaction (enquêtes que certains labels comme la marque « Qualité tourisme » rendent obligatoires), mais il semble également opportun de connaître les impacts de telles démarches dans le choix de la destination et des prestataires touristiques. Un sondage mené par l'observatoire Evalys en 2001 dans sept pays européens a révélé « *qu'un tiers des consommateurs européen privilégie régulièrement les produits comportant une mention ou un label « respect de l'environnement ». Un autre tiers le fait occasionnellement* » (Rousseau, 2004, p. 2). Une autre étude menée par Chameroy Fabienne et Chandon Jean-Louis publiée en 2010 révèle que « *les labels n'ont pas fait partie des critères de choix lors de la sélection d'une destination touristique mais ils ont été pris en compte lors de la préparation du voyage, une fois la destination choisie* » (Chameroy, Chandon, 2010, p. 17). Ici, les labels n'influent pas le choix de la destination, mais celui des prestataires. La question de l'impact de la labellisation dans les choix des visiteurs doit d'autant plus être posée que « *si le label peut-être considéré comme un moyen de rassurer le touriste lors de sa prise de décision, la hausse de fréquentation à la suite de la labellisation d'une destination touristique n'est toujours pas clairement démontrée* » (Marcotte et al., 2011, p. 212). Le chapitre 5 mettra en lumière les attentes des acteurs vis-à-vis de la labellisation, notamment de l'inscription au patrimoine mondial, avec les réalités des pratiques des touristes. Toujours est-il qu'une enquête menée à l'échelle du territoire d'étude peut affiner ces considérations en permettant la compréhension des impacts des labels dans les choix des consommateurs dans leurs pratiques touristiques.

En plus de ces démarches de labellisation, et pour assurer une dynamique de qualité globale, l'ADT s'est également lancée dans une vaste campagne de professionnalisation des prestataires touristiques.

---

55 <http://rhone-alpes.synagri.com/synagri/synagri.nsf/pages/approvisionnement-local-du-restaurant-de-la-caverne-du-pont-d-arc-ardeche>

#### 4.2.1.2. La professionnalisation des acteurs du tourisme

L'étude sur la définition d'une stratégie touristique autour du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc préconise des actions en faveur de la professionnalisation des acteurs du tourisme. L'objectif présenté dans cette étude vise à « *professionnaliser l'offre attractive et l'offre d'accueil* » (Oppidumsis, 2010b, p.15). Il s'agit de « *passer d'une économie de masse et d'une économie de cueillette à une économie de marché suivie par des professionnels* » (id. p. 15).

Au-delà de professionnaliser les acteurs pour assurer une offre qualitative, l'objectif est de faire adhérer les professionnels locaux à la nouvelle ligne de conduite souhaitée grâce au tourisme culturel (chapitre 5). Cette volonté s'inscrit dans le courant de pensée selon lequel l'employé, en tant que personnel ayant un lien direct avec le consommateur, est le cœur de la qualification de l'offre : « *l'un des maillons principaux du processus [de qualité] est indéniablement l'employé* » (Gilbert, Proulx, 2004, p. 25).

La reconnaissance et la perception de la non-professionnalisation actuelle des prestataires touristiques peuvent être associées à la construction et au « *développement qui a peut-être été un temps un peu anarchique* » du tourisme (Directrice Communauté de Communes des gorges de l'Ardèche, entretien 22-05-2013). La population locale et les prestataires touristiques « *n'y avaient jamais réfléchi, tout a été fait de manière spontanée. C'est de la cueillette pure. Il y avait la fréquentation donc des propositions de services ont été faites* » (Chargé de mission GPRA, 12-02-2013). Certains considèrent que les prestataires locaux font aujourd'hui face à une « *approche économique qui va très très bien et qui du coup, ne nécessite pas d'investissements supplémentaires: si les professionnels vivent trop bien, ils vont se dire "pourquoi on doit faire évoluer nos appareils productifs ?"* » (directeur du développement et de l'ingénierie touristique, entretien 23-01-2013). Pour le sous-préfet de Largentière « *amener les acteurs touristiques à monter en gamme est d'autant plus difficile qu'ils ont une activité lucrative, où il n'y a pas franchement besoin d'investir, il y a juste à ramasser* » (entretien 18-04-2013). 36,7 % des acteurs rencontrés lors des entretiens identifient la suffisance et l'attentisme des acteurs comme des freins à la qualification (chapitre 5).

Cette perception négative de la volonté des prestataires locaux tient en partie aux problèmes juridiques qui gravitent autour de la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, de l'achat des terrains, de la reconnaissance des inventeurs et des changements de noms des différents projets associés à la valorisation de la grotte (cf encadré chapitre 3, p. x). L'ensemble de ces difficultés a instauré un climat de méfiance des acteurs locaux vis-à-vis des porteurs de projets de valorisation de la cavité ornée. Les craintes locales vis-à-vis de la réussite du projet tiennent également au tâtonnement et aux difficultés rencontrés dans la réalisation du fac-similé : « *c'est tout l'aspect juridique qui a prit le dessus et ça a plombé tout le monde. Le territoire a dû ramer pour refaire émerger l'image de Chauvet, pour sortir de cette bouillasse*

*de projet qui avait fait un gros flop* » (Conservatrice Cité de la Préhistoire, 22-05-2013). Mais ces craintes sont également nées d'un sentiment d'éviction partagé par beaucoup et résumé par la présidente de l'association des habitants, usagers et ayants droit du Pont d'Arc : « *dès le départ, on a tellement été évincé de tout qu'on a plus appris à s'en éloigner qu'à s'en rapprocher. On nous a suffisamment fait comprendre qu'il ne fallait pas y toucher, que ce n'est pas aux Ardéchois* » (21-03-2013). Durant ce même entretien, la présidente de l'association soulève tout de même que « *les gens sont prêts à orienter leurs efforts vers une économie plus durable à l'année* » (id.). Les mœurs ont évolué et avec elles, le processus d'appropriation du projet. Cependant, ce processus semble encore trop récent pour être unanime.

A ce sentiment de rejet par la population locale s'ajoute l'impression « *qu'on a mis la charrue avant les bœufs* » (représentant des loueurs de canoës, 16-04-2013). Pour certains représentants d'associations locales, le territoire n'a pas été préparé pour recevoir un projet d'une telle envergure : « *après, les capacités d'accueil ici ne sont pas adaptées et les infrastructures routières non plus* » (id.), ou encore « *ça peut être très bien le projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, ça peut être magnifique, tant mieux, pour une région, c'est quand même hallucinant d'avoir le Pont d'Arc, une rivière, une réserve naturelle, des gorges, une grotte unique au monde. [...]. Le tout, j'ai l'impression que c'est géré par des gens qui bricolent, qui ne se donnent pas les moyens d'avancer. C'est l'impression qu'on a à notre niveau* » (id.). Ce ressenti semble paradoxal face aux enjeux de grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc qui ont été identifiés depuis près d'une vingtaine d'année. Depuis la découverte de la grotte et l'annonce des projets de valorisation, la majorité des acteurs s'accorde à dire qu'il est nécessaire de préparer le territoire afin de rentabiliser au maximum les retombées économiques d'un tel projet.

Au final, cette situation de non confiance entre les prestataires locaux et les décideurs semble plus résulter d'un problème de communication et de partenariat entre les deux parties. Lors de notre entretien avec l'ancien propriétaire de la plage amont du Pont d'Arc, nous lui avons demandé ce qu'il pensait de l'implication des acteurs locaux dans la diffusion d'une nouvelle image touristique, ce à quoi il a répondu : « *il y a ceux qui voudraient mais auxquels on ne laisse pas forcément la place.* » (14-06-2013).

La professionnalisation des acteurs locaux est présentée dans les résultats de l'étude sur la stratégie touristique de 2009, comme un moyen pour sensibiliser les acteurs et par extension, pour assurer leur appropriation du projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et sa diffusion. La professionnalisation est perçue comme un moyen d'impliquer les prestataires locaux, qu'ils se sentent « utiles » et en finalité, qu'ils s'approprient le projet pour en être les « ambassadeurs ». La professionnalisation est donc pensée comme un axe majeur pour construire et pour promouvoir une destination et une offre de qualité. Pour ce faire, l'Agence Départementale du Tourisme, en partenariat avec la Maison de l'Emploi et de la Formation d'Ardèche, a monté un panel de formations qui vise aussi bien à nourrir les connaissances des prestataires locaux

sur le patrimoine de la grotte Chauvet-Pont d'Arc que sur le patrimoine ardéchois en général pour qu'ils en soient les meilleurs ambassadeurs. Ces formations cherchent également à accompagner les acteurs locaux dans une démarche qualitative, notamment en ce qui concerne l'accueil. Le guide « mieux répondre aux attentes des clients, Grand Projet La Caverne du Pont d'Arc » (fig. 59) propose 22 formations autour de six grands thèmes (tableau 4).



Figure 59 : la plaquette des formations proposées par la Maison de l'Emploi et de la Formation dans le cadre du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc

tableau 4 : formations proposées dans le cadre de la qualification du tourisme ardéchois (source : Maison de l'Emploi et de la Formation, (2014)

Permettre à l'internaute un repérage et un usage facile des services en ligne afin d'entraîner l'acte d'achat
- développer sa présence sur internet en tant qu'acteur du tourisme
Accueillir avec attention
Hébergement
- améliorer les savoir-être et savoir-faire en salle et accueillir la clientèle étrangère
- optimiser sa pratique d'entretien des chambres d'hôtels ou chambre d'hôte
- entretien des espaces de vie : gîte, bungalows, chalets
Communication – vente
- mieux communiquer avec la clientèle
- mieux répondre à l'insatisfaction des clients
- techniques d'accueil physique et téléphonique
- techniques d'accueil physique et téléphonique en anglais
Communiquer avec la clientèle étrangère
- anglais, allemand, néerlandais, italien, espagnol, français langue étrangère
- anglais, allemand, espagnol, italien
- stage d'anglais en immersion
- allemand, anglais commercial, chinois mandarin, espagnol, français, italien, japonais, néerlandais, russe
Apporter de la satisfaction aux clients... à travers celle du personnel
- gestion d'une équipe de salariés saisonniers
- le management intermédiaire : place, rôle, fonction
- formation tuteurs
Proposer de bien manger et de découvrir des produits locaux
- bonnes pratiques d'hygiène
- le perfectionnement de l'hygiène
- cuisine du terroir
- connaissance des vins locaux
Proposer des baignades en toute sécurité
- brevet de surveillant de baignade
- maîtriser la qualité sanitaire d'une eau de piscine et d'un espace bien-être
Pouvoir renseigner sur son activité et les alentours
- savoir raconter une histoire pour mieux parler de son activité à sa clientèle
- mieux connaître le patrimoine bâti pour mieux renseigner
- mieux connaître le patrimoine naturel pour mieux renseigner
- mieux connaître la préhistoire pour mieux renseigner
- mieux connaître le patrimoine gastronomique pour mieux renseigner

La majeure partie de ses formations constitue le b.a.-ba de l'accueil touristique (l'hygiène, entretien des espaces de vie et de la piscine...) et reflète la perception qu'ont les décideurs des prestataires touristiques et du faible niveau de la qualité de leurs prestations. Ceci renvoie aux perceptions négatives qu'ils portent sur l'offre touristique actuelle (chapitre 5). Les formations (cinq formations sur les vingt deux proposées) concernant le renseignement des divers patrimoines (bâti, naturel, préhistorique, gastronomique) font écho aux volontés des acteurs de diversifier l'offre, de promouvoir la superposition des ressources touristiques et de faire des prestataires touristiques des « ambassadeurs » de cette nouvelle image.

L'évaluation des retombées du Grand Projet Grotte Chauvet-Pont-d'Arc permettra d'analyser les retombées de ces formations, aussi bien sur la qualité de l'accueil que sur l'appropriation du projet. Le nombre de personnes ayant assisté à ces formations nous permettra de connaître l'engouement vis à vis de cette (re)mise à niveau (chapitre 7).

#### 4.2.1.3. La qualification de l'hébergement

Pour permettre la mise en place d'un tourisme culturel à l'année, la question de l'hébergement est primordiale. En effet, nous avons vu que la majorité de l'offre d'hébergement est axée sur les campings et l'hôtellerie de plein-air (chapitre 2). L'atlas des équipements touristiques en Ardèche (2008) montre que le département est doté de 219 hôtels dont 150 classés, soit un total de 8194 lits représentant 7 % de l'hébergement marchand. La reconnaissance du manque d'hébergement en hôtellerie traditionnelle n'est pas nouvelle. En effet, les schémas départementaux de développement touristique de l'Ardèche pour la période 2000-2006 et pour la période 2008-2011 soulevaient déjà ce problème et tentaient déjà de trouver des solutions. La reconduite successive de cette action montre les difficultés rencontrées pour faire aboutir cette recherche de qualification du service hôtelier.

Suite à l'étude de la stratégie touristique fournie par Oppidumsis et validée par le Conseil général et l'ADT, la qualification de l'offre hôtelière est de nouveau inscrite au schéma touristique du département ardéchois de 2012-2014. Cette nouvelle décision est justifiée par la reconnaissance d'une offre hôtelière qui ne serait pas adaptée aux clientèles de l'ERGC : « *la capacité d'accueil des hôtels situés à moins d'une demi-heure de l'ERGC, ne leur permet pas d'héberger les clientèles d'autocaristes et voyagistes que générera l'ERGC. Ainsi, les retombées économiques de ces clientèles se limiteraient à celles effectuées sur le site, parce qu'une fois la visite du site finie, ils se dirigeront vers la vallée du Rhône et probablement Avignon* » (Oppidumsis, sept 2010, p. 18). L'obsolescence de l'offre hôtelière est également reconnue dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont d'Arc : « *lent déclin et inadaptation de l'offre hôtelière aux nouvelles contraintes réglementaires et aux nouvelles attentes de clientèle* » (SMERGC, 2011b, p. 140). La nécessité de requalifier l'hôtellerie est inscrite au CPER 2007-2013 et le département a été candidat en 2010 pour l'obtention



d'un Pôle d'Excellence Rurale autour de la « mutation par l'innovation de l'hôtellerie et l'accueil touristique de groupe en Ardèche ». Portée par l'ADT, cette candidature est justifiée par « *les graves difficultés rencontrées par l'hôtellerie traditionnelle en Ardèche* » (Agence départementale du tourisme, 2010, p. 3). Ce PER a été validé et est constitué de 1,8 millions d'euros de dépenses et 770 000 euros de crédits PER obtenus.

Malgré ces accompagnements, la question de l'hébergement, et notamment de l'hôtellerie, reste un des principaux points de blocage pour l'optimisation des retombées associées à l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc et à l'inscription UNESCO. En effet, quelques mois après l'ouverture du fac-similé, force est de constater que le territoire n'est pas prêt pour accueillir des groupes, auto-caristes et autres tour opérateurs. À ce jour, aucune structure d'hébergement ne peut accueillir un groupe de 50 personnes.

Plusieurs projets hôteliers sont actuellement à l'étude sur Vallon Pont d'Arc et les communes alentours. Ces projets peinent à se concrétiser compte tenu de la difficulté du montage des plans de financement et du fait que certains porteurs de projets attendent vraisemblablement les premiers résultats de la Caverne pour entériner leur décision d'investissement. Le manque de chambre d'hôtels est mis sur le compte de la responsabilité des prestataires locaux et de leur attentisme face aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Ici encore, le manque d'appropriation du projet par les prestataires locaux constitue un frein réel. Le manque de structure hôtelière est un réel point de blocage pour la réussite du projet de territoire construit et imaginé par les décideurs. Un entretien mené avec une agence réceptive ardéchoise vient bien renforcer ce constat : « *Aujourd'hui c'est vraiment le souci, si on n'a pas plus d'hôtels dans 2 ou 3 ans, je ne sais pas ce qu'on va faire des clients, on n'aura pas la place pour les loger, surtout sur les périodes très demandées, les gros week-ends, je parle pas de juillet-août où c'est déjà saturé, mais sur mai juin, déjà aujourd'hui c'est compliqué pour loger des groupes. Si on a une demande importante qui arrive, en plus de la part de groupe, je ne sais pas où on va les loger.* » (rencontre agence réceptive Evalys, le 20-04-2013). Et cela constitue un frein à la fois pour le territoire vallonais qui risque de voir la clientèle de l'ERGC lui échapper, mais également pour l'ensemble du territoire départemental. En effet, comment assurer un séjour culturel diffusé sur l'ensemble du département s'il n'existe pas de moyen pour loger les visiteurs ? De plus, une fois que les tours opérateurs auront mis en place des circuits avec un logement dans la vallée du Rhône, il semble peu probable qu'ils modifient par la suite leurs circuits, même si un jour l'offre hôtelière se structure sur le territoire ardéchois. En retour, la fuite des visiteurs de l'ERGC vers la vallée du Rhône risque bien de ne pas inciter les prestataires locaux à investir dans l'hôtellerie.

Nous sommes ici face à un relatif « cercle vicieux », où le déficit appropriation du projet n'incite pas à l'investissement dans l'hôtellerie et l'accueil hors saison, où ce manque d'investissement ne favorise pas les retombées locales de l'ERGC (en terme de fréquentation et de développement socio-économique) et au final, l'excursionnisme alors induit par la non préparation du territoire, ne favorise pas l'investissement des prestataires locaux ni leur appropriation du projet.

Si la volonté de requalifier l'offre touristique est affichée dans les documents stratégiques, force est de constater que cette volonté portée par le haut est difficilement appropriée par les prestataires locaux. Ces derniers semblent attendre de voir comment va réellement fonctionner l'ERGC et quelle va être la réelle fréquentation annuelle du territoire avec l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc. Ce comportement est principalement dicté par une certaine méfiance à l'égard des choix des décideurs. La contestation locale joue un rôle primordial dans le blocage de certains projets pourtant présentés comme nécessaires.

#### 4.2.2. Les stratégies de qualification ponctuelle : l'OGS des Gorges de l'Ardèche, requalification des abords du pont d'Arc et le Plan de Transport Urbain

##### 4.2.2.1. l'Opération Grand Site : la recherche d'une gestion de qualité au service de la candidature au patrimoine mondial

Sur le site classé du « pont d'Arc et ses abords » et de la Réserve Naturelle des gorges de l'Ardèche, une première OGS été initiée en 1991 (fig. 60). Une charte OGS « des sites protégés du pont d'Arc et des Gorges de l'Ardèche » a été signée entre le ministère de la culture et celui de l'Environnement et le syndicat intercommunal de la Vallée de l'Ardèche (SIVA) en 1993.

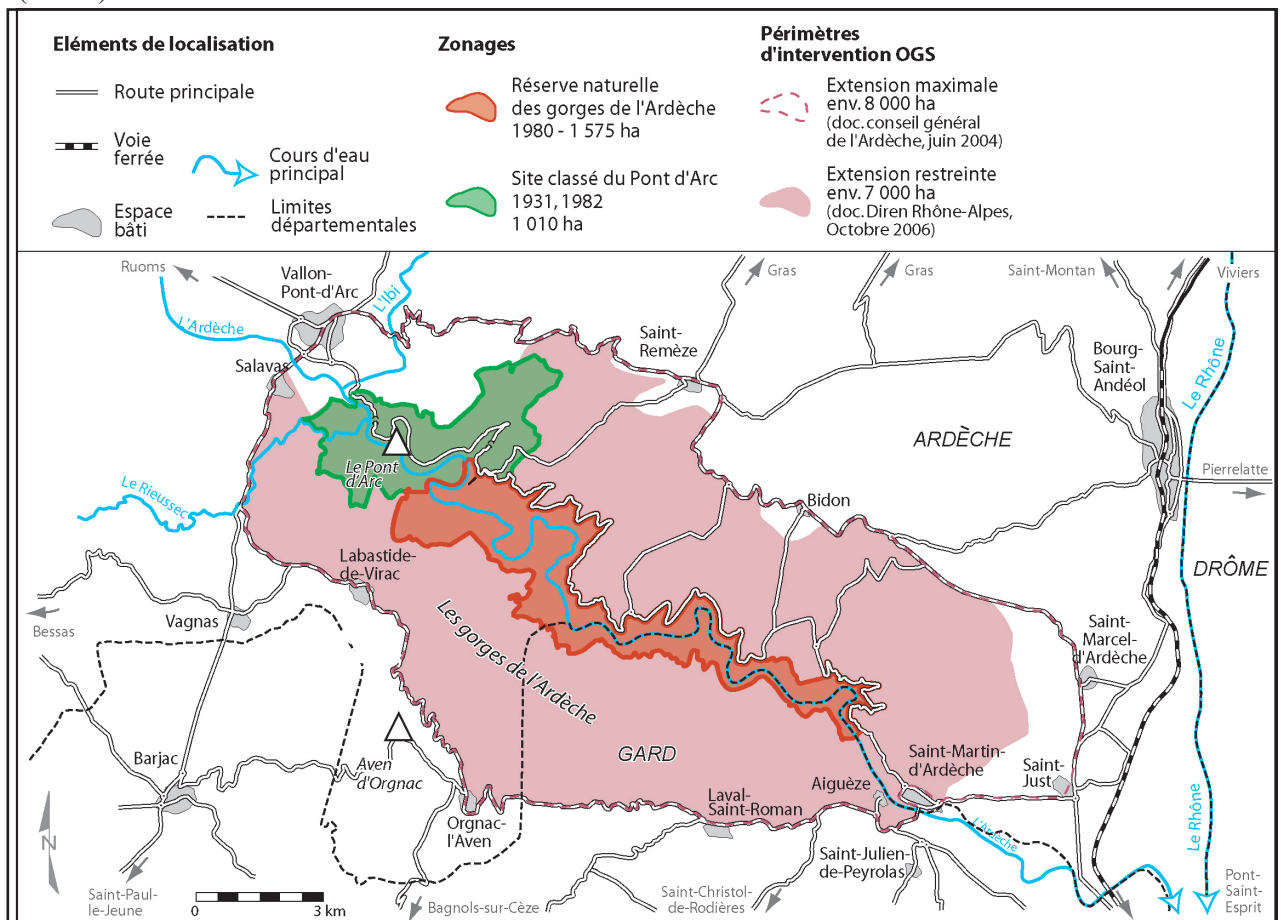


Figure 60 : les périmètres d'intervention de l'OGS de 1993 «des sites protégés du pont d'Arc et des Gorges de l'Ardèche»

Conception et réalisation : Duval M, 2007a

Les orientations de la charte, document support de la feuille de route de cette OGS, visaient à réhabiliter le site classé du pont d'Arc et de ses abords, à limiter et canaliser la fréquentation dans les gorges tout en mettant en place un dispositif de gestion (Ministère de l'environnement et *al.*, 1993, p. 18). Les orientations de cette OGS font écho aux objectifs initiaux du site de classé et de ceux la Réserve Naturelle en terme de gestion. La création de cette dernière en 1980 avait déjà pour objectif la gestion de la fréquentation touristique. Mais la reconnaissance des gorges en tant que Réserve Naturelle a agit comme un label certifiant de la qualité naturelle et environnementale de cet espace, et par extension, l'a rendu encore plus attractif (Duval, 2007a). La mise en place d'une politique OGS permet de relancer les stratégies de gestion de la fréquentation touristique. Le lancement de cette Opération Grand Site est justifié par la surfréquentation et des impacts perçus par les acteurs bien qu'il n'existait pas « *d'état initial du site tel que l'impact de la fréquentation puisse être mesuré. [...] Il n'est pas possible, en l'état actuel des connaissances, de mesurer les effets positifs ou négatifs de cette évolution* » (Ministère de l'environnement et *al.*, 1993, p. 8). La charte de l'OGS de 1993 proposée avait pour orientations majeurs trois actions principales : « *prévenir les impacts de la fréquentation ; réhabiliter les lieux et les conditions d'accueil ; valoriser le patrimoine paysager, les richesses naturelles et archéologiques* » (id., p. 15)

Face aux problèmes de mise en œuvre, l'OGS signée en 1993 se concrétisera par la réalisation d'actions dans la réserve<sup>56</sup> mais sans intervenir sur le site classé. La découverte fin 1994 de la grotte Chauvet-Pont d'Arc « *amène une relecture du projet de réhabilitation du site du Pont d'Arc défini par la charte de 1993* » (Duval, 2007a, p. 157). Aux valeurs naturelles du site classé s'ajoute une valeur culturelle. Le site classé est désormais perçu par les décideurs comme « l'écrin paysager de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc » et non plus seulement comme un lieu dominé par le travail de l'eau et de la géologie. Les falaises de la Combe d'Arc, jusqu'ici en position périphérique du site, sont désormais considérées comme partie prenante de cet espace. Si les falaises ont toujours été incluses dans les périmètres du site classé, le pont d'Arc a restreint le regard en concentrant les attentions touristiques et commerciales. Du pont d'Arc, élément géologique central, les regards et l'appropriation de ce lieu s'élargissent dès lors pour considérer les falaises, et notamment son trésor enfoui, comme des éléments participant entièrement à la valeur du site classé.

Le Conseil général justifie la non-intervention sur le site classé par des raisons foncières : « *par manque de clarté dans la répartition des compétences, les actions prévues sur le secteur du Pont d'Arc (maîtrise foncière et travaux) n'ont pas été concrétisées* » (Conseil général, nd, p. 18). Le problème de la maîtrise foncière, s'il est ici justifié par des problèmes de répartition des compétences entre les différents services, a été, à notre sens, cristallisé

---

56 Rénovation et gestion des aires de bivouacs du Gaud et de Gournier conformément au règlement de la Réserve ; encadrement de la pratique du canoë par la création d'un embarcadère à Vallon-Pont-d'Arc et réalisation du débarcadère de Sauze (seul le point de contrôle à l'entrée des Gorges n'a pas été réalisé) ; suppression des campings privés en infraction au regard du règlement de la réserve (restent deux campings en activité celui de St-Marcel (communal) et celui des naturistes, le camping des Templiers) ; recrutement d'un directeur de la Réserve Naturelle ; relance des études scientifiques et du fonctionnement du comité scientifique ; ouverture de la gendarmerie de Saint-Martin au titre de la sécurité saisonnière ; dispositif d'assainissement à l'amont du Pont d'Arc.

autour de la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et notamment de l'achat des parcelles surplombant la grotte par l'État. Ayant soulevé une vague de contestation locale, le rachat des terrains par l'État, et notamment les modalités de ce rachat (annexe 1), ont fait naître un sentiment de dépossession par les propriétaires fonciers des terrains surplombant la grotte, propriétaires qui possèdent également les parcelles de la Combe d'Arc impliquées dans l'OGS (plages amont / avale, parcelles du méandre). Aux problèmes de la gestion foncière s'ajoute la contestation de la part des prestataires économiques locaux, et notamment des loueurs, vis-à-vis de la potentielle fermeture de la route. En effet, cette dernière est utilisée par les loueurs qui l'empruntent, avec plus ou moins de sécurité (vitesse excessive notamment, difficulté de croisement), pour remonter les embarcations à Vallon-Pont-d'Arc.

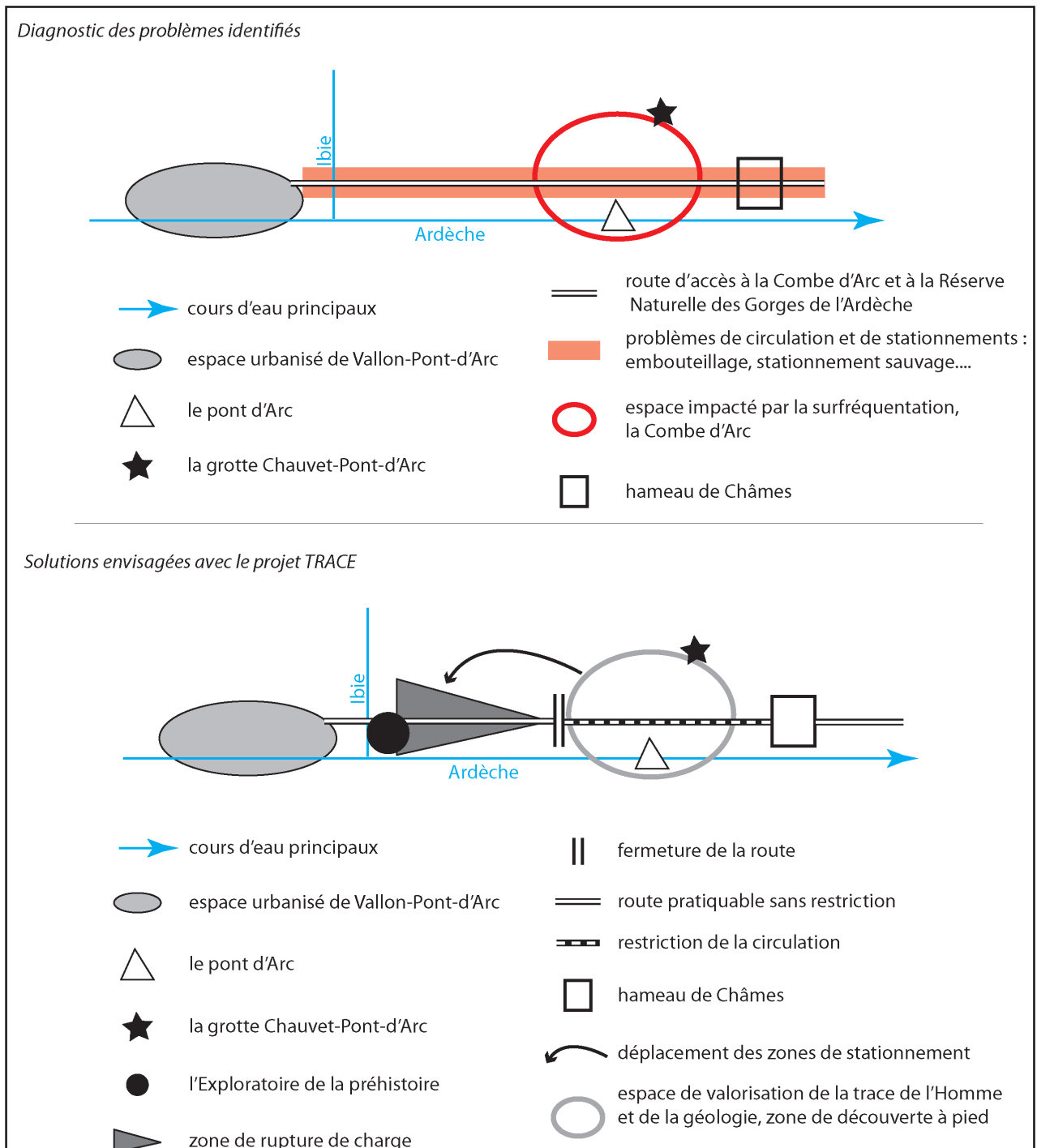
Les contestations ayant bloqué la réalisation effective de l'OGS dans la combe d'Arc font écho aux problèmes d'appropriation de ce type de stratégie par les acteurs économiques locaux. *« Ces conflits peuvent être d'autant plus marqués que les acteurs en présence expriment des attentes différenciées quant à la conduite d'une OGS. Entre préservation d'un site "naturel", rentabilité économique immédiate, recherche de légitimité pour certains acteurs et structuration du territoire pour d'autres, les enjeux associés à la conduite de ces opérations sont multiples et les conflits qui en résultent plus ou moins prégnants »* (Duval, Gauchon, 2007, p. 156).

Si cette politique OGS des débuts des années 1990 n'a pu aboutir sur le site de la combe d'Arc, il n'en reste pas moins que les acteurs, et notamment le Conseil général, restent conscients des dysfonctionnements qu'ils ont dès lors identifiés. Mais avec la découverte de la grotte Chauvet-Pont d'Arc et l'émergence d'un projet de restitution, la problématique est déplacée à une autre échelle : le Conseil général souhaite désormais associer la politique de gestion de la combe d'Arc au projet de restitution de la cavité ornée. La réalisation d'un site restituant la grotte Chauvet-Pont d'Arc est saisie comme une opportunité pour relancer les politiques de gestion du site classé, écrin de la cavité ornée. En parallèle des études de préfiguration d'un site culturel touristique permettant de découvrir les trésors de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 3), le Conseil général, *via* le SIGARN (Syndicat Intercommunal des Gorges de l'Ardèche et de leur Région Naturelle) par maîtrise d'ouvrage déléguée, lance en 1998 un appel d'offre sur concours pour la réalisation d'une étude de réhabilitation du site du pont d'Arc, inscrite dans le cadre de l'OGS de 1993 en 1/ redonnant au site une dimension la plus proche possible de l'aspect originel, 2/ organisant la découverte du site en interaction avec l'Exploratoire de la Préhistoire (chapitre 3) et Vallon et 3/ en conciliant les différents usages du site tout en privilégiant sa découverte. Une équipe de paysagiste est sélectionnée et en 1999, elle propose au maître d'ouvrage le projet d'aménagement de la Combe d'Arc nommé « La Trace ».

Ce programme est basé sur l'idée que les visiteurs du futur exploratoire de la préhistoire viendront visiter le site dans lequel s'inscrit la grotte Chauvet-Pont-d'Arc originale : la combe d'Arc. Suivant le principe que cet aménagement doit permettre la découverte de la trace de l'homme, de la préhistoire à nos jours, de la trace de l'érosion karstique, de celle de l'eau et de la Terre, le projet est construit autour d'un principe central : « *se retrouver piéton pour sentir ces chemins* » (Jacotot, Guillaumot, 1999, p. 4). Et cette découverte piétonne doit être privilégiée, selon cette étude, par l'absence de route : « *ôter son revêtement même si l'on maintient une part de son usage permet d'obtenir dès lors un effet primordial : la sensation qu'il n'y a plus de routes telles que l'on les perçoit habituellement* » (id., p. 4). L'étude propose des points de rupture de charge où les visiteurs laisseraient leur véhicule pour emprunter une navette les menant au site. Il est suggéré que les navettes soient mises en place pour un usage ponctuel et qu'elles doivent, au final, être abandonnées car « *un véhicule, quel qu'il soit, engendre un comportement particulier pour son usager et apporte avec lui une ambiance urbaine* » (id., p. 6). La route réaménagée ne serait alors accessible que pour les véhicules de secours et d'urgence, les propriétaires des hôtels/restaurants et les habitants de Châme (fig. 61).

Cette fermeture de la route serait effective durant la haute période touristique. Pour les autres visiteurs, des aires de retournement sont alors prévues, ainsi que des parkings, dont le principal serait alors situé à l'embouchure de l'Ibie. Cette proposition conditionne en partie le choix de l'implantation du site de valorisation de la grotte Chauvet-Pont d'Arc. Dans un souci de cohérence et suivant l'idée d'association du projet touristique-culturel et de la gestion de la Combe d'Arc, « *le Conseil général envisage alors de se servir des parkings prévus à hauteur du fac-similé comme parkings de dissuasion pour les touristes souhaitant se rendre au Pont d'Arc* » (Duval, 2007a, p. 267).





**Figure 61 : schématisation du projet de gestion de la Combe d'Arc, la Trace**

Suite à l'identification des problèmes de gestion de la Combe d'Arc qui n'ont pu être résolus via l'OGS de 1993, le Conseil général décide d'utiliser le projet de «l'exploratoire de la préhistoire» afin de gérer les problèmes de surfréquentation sur le site classé, notamment en ce qui concerne le stationnement sauvage. L'idée est alors de fermer la route d'accès à la Combe d'Arc (en autorisant la circulation des ayants droit, notamment les riverains et commerçant du hameau de Châmes) en utilisant le parking de l'exploratoire comme un parking de délestage. La découverte des valeurs patrimoniales (culturelles et naturelles) de la Combe devient principalement piétonne.

Entre temps, le projet de l'Exploratoire de la préhistoire a été abandonné et un nouveau projet à vu le jour : la réalisation d'un fac-similé (chapitre 3). Le site sélectionné pour la réalisation de ce nouvel équipement est celui de la Mathe, situé le long de la vallée de l'Ibie, à l'endroit où a été imaginé le parking du projet La Trace (cf fig. 32, chapitre 3, p. x). Ce

choix est justifié par le fait que « *le Pont d’Arc et la grotte Chauvet-Pont-d’Arc, en tant que chefs d’œuvre de la nature et de la culture de l’Humanité forment un ensemble indissociable [...]le Conseil général entend assurer la maîtrise d’ouvrage de deux opérations de grande portée : 1/ la requalification du site classé des abords du Pont d’Arc, 2/ la réalisation d’un équipement culturel permettant d’offrir au public la découverte des trésors de la grotte Chauvet-Pont-d’Arc dont l’originale n’est pas visitable. En toute logique, ces deux opérations ne font qu’un seul projet d’ensemble* » (Magazine Reliefs, n° 21, 2004, p. 23, cité in Duval M., 2007a, p. 267). La volonté de créer un espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont d’Arc a conditionné la relance d’une étude d’aménagement de la Combe d’Arc qui a lui même nourri en retour le choix du site d’implantation du projet de fac-similé. Nous voyons ici comment la réalisation d’un équipement culturel à vocation touristique est perçue par les élus comme un axe pour repenser le fonctionnement territorial.

Peu avant 2004, le Conseil général publie « site classé des abords du Pont d’Arc et Espace de Restitution de la Grotte Chauvet – un projet d’ensemble ». Ce dossier présente ces deux projets comme « *deux opérations de grande portée* » (Conseil Général, nd, p. 4). A *contrario* du document de l’étude « La Trace » (dont il n’est d’ailleurs plus fait mention) présentant les choses plus directement, il n’est en aucun cas fait mention, dans le projet d’ensemble, de la fermeture potentielle et partielle de la route. « *Les objectifs se traduisent par des actions qui visent à :*

- *retrouver l’identité du lieu par une restauration paysagère [...],*
- *assurer la mise en valeur du patrimoine naturel [...],*
- *reconquérir les espaces dégradés [...],*
- *diversifier les possibilités d’accès à ce site naturel [...],*
- *favoriser l’interprétation du site par des compléments pédagogiques [...],*
- *pérenniser l’équilibre entre respect environnemental et ouverture au public [...]* » (id., p. 28).

Pour assurer la mise en valeur du patrimoine naturel, le présent document propose de supprimer « *les activités qui nuisent à sa perception (camping, restaurants, loueurs de canoë) grâce à une maîtrise publique du foncier* » (id.). Cette perception des activités économiques en tant que facteurs dégradants n’est pas propre au Conseil général de l’Ardèche : « *tout projet de réhabilitation et de mise en valeur d’un Grand Site est confronté à un moment ou à un autre au devenir des commerces qui, au fil du temps, se sont implantés au cœur du site en parallèle avec le développement de sa fréquentation touristique* » (Thibault, 2009, p. 114). Ce n’est pas la présence de commerces qui doit être remise en cause, « *mais il faut reconnaître que les effets négatifs et les dysfonctionnements qu’ils entraînent sont nombreux : ils tiennent à des conditions d’implantation ou d’exploitation inadéquates, à des offres surannées et à une faible participation des exploitants à l’entretien du site* » (id., p. 114). Les commerces et les activités installés sur le site classé de la combe d’Arc sont loin des rues envahies de marchands et d’étals que l’on peut trouver à Carcassonne, Rocamadour ou au Mont-Saint-Michel. De fait, c’est un espace naturel éloigné du centre urbain et les commerces s’en tiennent à la restauration et à quelques loueurs de canoës qui stockent leurs embarcations, ce qui limite les impacts des ces activités, si ce n’est d’ordre visuel (fig. 62).



Figure 62 : le stockage des canoës aux abords de la plage amont du pont d’Arc

Suite à la décision ministérielle en accord avec le Conseil général visant à repousser la réalisation de l’ERGC et à trouver un nouvel emplacement (chapitre 3), tout projet est alors provisoirement suspendu, aucune action n’est entreprise sur le site de la combe d’Arc. Et c’est un autre projet d’envergure qui va relancer les réflexions autour de la gestion de cet espace : la candidature au patrimoine mondial de l’UNESCO.

Pensé dans un premier temps comme le bien à inscrire, le site classé du Pont d’Arc et de ses abords est finalement cantonné au statut de zone tampon (chapitre 3). L’évolution des périmètres, si elle limite les conflits autour de la gestion de la combe d’Arc ne les supprime pas pour autant. En tant que zone tampon du bien candidat, la Combe d’Arc doit pouvoir jouer un rôle de première importance pour la protection de la Valeur Universelle de la grotte Chauvet-Pont-d’Arc. Avec la candidature au patrimoine mondial de la cavité ornée et la sélection de la Combe d’Arc et des périmètres du site classé (dont extension de 2012) en tant que zone tampon du bien, la gestion de cette dernière est perçue comme primordiale par les acteurs pour assurer la conservation et la protection du patrimoine mondial (fig. 63).

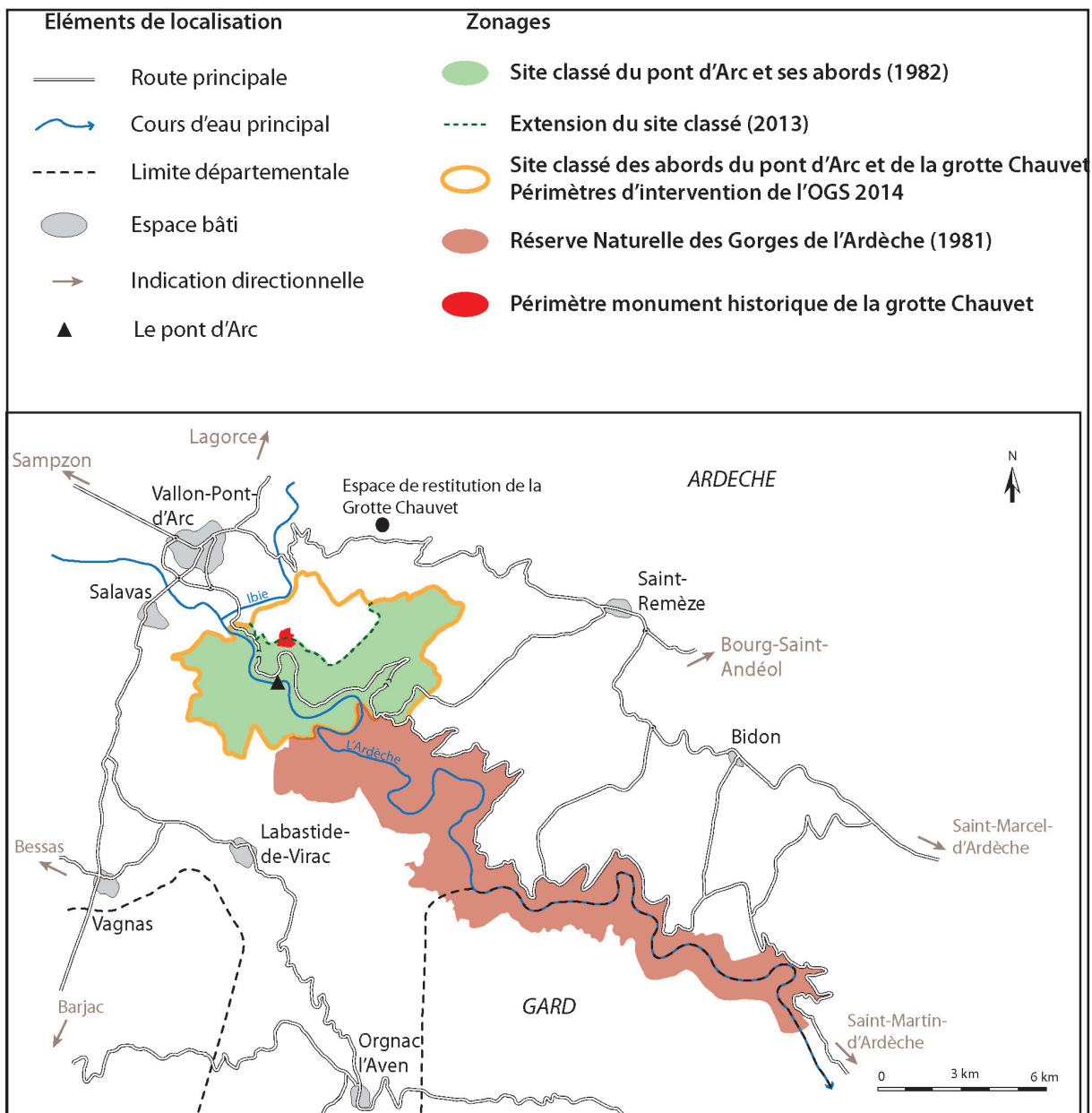


Figure 63 : Les périmètres de l'Opération Grand Site initiée en 2012

La candidature UNESCO, puis l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial, ont donc permis de relancer le projet OGS de la Combe d'Arc en l'inscrivant dans les stratégies prioritaires du plan de gestion de la candidature UNESCO afin « d'assurer la conservation de la zone tampon et des paysages environnants » (SMERGC, 2011b, p. 43). C'est ainsi que « l'enjeu de la requalification de la Combe d'Arc est de traiter en priorité les phénomènes les plus perturbants pour la lisibilité de l'ancien méandre, tout en restaurant la cohérence et la qualité paysagère de l'ensemble » (id.). Cette recherche de qualification de la Combe d'Arc a débouché sur une note d'intention rédigée en 2011 en partenariat entre le Conseil Général de l'Ardèche, le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche (SGGA) et la commune de Vallon-Pont-d'Arc. Cette note d'intention a été validée par le ministère de l'Environnement et celui de la Culture en mars 2012 et sert de base à l'élaboration d'une nouvelle procédure OGS initiée en septembre 2012 et portée par le SGGA. Cette note d'intention vise à restaurer le

paysage en supprimant les points noirs et autres « verrues » paysagères tout en gérant la forte fréquentation du site.

Ce vocabulaire désignant les impacts perçus d'une surfréquentation suggérée est l'apanage de bien d'autres Grands Sites et l'aspect dégradant de ces «verrues paysagères» a été identifié dès le début des années 1980 : « *15 grands sites naturels devraient être débarrassés dans les trois ans qui viennent des verrues qui les déshonorent (...). Il s'agit en fait de sauver les trois étoiles touristiques des parkings à voiture, baraque à frites et tas d'ordures qui les défigurent* » (M.-A. Rendu, le Monde, 14 août 1980, cité in Duval et Gauchon, 2007, p. 148).

La note d'intention présente ainsi 4 objectifs : 1/ rouvrir le paysage, 2/ maîtriser les impacts de la fréquentation, 3/ requalifier les entrées de site et 4/ donner du sens à la visite. Pour redonner du sens à la visite, le concept « d'esprit des lieux » est présenté comme l'élément phare pour la conduite de cette OGS. Le plan de gestion de la candidature Unesco signale l'importance de « *transmettre et faire partager l'esprit des lieux* » (SMERGC, 2011b, p. 44). Définir l'esprit des lieux n'est pas chose aisée car il mobilise à la fois nos sens, nos expériences et les clés que nous avons (ou non) pour percevoir, ressentir, approcher ce qui a habité l'espace observé dans des temps plus ou moins lointains. La définition proposée par L. Turgeon (2003) permet d'approcher ce qu'est l'esprit des lieux : il s'apparente à « *une dynamique relationnelle entre des éléments matériels (sites, paysages, bâtiments, objets) et immatériels (mémoire, récits, rituels, festivals, savoir-faire), physiques et spirituels qui produisent du sens, de la valeur, de l'émotion et du mystère* » (p. 1). Cette proposition de définition met en avant une des principales difficultés : appréhender ce qui se voit, les empreintes des hommes et de la nature dans le lieu, mais aussi ce qui ne se voit pas et ce qui est du domaine du ressenti. Est-ce la somme de ces dimensions (visuelles, matérielles, immatérielles) qui fait d'un espace donné un lieu chargé d'une identité que l'on ressent tout comme on la regarde ? Ce rapport à soi, à son vécu, à son ressenti et à son histoire fait qu'il n'y a pas un mais plusieurs esprits des lieux, dans le sens où « *le site se définit comme une alchimie complexe de matérialités diverses et de regards multiples* » (Prats, Thibault, 2003, p. 2). De plus l'esprit des lieux ne peut pas être fixé puisqu'il « *continue d'évoluer au fil des interventions, reflet d'une époque et miroir des valeurs de la société* » (Viel, 2003, p. 4). L'appropriation et la mobilisation de ce concept par les porteurs de la candidature UNESCO et de la politique OGS amènent à penser la zone tampon comme un espace doté de valeurs patrimoniales dont la valorisation favorise la compréhension de la valeur universelle exceptionnelle du bien candidat en l'inscrivant dans un continuum historique et dans un contexte paysager (Malgat, Delannoy, 2015). Le paysage est ainsi mobilisé comme le fil conducteur pour la définition de cette nouvelle politique OGS et de l'esprit des lieux. En s'attachant aux valeurs à la fois perçues et vécues du paysage de la combe d'Arc, les acteurs procèdent ainsi à une relecture des valeurs patrimoniales de ce site. Lors d'une réunion de travail fin octobre 2012, la chargée de mission OGS soulève que l'aspect paysager est un fédérateur commun. L'entrée paysagère favoriserait le partage de valeurs communes du site, valeurs qui seraient aujourd'hui perdues. L'objectif est d'amener



un changement de regard sur ce site classé dont les périmètres ont été sélectionnés pour faire office de zone tampon du bien candidat grotte Chauvet-Pont d'Arc (chapitre 3, p. 132, fig. 38).

Pour mener l'OGS et pour assurer son acceptation par les acteurs locaux, un important travail de concertation a été mené par la chargée de mission OGS recrutée par le SGG. Pour éviter les blocages qui ont été mentionnés plus en amont, le travail en partenariat avec les prestataires locaux a eu pour objectif de leur faire comprendre la nécessité de cette action OGS tout en les faisant adhérer : *« il (le Préfet) insiste sur l'importance de communiquer et d'associer la population, les acteurs socio-économiques, la société civile à la construction du projet. Cela passera par une large consultation pour apaiser le débat sur le terrain »* (Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche, 2012, p. 1). En octobre 2012, un plan de concertation et de communication du projet OGS de la Combe d'Arc est établi. Pour assurer un consensus, une partie du travail de concertation a mené la chargée de mission OGS à questionner les acteurs locaux sur ce qu'est pour eux l'esprit des lieux de la Combe d'Arc. *« Dans le cas des Grands Sites, c'est en amenant les acteurs du site à travailler sur la notion d' "esprit des lieux" qui permet le passage d'un niveau de négociation d'intérêt à une négociation de projet et parvenir à un accord sur des valeurs fortes pour le site »* (Thibault, 2009, p. 82). En faisant participer les prestataires locaux à la définition d'un esprit des lieux de la combe d'Arc, les porteurs de projet souhaitent les faire adhérer à cette politique OGS. Les valeurs patrimoniales perçues et vécues de chacun sont alors mobilisées à des fins d'acceptation d'une politique de gestion et d'aménagement. Des entretiens individuels avec les socio-professionnels et l'association des ayants droit et usagers de la route du pont d'Arc (AHCP Pont d'Arc) ont été menés par la chargée de mission OGS (30 entretiens), à des fins d'information et de consultation pour avis. Ces entretiens sont mis en place pour amorcer le dialogue et installer une relation de confiance avec les acteurs locaux concernés par l'OGS. Ils visent à connaître *« le regard sensible porté au monument naturel et au site classé ; la connaissance sur le monument et le site classé ; la perception de la situation du site classé du Pont d'Arc aujourd'hui ; les perspectives souhaitées »* (Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche, 2013a, p. 1).

La synthèse de ces entretiens soulève le *« caractère exceptionnel »* du Pont d'Arc pour les acteurs locaux, leur rapport affectif au lieu et la différence de leur regard selon les usages qu'ils en ont et selon l'approche par la rivière, la route ou les plateaux. Si les personnes rencontrées lors de ces entretiens savent sommairement expliquer la formation du Pont d'Arc et relater l'histoire récente du site (notamment en ce qui concerne sa mise en tourisme), *« la connaissance historique voire préhistorique ne ressort pas systématiquement hormis par les personnes intéressées. La grotte Chauvet-Pont-d'Arc est peu exprimée spontanément. La Combe d'Arc est l'écrin de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc candidate au patrimoine mondial de l'UNESCO. Rares sont les personnes qui ont évoqué cela »* (id.). Ceci renvoie au déficit de connaissances à la fois de la grotte mais aussi du projet d'inscription au patrimoine mondial par les prestataires touristiques locaux. Concernant la perception de la situation actuelle du site classé, les entretiens font ressortir le fait que les acteurs locaux partagent le sentiment

de nuisances associées à la fréquentation touristique : pollution, engorgement de la route, problèmes de stationnement et de sécurité, illisibilité du site. Mais si le ressenti vis-à-vis d'une surfréquentation est partagé, ce problème est surtout considéré par les acteurs locaux comme un problème ponctuel concentré sur une courte période.

Lors de nos entretiens menés durant la recherche doctorale, ces mêmes acteurs locaux soulignaient qu'« *il faut quand même retenir que le binz c'est du 14 juillet au 15 aout* » (présidente association AHCP pont d'Arc, 21-03-2003), et que « *c'est vrai que durant 10 jours il y a énormément de monde* » (président syndicat des loueurs, 16-06-2013) et qu'« *on parle d'embouteillement du pont d'Arc sur 4 semaines* » (ancien propriétaire plage amont, propriétaire lodge du pont d'Arc, 14-06-2013). Si la perception de la surfréquentation est partagée par les acteurs locaux, ceux-ci l'inscrivent dans un contexte estival et une période relativement restreinte et se questionnent sur la nécessité de mettre en place une action type OGS pour gérer des problèmes qui ne durent qu'un mois. La chargée de mission OGS, durant notre entretien, soulevait également « *qu'il y a des jours où ça tourne et des jours où ça ne tourne pas, est-ce qu'on le tolère ou est-ce qu'on ne le tolère pas ? C'est ça en fait. Le jour où c'est le bazar on pourra rien faire, on ne va pas faire un aménagement qui le reste de l'année ne servira à rien alors qu'on peut dire que après tout c'est bon pour trois jours* » (11-01-2013). Ceci renvoie au caractère construit et subjectif de la surfréquentation : l'on peut s'en accommoder quelques jours par an mais elle n'est plus tolérable au delà d'une certaine durée. Suite aux entretiens individuels et pour favoriser la continuité du dialogue et positiver le regard des acteurs locaux vis-à-vis de la politique OGS, des groupes de travail resserrés ont été mis en place sous forme d'ateliers. Ces groupes de travail ont pour vocation la construction d'un projet commun, répondant à la fois aux enjeux paysagers, environnementaux, sociaux et économiques, où chacun peut donner son avis sur les solutions envisagées. Les propositions formulées sont ensuite remontées à l'équipe maître d'oeuvre et au comité technique pour être validées ou non en comité de pilotage. Ces espaces de co-construction et de co-reflexion favoriseraient dès lors, selon les porteurs de projet, les échanges, et ce, malgré les crispations autour de certains sujets, notamment de la plage amont (annexe 6).

Malgré l'important travail de concertation qui a été mené, les acteurs locaux restent méfiants : « *on est pas dupes, le sous préfet nous l'a dit lui même, en gros, il nous a dit ce que vous faites avec les réunion de concertation c'est bien parce qu'il faut le faire, mais au bout du compte de toute façon, ça sert entre guillemets à rien* » (président syndicat loueurs, 16-04-2013). Si la concertation mise en place vise à la co-construction d'un consensus (Laslaz, 2010), il semble que « *l'argument privilégié par les acteurs eux-mêmes reste celui du simulacre. En remettant en cause la capacité de ces procédures à influencer le processus de décision, ils pointent ce qui serait leur principale limite : leur absence d'effectivité* » (Blondiaux, 2007, p. 126). Le monopole final de la décision revient aux représentants du projet et de l'Etat, ce qui renforce la rhétorique du local contre l'Etat (Deldrève, 2012). « *Certaines idées émises par les parties prenantes ne sont pas appliquées, entraînant des frustrations ou étant ressenties comme des affronts en raison du choix d'une autre voie, conduisant à les braquer* » (Laslaz,

2010, p. 14). Alors que le processus de concertation a été mené afin de limiter les conflits locaux et de faire accepter le projet d'OGS, la démarche a au final eu un effet inverse en renforçant la méfiance des locaux. Et cette méfiance s'inscrit dans un contexte général de scepticisme vis-à-vis du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et constitue l'un des freins majeurs dans la réalisation de ce projet (chapitre 5).

Les premières propositions de valorisation de l'agence Folléa-Gauthier orientent le projet vers la valorisation de la Combe d'Arc présentée comme « le jardin des hommes », où l'ensemble du méandre doit être aménagé pour répartir la fréquentation aujourd'hui concentrée autour du Pont d'Arc (fig 64.).

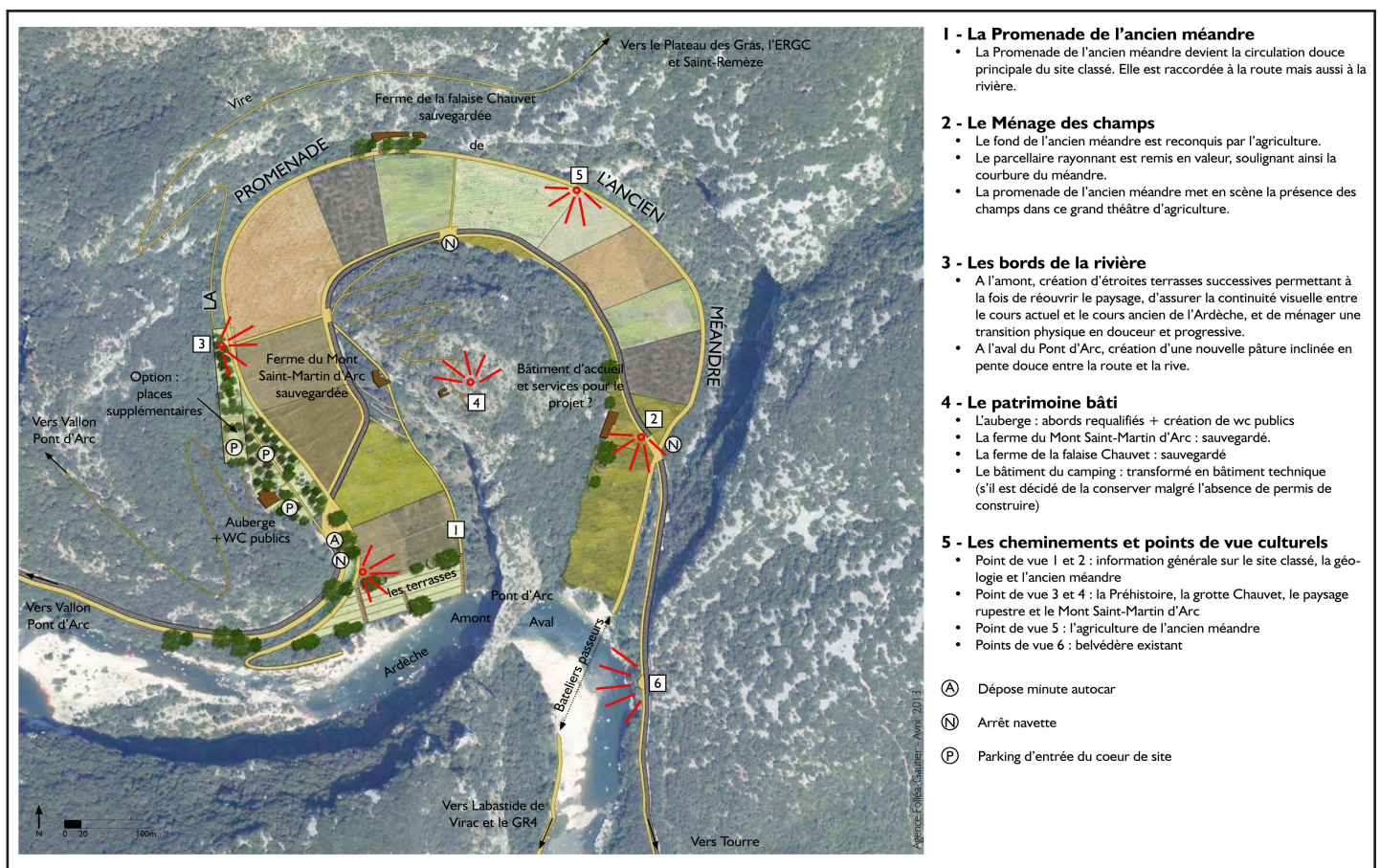


Figure 64 : le projet général de l'OGS validé par les membres du comité de pilotage (Agence Folléa-Gauthier, novembre 2013)

Ce plan synthétique du programme d'action présente les orientations validées par le comité de pilotage. Ici, l'idée principale est de valoriser l'esprit des lieux. La création des belvédères, et notamment celui du point de vue depuis le mont Saint Martin, était présenté comme permettant un dialogue entre le pont d'Arc et les falaises de la grotte Chauvet. Celui-ci est cependant abandonné dans la version finale, validée par le ministère en juin 2014.

Ces propositions répondent aux souhaits des acteurs et à l'axe principal de la note d'intention : redonner toute sa visibilité au méandre tout en valorisant l'esprit des lieux. Pour ce faire, les fiches actions proposaient la création de plusieurs cheminements dont le sentier de « la promenade de l'ancien méandre ». Pour favoriser la lecture paysagère et la compréhension du site tout en lui redonnant un usage historique, une reconquête agricole, par la viticulture notamment, est proposée.



Un des points importants de cette politique OGS réside, on l'a vu, dans la valorisation de l'esprit des lieux. Le plan d'action d'octobre 2013 met ainsi en avant la valorisation du patrimoine culturel et bâti (comme la ferme troglodyte située au pied des falaises de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc). Mais si ce concept d'esprit des lieux a été présenté par les acteurs porteurs du projet comme primordial pour la conduite et l'acceptation locale de cette OGS, le dossier approuvé par la Commission Supérieure des Sites fin 2014 ne fait plus mention d'espace d'interprétation ni de valorisation du patrimoine bâti. Si ce dossier final propose bien la réalisation de sentier d'interprétation avec une signalétique propre au grand site, force est de constater que l'idée d'une Maison de Site, espace phare pour la valorisation de l'esprit des lieux, est passée à la trappe. Le point de vue du Mont Saint-Martin-d'Arc surplombant le pont d'Arc, accessible par un petit sentier a également été abandonné (Conseil général et *al.*, 2014). Le Conseil général prétexte alors les risques d'accident. Ce belvédère aurait pourtant permis un dialogue visuel entre l'ensemble des falaises du cirque d'Estre et celle de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et ainsi faire sens et contribuer à l'esprit des lieux.

L'évolution du dossier, et notamment des actions visant à valoriser l'esprit des lieux, questionne quant aux réelles intentions de départ : la relance de la politique OGS et la mise en avant de l'esprit des lieux n'étaient-elles pas, au final, un moyen pour assurer l'inscription au patrimoine mondial, inscription qui une fois obtenue, marque la fin de l'engagement du Conseil général dans la valorisation du patrimoine de la combe d'Arc ? Le dossier de candidature Unesco de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc argumente largement autour de cette notion d'esprit des lieux et met en avant la volonté de gestion patrimoniale du site de la combe d'Arc. Cette argumentation autour de la valorisation du patrimoine *via* l'esprit des lieux accordait une approche patrimoniale à la zone tampon. L'ensemble de la rhétorique concernant la gestion de cette zone tampon a participé à l'inscription de la grotte sur la liste du Patrimoine Mondial, à travers la reconnaissance de l'ICOMOS d'une gestion appropriée (ICOMOS, 2014). Les stratégies de gestion de la zone tampon présentées dans le dossier de candidature Unesco répondent aux perceptions qu'ont les acteurs locaux des attentes du comité du patrimoine mondial. L'argumentation autour d'une gestion de la zone tampon à travers la gestion des flux touristiques et la valorisation patrimoniale sont ainsi saisies par les acteurs locaux comme un moyen d'assurer l'inscription de la grotte au patrimoine mondial. Les indicateurs de suivi du plan de gestion et les IQUATEXT (chapitre 6 et 7) permettront d'évaluer ce qui aura été mis en place concrètement et d'analyser les divergences possibles entre des déclarations de bonnes intentions et les réalités territoriales.

Au final, le dossier OGS propose principalement des actions de gestion des déplacements et des véhicules, actions dont la mise en place suppose un changement d'échelle et qui s'inscrivent dans une stratégie plus large : le Plan de Transport Urbain.

#### 4.2.2.2. La gestion des déplacements : d'une réflexion de site à une organisation supra-communale

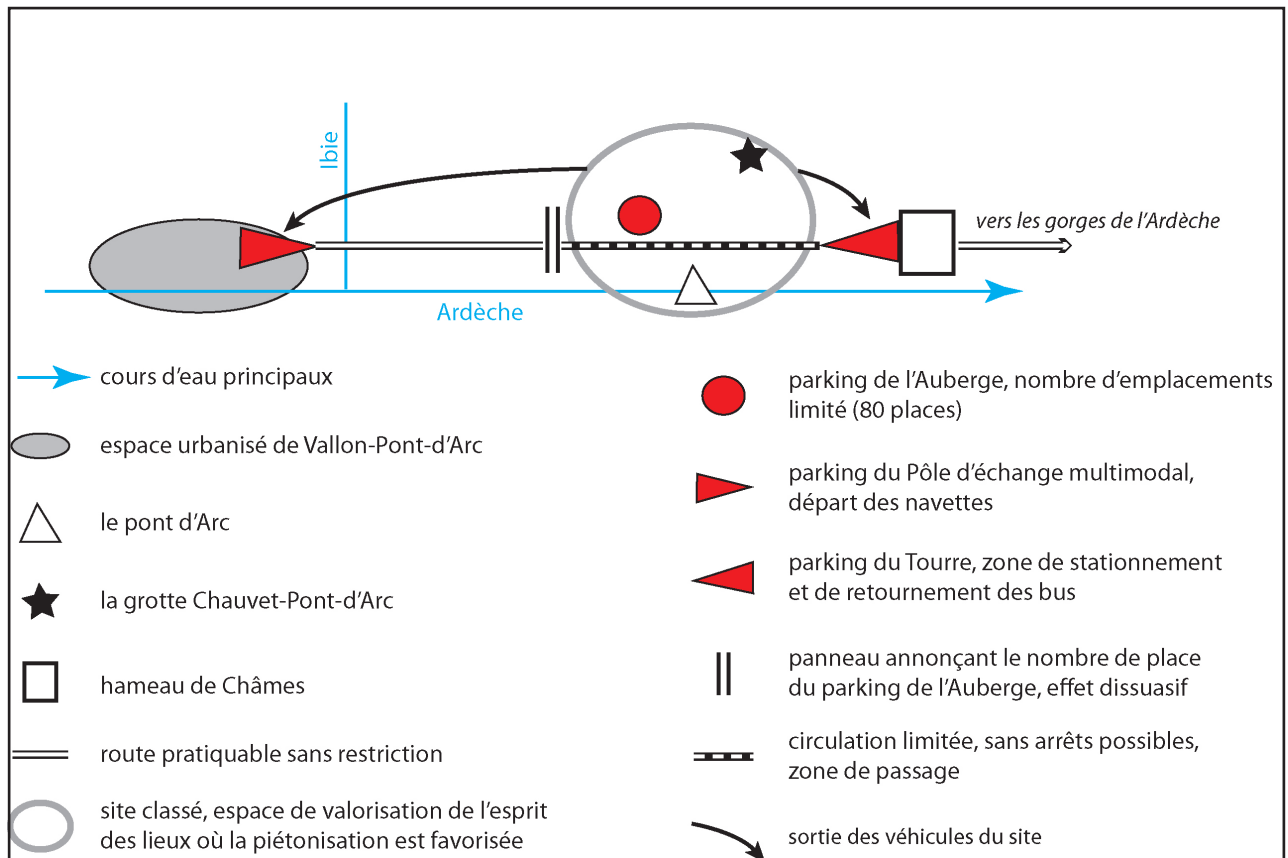
La problématique des déplacements est récurrente depuis le début des années 1990. La première OGS de 1993 avait déjà tenté d'encadrer et d'organiser les déplacements sur le territoire tout comme le projet de restitution sur le site de la Mathe (chapitre 3) et le projet de la Trace (cf *supra*). Aujourd'hui inscrite dans les actions de l'OGS, la problématique des déplacements est principalement pensée à autre échelle, l'échelle supra-communale avec des réflexions sur l'ensemble de la communauté de commune des Gorges de l'Ardèche.

Dès les premières réflexions sur le lancement d'une politique OGS en 1991, les tensions se sont principalement concentrées autour de la route et de l'accès au pont d'Arc. Les premières propositions optaient pour la fermeture de la route, ce qui a en partie conduit au blocage de la première OGS et à la montée de la contestation locale. Créant un climat de méfiance autour de la politique OGS, la problématique des déplacements reste pourtant centrale. La régulation des flux et des cheminements, la recherche de solutions pour favoriser des déplacements et une circulation moins impactants, sont des axes qui sont souvent mis en avant dans la conduite d'une politique OGS : « *une bonne gestion des flux est donc indispensable pour qu'une personne ne reste sur l'impression désagréable qu'"un Grand Site", c'est un site piétiné* » (Thibault, 2009, p. 87). La présence de véhicules automobiles au cœur d'un Grand Site est unanimement perçue comme un élément de dégradations et de dépréciation. Les conditions d'accès au site et de déplacement au sein de celui-ci sont exposées, à la fois par les spécialistes mais également par les décideurs, comme les éléments principaux pour la qualité vécue et perçue de ces hauts lieux. La gestion des flux est appréhendée comme une priorité pour la requalification d'un site sur-fréquenté et la présence de véhicules est perçue comme un facteur de perte « d'authenticité », de naturalité et par extension, de l'esprit des lieux. Le programme « La Trace » présentait en amont définissait bien la présence de véhicules motorisés comme une source de nuisances pour la compréhension et l'immersion dans l'esprit des lieux de la combe d'Arc. L'idée de localiser le parking au niveau du site de la Mathe grâce à un parking commun avec l'Espace de Restitution cherchait également à sortir les véhicules du site de la combe d'Arc.

Pour contrer les effets négatifs pouvant exister avec la présence de véhicules, « *la technique la plus utilisée consiste à reculer les stationnements en périphérie du site, et/ou à aménager des aires de stationnement tellement « naturelles » qu'elles sont invisibles en dehors des pics d'affluence* » (Thibault, 2009, p. 91). Entre sortir le stationnement du site et camoufler le parking, l'OGS des Gorges de l'Ardèche, requalification des abords du pont d'Arc, s'inscrit bel et bien dans ces stratégies. Malgré l'emprise spatiale relative du parking dit « de l'auberge » le dossier OGS validé en 2014 prévoit de le supprimer en y implantant des vignes. Un parking de 80 places payantes sera réalisé le long des vignes, volontairement sous-dimensionné, pour un effet dissuasif. L'instauration d'un parking sous-dimensionné en



cœur de site oblige à réaliser un autre parking à en aval du site, au niveau de l'ancien camping Tourre (fig. 65).



**Figure 65 : la gestion des déplacements dans le cadre de l'OGS, une vision d'ensemble**

Afin de gérer les déplacements et notamment le stationnement sur le site classé du Pont d'Arc et de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les acteurs changent leur échelle d'intervention. Ainsi, les zones de stationnement sont « sorties » du site. Le parking Tourre et celui de l'Auberge sont destinés à un stationnement limité. Une zone de stationnement principale et de départ des navettes est aménagée dans l'espace urbain de Vallon-Pont-d'Arc (le Pôle d'échange multimodal de Ratières).

Les parcelles de ce camping avaient été rachetées à la fin des années 1990 au titre de la politique des Espaces Naturels Sensibles (ENS). Sur la base d'une argumentation orientée vers la protection des espèces et de habitats « plus de 15 ha ont ainsi été acquis par préemption, des inventaires faune-flore réalisés et un site restauré après destruction de constructions légères » (Conseil général, nd, p. 19). Le parking prévu dans le dossier OGS de 2014 serait aménagé sur les hauteurs de la parcelle pour limiter les impacts sur la ripisylve (Conseil général et al., 2014). Ici, la politique de protection des espaces naturels sensibles est utilisée à des fins de maîtrise foncière pour au final, favoriser la réalisation d'une politique OGS et gérer les stationnements.

Que ce soit avec le parking de l'auberge ou celui de Tourre, le nombre de places est limité et l'objectif principal affiché depuis le lancement de cette politique OGS est bien que les visiteurs se rendent sur le site classé en navette depuis Vallon-Pont d'Arc. Cet objectif oblige les acteurs à réfléchir sur une autre échelle d'intervention : « une intervention efficace

consiste à changer d'échelle et à dépasser les limites du territoire dans lequel se focalisent les problèmes d'engorgement. Cela implique de déployer les aménagements nécessaires sur une étendue plus vaste, voire de modifier les circulations tant internes qu'externes » (Thibault, 2009, p. 53).

Une étude pour la définition d'une offre de transport collectif et de stationnement à l'échelle du territoire de la nouvelle communauté de communes des Gorges de l'Ardèche a été lancée en 2012. Face au constat d'une « période estivale (juillet/aout) marquée par des difficultés de stationnement, en particulier sur l'axe Ruoms-Vallon, sur la Route Touristique des Gorges de l'Ardèche et sur le site de la Combe d'Arc » (SMERGC, 2012), l'objectif est de mettre en place un schéma de déplacement et de stationnement depuis Vallon. Pour réorganiser les transports et les déplacements, la communauté de communes souhaite mettre en place un Plan de Transport Urbain et un plan de stationnement. Ces deux stratégies, toujours en cours de définition, visent à inciter les usagers à ne pas utiliser leurs véhicules en contraignant le stationnement et en proposant des services parallèles notamment des navettes. Ces stratégies sont inscrites dans « le plan de déplacement pour assurer l'accessibilité et la desserte de l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et son territoire environnant » conduit par le conseil Général.

La recherche d'une gestion des transports sur le territoire de la communauté de commune vise ainsi l'anticipation d'une nouvelle fréquentation tout comme elle cherche à gérer l'affluence actuelle.

Depuis quelques années, des navettes sont mises en place pour desservir les différents sites touristiques de la région de Vallon. Mises en place par le conseil Général, ces navettes « 7 l'été » sont payantes et desservent, pour

celles partant de Vallon, l'aven d'Orgnac, les Vans et saint-Martin-d'Ardèche (fig. 66). Une enquête de terrain menée durant la période estivale de 2013 a permis de relever plusieurs points défailants : des arrêts non indiqués, le temps prévu pour le trajet est parfois sur-évalué (notamment pour la navette Vallon-Saint Martin d'Ardèche qui prévoit 1h35 pour faire le trajet aller). L'ensemble des chauffeurs nous faisaient part du fait qu'ils transportaient peu de personnes. Cela questionne la réelle volonté des touristes de laisser leur voiture pour prendre un transport en commun. Cela peut également être du à un problème de communication et de promotion de ces navettes. Une navette gratuite dessert quant à elle le site classé de la combe d'Arc ; c'est cette navette qu'il s'agit de consolider dans le cadre de l'OGS. D'autres

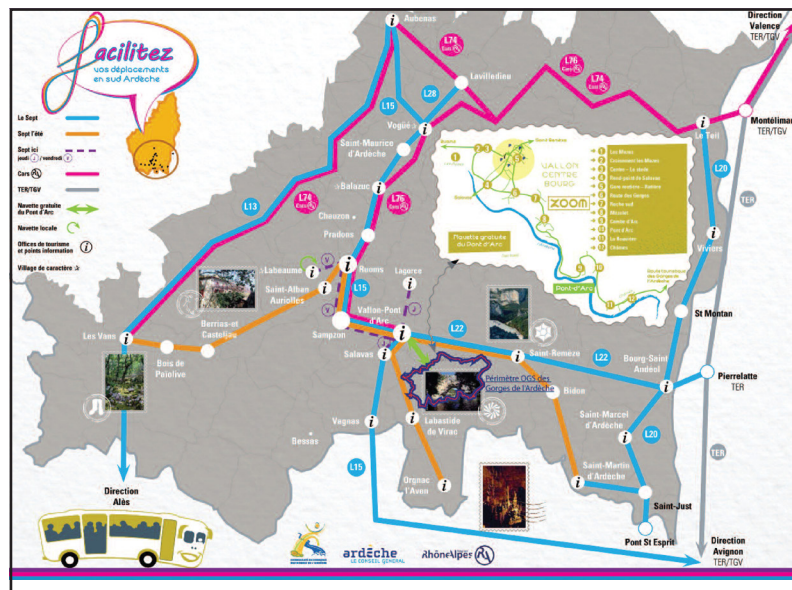


Figure 66 : plan des différentes navettes existantes sur le territoire durant la période estivale édité par la communauté de communes des Gorges de l'Ardèche, 2013

navettes sont mises en place depuis les villes principales périphériques (Aubenas, Montélimar et Avignon). La majorité de ces navettes ne sont fonctionnelles que durant la période estivale. Ceci questionne le caractère opérationnel de cette stratégie en dehors de la période de forte fréquentation. Dans une optique de diffusion temporelle du tourisme (faire un «tourisme à l'année»), le manque de navette hors saison oblige les visiteurs à utiliser leur voiture personnelle.

Le point de départ de l'ensemble de ces navettes est situé au niveau de la Ratière sur la commune de Vallon-Pont-d'Arc. À terme, l'objectif est de construire un Pôle d'Echanges Multimodal (PEM), qui réunira un grand parking, les départs des différentes navettes et cars TER, et l'office de tourisme de Vallon (fig. 67).



**Figure 67 : panneaux annonçant la réalisation du pôle d'échange multimodal sur le site de Ratières (Vallon-Pont-d'Arc, avril 2015)**

*photos Ch. Malgat*

Ce projet qui vise à organiser les transports à partir d'un seul lieu où sera également présent l'office de tourisme mène à recentraliser et à déplacer les services touristiques en les sortant du centre bourg. Ce PEM est pensé comme un espace de diffusion, où les visiteurs pourront se renseigner, laisser leur véhicule et prendre une navette pour se rendre sur les différents sites touristiques.

Le PEM est inscrit dans le dossier OGS où il est « *identifié comme départ principal vers le site du Pont d'Arc* » (SGGA, 2014, p. 88) et dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet. Ce Pôle d'Echange Multimodal et le Plan de Transport Urbain constituent ainsi des axes majeurs dans l'argumentation de la gestion du territoire et des flux touristiques. Ils participent à la démonstration de la gestion des impacts et des retombées touristiques.

Nous voyons ici comment la volonté d'inscrire un bien au patrimoine mondial et comment la démonstration de la gestion de la zone tampon et du territoire environnant *via* une OGS mènent les acteurs à repenser l'organisation de leur territoire, notamment en repensant l'offre de transport et en gérant les déplacements.

### Conclusion : un projet de territoire global pour infléchir le système touristique

Les acteurs porteurs de projet cherchent à structurer le tourisme par la mise en place d'une stratégie touristique globale visant à valoriser l'ensemble des patrimoines, aussi bien culturels que naturels. Afin de faire évoluer le fonctionnement du système touristique, la hiérarchisation des ressources à valoriser fonctionne à l'inverse des dynamiques touristiques historiques : la ressource culturelle est identifiée comme fondamentale alors que la ressource environnementale est mobilisée en tant qu'élément secondaire à la stratégie touristique.

L'amélioration de la qualité de l'offre vise principalement, quant à elle, à faire évoluer le niveau de l'offre actuelle par différentes démarches de labellisation, de formation des prestataires et d'amélioration/restructuration de l'hôtellerie. Ces démarches traduisent en partie la perception des limites du système touristique actuel qui ne semble pas, aux yeux des porteurs de projet, être à la hauteur des ambitions du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Plus que de structurer une nouvelle offre, cette stratégie globale est également mise en place afin d'inscrire la Caverne du Pont d'Arc dans une destination culturelle de qualité. Cette démarche s'inscrit dans un rapport de réciprocité avec les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : la stratégie touristique globale nourrit les projets de valorisation de la cavité ornée et vice-versa.

Afin de faire évoluer le système touristique et de l'adapter aux nouvelles perceptions des porteurs de projet de ce que doit être le tourisme ardéchois, différentes échelles d'actions ont été identifiées (fig. 68).

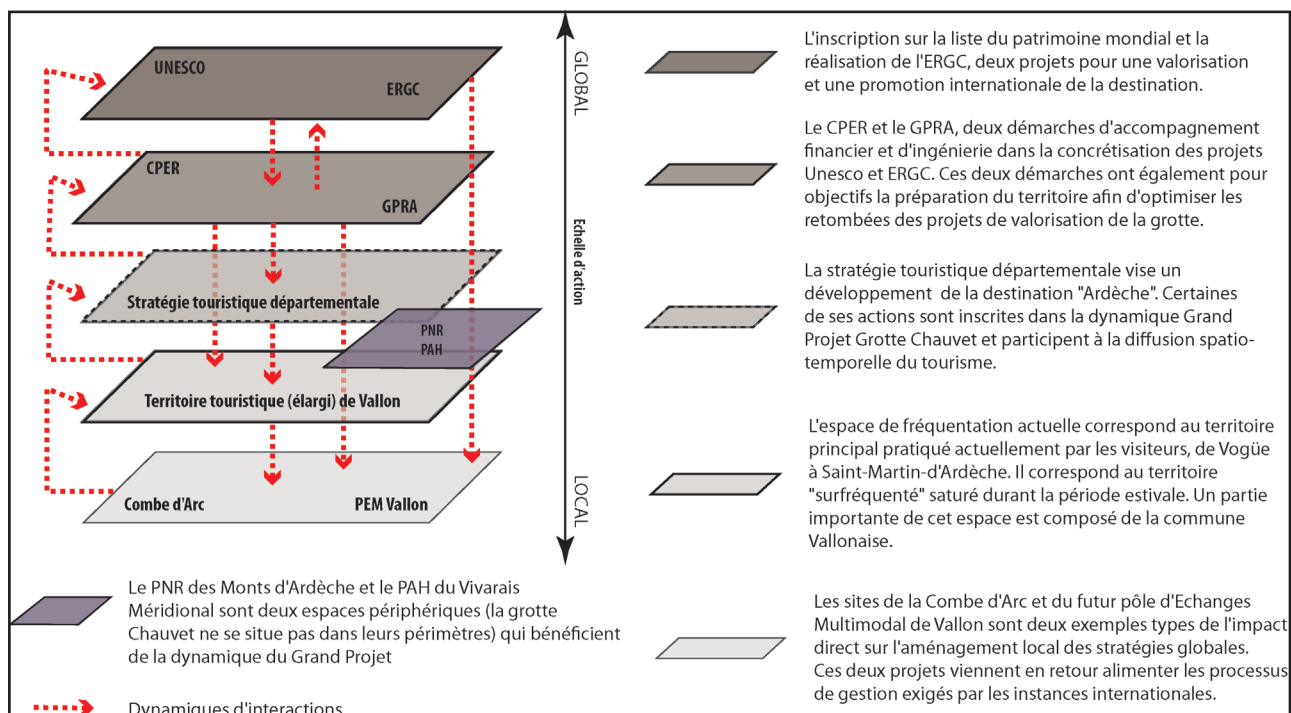


Figure 68 : les échelles d'action du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc

Ces superpositions et croisements scalaires permettent d'analyser l'implication globale de démarches locales de valorisation patrimoniale telles que la construction du fac-similé et l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial. Au final, dans le cadre de notre étude, ces deux projets s'inscrivent dans une dynamique multiscalair en impulsant des réflexions et des stratégies aussi bien à l'échelle des sites qu'à l'échelle départementale.

L'ensemble de ce projet territorial conduit à questionner les attentes vis-à-vis des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc mais aussi des stratégies globales mises en place. Pourquoi mener cette stratégie territoriale ? Quelles sont les attentes des acteurs vis-à-vis de ces projets de diversification et d'amélioration de la qualité du tourisme ? Quels sont les réels enjeux sous-jacents à l'ensemble de ces actions territoriales ? L'analyse des entretiens conduits auprès des acteurs permet ainsi d'identifier les attentes associées à cette stratégie touristique et territoriale globale.





# CHAPITRE 5

## LES ATTENTES DES ACTEURS VIS-À-VIS DU GRAND PROJET GROTTTE CHAUVET- PONT-D'ARC

### ENJEUX ET LIMITES

Dans le but de valoriser la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, deux projets d'envergure ont été engagés : la réalisation du fac-similé « la Caverne du Pont d'Arc » et l'inscription de la cavité sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Appuyées par des volets de développement territorial, ces deux stratégies de valorisation sont encadrées par des démarches qui visent à ré-organiser le territoire et le tourisme sud ardéchois, dans un contexte où la fréquentation et l'offre touristique actuelle ne semblent plus ni adaptées ni souhaitées par les acteurs. Saisie comme un levier pour tendre vers une évolution, les acteurs du territoire se sont appropriés la ressource patrimoniale « grotte Chauvet-Pont-d'Arc » comme le vecteur d'une nouvelle offre touristique.

L'analyse des enjeux associés à ces projets de valorisation et aux démarches d'accompagnement appelle un examen des attentes des acteurs impliqués à des degrés divers dans les stratégies du « grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc ». Pour ce faire, des entretiens ont été menés avec les divers partenaires du grand projet : des acteurs politiques, issus de l'ingénierie territoriale ou des associations locales. L'analyse de ces entretiens permet de mieux cerner les attentes en termes de développement territorial et touristique et de souligner la complexité des enjeux. Elle permet également d'identifier les limites et freins rencontrés.

Au-delà de l'analyse de ces enjeux, ces entretiens permettent également d'étudier la traduction que font les différents acteurs des concepts théoriques mobilisés dans les documents sources.

Pour ce faire, nous sommes partis des documents sources, de la littérature grise et des observations de terrains afin de construire une grille d'entretien directif. L'observation participante permise grâce au financement CIFRE (cf *infra*) a également nourri cette grille d'entretiens. Les résultats issus de ces entretiens offrent la possibilité de mieux saisir les attentes traduites sous forme d'enjeux territoriaux, ce qui offre la possibilité de produire une analyse critique des décisions et des stratégies mises en place.

## **5.1. Point méthodologique : mise en place de la grille et méthodologie d'entretien**

### **5.1.1. Les documents sources**

La grotte Chauvet-Pont-d'Arc est mobilisée comme le support de développement d'une nouvelle offre touristique afin de favoriser une nouvelle fréquentation. Doublée des enjeux de transmission, la cavité ornée est alors saisie comme une ressource patrimoniale voire territoriale (chapitre 3). Afin d'inscrire le fac-similé dans une destination culture et patrimoine, les acteurs ont engagé d'importants moyens pour mettre « à niveau » le territoire (chapitre 4).

Afin de mieux cerner les enjeux de ce Grand Projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de préparer au mieux les entretiens, une analyse des documents dits « sources » a été réalisée. Cette analyse avait pour objectif de catégoriser les grandes thématiques dans lesquelles s'inscrivent les attentes des acteurs.

#### *5.1.1.1. Les thématiques principales des documents stratégiques*

Les documents sources sont entendus comme les documents stratégiques phares du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Ils regroupent le plan de gestion de la candidature UNESCO, la convention (cahier des charges) de la Délégation de Service Public (DSP) de l'Espace de Restitution, la convention territoriale d'application du Contrat de Projet Etat-Région (CPER) et le protocole du Grand Projet Rhône-Alpes (GPRA).

Afin de distinguer les attentes selon les documents, le parti a été pris de les présenter un par un. Une synthèse de ces attentes construite sous la forme de questionnements permettra ensuite de les interroger et de les classer selon de grandes thématiques représentant l'axe central de la grille d'entretien.

Le premier document analysé est le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, plan de gestion auquel nous avons été associé pour la construction des indicateurs permettant le suivi des actions (chapitre 6). Document phare pour l'obtention de l'inscription (chapitre 3), ce plan de gestion renseigne sur l'ensemble du projet de territoire mis en place afin d'assurer la conservation et la préservation de la grotte ornée. Une des premières volontés affichées dans ce plan de gestion (en dehors de la conservation de la grotte, bien entendu) porte sur « *la question de l'évolution de l'image et de la fréquentation du territoire autour du projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc* » (SMERGC, 2011b, p. 130). L'inscription UNESCO accompagnerait ainsi un changement d'image touristique pour tendre

vers un territoire de patrimoine et de culture. La démarche UNESCO permettrait également de « *contribuer au développement d'une offre de qualité, à haute ambition culturelle* » (id., p. 134). Il s'agirait dès lors de renforcer la qualité de l'offre touristique : « *les perspectives d'aboutissement de l'inscription UNESCO et de l'ouverture de l'ERGC obligent le territoire à renforcer la qualité de son offre touristique afin de l'adapter aux attentes des futures clientèles. C'est une condition pour que le projet grotte Chauvet joue réellement son rôle structurant pour l'économie touristique* » (id., p. 139). Les porteurs de la candidature UNESCO semblent donc considérer que la qualité est une « condition nécessaire » pour structurer l'offre touristique. L'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial est présentée comme un déclencheur de l'amélioration de la qualité.

L'objectif est également de tendre vers un développement économique et social durable du territoire : « *le plan de gestion se veut également le reflet d'un projet de développement durable des territoires* » (id., p. 1) tout en favorisant la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation : « *les deux évènements attendus que sont l'éventuelle inscription UNESCO et l'ouverture de l'ERGC représentent une occasion unique de sortir d'une situation de grande concentration de la fréquentation dans le temps et dans l'espace dont les effets sont dommageables aux plans économiques, sociaux et environnementaux* » (id., p. 138). Cette citation rappelle la perception des acteurs quant à la fréquentation touristique qu'ils estiment, et ce depuis plusieurs années (début des années 1980), ne plus être adaptée (chapitres 2 et 4).

La convention - cahier des charges de la Délégation de Service Publique, rédigée afin d'encadrer la gestion de l'ERGC (chapitre 3), souligne les volontés et les attentes des acteurs au regard des retombées territoriales de l'infrastructure. Elle rappelle que ce projet s'inscrit dans une dynamique qui vise à favoriser le développement territorial. Elle traduit la volonté des acteurs qui souhaitent que l'ERGC devienne un lieu de référence mondiale dans le domaine de la préhistoire et de l'art pariétal.

Cette convention démontre également la volonté de faire de ce nouveau site touristique un levier du rayonnement et de la notoriété du département mais aussi de la région, en participant à la politique de diffusion patrimoniale, scientifique, artistique et culturelle : « *la réalisation d'un équipement de restitution et d'interprétation conforme aux attentes d'un public venu du monde entier, aura d'importantes répercussions sur le terrain en termes de notoriété et d'attractivité* » (SMERGC, 2011d, np). L'exigence quant à la période d'ouverture annuelle met en avant la volonté d'élargir la période de fréquentation touristique : « *les périodes d'ouverture du site au public s'étendent, pendant toute la durée de la convention, du 1er janvier au 31 décembre* » (id.). L'inscription de ces volontés dans la convention DSP rappelle au délégataire qu'il doit assurer une gestion du site qui s'inscrit dans la dynamique territoriale attendue.

La convention territoriale d'application du CPER, dont les objectifs sont inscrits dans ceux du plan de gestion (chapitre 4) vise à concevoir et à mettre en œuvre un projet culturel afin d'intégrer l'ERGC dans un ensemble de sites patrimoniaux : « *la mise en réseau des*



sites, dans des approches locales, territoriales ou thématiques est aujourd'hui un élément déterminant de leur attractivité » (Conseil général et al., 2008, p. 6). Il s'agit d'adapter l'offre territoriale à un nouveau public en cherchant un repositionnement et un renforcement de l'image du territoire autour du tourisme culturel. Ces attentes concernant la venue d'un nouveau public peuvent d'ores et déjà être relativisées : le chapitre 3 nous a en effet appris que, selon l'Agence Départementale du Tourisme (ADT), la clientèle de la Caverne du Pont d'Arc sera constituée de deux tiers de visiteurs venant déjà sur le territoire et d'un tiers de « nouveaux arrivants », estimés à 100 000 visiteurs. Rapporté à la fréquentation actuelle (environ 2,2 millions d'arrivées par an), cela représente 4,55 % de nouvelle clientèle. La convention du CPER informe également sur la volonté de diffuser la fréquentation touristique. Elle affiche un « défi d'excellence » qui vise à structurer et à équilibrer durablement le territoire tout en créant des opportunités de développement : « la qualité des équipements, leur positionnement et leurs modalités de gestion sont donc à considérer comme des choix déterminants, susceptibles de dynamiser le projet de territoire et d'en servir les stratégies » (id., p. 48).

Le protocole GPRA, également intégré au plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte (chapitre 4), reste dans la même mouvance que les précédents documents. Les objectifs affichés dans le protocole visent l'évolution de l'image et de la fréquentation de la destination en valorisant la dimension culturelle du territoire : « le GPRA doit contribuer à l'évolution de l'image du territoire, identifiée pour ses activités de pleine nature, en lui ajoutant celle d'un territoire valorisé pour sa dimension culturelle et patrimoniale » (Grand Projet Rhône-Alpes Chauvet, 2010, p. 14). Ce document affiche également des ambitions en termes d'excellence (le terme d'excellence est utilisé une quinzaine de fois sur 38 pages -hors annexes-), notamment en ce qui concerne les problématiques de durabilité : « tendre, ce qui est le sens même du développement durable, vers l'excellence et l'exemplarité » (id. p. 43). Là encore, il est question de renforcer la qualité par « [la mise] à niveau [d]es sites structurants » (id., p. 29). Le document précise également qu'« une activité touristique « qualitative » et diffuse est donc un enjeu fort » (id. p. 14) et la qualité est présentée comme un impératif pour assurer l'évolution de l'offre touristique.

#### 5.1.1.2 Questionnements associés aux attentes affichées dans les documents sources

Ces documents et les objectifs / attentes affichés permettent de mettre en avant trois grands thèmes : 1/ le renouvellement / l'évolution de l'image de la destination touristique grâce à une nouvelle offre, à savoir le tourisme culturel ; 2/ la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation touristique ; 3/ la qualification du tourisme et la construction d'un tourisme de qualité pour un territoire d'excellence et exemplaire au regard des principes du développement durable.

Si ces thématiques ont déjà été traitées dans le chapitre 1, elles avaient été mises en lumière par rapport aux lectures et au travail bibliographique et académique. L'ensemble de ces concepts sont largement utilisés par les acteurs porteurs du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, que ce soit lors des réunions de pilotage du projet, des réunions de validation des différentes stratégies ou lors des réunions publiques. Ce projet est régulièrement présenté aux populations ardéchoises et à celles des départements limitrophes. Lors de ces présentations, la portée territoriale du projet et la potentielle augmentation de la qualité du tourisme sont largement argumentées.

Selon les documents sources, les porteurs du projet considèrent que l'ouverture de l'ERGC et l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial seront les moteurs d'un renouvellement / d'une évolution de l'image de la destination. Mais comment définissent-ils l'image de leur territoire ? Quels sont les enjeux de l'évolution de l'image touristique ? Quels leviers vont-ils mobiliser pour faire évoluer l'image de leur territoire ?

Grâce à une nouvelle offre touristique, les porteurs de projet visent également la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation. Comment définissent-ils la diffusion et quels sont les enjeux qu'ils associent à cette volonté ? En quoi la mise en place d'une offre culturelle permettrait-elle la diffusion de la fréquentation ? Cette volonté suggère qu'ils considèrent qu'il existe aujourd'hui une concentration des clientèles touristiques, voire une surfréquentation. Mais comment définissent-ils la surfréquentation ? Dans un contexte de territoire touristique estival, comment assurer un fonctionnement à l'année ?

Ces problématiques d'évolution de l'image territoriale et de diffusion spatio-temporelle sont associées à un désir d'élérer la qualité de l'offre touristique. Reste à identifier comment ils définissent le tourisme de qualité et les caractéristiques qu'ils attribuent à une destination de qualité. Pourquoi la qualité apparaît-elle comme une condition *sine qua none* pour que les projets de valorisation structurent le territoire ? La qualité espérée permettrait-elle de capter une nouvelle clientèle et produit-elle une fréquentation spécifique ? Cette recherche de qualité est concomitante à une volonté de faire du territoire sud ardéchois un territoire d'excellence au regard des principes du développement durable. Mais comment caractérisent-ils l'excellence territoriale et le développement durable ?

Il s'agit d'analyser l'appropriation par les acteurs du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc de ces concepts associés à l'évolution de l'image touristique, à la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation, à la qualité du tourisme et à l'excellence territoriale. Afin de définir leur conception de ce vocabulaire, la grille d'entretien a été construite à partir des questionnements issus des documents sources et a été structurée selon les grandes thématiques identifiées. L'analyse de la perception de ces vocables, au regard du bagage théorique développé dans le chapitre 1, permettra d'analyser la manière dont les acteurs s'approprient ces concepts.

## 5.2. Méthodologie d'élaboration du questionnaire et de conduite des entretiens

Le questionnaire a été construit sur le modèle d'entretiens directifs avec des questions ouvertes : « *l'entretien directif est recommandé pour affiner un savoir et/ou confirmer une connaissance initiale sur une thématique établie* » (Barbillon, Leroy, 2012, p. 25). Le choix s'est porté sur ce type d'entretiens car l'étude des documents sources nous a fourni des pistes quant aux attentes (cf *supra*). L'entretien directif permet alors de préciser les attentes et de connaître ce que les porteurs du projet, partenaires et autres acteurs locaux entendaient derrière les concepts utilisés. Poser les mêmes questions ouvertes à tout un panel d'acteurs permet alors d'aborder les accords et les discordances qui pouvant exister entre eux.

En tout, 30 personnes ont été rencontrées entre janvier et juin 2013 : les acteurs impliqués directement dans les projets de valorisation et/ou dans les démarches d'accompagnement (directeur et président SMERGC, chargée de mission UNESCO, etc.), les partenaires du GPRA (directeur PNR, directeur Pays Ardèche Méridionale, ADT, directrice Syndicat de Gestion des Gorge de l'Ardèche), les diverses chargé(e)s de mission des stratégies connexes (chargée de mission Opération Grand Site, etc.), les acteurs du tourisme (l'animatrice ALP et celle du Territoire d'Accueil et de Consommation Touristique (TACT) d'Ardèche Plein Sud), mais aussi des élus locaux (maire de Vallon-Pont-d'Arc, président Communauté de Communes), départementaux (vice président conseil départemental) et régionaux (conseil régional PCF). Le parti a également été pris de rencontrer des associations locales (association des ayants droits et usagers de la route du Pont d'Arc (AHCP), président de l'association des loueurs de canoës, etc.) afin de savoir comment ces représentants de la société civile s'approprient ces projets et quels sont leur ressenti vis-à-vis de ces derniers. L'annexe 2 présente la liste exhaustive des personnes rencontrées. Afin de ne pas alourdir la lecture du manuscrit, les dates des entretiens ne sont pas mentionnées dans le corps du texte et dans le référencement des citations, mais dans l'annexe 2.

Du fait du financement de la thèse *via* une bourse CIFRE et de la présence de la doctorante en tant que chargée de mission au sein du SMERGC (cf introduction générale), il nous a été plus facile de prendre contact avec l'ensemble de ces personnes rencontrées régulièrement en réunion. La position de la doctorante au sein du SMERGC a permis de mettre en place une relation de confiance avec les acteurs (Malgat, Buffat, 2013). Cependant, il a bien fallu insister sur le fait que ces entretiens étaient conduits à des fins de recherche et non pour le SMERGC, pour « libérer » la parole des acteurs. Concernant les entretiens avec les associations locales, la position au sein du SMERGC n'a pas eu d'effets négatifs et les personnes rencontrées ont semblé plutôt apprécier qu'une personne liée au SMERGC, mais indépendante, vienne les écouter.

Les entretiens duraient entre 1 heure / 1 heure 30 et ont été entièrement retranscrits, ce qui représente un travail conséquent. Suite à cette retranscription, les réponses ont été codées une première fois sous le logiciel Sphynx. Au vu du nombre important d'items que cela représentait, un recodage a été réalisé en associant des thèmes proches sous un seul item (annexe 7). Ce recodage a ainsi conduit à transformer les réponses ouvertes en réponses fermées pour permettre une analyse quantitative. Cette analyse quantitative est enrichie par des observations qualitatives, notamment grâce aux extraits d'entretien, qui permettent d'étayer et d'approfondir les résultats quantitatifs. Pour aller plus loin, une analyse lexicale a également été réalisée manuellement afin d'analyser certains thèmes « noyés » dans l'ensemble de l'entretien.

En majorité, les personnes rencontrées ont répondu à l'ensemble des questions. Cependant, face à l'emploi du temps chargé de quelques acteurs, un choix a parfois dû être fait et, dans ce cas, seules quelques questions leur ont été posées, d'où le fait que certaines soient marquées par un taux de non réponse important. La dernière partie traitant de l'excellence territoriale et du développement durable a été plus laborieuse à aborder : les fins d'entretiens sont souvent moins dynamiques et la complexité de ces termes pourtant utilisés dans les documents sources se traduit pas une hésitation si ce n'est un évitement de la question. Le choix a été fait de présenter les résultats selon la thématique étudiée.

## **5.2. Les attentes des acteurs : quel tourisme pour quel territoire et sur la base de quelles stratégies ?**

Les résultats de ces entretiens ont été analysés sur la base des pourcentages observés afin de connaître les représentations des acteurs sur les thèmes identifiés. Le recodage ayant transformé les réponses ouvertes en réponses à choix multiples, les pourcentages totaux sont supérieurs à 100 %.

La première question posée sort du cadre des thématiques et visait à renforcer nos connaissances sur les attentes des acteurs. Les analyses précédentes ont permis une première approche de ces attentes ; il s'agit ici de les confirmer. De plus, poser une question simple en début d'entretien permet de mettre l'interviewé en confiance. Ainsi, à la question « pouvez-vous préciser vos attentes vis-à-vis des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc », 43,3 % des personnes interrogées espèrent voir des retombées en terme de développement territorial (cf fig. 69).

Nous retrouvons dans ces réponses la thématique de la diffusion spatio-temporelle (30 %) et celle de la diversification (23,3 %). La qualification est ici une attente pour 16,7 % des acteurs, mais nous verrons que si elle est peu explicitée ici, elle transparait cependant tout du long de l'entretien. 6,6 % des personnes rencontrées ne souhaitent pas plus de tourisme. Cette volonté semble paradoxale face à la volonté de créer une nouvelle offre touristique, donc d'attirer une nouvelle clientèle, ce qui peut favoriser une hausse de la fréquentation.

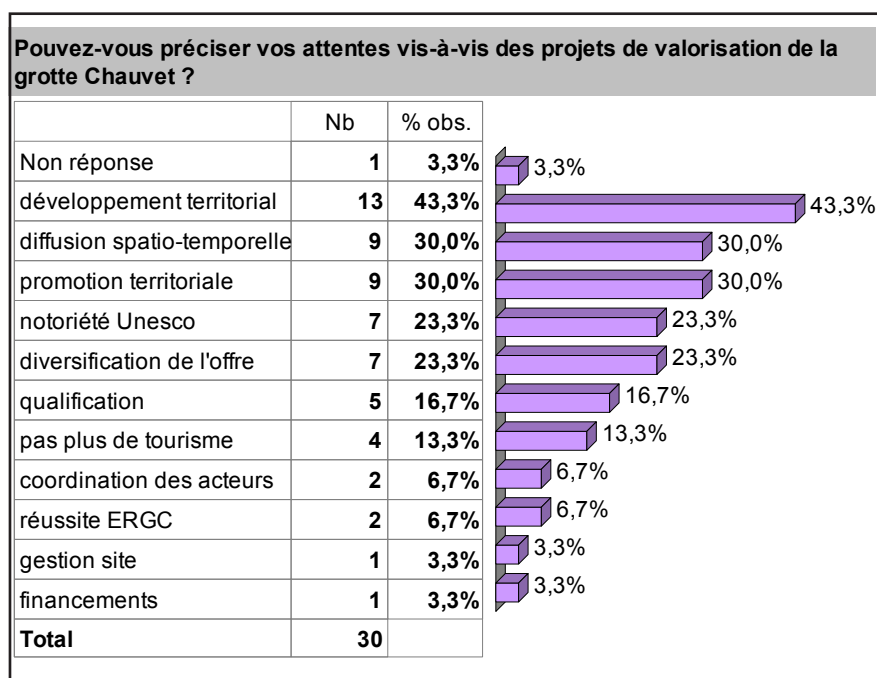


Figure 69 : précision des attentes des acteurs

C'est d'ailleurs ce que prévoient les chiffres de fréquentation avec de nouvelles arrivées estimées à 100 000 visiteurs. Les attentes en terme de développement territorial, de diffusion, de promotion territoriale, de diversification, de qualification, de diversification, questionnent la place des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (UNESCO-ERGC) dans ces potentielles dynamiques. Ce sujet sera traité tout au long de l'analyse. L'analyse croisée des réponses à cette question et de la position de l'interviewé (élu, technicien-chargé(e) de mission, directeur structure, association) montre que tous s'accordent sur l'attente en terme de développement territorial. Majoritairement, les élus souhaitent profiter de la renommée de l'inscription au patrimoine mondial pour promouvoir le territoire afin de structurer une nouvelle offre. Les attentes des directeurs des structures et des techniciens-chargé(e)s de mission ne font pas ressortir un item en particulier et pratiquement l'ensemble des réponses a été cité. Cependant, cette dernière catégorie n'a pas cité la coordination des acteurs comme une attente, alors même que leur travail de terrain demande un certain niveau de concertation et de travail en commun. Nous verrons dans la suite du développement que cette coordination est pourtant présentée comme une clé de la réussite du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Les deux associations rencontrées quant à elles, ont exprimé le souhait de développer le territoire mais sans amener plus de touristes. La répartition équilibrée des réponses selon le statut montre que le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc est présenté selon la même voix par les décideurs et qu'un consensus commun les mène à présenter les attentes associées à ce grand projet sous un même regard. Nous verrons cependant que des divergences existent entre le point de vue et la perception des enjeux associés à ce grand projet.

Afin d'examiner les notions et les concepts identifiés plus en amont, entrons maintenant plus en détail dans les thématiques étudiées.



## 5.2.1. L'évolution de l'image du territoire et de la destination : vers la diversification touristique

### 5.2.1.1. Perception de la destination par les acteurs : vers quelle nouvelle image et pourquoi la faire évoluer ?

Les acteurs rencontrés définissent leur destination à travers l'image prédominante de la ressource naturelle, support d'activités de pleine nature (73,3 %) et de pratiques ludo-sportive sur la rivière (60 %), où se mêlent l'héliotropisme (40 %) et les paysages « exceptionnels » (33,3 %) (fig. 70).

Ces paysages sont symbolisés par les figures de proue que sont les Gorges et le pont d'Arc (26,7 %).

Le camping représente également un marqueur pour 23,3 % des personnes interrogées. Pour certains des acteurs (16,7 %), la destination est déjà le support d'une offre culturelle, notamment avec les villages et le patrimoine vernaculaire, même si cette pratique est présentée comme annexe : « *en troisième niveau, mais loin derrière, le patrimoine avec essentiellement les villages de caractère* » (dir. SMERGC). Les activités culturelles sont

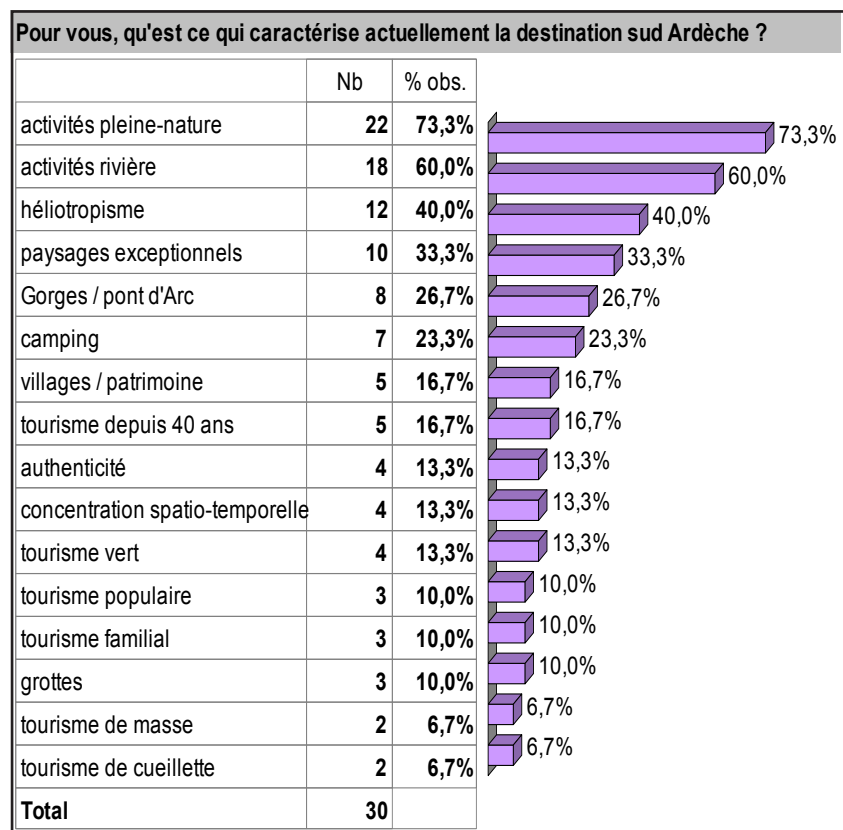


Figure 70 : l'image actuelle de la destination pour les acteurs

également perçues par les acteurs comme peu lisibles dans l'offre amont : « *par contre, une fois qu'ils sont là, les gens s'aperçoivent qu'il y a une offre culturelle, patrimoniale [...]* » (Pdt PAH Vivrais Méridional, maire Saint Vincent de Barrès). Cette citation questionne la place du patrimoine culturel sur les supports promotionnels. Elle interroge également les moteurs du choix de la destination par les touristes, choix qui semblent, selon cet acteur, ne pas se positionner sur l'offre patrimoniale. Certains relèvent des points négatifs lorsqu'ils caractérisent la destination sud Ardèche, en abordant notamment la concentration spatio-temporelle (13,3 %) et la « *saisonnalité excessive* » (dir. SYMPAM). Certains des acteurs rencontrés définissent la destination comme une destination support de tourisme de masse

(6,7 %) et populaire (10 %), générant du tourisme de cueillette (6,7 %) limitant les retombées économiques : « un tourisme familial, pas très bon marché et qui est essentiellement axé sur l'utilisation gratuite du milieu naturel » (chargé de mission GPRA - SMERGC). Ce regard porté sur la population touristique renvoie aux questionnements quant à l'aspect « dépassé » de la population touristique actuelle qui ne semble plus correspondre aux attentes des acteurs et à la nouvelle image qu'ils souhaitent donner à leur territoire. Les acteurs considèrent dès lors qu'il y aurait de mauvais et de bons touristes, des visiteurs valorisant pour la destination et d'autres qui donnent une image de « touristes beaufs » (animatrice TACT Ardèche Plein Sud). Cette représentation de la population touristique actuelle semble plus s'appuyer sur des a priori que sur des faits : les enquêtes de fréquentation menées par l'ADT (encadré x, p. x) montrent que 40,8 % des visiteurs de l'Ardèche relèvent d'une catégorie socio-professionnelle aisée ou intermédiaire. Compte tenu de cette perception, se pose dès lors la question de l'image que les acteurs souhaitent donner à leur territoire.

Avant de questionner les personnes rencontrées sur ce que devrait être cette nouvelle image, nous les avons interrogées sur ce qu'est pour eux une « image touristique ». Au vu de l'aspect conceptuel de la question « comment définissez-vous la notion « d'image touristique » ? », le choix a été fait de ne la poser qu'aux acteurs qui ont paru les plus « ouverts » à l'entretien et dont l'agenda limitait la contrainte de temps accordé. Le taux de non réponse est de 30 %, soit neuf personnes (fig. 71). Ce choix arbitraire limite l'analyse générale de ce que peut être une « image touristique » pour les acteurs du territoire, mais permet cependant d'avoir une approche de leur définition de ce concept.

L'image touristique est présentée comme découlant de la perception des visiteurs et des *aprioris* que ceux-ci portent sur le territoire touristique (46,7 %) : « c'est dans notre inconscient, quand on parle d'un territoire, d'une situation géographique, quand tu te dis "tiens, à cet endroit là je vais avoir chaud, je vais avoir froid, je vais pouvoir me faire bronzer, faire de la randonnée, voir des grandes forêts" » (maire de Vallon-Pont-d'Arc). Elle fait écho au domaine des représentations : « c'est ce qui

est dans l'imaginaire collectif, quelque chose qui n'est pas forcément très palpable, [...], c'est la pluie en Bretagne » (dir. SGGA). Les perceptions de la destination par la population touristique, leurs attentes, sont construites en partie sur les services proposés, aussi bien en termes d'hébergement et de loisirs, mais aussi sur la promotion qui est faite du territoire et des ressources

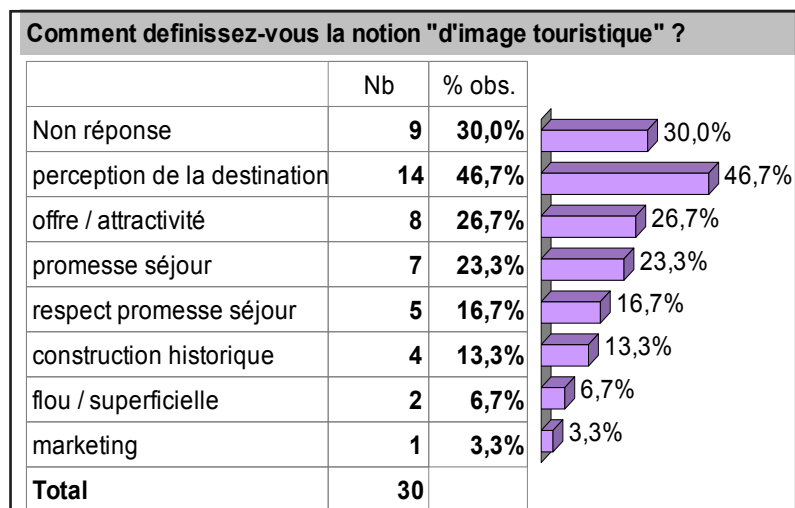
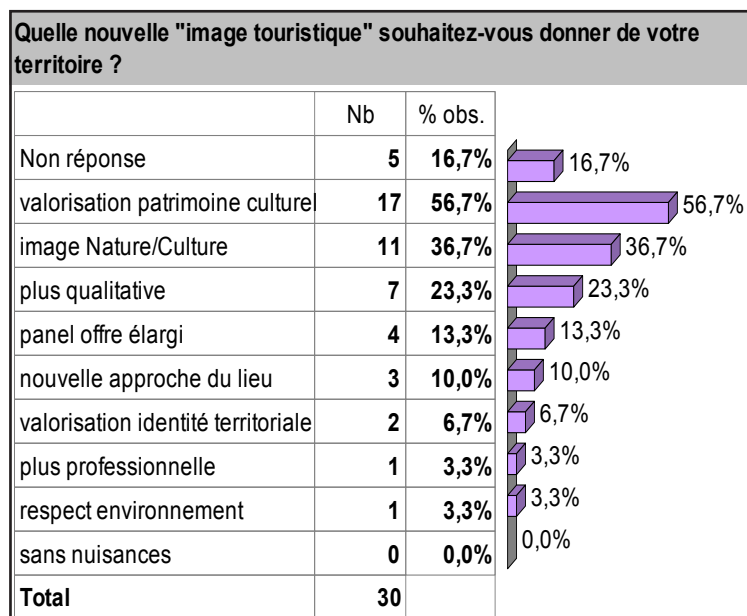


Figure 71 : définition du concept d'image touristique pour les acteurs

valorisées. Les acteurs rencontrés lors des entretiens considèrent à 26,7 % que l'image touristique se construit à partir de l'offre et de l'attractivité du territoire : « *c'est ce que je vais pouvoir trouver sur un territoire en terme d'hébergement, de restauration, de services touristiques, de prestations touristiques* » (dir. SMERGC). Pour les acteurs, l'image touristique, c'est la promesse d'un séjour (23,3 %), c'est ce qui est vendu aux visiteurs potentiels, promotion qui nourrit en retour l'imaginaire de ces derniers. Cette promesse séjour doit être respectée (16,7%) et correspondre aux réalités territoriales : « *il faut qu'elle soit la plus fidèle possible à son territoire et pas vendre du rêve uniquement, pas vendre une image faussée* » (chargée de mission OGS).

La construction historique de l'image touristique (13,3 %) est pour eux le résultat de trois facteurs : la perception de la destination, les services mis à disposition et la promotion qui en est faite. Elle est issue d'une construction sociale et sociétale. Mais alors, quelle « nouvelle image touristique » les acteurs souhaitent-ils donner à leur territoire ?



Pour 56,7% des personnes rencontrées (fig. 72), le souhait est tourné vers la construction d'une nouvelle image grâce à la valorisation du patrimoine culturel. Cette volonté de rendre plus patrimoniale et culturelle l'image de l'Ardèche, renvoie à la critique vis-à-vis du tourisme actuel : « *un éclairage plus culturel, et qui dit culturel dit un peu plus qualitatif -et ce n'est pas péjoratif-, un peu moins farniente, dit curiosité de la part des visiteurs* » (dir. SGGA).

Cette citation sous-entend que les actuels touristes fréquentant le territoire et pratiquant, entre autres, le canoë-kayak ne sont pas curieux. Cependant les animations proposées par le SGGA à des fins de découverte de la faune, de la flore et des différents patrimoines de la Réserve Naturelle sont un succès, avec la participation de nombreux touristes. Le rapport et la perception du tourisme culturel comme étant un « meilleur » tourisme que le tourisme de nature est perceptible tout du long des entretiens et sera traité à la fin de ce chapitre (cf *infra* p. x).

Les acteurs souhaitent également donner à leur territoire une image touristique basée sur la complémentarité entre les valeurs naturelles et culturelles (36,7 %) : « *c'est bien effectivement l'association des deux, [...] on sait qu'il n'y a pas d'opposition entre nature et culture, ça c'est un point extrêmement important et qui justifie aussi qu'on puisse surimposer deux types d'image* » (dir. ingénierie/développement - ADT). La volonté d'association est

justifiée par le souhait de mettre en place une offre élargie (13,3 %) : « *donc voilà, une image plus diversifiée, respectueuse de l'identité du territoire, plus patrimoniale, plus culturelle, tout en conservant le fait que l'on vient en Ardèche aussi pour le paysage, la nature, le repos.* » (chargé mission développement territorial - SMERGC). Cette complémentarité fait office de slogan et de ligne de conduite pour les décideurs : « *on ne va pas faire table rase de l'existant, tous les acteurs sont d'accord pour dire on garde notre côté nature, sport de plein air et on va essayer d'y attacher une composante culturelle et patrimoniale* » (conservatrice Cité de la préhistoire). Cet affichage peut être perçu comme un moyen d'assurer un consensus autour d'une nouvelle offre touristique décidée par le département. Cette volonté de complémentarité souligne également la nécessité de conserver le tourisme historique central dans le fonctionnement du territoire : « *c'est une image mixte qu'il faut qu'on ait, il ne faut pas renier ce qui fait la force de ce territoire, ça restera ancré* » (dir. SMERGC).

Nous avons vu dans le chapitre 4 que certaines démarches engagées visent aussi bien à la création d'une offre « culturelle » qu'à la qualification de l'offre sport – nature – plein-air. De fait, la superposition des deux images permet de légitimer la réorganisation de l'offre environnementale.

Les acteurs souhaitent également une image d'une qualité supérieure (23,3 %) : il s'agit de faire évoluer l'image de la destination pour assurer des retombées perçues comme étant plus positives pour le territoire, notamment grâce à une fréquentation touristique plus « haut de gamme » : « *Ce touriste est demandeur d'hôtellerie, ou gîte / chambre d'hôte, c'est un touriste plus passager, il reste moins longtemps mais il a une valeur ajoutée très forte car le tourisme culturel est de qualité surtout à partir de l'exception Chauvet.* » (Pdt SMERGC).

Les acteurs souhaitent donc donner au territoire ardéchois une image touristique où se mêle la valorisation des ressources naturelles et culturelles pour une destination et une fréquentation de qualité. Mais pourquoi souhaitent-ils tant faire évoluer l'image de leur destination ?

Une majorité relative d'acteurs (46,7 %) considère que la concentration spatio-temporelle du tourisme est la principale limite d'une image et d'une offre touristique basées sur la valorisation de la ressource environnementale (fig. 73). Les acteurs perçoivent négativement cette concentration qu'ils jugent source de nuisances : « *il faudrait se mettre à avoir un tourisme un peu moins massif et plus étalé dans l'année pour que ce soit moins de nuisances* » (chargée mission UNESCO).

Mais pour autant, faire évoluer et diversifier l'offre suffira-t-il à assurer une fréquentation sur les territoires aujourd'hui peu fréquentés ? Mettre en place une image et une offre basée sur la ressource culturelle permettra-t-il d'assurer une fréquentation pendant les périodes creuses ? La capacité de ces territoires à devenir attractifs interroge alors qu'ils souffrent jusqu'aujourd'hui d'un déficit de notoriété, notamment durant les périodes hivernales. Cette question sera plus précisément étudiée dans la partie de l'entretien qui porte sur la volonté de diffuser spatio-temporellement la fréquentation.

La seconde critique principale émise vis-à-vis de l'offre actuelle est celle du peu de plus-value que représente l'activité (40 %). Cette perception du tourisme actuel comme un tourisme aux retombées limitées est basée le type de clientèle venant sur le territoire et par les modalités de l'offre basée sur la ressource environnementale

: « on a fait dans la facilité,

avec une clientèle peu fortunée et une utilisation gratuite du canyon » (psdt SGGA). Cela renvoie à la perception d'un tourisme populaire engendrant peu de dépenses, si ce n'est dans les campings : « c'est la consommation touristique d'été avec des vacances à peu de frais » (vice pdt Conseil départemental / vice pdt SMERGC). Cette perception relève principalement d'une idée pré-conçue : le prix de la location d'un mobile-home dans un camping vallonnais représente tout de même un budget conséquent. Il peut varier de 500 à 1000 euros la semaine selon les campings !

Pour les acteurs, le tourisme estival basé sur la ressource environnementale a un coût plus élevé que les retombées : « les campings dont la valeur ajoutée pour le territoire reste très limitée par rapport à ses besoins en matière d'eau, d'assainissement, ça coûte plus cher pour la collectivité que ce que ça rapporte » (Pdt SMERGC). Par contraste, ces représentations renvoient à la perception du tourisme culturel comme un tourisme à forte valeur ajoutée, aussi bien économiquement que socialement : « c'est plus sain, plus rationnel et plus humain de dire que la culture est plus importante que la nature. Quelque part ça participe à une envie de mobilité sociale » (dir. PNR).

Pour d'autres, l'image actuelle est devenue insuffisante car elle est peu concurrentielle (10 %) : « l'offre touristique et l'offre en général est d'une grande banalité à l'échelon national et européen. Il faut arriver à se distinguer, faut déterminer un atout particulier » (chargé mission GPRA). Elle a tendance à s'essouffler (10 %) en ne correspondant plus aux attentes de la population touristique. La critique de la mono-activité est partagée par 23,3 % des personnes rencontrées : « et les gens sont plus exigeants qu'à une époque où une activité leur suffisait, aujourd'hui il en faut pour tous les goûts » (dir. CC des gorges de l'Ardèche). L'image actuelle de la destination n'est plus suffisante car elle ne convient plus (33,3 %). Elle est présentée comme passée de mode mais surtout, comme ne correspondant pas au nouveau tourisme et à la nouvelle image que les acteurs souhaitent donner à leur territoire : « parce que je pense que ce n'est pas la mode ce mode de tourisme là, la tendance elle est plutôt à un tourisme haut de

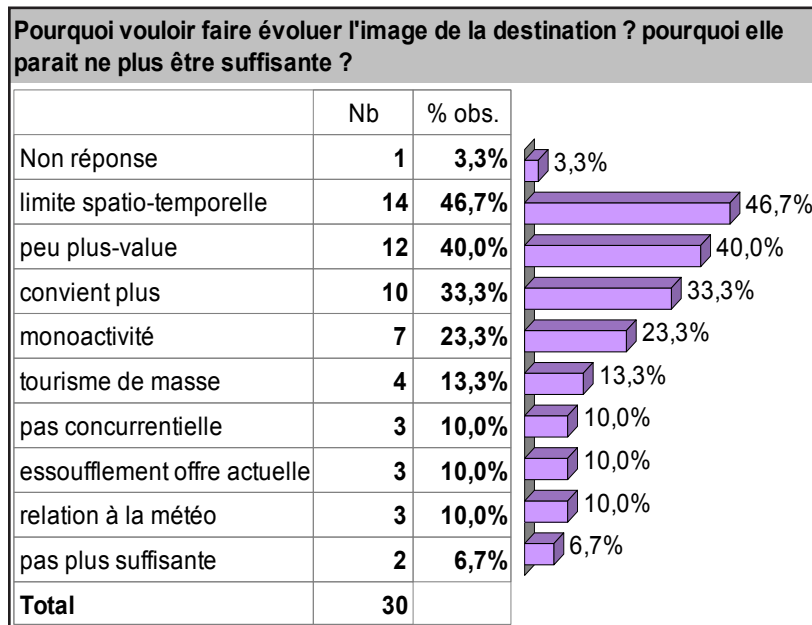


Figure 73 : perception des limites de l'offre actuelle par les acteurs



gamme etc... ce n'est pas super valorisant dans toutes les instances, c'est peut être pas trop valorisant pour l'UNESCO non plus, voilà, ce n'est pas valorisant » (dir. SGGA).

Le tourisme sport – nature – plein-air est perçu comme une forme de tourisme critiquable, porteuse de peu de retombées, source de nuisances, et vectrice d'une image négative aujourd'hui dépassée. Cette perception s'inscrit dans un courant de pensée qui cherche à mettre en avant le tourisme culturel en le désignant comme une forme de tourisme durable : « les institutions culturelles locales nationales ou internationales, qui dénoncent les méfaits du tourisme de masse, considèrent en effet le tourisme culturel comme une forme de tourisme indolore, distinguée et respectueuse des sites et des populations » (Cousin, 2008, p. 42). Ainsi, le tourisme culturel est perçu comme un « bon tourisme » valorisant pour l'image d'un territoire et par extension, pouvant répondre aux exigences du comité du patrimoine mondial en terme de développement durable et de gestion des impacts associés à la fréquentation touristique.

Sur la base de ce constat, nous avons cherché à analyser les biais par lesquels les acteurs envisagent de faire évoluer cette image touristique.

#### 5.2.1.2. Pour une évolution de l'image touristique : coordination des acteurs autour des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc

30 % des personnes rencontrées estiment que pour faire évoluer l'image de la destination il faut saisir les opportunités que représentent l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial et la construction de l'espace de restitution (fig. 74) : « il y a la valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, l'ouverture de l'ERGC va jouer énormément sur ça, l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial va être un accélérateur de l'évolution de cette image » (dir. SMERGC).

Cette perception de l'inscription sur la liste du patrimoine mondial d'un bien comme vectrice d'une image patrimoniale qualitative n'est pas propre aux acteurs sud ardéchois. L'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial est identifiée par les acteurs, mais aussi par les populations locales et touristiques, comme une « plus-value » de la destination (Filloz, Colomb, 2011), notamment dans les pays occidentaux. Le Comité du patrimoine

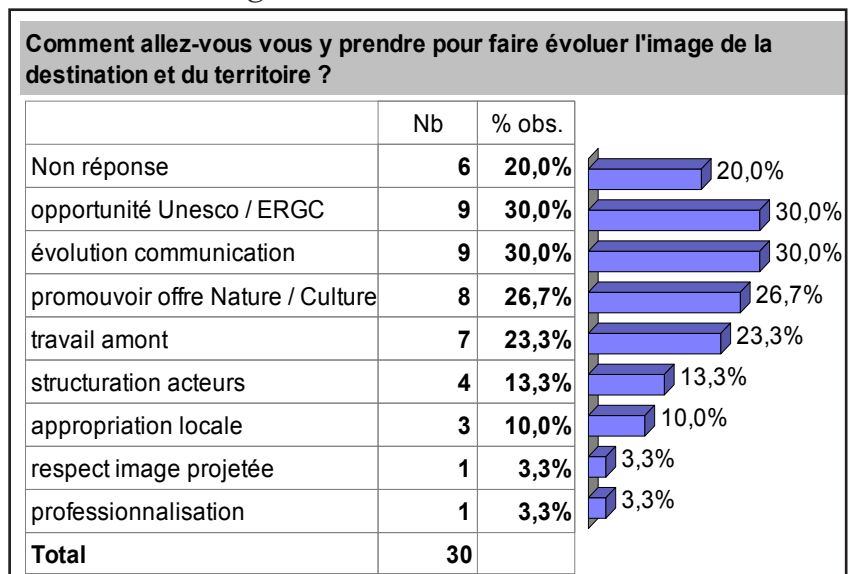


Figure 74 : actions pour faire évoluer l'image de la destination

mondial, après l'évaluation de l'authenticité et de l'intégrité du site, identifie le bien comme étant d'une Valeur Universelle Exceptionnelle. Cette élection, à l'instar de tout processus de labellisation, établit ainsi une différence entre les sites labellisés et ceux qui ne le sont pas. Le label symbolise le lieu, lui confère qualité et prestige. Nous pouvons même aller jusqu'à dire que la reconnaissance du Comité du patrimoine mondial sacralise le lieu, le site inscrit et « *la délimitation de la zone « élue » institue de facto un dedans et un dehors produisant une altérité nouvelle et induisant de nouvelles formes de rapports et d'échanges par rapport à une périphérie demeurée, elle, dans son statut de territoire ordinaire* » (Brochot, 2008, p.1). Les périmètres incluant le site inscrit sont dès lors reconnus comme une portion d'espace « à part », sacré, de valeur supérieure au reste du territoire profane. Cette sacralisation participe en retour à l'exceptionnalité des lieux reconnus comme patrimoine mondial.

En tant que reconnaissance de qualité(s), l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial peut intervenir dans les motivations touristiques : ainsi « *pour les touristes, la reconnaissance qui accompagne l'inscription à la prestigieuse Liste du patrimoine mondial, assure que ce site témoigne d'une situation exceptionnelle, pour la conservation de ressources rares, pour sa beauté, pour sa signification dans l'histoire humaine ou naturelle* » (Marcotte, Bourdeau, 2010, p.272). L'aspect attractif de l'inscription est très présent dans le discours des acteurs rencontrés : « *le côté label touristique qui fait qu'on est plus facilement référencé par les tours opérateurs, le fait que ce soit un label qui est très connu aussi. Quand les touristes apprennent que dans le coin où ils sont en vacances il y a quelque chose d'inscrit au patrimoine mondial ils font le déplacement pour aller le voir* » (chargée mission UNESCO). Ce propos doit cependant être nuancé : lors des enquêtes menées auprès de la population touristique dans le cadre de la thèse (cf encadré X, p. X), la question « est-ce que le fait qu'un site soit inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO est une motivation pour aller le visiter » a été posée aux 319 touristes interrogés. Les réponses montrent que 30,7 % approuvent le fait que la reconnaissance d'un site par l'UNESCO favorise leur choix de visite. À *contrario*, 69,3 % ont répondu que non, l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial n'entre pas en compte dans leur décision. Le chapitre 6 permettra de questionner les réels impacts d'une telle inscription.

Dans le cadre de notre terrain d'étude, nous avons vu que la reconnaissance de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc en tant que patrimoine mondial ne pouvait être dissociée de la réalisation de sa réplique, la Caverne du pont d'Arc qui offre à voir ce patrimoine invisible : « *on aura l'UNESCO parce qu'on aura l'ERGC* » (vice pdt Conseil départemental / vice pdt SMERGC). Pour les acteurs, l'espace de restitution participe intégralement à l'évolution de l'image touristique en tant que « *site touristique d'une extrême envergure avec une notoriété importante* » (chargé mission GPRA), notoriété on l'a vu, associée en partie au « label » UNESCO. L'ouverture de l'ERGC est présentée comme le déclencheur potentiel de cette nouvelle image : « *quand l'ERGC ouvre, qu'on ne dise pas seulement "ah, ça y est, l'ERGC ouvre ses portes" mais "tiens une nouvelle Ardèche touristique est née"* » (dir. SYMPAM). Le fac-similé est perçu, tout comme l'inscription sur la liste du patrimoine mondial, comme un atout déclencheur favorisant l'émergence d'une nouvelle image de la destination.

Pour assurer une évolution de l'image, 30 % des personnes rencontrées lors des entretiens ont répondu que l'évolution de la communication est indispensable. Cette communication peut passer par des stratégies marketing générales : « on a une offre touristique très importante et il faut éditer des guides touristiques et faire de la promotion » (animatrice TACT Ardèche Plein Sud) ; mais aussi par des stratégies marketing ciblées à partir de l'ERGC : « toute personne qui cherche à se renseigner sur l'ERGC tombe directement sur l'autre offre globale qu'a l'Ardèche à proposer » (chargée de mission UNESCO). Pour assurer un changement, certains souhaitent que l'image ait évolué avant l'ouverture de l'ERGC : « il faut que l'ERGC arrive dans un territoire où l'image a déjà changé » (dir. CC gorges de l'Ardèche). Ceci questionne les processus et la dynamique de la promotion qui doit être menée : « mais on finalise le produit avant l'image ou on commence à changer l'image même si le produit n'est pas complètement prêt ? » (dir. SYMPAM). Concernant le sud Ardèche, la candidature de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc à l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial a été l'objet



**Figure 75 : Mise en avant de la démarche de labellisation Unesco de la grotte Chauvet dans la signalétique locale**

1 / Un panneau annonçant la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc a été installé dès 2011 sur tous les panneaux d'entrée de la ville de Vallon-Pont-d'Arc (photo Ch. Malgat, mars 2012)

2/ Suite à l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial, plusieurs affiches ont été installées sur le territoire. Ici, celle apposée sur la mairie de Saint-Remèze (photo Ch Malgat, avril 2015)

d'une large médiatisation, notamment sur le territoire Vallonnais (fig. 75).

De nombreux autres candidatures au patrimoine mondial sont chaque semaines promues et ce, même si le bien n'est pas inscrit sur la liste indicative. Des plages du débarquement en Normandie aux toits de Paris, la volonté de présenter un bien au Comité du patrimoine mondial est appropriée comme une démarche à mettre en avant dans la communication territoriale. De fait, la candidature en elle-même participe à la promotion d'une nouvelle image touristique et territoriale.

La candidature en elle-même est perçue par les acteurs du territoire comme un élément déclencheur d'une nouvelle image touristique et territoriale. Ceci renvoie à la perception de l'inscription sur la liste du patrimoine mondial comme un label valorisant une image de qualité. L'inscription UNESCO serait alors le support d'une image de qualité différenciatrice dont de très nombreux territoires aimeraient bien profiter : « *la volonté de se démarquer, des visées de développement économique et d'affirmation touristique, de création d'une nouvelle image de marque, peuvent aussi expliquer dans un premier temps cette véritable course dans laquelle entrent les responsables locaux pour promouvoir et soutenir l'inscription de sites patrimoniaux situés sur leur territoire* » (Gravari-Barbas, Jacquot, 2009, p. 2). La communication paraît être un élément déclencheur favorisant la promotion d'une nouvelle image touristique, que ce soit grâce à une candidature ou à l'inscription en tant que telle : « *c'est là où la candidature UNESCO peut faire beaucoup pour le territoire, c'est que d'un coup on a une exposition médiatique très forte, c'est un instant T* » (chargée de mission UNESCO).

Pour une partie des acteurs rencontrés (26,7 %) la promotion ne doit pas se limiter aux seuls projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc mais doit présenter tout un panel d'offre touristique autour des éléments patrimoniaux du territoire, qu'ils soient culturels ou naturels. La volonté de mettre en place une offre culturelle qui se combine à l'offre nature déjà en place sur le territoire est de nouveau exprimée : « *ça veut dire qu'il faut maintenir l'image existante tout en lui imposant un nouvel élément qui va venir non pas en concurrence mais en complémentarité. C'est une vraie difficulté parce que le risque serait de vouloir basculer d'un système à un autre et on a bien vu qu'il faut conserver ce qui a fait notre force et le développement touristique en 40 ans qui génère 1,8 million de nuitées et donc il faut vraiment y aller par pallier mais ça veut dire un gros travail en matière de promotion de communication, relation de presse et au-delà de la promotion et de la communication qui sont des éléments visibles* » (dir. ingénierie/développement ADT). Tout en introduisant une nouvelle offre, ils cherchent donc à « *faire le lien entre la nature et le culturel qui paraît indispensable* » (dir. SGGA).

Mais la promotion ne fait pas tout, encore faut-il pouvoir mettre en place une offre structurée pour assurer une fréquentation qui ne se cantonne pas à la visite de la Caverne du pont d'Arc. Le travail amont de préparation du territoire est évoqué par 23,3 % des personnes interrogées : « *pour la faire évoluer vers une image mixte il faut que les prestations proposées évoluent dans le domaine de l'hébergement, de la restauration, il faut des liens avec la population et l'agriculture notamment et dans le domaine des prestations culturelles* » (dir. SMERGC). Cette préparation du territoire et l'adaptation de son fonctionnement à la nouvelle destination souhaitée et promue montrent la volonté d'évolution générale, que ce soit au niveau des offres de loisirs ou des services.

Pour mettre en place une image et une offre cohérente, la structuration des acteurs est mentionnée par 13,3 % des acteurs rencontrés. Ceux-ci souhaitent « *que tout le monde communique sur la même image* » (dir. Grand Site de France Aven d'Orgnac) grâce à « *une organisation collective* » (chargé mission GPRA). Il s'agit de mettre en place « *une relation*



*où on travaille ensemble pour monter un objet et le faire monter en qualité* » (sous préfet de Largentière). Pour ajouter à cette cohérence, mais aussi pour tendre vers un consensus dans la promotion de l'image d'un « territoire unifié » autour de ce projet, l'appropriation de cette image par les prestataires locaux est souhaitée par 10% des acteurs interrogés. Pour eux, « *en terme d'image, les gros campings communiquent plus que les offices de tourisme* » (dir. Grand Site de France Aven Orgnac) et participent pleinement à la promotion du territoire et de la destination. Cette appropriation locale de la nouvelle image n'est pas propre aux seuls acteurs économiques : « *petit à petit, le territoire évolue, les résidents s'approprient ces nouveaux éléments de l'offre et sont vecteurs d'un nouveau message, d'un nouveau bouche à oreille* » (chargé de mission développement territorial - SMERGC). La population locale et les acteurs économiques sont ici perçus comme devant jouer le rôle d'ambassadeurs de la nouvelle image, à condition qu'ils s'approprient les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. La suite du chapitre montrera les difficultés que rencontrent les acteurs pour faire adhérer la population locale à ces stratégies.

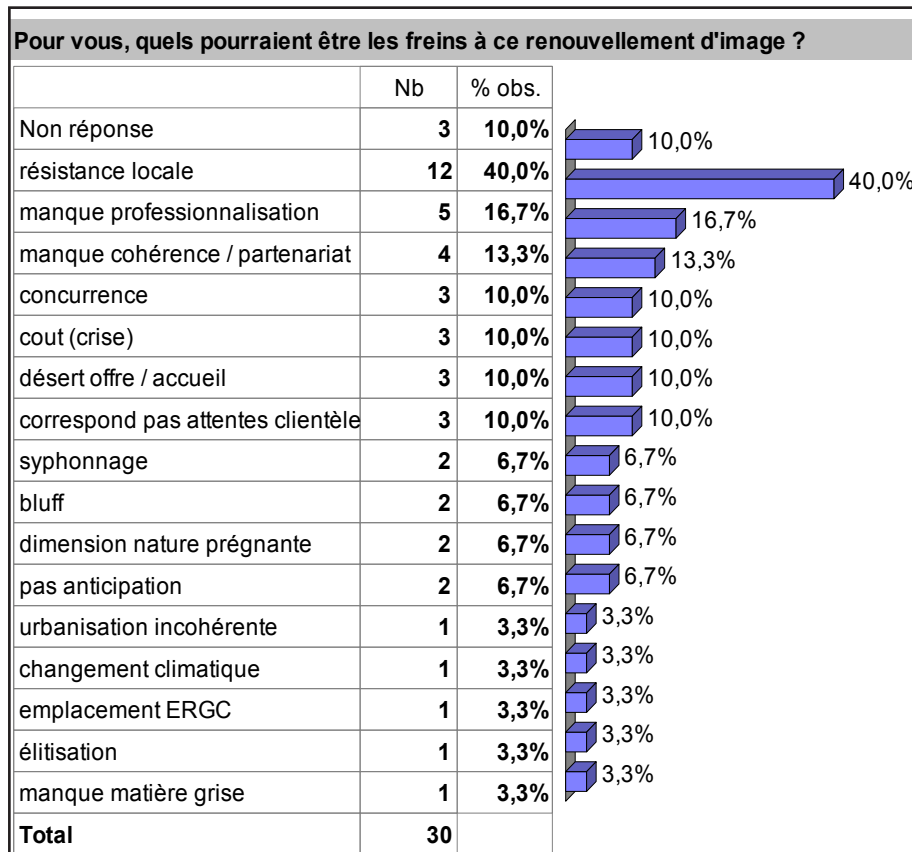
Au final, les acteurs interrogés perçoivent ces démarches d'envergure (inscription UNESCO - ouverture de la Caverne du pont d'Arc) comme favorisant l'émergence d'une nouvelle offre pour une nouvelle fréquentation. A partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les acteurs cherchent à faire évoluer l'ensemble de leur territoire. Nous avons vu dans le chapitre 4 que les stratégies mises en place cherchent à faire évoluer l'image du territoire afin d'assurer la mise en place d'une nouvelle offre. Que ce soit à travers la démarche du Contrat de Projet Etat-Région finançant la valorisation des 34 sites culturels, les démarches ponctuelles telles que la création de Muséal (Alba-la-Romaine) ou encore la rénovation de la Cité de la Préhistoire (grand site de France de l'Aven d'Orgnac), les acteurs du territoire cherchent à répondre à leurs attentes en terme d'évolution de l'offre et de l'image touristique en valorisant le patrimoine culturel selon le principe du continuum historique. Si cette notion légitime la valorisation d'un large panel de patrimoines sur l'ensemble du territoire, elle peut également donner un côté disparate à la destination. Lors des entretiens, certains acteurs avouaient en aparté que « *la lisibilité de l'offre, je le dis souvent, je trouve que c'est un peu compliqué, ça part dans tous les sens, l'essentiel est souvent noyé* » (dir. SGGGA). Au final, la volonté d'assurer une offre culturelle construite sur un patrimoine hétéroclite n'est-elle pas un frein à la structuration d'une offre cohérente ? La crainte « *qu'on ait la tête de gondole mais pas le reste des éléments d'offre susceptibles de générer des séjours* » (dir. de l'ingénierie et du développement touristique, ADT), ne mène-t-elle pas les acteurs à penser leur destination comme un catalogue hybride au risque de rendre illisible l'offre touristique du territoire ? A ces considérations s'ajoutent les freins cités par les acteurs.

Pour 40% des acteurs rencontrés, les freins sont surtout de l'ordre de la résistance locale (fig. 76). Le chapitre 4 a déjà montré que les blocages locaux sont réels sur le territoire. La professionnalisation des acteurs *via* des formations visant à les faire adhérer au projet ne



semble pas limiter les craintes des porteurs de projet quant à l'adhésion des prestataires locaux. Ce sentiment de blocage est principalement perçu par les élus et par les porteurs du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Selon eux, il existe une « *contestation de la nouvelle image par les habitants et les acteurs touristiques* » (dir. SYMPAM). Pour certains, il s'agit surtout de « *l'immobilisme de certains acteurs qui n'y ont pas forcément intérêt et que ça dérange la nouvelle activité touristique qu'on veut mettre en place* » (dir. SMERGC). De leur côté,

les associations locales se



disent prêtes à faire des efforts, mais critiquent la façon dont sont conduits les projets : « *on veut bien faire des concessions, on en a déjà fait à d'autres niveaux, on en fera plus. [...] Je pense qu'il y a un manque d'expérience et un manque de professionnalisation des gens qui font ça.* » (psdt association des loueurs, vice-président association AHCP). Encore une fois, le manque de communication et le braquage de chacune des parties prenantes sur

Figure 76 : les freins à l'évolution de l'image selon les acteurs

leur position créé une méfiance réciproque conduisant à la co-construction d'une limite qui pourrait cependant être dépassée.

Malgré les démarches visant à professionnaliser les acteurs, 16,7 % des acteurs interrogés estiment que le manque de professionnalisation reste un frein à l'évolution de l'image et de l'offre : « *les professionnels du tourisme qui sont très souvent des professionnels qui connaissent peu l'Ardèche et qui sont là pour faire de l'argent* » (psdt SMERGC). Là encore, les perceptions négatives vis-à-vis des prestataires locaux tendent à entériner une limite qui pourrait pourtant être dépassée. A ces limites concernant l'adhésion locale et le manque de professionnalisation s'ajoute le manque de cohérence et de partenariat entre les acteurs pour 13,3 % des personnes interrogées. Si des partenariats multiscales ont été mis en place, la crainte d'un manque de cohérence entre les parties prenantes persiste : « *absence de concertation, que tout le monde n'adhère pas à la nouvelle communication* » (dir. grand site de France Aven d'Orgnac). Ce manque de cohérence et de partenariat est-il inhérent aux difficultés rencontrées pour faire accepter le projet aux prestataires locaux ? A

ces freins identifiés s'ajoute la crainte associée à une concurrence, aussi bien avec les autres sites pariétaux (vallée de la Vézère) que la concurrence interne : *«il y a une vraie réalité que la concurrence de l'ERGC peut entraîner la disparition de certains sites qui ont du mal à s'adapter»* (chargé de mission développement territorial, SMERGC). Malgré l'important dispositif mis en place pour diversifier l'offre (chapitre 4), 10 % des acteurs craignent que l'offre ne soit pas assez organisée et présente pour assurer la cohérence de la destination. Le frein identifié est *«de faire n'importe quoi n'importe où, de profiter du rayonnement de la grotte mais pas de façon intelligente, pas en accord avec l'image culturelle de l'Ardèche»* (Animatrice ALP). Encore faut-il identifier l'image culturelle de l'Ardèche : nous avons vu dans le chapitre 4 le large éventail des types de patrimoines mis en valeur. Cet élargissement à plusieurs thématiques patrimoniales certifie le fait que les acteurs eux mêmes ne réussissent pas à identifier une ligne identitaire de leur patrimoine. Et si les acteurs cherchent à mettre en place une offre renouvelée pour répondre aux attentes d'une nouvelle clientèle potentielle, 10 % des personnes rencontrées appréhendent le fait que cette nouvelle offre ne soit pas adaptée. Cette crainte questionne quant aux réflexions amont qui ont été menées et qui ont conduit aux choix effectués dans la structuration d'une nouvelle offre. Nous avons vu plus haut que la valorisation du patrimoine culturel est pensée comme un moyen pour répondre aux exigences et aux attentes d'une nouvelle clientèle culturelle associée à la Caverne du Pont d'Arc et à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Or, certains acteurs, s'ils sont certes minoritaires, craignent cependant qu'il y ait un décalage entre les attentes réelles et l'offre.

L'analyse de la seconde thématique abordée lors des entretiens démontre que ces attentes en terme d'évolution de l'image et de diversification de l'offre ont pour objectif la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation.

### **5.2.2. La diffusion spatio-temporelle de la fréquentation : d'un espace touristique Chauvet-Pont-d'Arc à une destination Ardèche**

Nous avons vu que 30 % des acteurs rencontrés souhaitent la diffusion de la fréquentation à partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Cette diffusion souhaitée joue aussi bien sur le registre spatial : *« en tirer parti pour inciter les personnes à venir sur un territoire excentré »* (dir. PNR) que temporel : *« étaler un peu la saison, la faire moins intense en été et l'étaler sur les ailes de saison, c'est le vœu pieux »* (animatrice TACT Ardèche Plein Sud). Cette volonté de diffusion est sous-jacente à la perception de la surfréquentation du territoire vallonais : *« on a un tourisme de masse, c'est un constat surtout sur le sud Ardèche, la plus-value que peut apporter effectivement cet ERGC et le classement UNESCO, peut être une plus-value par rapport à ça »* (chargé mission aménagement du territoire - CCI Ardèche). La « surfréquentation » est, on l'a vu, une des critiques émises quant au tourisme sud ardéchois (chapitre 2). Mais comment définissent-ils la surfréquentation et comment faire pour diffuser le tourisme ?

### 5.2.2.1. Définition de la surfréquentation par les acteurs et modalités de diffusion

Nous avons vu dans les chapitres 1 et 2 que la surfréquentation est une perception des impacts que peut générer une fréquentation qui serait « excessive ». Une surfréquentation suggérerait qu'il existe un seuil au delà duquel la fréquentation est source de dommages pour le territoire et le fonctionnement de la destination. A partir de quand les acteurs parlent-ils de surfréquentation ?

Pour l'essentiel des personnes rencontrées, les problèmes de déplacement et le stationnement difficile (63,3 %) (fig. 77) sont un des marqueurs de la surfréquentation : « *il y a des seuils visibles : quand pour faire Ruoms-Vallon tu mets une heure<sup>55</sup>, la saturation du réseau routier est la partie la plus visible* » (dir. SYMPAM).

Pour eux, la surfréquentation « *se matérialise assez généralement quand les infrastructures sont saturées, que ce soit les infrastructures routières, de parking, sites touristiques* » (dir. ingénierie/développement ADT).

La question de la saturation des sites d'accueil et de visites est aussi, pour plus de la moitié des acteurs rencontrés (53,3 %), un des stigmates d'une fréquentation perçue comme excessive. La surfréquentation « *c'est quand on sature, c'est à dire que les locations de canoë sont pleines, qu'il y a plus de place pour aller se baigner, qu'on peut plus circuler, accéder normalement aux commerces* » (dir. CC gorges de l'Ardèche) et « *quand on ne trouve pas de table pour boire un café* » (dir. CERP). La saturation des sites et du territoire fait parfois écho à des problèmes de sécurité : « *avec les gendarmes dans Vallon, les soirs de marchés nocturnes, on s'est déjà dit « et là, s'il y a un pépin, on fait comment ? »* » (maire de Vallon-Pont-d'Arc). La caractérisation de la surfréquentation en tant que vectrice de problèmes structureaux renvoie à la saturation du territoire, identifiée dans le chapitre 1 comme une des caractéristiques justifiant

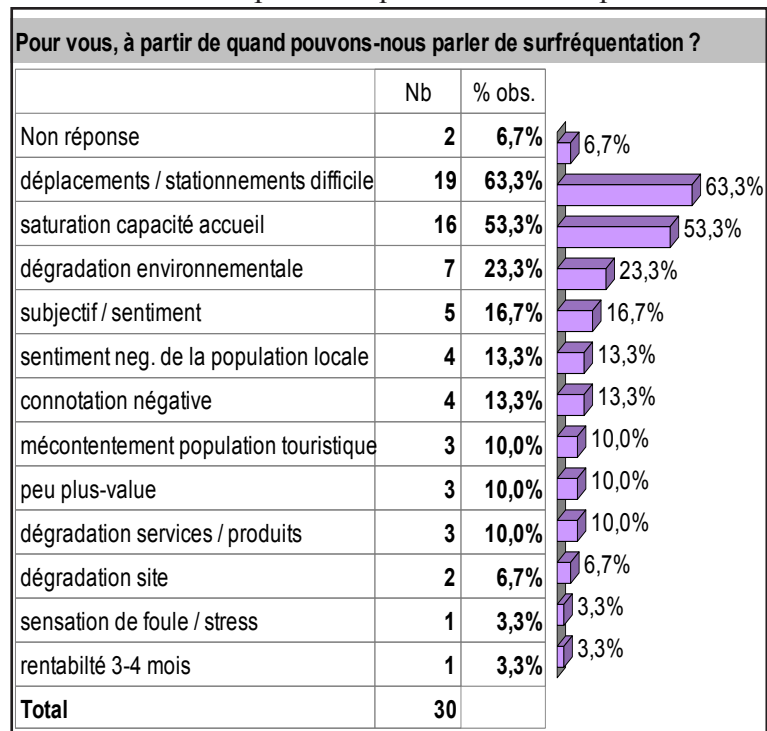


Figure 77 : définition de la surfréquentation par les acteurs

55 les calculs d'itinéraire du site internet Michelin estiment ce trajet à 12 minutes (<http://www.viamichelin.fr/web/Itinéraires>)

l'antagonisme perçu entre quantité et qualité. Ces questions de flux et d'engorgement des infrastructures renvoient à la notion de capacité de charge, ici fonctionnelle, et questionne la limite du nombre de touristes que la destination peut accueillir. Cette interrogation quant à l'existence d'un point de saturation à partir duquel il serait question d'une surfréquentation sera traitée plus en détail dans le chapitre 6.

Les acteurs rencontrés estiment également pour près d'un tiers que la surfréquentation est identifiable *via* les impacts causés sur l'environnement (23,3 %) et des dégradations engendrées sur les sites naturels (6,7 %). Ces impacts environnementaux sont souvent perçus comme relevant de l'ordre de la pollution : « *je pense à la qualité de l'eau des rivières. Surfréquentation surtout à partir du moment où l'eau devient pourrie [...]. Quand on arrive plus à évacuer les déchets.* » (dir. SMERGC). Les questions de l'eau (« *il y a une surconsommation d'eau* » (dir. SMERGC)) et de l'assainissement (« *des pics des stations d'épuration* » (dir. SYMPAM)) sont également abordées par les acteurs rencontrés. Les impacts environnementaux que peut engendrer une surfréquentation font écho à la notion de capacité de charge environnementale. Mais cette dernière permet-elle de savoir « *à partir de quand, de quel moment, on peut dire qu'il y a surfréquentation* » (dir. SGGA) ? Le concept de « capacité de charge environnementale » sera abordé et questionné dans le chapitre 6.

Les acteurs rencontrés considèrent également que la fréquentation de masse connote négativement la destination (13,3 %). Elle peut entraîner un mécontentement de la population touristique (10%). Cette insatisfaction serait liée en partie aux problèmes d'engorgement des infrastructures routières ou des sites touristiques ; à partir du moment où « *on ne peut plus profiter de ce qu'offre le territoire* » (dir. CC gorges de l'Ardèche) et que « *le plaisir est gâché par la difficulté à y accéder ou dans son déroulement : si on fait une descente de l'Ardèche et qu'il y a un bouchon à chaque rapide..... J'estime que c'est un seuil de saturation* » (dir. CC gorges de l'Ardèche). C'est quand « *il y a des gens qui se plaignent à l'office de tourisme* » (pdte association AHCP). Cette insatisfaction serait également liée à la qualité de l'accueil. Ce sentiment négatif peut aussi, pour certains acteurs (13,3 %), être ressenti par la population locale : « *c'est quand la population résidente a du mal à supporter la fréquentation* » (chargé mission développement territorial - SMERGC).

Cet aspect de la surfréquentation comme un « ressentiment » renvoie à son aspect subjectif, caractère qui est d'ailleurs relevé par 16,7 % des acteurs : « *la surfréquentation est subjective et appartient à tout le monde, ça veut dire que certaines personnes à partir du moment où elles ne sont pas seules dans un site elles vont dire qu'il y a surfréquentation* » (dir. ingénierie/développement ADT). Les chapitres précédents avaient présenté la surfréquentation comme relevant de la perception et de la représentation d'une fréquentation excessive différente selon les individus. Si elle est présentée comme porteuse de dégradations environnementales et comme élément de saturation des infrastructures touristiques, la surfréquentation est surtout le résultat d'une construction sociale, sociétale voire culturelle de ce que devrait être le tourisme sur un territoire. À partir d'un certain taux de fréquentation qui n'est pas défini(ssable ?), les acteurs du territoire perçoivent les limites du fonctionnement de leur destination.

Plus que des impacts matériels et immatériels sur le déroulement du séjour, la surfréquentation est aussi présentée comme porteuse de déséquilibres socio-économiques : « *c'est quand il y a une trop grande rentabilité pendant 4-5 mois et après c'est complètement mort* » (psdt PAH). Certains relèvent le problème de la période creuse, de l'arrière saison sous-fréquentée et perçoivent ce vide hivernal comme une limite pour le développement socio-économique du territoire : « *c'est un tourisme très saisonnier, avec la problématique du hors-saison qui génère une activité occulte, qui déstructure beaucoup, qui maintient les gens dans la précarité au détriment des employables et des employeurs* » (sous-préfet de Largentière). Certains vont même jusqu'à employer le terme de désert pour définir le territoire périphérique sous fréquenté.

Le problème de la saisonnalité se retrouve sur de nombreux autres territoires touristiques comme dans les stations de sports d'hiver et les stations du littoral. Cette problématique récurrente aux stations touristiques basant leur offre sur la ressource environnementale (neige et plage-soleil) crée des dysfonctionnements socio-économiques notamment en termes d'emplois qualifiés à l'année.

C'est à partir de cette analyse d'une surfréquentation estivale que les porteurs de projet ont en parti décidé de mettre en place une stratégie visant à faire infléchir la destination à partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Cette stratégie on l'a vu, vise à faire évoluer l'offre et l'image de la destination pour, en finalité, permettre une diffusion spatio-temporelle de la fréquentation. Il s'agit maintenant de définir les modalités de cette diffusion.

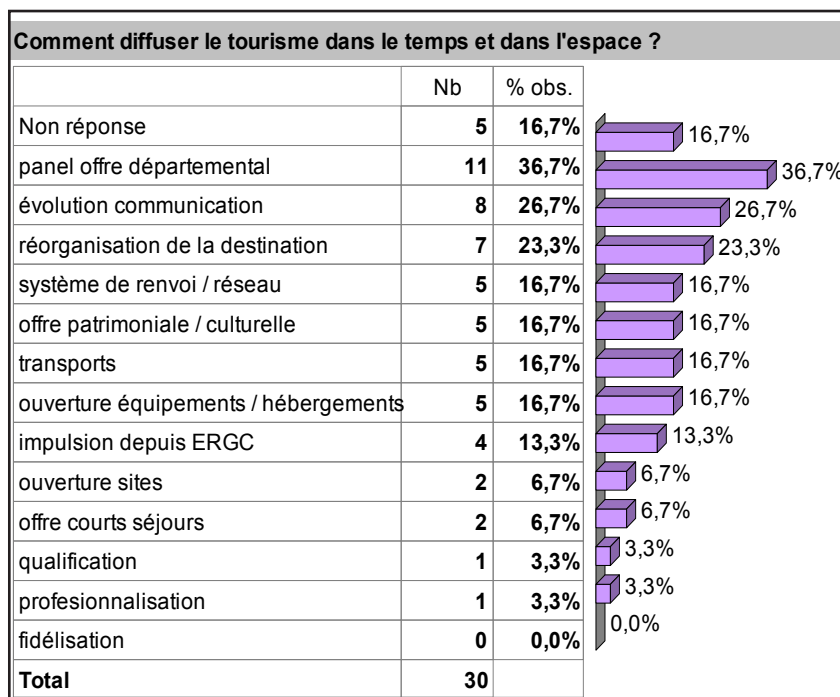


Figure 78 : les modalités de la diffusion spatio-temporelle selon les acteurs

Plus du tiers de acteurs rencontrés (36,7 %) estiment que pour diffuser la fréquentation, il faut mettre en place un panel d'offre départemental : « *il faut proposer sur l'ensemble du territoire ardéchois des éléments attractifs* » (vice pdt Conseil départemental / vice pdt SMERGC) (fig. 78). Pour diffuser la fréquentation et ses retombées, ils considèrent qu'il faut faire évoluer la communication (26,7 %) pour montrer les atouts de l'ensemble du



département ardéchois. Cette volonté de ne pas focaliser la communication, mais aussi l'offre, sur le territoire vallonais est partagée par d'autres qui souhaitent réorganiser la destination (23,3 %) pour faire évoluer la fréquentation : « *il faut organiser le déplacement des gens et leur expliquer qu'il n'y a pas que Vallon, ça, les offices de tourisme savent le faire, techniquement, ils savent faire ça. Il faut qu'on soit cohérent, qu'on articule les festivités, la communication* » (maire de Vallon-Pont-d'Arc). Certains proposent que cette réorganisation passe par un système de renvoi / de réseau (16,7 %) : « *il faut une organisation touristique particulière avec un système de renvoi : système de pass, système de circuit qui guide les gens vers l'extérieur du territoire, jouer sur la complémentarité des paysages, du patrimoine, des saisons.* » (dir. SYMPAM). Ce renvoi via un système de pass commence tout juste à être mis en place sur le territoire (chapitre 4). L'évaluation des retombées du projet (chapitre 7) permettra d'analyser si cette stratégie est efficace et si elle permet réellement de diffuser la fréquentation entre les différents sites touristiques associés.

Pour certaines des personnes rencontrées, ce système de renvoi pourrait fonctionner depuis l'ERGC (13,3 %). Il ne faut pas « *faire de Chauvet un épiphénomène, ce qui nous intéresse c'est que à partir de Chauvet on puisse rayonner* » (resp. promotion/communication ADT). L'inscription au patrimoine mondial et l'ERGC sont ici présentés comme des vecteurs de valorisation de l'ensemble du territoire ardéchois. À l'impulsion que pourrait provoquer spatialement la Caverne du pont d'Arc d'un point de vue fréquentation s'ajoute la potentialité d'une offre annuelle : « *l'ERGC par exemple a annoncé qu'il serait ouvert toute l'année* » (pdt PAH). Il s'agira par la suite de voir si cette ouverture annuelle fonctionne toujours dans quelques années et si la fréquentation reste stable pour permettre une ouverture à l'année. A titre de comparaison, le site de Vulcania visait également une ouverture à l'année, mais les déficits de fréquentation en période hivernale ont poussé les gestionnaires à fermer le site de mi-novembre à fin mars. L'ouverture du site sur une période allant du printemps à la mi-automne n'a pas empêché les retombées économiques sur la région Auvergne qui ont été estimées à 40 millions d'euros. En 2011, Vulcania a par ailleurs reçu le prix EPL (Entreprise Publiques Locales) dans la catégorie « développement des territoires »<sup>56</sup>. Cet exemple montre que la période d'ouverture d'un site touristique ne joue pas forcément sur le niveau des retombées territoriales.

Pour que la fréquentation ne se cantonne pas au site du fac-similé, 16,7 % des acteurs estiment qu'une offre patrimoniale et culturelle serait un moyen de diffusion spatio-temporelle. Pour ce faire, certains pensent que cette offre doit être caractérisée par une diversification thématique « *en travaillant la mixité des produits* » (chargé mission tourisme - CCI Ardèche). Cela « *se passe peut-être par une diversification thématique et des filières* » (dir. PNR). La volonté de mettre en place une offre diversifiée basée sur l'ensemble des patrimoines ardéchois, qu'ils soient culturels ou naturels, est ici reformulée (cf *supra*). Mais si les stratégies sont mises en place dans une optique de diffusion de la fréquentation, les financements restent cependant concentrés dans le sud de l'Ardèche, ce qui limite les retombées potentielles dans le nord du département.

---

56 <http://presse.vulcania.com/2011/10/la-sem-volcans-exploitante-de-vulcania-primee-par-la-federation-des-epl-pour-son-action-au-service-de-lauvergne/>

S'il « *faut favoriser les activités en avant et arrière saison* » (chargé de mission GPRA), certains soulignent que encore faut-il que les équipements et les hébergements touristiques soient ouverts (16,7 %), ainsi que les sites (6,7 %). En effet, « *il faut avoir des choses à proposer, avoir des équipements qui soient ouverts, ça paraît tout bête mais ça va pas forcément de soi, des hébergements qui soient ouverts, qu'il y ait de la vie. Il faut que ça vive* » (dir. SGGGA). Cette question de l'ouverture des structures d'accueil et des sites touristiques est l'une des limites principales à la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation. De plus, il semble exister peu de marge de manœuvre pour inciter à l'ouverture des sites à l'année, si ce n'est d'être convaincant. L'adaptation des acteurs touristiques locaux à une période d'ouverture plus élargie dépendra en grande partie de la fréquentation réelle mais aussi de leur degré d'implication dans la réussite de ce grand projet. Le fait que les prestataires locaux se suffisent de six mois de travail pendant lesquels ils gagnent très bien leur vie revient souvent dans le discours des personnes rencontrées.

La réorganisation de la destination pour un tourisme « ardéchois à l'année » passe également, pour 16,7 %, par la réorganisation des transports. En effet, « *l'accessibilité, c'est un sujet très important. En plus, on est le seul département sans gare SNCF* » (chargé mission aménagement du territoire - CCI Ardèche). L'enclavement de certains espaces ardéchois peut limiter la diffusion spatiale du tourisme (cf *infra*). Certaines des personnes rencontrées émettent un doute quant à la possibilité de mettre en place un tourisme en hiver : « *je ne crois pas à une activité touristique majeure en novembre, décembre, janvier et même février en Ardèche, mais il y a un potentiel de développement sur le printemps et l'automne* » (dir. SMERGC). Ce doute est partagé avec les représentants des associations : « *j'y crois pas une seconde. Je suis persuadée que le tourisme restera le même tourisme, il y en aura, mais se sera une clientèle ailes de saison* » (pdte association AHCP). Les personnes rencontrées ont justement été interrogées sur les freins potentiels à la diffusion de la fréquentation.

Encore une fois, les blocages locaux sont cités par 26,7 % des acteurs rencontrés (fig. 79). Ces blocages sont de l'ordre de la méfiance vis-à-vis du grand projet : « *la suffisance, que les gens ne croient pas dans le projet, qu'ils estiment que c'est quelque chose qui va rien changer. C'est déjà ce qu'on entend, «ça va aller dans la vallée du Rhône» ; ils y ont cru au début mais maintenant, ils attendent de voir* » (vice-pdt Conseil général). Ils résultent également de la perception des décideurs vis-à-vis d'une certaine réticence de la part des acteurs locaux : « *il y a 80 % de réticence, mère nature leur est tombée dans les mains, ils sont dans une logique saisonnière* » (psdt SMERGC). La récurrence de cette problématique de l'acceptation locale du projet questionne les moyens mis en place pour faire adhérer les prestataires locaux et la population. Derrière l'énumération de ce frein se cache encore une fois la méfiance vis-à-vis de la motivation des prestataires touristiques : « *les freins on les connaît : c'est le cercle vicieux que tout le monde reste fermé hors saison, que sur le territoire on a pas ce socle minimum en terme de contenu de visite, de restauration et d'hébergement minimum pour accueillir la clientèle* » (chargé de mission CPER, SMERGC). Il semble bien que malgré les réunions publiques

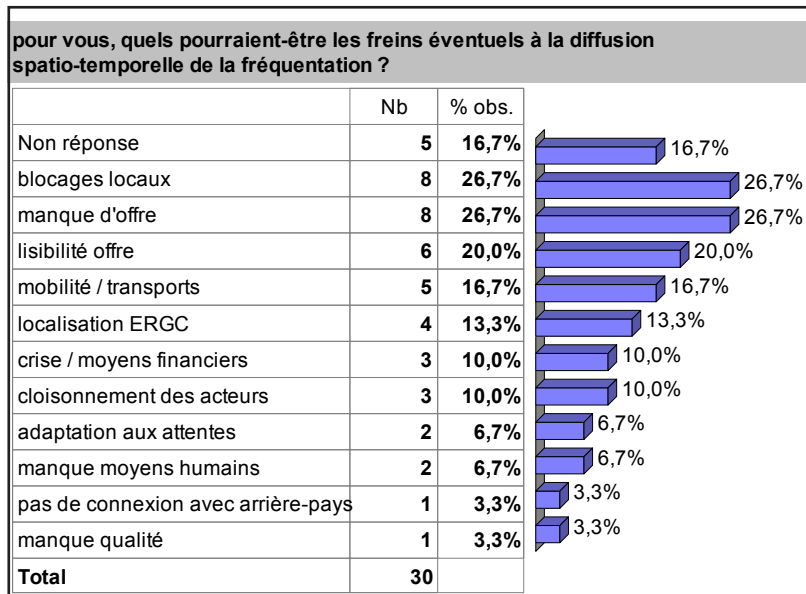


Figure 79 : les freins à la diffusion de la fréquentation selon les acteurs

présentant les intérêts du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la contestation locale reste ancrée. Le sentiment de méfiance des locaux vis-à-vis de la structuration et de la diffusion d'une nouvelle offre autour des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc reste le principal point de blocage. Cette méfiance réciproque est là aussi liée à un manque de partenariat et de communication entre les différentes parties et au sentiment d'éviction éprouvé par les prestataires locaux : *« les prestations, c'est nous, il faut que les gens d'ici soient associés, s'ils ne le sont pas, le danger c'est qu'il y ait un aller-retour directement sur la vallée du Rhône, ils [les prestataires locaux] ne se sentiront pas concernés et ce sera pas notre truc »* (propriétaire lodge du Pont d'Arc, vice-président association AHCP). 26,7 % acteurs considèrent également que le manque d'offres peut être problématique pour la diffusion de la fréquentation : *« il faut que le touriste ait l'impression de vivre une diversité d'expérience mais qu'en même temps son séjour ait toujours un sens global »* (dir. SYMPAM). Ce sentiment est paradoxal face à tout ce qui a été déployé sur le territoire pour permettre la mise en place et la structuration d'une nouvelle offre. Il traduit le fait que l'investissement public ne semble pas toujours suffire pour assurer une densité des produits touristiques et que l'implication privée reste une part importante de la structuration de l'offre touristique. Ceci montre également que diversifier l'offre peut certes être efficace, mais qu'il est également important de donner un sens global à la destination. 20 % des personnes rencontrées craignent que l'offre ne soit pas visible : *« la lisibilité de l'offre : je le dis souvent, je trouve que c'est un peu compliqué, ça part dans tous les sens, l'essentiel est souvent noyé, les choses intéressantes sont souvent noyées »* (dir. SGGA). La question de la mobilité et des transports est également relevée par 16,7 % des acteurs comme un frein à la diffusion de l'offre : *« il faut faire des kilomètres, par des petites routes, il n'y a pas de transport en commun ni de loueurs de voiture »* (dir. CERP). En effet, l'Ardèche est un département très enclavé, où il n'existe aucun axe autoroutier ou ferroviaire et où la configuration des routes souvent sinueuses allonge les temps de parcours effectifs. A cela s'ajoute la saturation du réseau routier en période estivale sur les territoires touristiques, entre Aubenas et Vallon-Pont-d'Arc notamment. Les difficultés d'accès à certains sites et les temps de parcours limitent la diffusion de la population touristique sur l'ensemble du territoire. 13,3 % des personnes rencontrées considèrent également la localisation de l'ERGC comme un frein à la diffusion. Ce point est précisé et illustré plus en détail dans la suite de ce chapitre avec des questions portant principalement sur cette problématique.

L'appropriation par les acteurs sud ardéchois des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc oscille entre deux dynamiques : pour eux, le fac-similé et l'inscription au patrimoine mondial sont à la fois un moyen positif de réorganiser un tourisme qu'ils considèrent aujourd'hui comme porteur de dysfonctionnements (notamment liés à la surfréquentation), mais aussi comme une opportunité de diffusion de la fréquentation et des retombées sur des territoires aujourd'hui à l'écart des dynamiques touristiques.

A *contrario*, la construction de l'espace de restitution sur un territoire déjà fortement fréquenté ne risque-t-elle pas de renforcer cette fréquentation autour de Vallon-Pont-d'Arc et des gorges ? Nous avons vu que compte tenu de l'accessibilité (notamment depuis l'A7) de cette infrastructure touristique voulue structurante et de son implantation en périphérie d'une importante région patrimoniale et culturelle (Lyon, Avignon, Nîmes...), n'y a-t-il pas un risque que les visiteurs du fac-similé soient en majorité des excursionnistes ? Les entretiens ont permis de faire un zoom sur cette question de la localisation de l'ERGC afin d'aborder les freins associés.

#### 5.2.2.2. *Du renforcement de la concentration des visiteurs au risque de l'excursionnisme*

Plus de la moitié des personnes rencontrées (53,3 %) (fig. 80) estiment qu'il existe un risque que les visiteurs de l'ERGC soient majoritairement des excursionnistes, ce qui limiterait les retombées socio-économiques du fac-similé sur le territoire : « *on ne peut pas les empêcher, il y aura sûrement des agences qui vont proposer des sorties journées, ou les excursions vers Avignon, Orange, en passant par l'ERGC* » (animatrice TACT Ardèche Plein Sud).

Ce risque d'excursion est principalement associé à la localisation de la Caverne du Pont d'Arc. Ce thème a été traité grâce à l'analyse lexicale ; la référence à la localisation de l'ERGC n'est pas abordée par les acteurs uniquement dans cette question. La majorité des acteurs, ont, pendant nos entretiens, émis un doute quant au fait que l'ERGC, du fait de sa localisation, soit réellement un vecteur de fréquentation touristique sur l'ensemble du territoire ardéchois : « *ce qui se dit souvent c'est que les cars vont arriver depuis la vallée du Rhône, vont aller à l'ERGC, et l'Ardèche ne touchera pas un euro de ces visiteurs là, c'est souvent ce qui revient et qui fait peur* » (dir. Grand Site de France Aven d'Orgnac). Ce ressenti est partagé par les hébergeurs : « *le danger, c'est qu'il y ai un aller-retour directement sur la vallée du Rhône* » (lodge du Pont d'Arc), par les représentants des associations : « *mais se sera une clientèle aile de saison, qui viendra de la vallée du Rhône, qui ira voir l'ERGC et qui repartira* » (psdte association AHCP) et par les élus locaux : « *c'est sûr que l'arrivée depuis la vallée du Rhône, c'est une porte d'entrée à ne pas négliger, même au contraire, c'est le plus court ! [...] il ne faut pas que les auto-caristes traversent Pierrelate juste pour venir voir l'ERGC* » (pdt CC Gorges de l'Ardèche). De ce fait, pour les acteurs la localisation de l'ERGC limite son caractère de « point de diffusion » de la fréquentation. Si ces craintes

sont justifiées, ce n'est pas sans rappeler que les porteurs du projet de l'ERGC ont mis près de dix années pour sélectionner un site d'implantation (chapitre 3). Le choix du site reposait notamment sur un critère principal, celui de permettre à l'ERGC d'être un site structurant pour le territoire. La localisation du Razal est cependant perçue par les acteurs rencontrés comme un non-sens par rapport aux enjeux de diffusion. Ceci renvoie aux enjeux complexes et sous-jacent de cette localisation (Cachat et al., 2012).

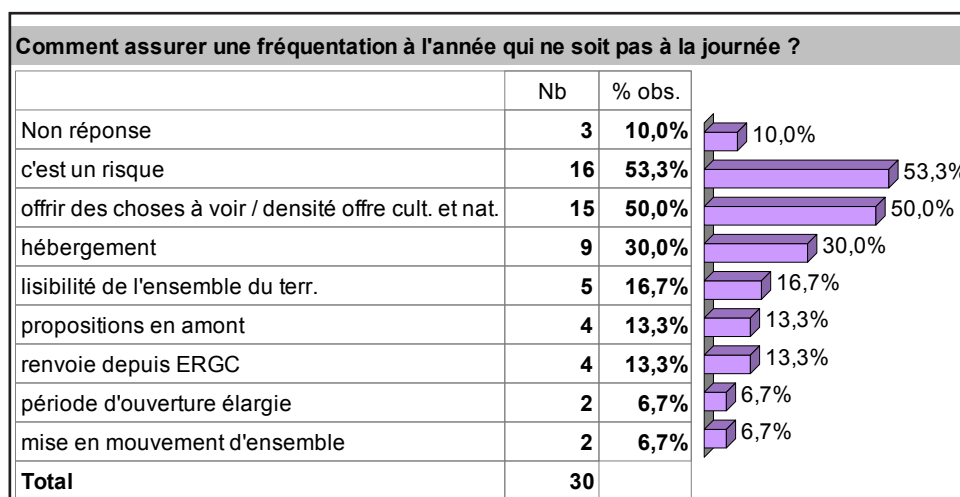


Figure 80 : identification du risque d'excursionisme par les acteurs

Pour limiter cet effet excursionniste, 50 % des personnes rencontrées estiment qu'il faut offrir des choses à voir grâce à la densité des patrimoines naturels et culturels : « il faut offrir des choses à découvrir pour un temps suffisant qui permette de déclencher une nuitée » (dir. SYMPAM). Il « faut qu'on puisse proposer l'ensemble de cette offre qui permette de dire je vais venir à l'ERGC dans le cadre d'un séjour court ou long pas uniquement dans le cadre d'une excursion soit depuis mon lieu d'habitation soit depuis mon lieu de villégiature » (dir. ingénierie/développement ADT). A titre de comparaison, afin de faire rester les visiteurs de Vulcania sur le territoire auvergnat, la SEM Volcan<sup>57</sup>, gestionnaire du site, a mis en place un partenariat avec différents hébergeurs et propose sur son site internet des formules « séjour + hôtel ». Le parc a ainsi mis en place un partenariat avec des hôtels de différentes catégories (22 hôtels\*\*, 22 hôtels\*\*\*, 1 hôtel\*\*\*\* et 1 hôtel\*\*\*\*\*) et une auberge. Depuis le site, il est ainsi possible de réserver à la fois l'hôtel et l'entrée pour le parc.

Le site internet « Auvergne tourisme », géré par le Comité Régional de Développement Touristique (CRDT) d'Auvergne, propose quant à lui, diverses formules séjour :

- « court séjour à Vulcania en famille » : pour 44 euros par personne, cette formule propose un hébergement pour 6 personnes en résidence de tourisme (maisons individuelles) et une entrée par personne pour Vulcania.

57 Composition de la SEM Volcan : Actionnaires publics : le Conseil régional d'Auvergne ; Les départements du Puy-de-Dôme, du Cantal, de la Haute-Loire, de l'Allier ; Clermont Communauté. Actionnaires privés : la Caisse des Dépôts ; le Crédit Agricole ; la Caisse d'Epargne ; Michelin ; Limagrain ; Volvic ; France Télécom ; Air régional.



- « Vulcania + le PAL » : il s'agit ici d'un séjour de 3 jours et 2 nuits (une nuit en hôtel \*\* logis de France, une nuit en auberge) comprenant la visite d'un parc d'attraction et parc animalier dans l'Allier (le PAL) et la visite de Vulcania, à partir de 103 euros par enfant et 176 euros par adulte.
- « Explorateur d'un jour à Vulcania » : 2 jours / 1 nuit avec la visite de Vulcania et une nuit en chambre d'hôte Gîte de France trois épis, à partir de 51 euros par personne.

Au vu des retombées économiques de ce site sur le territoire (cf *supra*) ces formules semblent efficaces et permettent le déclenchement d'un séjour de minimum une nuit.

Pour assurer une fréquentation de plusieurs jours, voire de minimum une nuit sur le territoire, il faut permettre la lisibilité de l'ensemble du territoire (16,7 %). Nous avons vu que l'espace Régional au sein de l'ERGC a pour vocation d'assurer la promotion de l'ensemble du territoire ardéchois (chapitre 3). Or, au moment des entretiens, des doutes sont émis sur l'efficacité de ce pôle de valorisation : « *ça aurait été bien que à l'intérieur de l'ERGC on ait un lieu dans une forme ludique et agréable qui montre l'exceptionnalité des monts d'Ardèche, je ne pense pas que l'espace régional va y arriver avec un mur d'image, ça reste riquiqui par rapport au truc* » (dir. PNR). Ce renvoi depuis l'ERGC pour favoriser un séjour sur le reste du territoire ardéchois est avancé par 13,3 % des personnes rencontrées : « *il faudrait essayer que, sur le site de l'ERGC, quand les gens se renseignent sur les horaires etc, il y ait un effet d'aspirateur "mais le savez-vous, séjour beaucoup plus complet, il y a pleins de trucs à voir"* » (chargée de mission UNESCO). Cependant, les enquêtes de terrain menées en avril 2015 ont là aussi montré une faille : l'Espace Régional ne promeut que très peu le territoire, en diffusant des films publicitaire de l'ensemble de la région Rhône-Alpes sans description ni localisation.

Aucune brochure n'est disponible à cet endroit (elles sont disposées à la sortie de la boutique), pas même la carte regroupant les sites Ardèche Loisirs Patrimoine ou les villages de caractère ! Au final, cet espace promeut très peu le territoire et sa mission visant la diffusion de la fréquentation peut être considérée comme un échec. Le site internet de la Caverne du Pont d'Arc quant à lui, renvoie aux différents sites internet des offices de tourisme, de l'ADT ou du réseau Ardèche Loisirs Patrimoine, afin de favoriser la découverte de « *l'Ardèche, cette splendide région, riche en patrimoine et forte d'une offre de villégiature complète, [qui] vous surprendra par sa variété et son caractère* »<sup>58</sup>. Sur la même page, il est également fait mention des autres sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO : « *la Caverne du Pont d'Arc s'inscrit aussi dans le sillon Rhodanien, qui concentre quelques uns des plus beaux sites de France, classés au patrimoine mondial de l'Unesco : le Pont du Gard, les vestiges romain d'Arles et le palais des Papes d'Avignon au sud, le cœur historique du Vieux-Lyon au nord* » (id.). Si cette contextualisation est légitime, elle peut également favoriser les parcours touristiques entre Lyon et le sud, où la Caverne du Pont d'Arc constitue un point d'arrêt sans

---

58 <http://www.cavernedupontdarc.fr/preparez-visite-caverne-pont-arc-grotte-chauvet/votre-sejour-en-ardeche/>

séjour sur le territoire ardéchois.

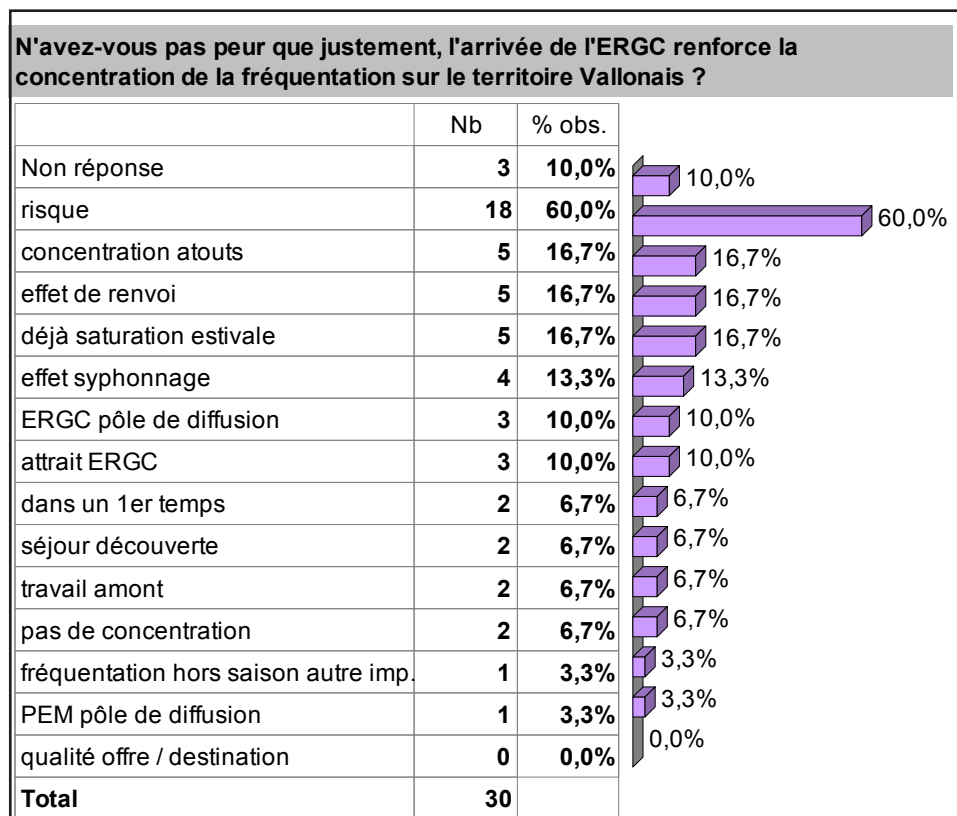
Pour assurer au moins une nuitée sur le territoire et limiter l'effet excursionnisme, certains considèrent qu'il faut travailler en amont sur l'offre (13,3 %) et surtout, avoir des structures d'accueil ouvertes. Concernant ce risque de fréquentation journalière, la question de l'hébergement est abordée par 30 % des acteurs rencontrés. La capacité hôtelière annuelle de l'Ardèche pose problème et certains ne manquent pas de souligner qu'il « *manque des équipements (hôtellerie, etc.)* » (vice pdt Conseil départemental / vice pdt SMERGC). En effet, nous avons vu précédemment (chapitre 2) que le département et le sud Ardèche proposent majoritairement une offre en hôtellerie de plein-air durant la période estivale. Les observations de terrain ont montré qu'à deux mois (février 2015) de l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, très peu de sites étaient ouverts, que se soient des sites d'hébergement, de restauration ou de visite. Cela mène à questionner le fait que le territoire soit réellement prêt pour accueillir un tourisme à l'année tout en limitant le développement des pratiques excursionnistes.

Mais comment dynamiser un territoire fonctionnant historiquement comme tel ? Comment convaincre les acteurs économiques et touristiques locaux de rester ouverts alors même que le territoire a toujours fonctionné selon ces deux vitesses ? D'autant plus qu'une question importante se pose : faut-il ouvrir les lieux d'accueil en espérant une fréquentation (ce qui pourrait par ailleurs « booster » cette potentielle fréquentation) ? Ou faut-il attendre et s'assurer qu'il y ait bien des visiteurs pour ouvrir ? Il y a un « *tuilage compliqué entre le moment où on demande aux prestataires de rester ouverts quand il y a personne pour que petit à petit les gens viennent* » (pdt SMERGC).

Pour limiter l'excursionnisme, certains considèrent qu'il faut une mise en mouvement d'ensemble (6,7 %), ce qui favoriserait une synergie commune pour l'essor d'un nouveau fonctionnement touristique. Mais nous avons vu qu'une réelle méfiance est ressentie par certains à la fois vis-à-vis de la motivation locale mais aussi, parfois, vis-à-vis des stratégies en elles-mêmes. La volonté d'assurer une fréquentation plus dispersée sur l'année est bel et bien affichée, mais rencontre quelques freins, sa concrétisation nécessitant de lever plusieurs verrous.

D'un point de vue répartition spatiale de la fréquentation, la question est du même ordre : l'arrivée de l'ERGC dans le paysage touristique ne risque-t-elle pas de renforcer la concentration sur le territoire vallonais plutôt que de la disperser sur le reste du territoire ? Dans quelle mesure sa localisation est-elle perçue comme contreproductive par rapport aux objectifs affichés ?

Cette problématique a été abordée avec les acteurs et 60 % (fig. 81) considèrent qu'il s'agit là aussi d'un risque réel : « *c'est un risque identifié, risque de concentration, de désertification autour bien sûr [...]. Au fil de l'eau, si tu implantes un grand équipement comme ça, que tu ne prépares pas le territoire, t'accompagnes pas les sites touristiques dans un projet de modernisation autour, tu n'aides pas les investissements dans l'hôtellerie, au fil de l'eau c'est vrai que la concentration va se faire au profit de cet équipement et au détriment des choses qui*



« sont autour » (chargé de mission développement territorial - SMERGC).

16,7 % relèvent qu'il existe déjà une concentration et que donc, il sera difficile de la renforcer: « en juillet-août c'est déjà saturé, tu peux toujours essayer d'éponger une flaque d'eau avec une serviette mouillée, au bout d'un moment, ça ne marche pas » (chargée de mission UNESCO). D'autres

Figure 81 : la localisation de l'ERGC : identification du risque de renforcement de la concentration spatiale

estiment que le renforcement de la fréquentation autour de Vallon-Pont-d'Arc sera marqué les premières années d'ouverture de l'ERGC, pendant que 6,7 % des personnes considèrent qu'il n'y a actuellement pas de concentration.

La concentration des atouts explique, pour 16,7 % des acteurs, la centralisation de la fréquentation : « on a la chance d'avoir des points forts, il se trouve qu'ils sont au même endroit, le pont d'Arc et la grotte Chauvet-Pont-d'Arc » (pdt PAH). Pour certains, la concentration de ces atouts est même source de « jalousie » de la part des territoires alentours : « le problème il est là ! C'est pour ça qu'ils nous en veulent tous autour. Ils voudraient bien au moins une des offres qu'on a ici, entre le pont d'Arc et la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.... » (pdt syndicat des loueurs). La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et la réalisation de sa copie renforcent donc, d'après eux, l'attractivité du territoire touristique actuel en offrant un objet de curiosité supplémentaire. Cette citation et le sentiment de fierté associé à la présence de ces nombreux atouts semblent paradoxaux avec les problèmes de blocages locaux énumérés plus en amont dans ce chapitre.

Quelques uns redoutent un « effet de siphonnage » (13,3 %), c'est à dire le fait que les visiteurs délaissent les sites touristiques (notamment le Grand Site de l'Aven d'Orgnac) déjà existants au profit de la Caverne du Pont d'Arc : « nous ce qui nous interroge, si j'ai bien compris les analyses, que l'été ça va pas changer grand chose hormis le fait que ça va, à mon avis, être directement en concurrence avec d'autres sites, notamment Orgnac » (dir. SGGGA). Ce risque de siphonnage a été identifié dans le schéma départemental de

développement touristique 2012-2014 : « *le projet est aussi potentiellement porteur de risque et d'effets négatifs sur l'économie touristique locale : cannibalisation des sites existants, effets de concentration sur le site de l'ERGC avec désertification sur une 2<sup>nde</sup> couronne, sortie du marché de certains sites incapables de s'adapter aux nouvelles exigences qualitatives, [...], risque de fracture touristique entre les territoires du nord et du sud du département* » (ADT, 2012, p. 12). Malgré les partenariats mis en place entre la Caverne du Pont d'Arc et la Cité de la Préhistoire (chapitre 3), le directeur du grand site de France de l'Aven d'Orgnac s'interrogeait toujours, lors de notre entretien, sur ce risque de siphonnage : « *j'ai bien peur du siphonnage de clients, qu'ils aillent là bas et pas ici. Billet couplé avec la cité de la préhistoire, c'est pas évident que ça fonctionne. Faut voir comment se positionne la cité de la préhistoire avec Chauvet, faut pas que les gens pensent que c'est redondant. [...]. Comme c'est une grotte reproduite très fidèlement, j'ai peur que le grand public se dise « c'est bon j'ai vu une grotte ». Jusqu'à présent les campings quand les gens demandaient ce qu'il y a à voir, c'était Orgnac, maintenant ça va être Chauvet, donc les gens font qu'une visite...* » (dir. Grand site de France de l'Aven d'Orgnac). À côté de ces incertitudes, les entretiens font ressortir que 16,7 % espèrent un effet de renvoi depuis l'ERGC qui fonctionnerait comme un pôle de diffusion, afin d'éviter le renforcement de la concentration : « *Chauvet c'est l'appel d'offre, mais c'est important de montrer qu'on a d'autres sites, on a des projets un peu structurants : Alba, la cascade du Ray Pic, le Mont Gerbier de Jonc... il faut qu'on les fasse ressortir et qu'on les mette en réseau* » (chargé mission tourisme - CCI Ardèche). Ceci renvoie aux stratégies souhaitées pour permettre une diffusion de la fréquentation à partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (cf *supra*). Il est nécessaire de mettre en place une offre structurée pour assurer une dynamique de renvoi : « *c'est à l'ADT de donner des informations et renvoyer les visiteurs de l'ERGC vers l'extérieur : billet couplé, le délégataire qui pourrait organiser des séjours avec les opérateurs hôteliers* » (psdt SMERGC).

La localisation de l'ERGC et la concentration des atouts autour du territoire vallonnais sont perçues comme des freins à la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation. Les réflexions quant à une nouvelle offre structurée semblent nécessaires pour conduire les visiteurs hors d'un territoire touristique « grotte Chauvet-Pont-d'Arc ». La Caverne du Pont d'Arc, si elle peut concentrer la fréquentation peut également en permettre la diffusion. Cette infrastructure peut dès lors définir comme le centre d'un « concentré rayonnant » (Bonniot et *al.*, 2014) : en attirant la clientèle et en la captant, l'ERGC peut ensuite en permettre le rayonnement.

À la volonté de faire évoluer l'image de la destination pour permettre une diffusion spatio-temporelle de la fréquentation s'ajoute une autre attente clé : l'évolution de la qualité de l'offre touristique pour une excellence territoriale. Cette thématique va maintenant être abordée afin de mieux analyser la complexité mais aussi la complémentarité de ces attentes.

### 5.2.3. Tourisme de qualité et excellence territoriale

La qualité est présentée dans les documents sources comme une condition nécessaire pour restructurer l'offre et viser un développement touristique et territorial durable. Ce « défi d'excellence » est la colonne vertébrale du plan de gestion de la candidature UNESCO et des démarches d'accompagnement. Lors des entretiens, 16,7 % des acteurs rencontrés nous ont présenté la montée en qualité comme étant une attente, ce qui peut paraître relativement peu. Les attentes en terme de qualité sont diffuses dans l'ensemble du discours des acteurs. La qualité semble pour eux sous-jacente au tourisme culturel perçu comme étant porteur de dynamiques positives pour le territoire, notamment quand ce dernier abrite un bien reconnu par le Comité du patrimoine mondial. Afin de mieux cerner la complexité qui se cache derrière la perception de la relation entre tourisme culturel et tourisme de qualité l'analyse lexicale viendra enrichir l'analyse quantitative.

#### 5.2.3.1. Comment les acteurs définissent-ils une destination de qualité ?

Les acteurs rencontrés ont été interrogés sur les modalités qui leur permettent d'identifier une destination de qualité.

L'ensemble des réponses montre que la qualité d'une destination est identifiable selon deux marqueurs : 1/ la qualité structurelle / fonctionnelle et 2/ la qualité environnementale et des paysages.

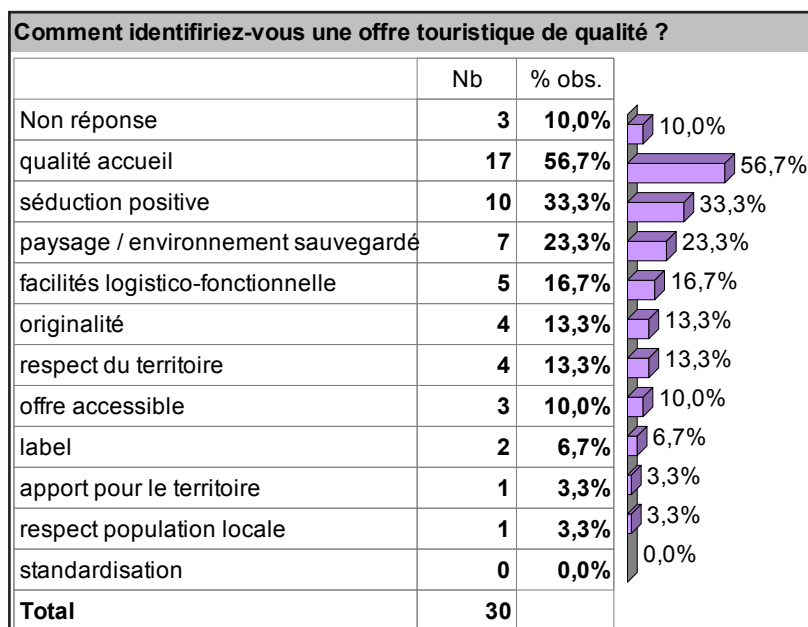


Figure 82 : identification par les acteurs des caractéristiques d'une offre touristique de qualité

1/ Nous avons regroupé sous l'appellation qualité structurelle / fonctionnelle les réponses concernant la qualité des structures d'accueil et de la qualité des services. En effet, pour plus de la moitié des personnes rencontrées (56,7 %) (fig. 82), une offre de qualité passe d'abord par la qualité de l'accueil et des services : « le tourisme c'est avant tout une industrie de service, ça renvoie à la qualité des services proposés aux touristes depuis la prise d'informations, la préparation au voyage, l'accueil, pendant le séjour et après » (chargé de mission CPER).

Il faut que « l'hébergement soit nickel, propre, spacieux, qu'il corresponde aux nouvelles normes d'aujourd'hui. Il faut que ce soit mieux que chez moi » (pdt SMERGC). L'hébergement constitue l'une des pistes principales de la qualité du tourisme. À ce jour, « on sait qu'on a



*une faiblesse au niveau des hébergements en dur au sens large et notamment en hôtellerie où on a de gros efforts à faire* » (dir. ingénierie/développement ADT). Que ce soit en améliorant les structures existantes ou en en créant de nouvelles, la volonté d'augmenter la qualité de l'hôtellerie va de paire, dans l'argumentaire, avec la volonté de répondre aux nouvelles attentes de nouvelles clientèles : *« favoriser une mise à niveau qualitative des équipements d'hébergement existants ou en favorisant l'orientation de nouveaux projets d'équipements vers une qualité différente ou plus adaptée à la nouvelle cible de clientèle recherchée* » (dir. SMERGC). Nous avons vu dans le chapitre précédent que le territoire est déjà doté d'un certains nombres d'hébergements dits de qualité et reconnus par un label (carte x, p. y). Mais malgré la présence de ces hébergements labellisés, nous avons vu dans le chapitre 2 que le tourisme culturel n'est pas l'activité principale de la population touristique. Ceci questionne de fait le lien qui est fait entre hébergement de qualité et mise en place d'une nouvelle offre culturelle. Ici, la qualité est saisie comme une condition nécessaire pour la structuration d'une offre renouvelée.

Concernant l'accueil, *« il faut qu'on soit accueillant, que les gens soient disponibles, qu'ils commencent à parler plusieurs langues, qu'on soit dynamique dans la communication, dans la présentation du territoire* » (maire Vallon-Pont-d'Arc). Cette remarque sous-entend-elle que ce n'est pas le cas depuis le début de la mise en tourisme du territoire ? La reconnaissance des offices de tourisme par la marque qualité tourisme souligne tout même les efforts faits en terme d'accueil. Il semble que, quelque fois, les acteurs ont un regard dépassé sur le fonctionnement et la qualité du tourisme sur leur territoire. Si des efforts restent certes à faire, l'offre et l'accueil ont tout de même connu des améliorations non négligeables, justifiant par là même la pérennité de l'activité touristique sur le territoire depuis le début du XXème siècle. La qualité de l'accueil et des services peut également être marquée, pour certains acteurs, par la présence de restaurants gastronomiques : *« quand tu auras un restaurant 1 ou 2 étoiles qui s'installera, quand tu auras la place pour une offre gastronomique* » (chargé mission GPRA).

Une offre de qualité est également identifiable *via* les facilités logistico-fonctionnelles (16,7 %) qui favorisent le bon déroulement du séjour et ce, parfois même en amont du séjour : *« quand un site [internet] rassemble l'ensemble des informations dont j'ai besoin, qu'il est ergonomique, facile à utiliser, qu'il me donne juste ce qu'il faut comme informations complémentaires sans me noyer dans l'information supplémentaire sinon je ne trouve pas ce que je cherche, c'est la première étape. La préparation du voyage donne déjà une idée de la qualité de l'organisation du territoire* » (chargée de mission UNESCO). Cependant, nous avons vu dans le chapitre 1 que la préparation au voyage pouvait échapper en partie à la destination. La qualité attendue engendrée par le processus de préparation du voyage n'implique pas toujours la destination en elle-même (dans le cadre d'agence de voyage ou de sites spécialisés). Dans ce cas, le lien entre organisation du territoire et qualité attendue est faussé.

2/ La qualité environnementale et paysagère apparaît comme un facteur important dans l'identification d'une offre de qualité : près d'un quart des acteurs rencontrés (23,3 %) estime qu'une offre de qualité passe par des paysages et des environnements sauvegardés : « *la qualité ça veut dire : des touristes, des acteurs du tourisme et des prestataires du tourisme qui respectent leur environnement et qui savent qu'ils participent, qu'ils sont des usagers de l'environnement et qu'ils participent à son entretien* » (pdt SGGa). Si la préservation de la biodiversité est importante, le facteur visuel du paysage l'est tout autant, si ce n'est plus, car « *un touriste se fait un avis dès les premières minutes* » (vice pdt Conseil départemental / vice pdt SMERGC). Les paysages, aussi bien urbains que « naturels », c'est ce qu'il voit en premier, c'est le premier rapport que le visiteur a avec sa destination : « *Si tu as plein de panneaux partout, si*



**Figure 83 : les magasins saisonniers dans le centre ville de Vallon-Pont-d'Arc**

La grande majorité des magasins saisonniers de Vallon-Pont-d'Arc propose des articles estivaux du même type que les stations du littoral : bijoux fantaisie, vêtements et accessoires de plages... Ces produits standards des espaces touristiques saisonniers ne sont pas spécifiques au territoire ardéchois. Les baux réservés pour ce type de magasin limite les commerces proposant de l'artisanat local et des produits du terroir.

*tu rentres dans une ville avec plein de stands partout avec des ballons en plastique, c'est pas sûr qu'avec cet aspect visuel que les gens pensent que c'est de qualité* » (dir. CC Gorges de l'Ardèche). Si des efforts ont été entrepris concernant les enseignes publicitaires, notamment dans le site classé, le centre ville de Vallon-Pont-d'Arc est marqué par la présence de nombreux magasins vendant du matériel de plage et autres bibelots, au même titre que les grandes stations du littoral. Les ballons de baudruche côtoient les bijoux fantaisie et les habits de plus ou moins bonne qualité (fig. 83).

Que ce soit pour l'accueil, les services, les paysages et l'environnement, la qualité peut passer, pour 6,7 % des personnes rencontrées par la labellisation et donc par la normalisation : « *c'est adossé à des procédures très normées. Notamment la norme qualité tourisme, si tu rentres dans ces démarches qualité, qualifier le tourisme c'est peut être le faire rentrer dans ces procédures* » (chargé mission développement territorial - SMERGC). Face à cette standardisation certains considèrent qu'une offre de qualité doit faire preuve d'originalité (13,3 %) : « *Un tourisme qualitatif c'est se dire "tiens c'est original, c'est un peu recherché"* » (cons. Cité de la Préhistoire). Nous avons ici une relation paradoxale entre la recherche de reconnaissance par des labels donc par des normes, et la recherche d'originalité

en dehors d'une norme. Il y a un contre-sens entre la qualité spécifique et la normalisation *via* des labels. Le chapitre 1 a présenté la labellisation comme le résultat d'une certification normée alors même que pour certains acteurs, la qualité passe par la déstandardisation. Il s'agit dès lors de trouver un juste équilibre entre la standardisation issue de l'aspect normatif de la labellisation et la mise en avant des particularités locales.

Ces modalités matérielles d'une destination qui serait de qualité sont à associer à des modalités immatérielles : la qualité perçue et la qualité vécue (cf chapitre 1). Une offre de qualité est donc basée, pour les acteurs rencontrés, sur des qualités matérielles avec un accueil et des services de qualité, le tout inscrit dans des paysages sauvegardés et un environnement préservé. À ces valeurs matérielles, la représentation d'une offre de qualité passe par le subjectif et par le ressenti des visiteurs : la satisfaction et l'insatisfaction trouvent leur place dans l'identification d'une offre de qualité.

Cette définition de la qualité par les acteurs doit être mise en lumière par rapport à la perception qu'ils ont de la qualité sur leur territoire. Face aux nombreuses stratégies mises en place afin d'augmenter la qualité de l'offre ardéchoise (chapitre 4), nous avons demandé aux personnes enquêtées pourquoi l'offre actuelle ne serait-elle pas de qualité ? En effet, les démarches visant la qualité de l'offre et de la destination ardéchoise questionnent la perception qu'ont les acteurs de leur territoire touristique. La recherche d'une qualité du tourisme fait-elle écho à une perception négative de la destination et pourquoi ? Les réponses recueillies auprès des acteurs rencontrés montrent que 60 % considèrent que certains prestataires qu'une partie de l'offre actuelle est de qualité (fig. 84) : «*des loueurs avec des prestataires de très grande qualité, qui font du très bon boulot*» (dir. SMERGC). Les efforts entrepris par les prestataires locaux afin d'améliorer la qualité de l'offre sont reconnus par une partie des acteurs rencontrés. Ici, l'implication des locaux est relevée alors même que nous avons vu que l'implication locale est de nombreuses fois citée par les acteurs comme un frein à la réussite du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Ainsi, les acteurs locaux soulignent que «*dans l'ensemble, pour connaître le sérieux des gens et leur dévouement, il y a des choses de qualité*» (dir. CERP). 16,7 % des acteurs rencontrés soulignent même le fait que les camping proposent une offre qualitative : «*les campings se sont largement adaptés, avec de plus en plus de mobil-home de très grande qualité*» (pdt

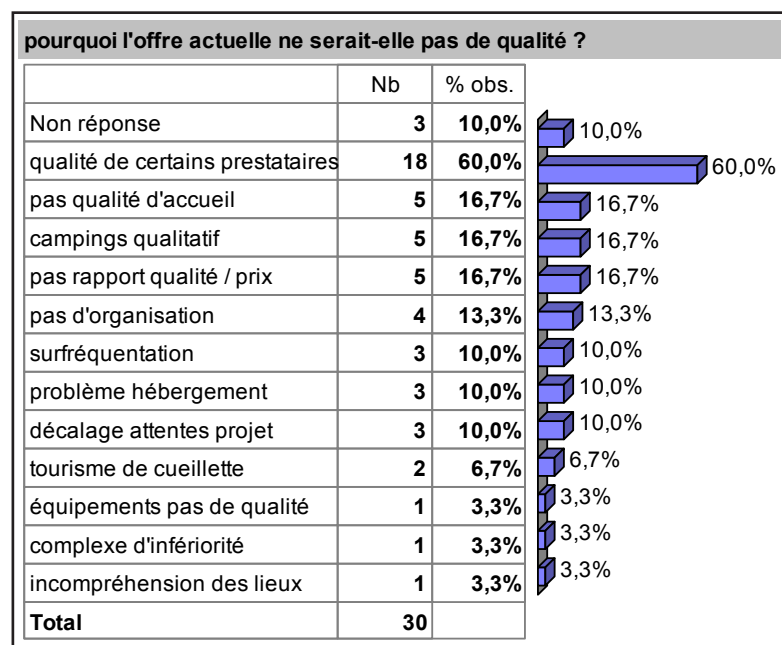


Figure 84 : la qualité de l'offre dans le sud Ardèche selon les acteurs

SMERGC). Le chapitre 4 nous a permis en effet de constater que le sud du département ardéchois est très bien doté en campings reconnus par un label qualité (carte x., p. y). Cette considération des acteurs sur les campings contredit par ailleurs leur perception de la clientèle actuelle. Alors même que, comme nous avons vu précédemment, la population touristique actuelle est perçue comme «bas de gamme», leurs lieux d'accueil et de séjour, les campings, sont eux perçus comme une modalité d'hébergement de qualité : *«l'hébergement, on reste dans le plein-air mais dans le haut-de-gamme du plein air»* (dir. CdC gorges de l'Ardèche). Mais la reconnaissance du fait que l'offre actuelle comme étant *«assez de qualité car jusque là elle a répondu à un marché»* (sous-préfet de Largentière), fait écho au fait que pour 10 % des personnes rencontrées elle ne correspond pas aux ambitions du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc : *«l'offre actuelle ne correspond pas aux besoins qu'on essaie de mettre en place grâce au projet Chauvet»* (chargée mission Unesco, SMERGC). L'offre actuelle ne semble pas adaptée à la fréquentation nouvelle espérée avec le tourisme culturel : *«il y a une nécessité de requalification pour mettre à niveau l'offre par rapport aux nouvelles cibles de clientèles visées»* (dir. SMERGC). La question de l'hébergement revient pour 10 % des acteurs et reste un des problèmes majeurs pour l'accueil de nouvelles clientèles : *«on pêche dans l'hôtellerie, peu d'hôtels et beaucoup sont un peu vieillots, on a du mal à avoir un certain seuil de qualité minimum»* (resp. communication, ADT). Nous avons effectivement vu dans le chapitre 4 que l'hébergement reste un des freins majeurs à la qualité de l'offre ardéchoise.

Les limites de la qualité actuelle de l'offre touristique sud-ardéchoise résident principalement dans la qualité de l'accueil et des prestations : *«c'est le bar où on te sert avec limite de la politesse et que tu paies 4 euros, le restau avec des surgelés»* (conserv. Cité de la Préhistoire). Ce frein que constitue la qualité de l'accueil est à mettre en lumière avec les problèmes perçus du rapport qualité-prix : *«ce qu'on reproche à l'Ardèche c'est que c'est parfois cher pour pas grand chose»* (dir. Pays Ardèche Méridional). Mais paradoxalement à ces remarques des acteurs, il semble que la population touristique ardéchoise est satisfaite de son séjour (fig. 85).

Dans l'ensemble des prestations, les touristes ont répondu aux enquêteurs de l'Observatoire départemental du tourisme être très satisfaits ou assez satisfaits des services. Globalement, les personnes enquêtées en 2010 ont répondu à 33,8 % être très satisfaits, à 63,2 % assez satisfaits quand 2,9 % des personnes ne se sont pas prononcées. Moins de 0,1 % a déclaré ne pas être satisfait de son séjour en Ardèche. La satisfaction générale est d'ailleurs relevée par certains acteurs rencontrés dans le cadre de la recherche doctorale : *«on a des prestations qui sont globalement de qualité car les enquêtes de satisfaction sont plutôt bonnes»* (dir. de l'ingénierie et du développement touristique, ADT). Ainsi, la question de la qualité (et de la non-qualité) liée à l'accueil et au rapport qualité-prix ne fait pas l'unanimité.



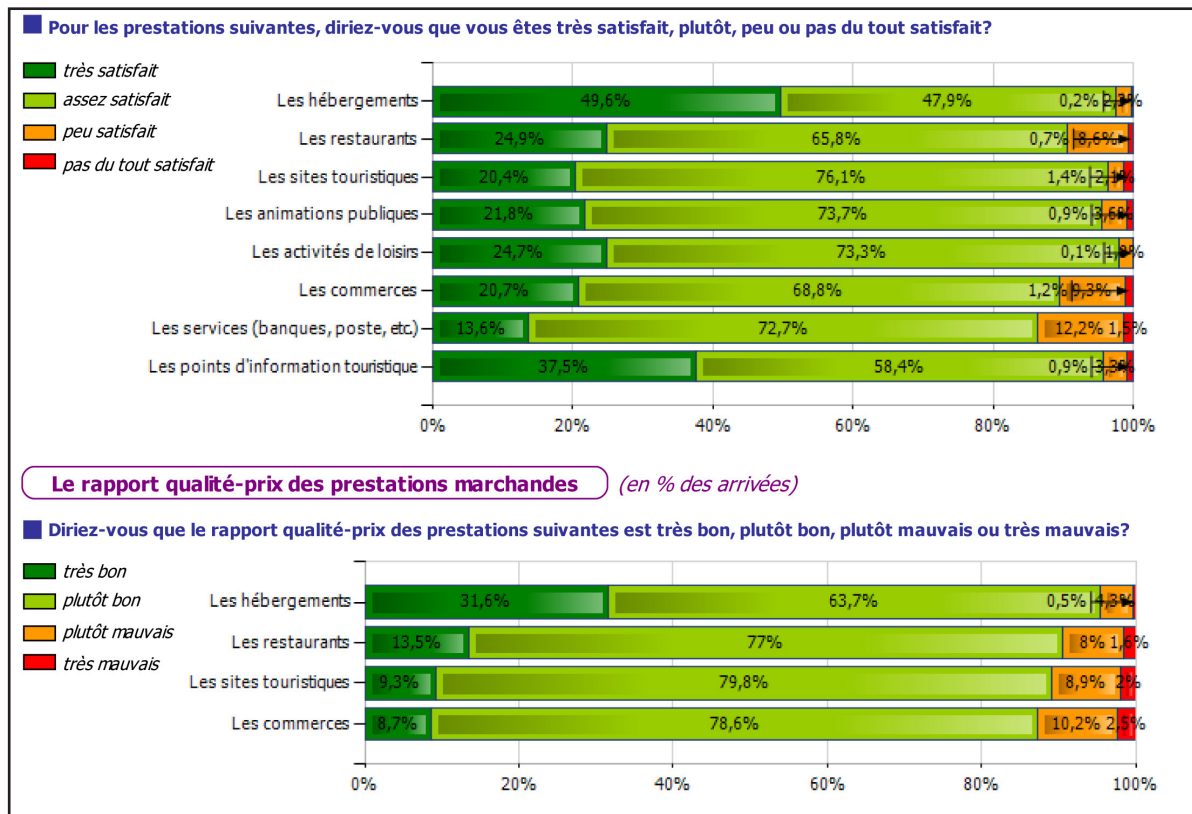


Figure 85 : la satisfaction des touristes ardéchois (Observatoire départemental de l'économie touristique, 2012)

Les problèmes de qualité associés à l'offre actuelle sont également associés au manque d'organisation de l'offre par 13,3 % des personnes rencontrées : «*comme ça n'a pas été organisé au départ, il y a des efforts à faire. Même au niveau des collectivités, on a du retard, que ce soit dans la signalétique, l'accueil, l'organisation du territoire*» (maire de Vallon-Pont-d'Arc). Ce manque d'organisation dans la mise en place du tourisme favorise le tourisme de cueillette, qui est cité à 6,7 % comme un des facteurs de la non qualité de l'offre actuelle. Les problèmes de l'offre actuelle tiennent également à la surfréquentation perçue par les acteurs (10 %) : «*c'est vrai qu'on est un peu à la ramasse, les sites de baignade qui sont archi blindés, là c'est une catastrophe*» (dir. SGGA). Cette surfréquentation est également abordée via les impacts qui font que «*on ne voit plus les lieux, on ne voit que des problèmes de circulation, de dangerosité, d'insalubrité même, pollution sonore, visuelle, on ne sait pas où se mettre, il y a pas d'accueil*» (chargée de mission OGS, SGGA). Curieusement, les problématiques environnementales ne sont pas trop abordées dans cette question sur la qualité de l'offre et de la destination actuelle, alors même que les acteurs justifiaient certaines démarches, notamment celle de la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation par l'injonction de protection de l'environnement. Les impacts et les pressions exercées sur l'environnement reviennent régulièrement dans le discours des acteurs et servent en partie de justification de leurs stratégies visant le développement du tourisme culturel, tourisme qu'ils présentent comme plus respectueux et comme exerçant moins de pression sur l'environnement. Nous avons vu que les attentes en terme de qualité sont sous-jacentes aux attentes liées au développement d'un offre culturelle. Alors le tourisme culturel est-il un tourisme de qualité ?



### 5.2.3.2. Le tourisme culturel : un tourisme de qualité favorisant une nouvelle fréquentation ?

26,7 % des acteurs considèrent que le tourisme culturel est bel et bien un tourisme de qualité (fig. 86). Cette perception est notamment justifiée par la vision du tourisme culturel comme un tourisme « loin des hordes » : « *le tourisme culturel tombe moins facilement dans le tourisme de masse, même si on tente de démocratiser la culture* » (conservatrice Cité de la Préhistoire). Cet extrait renvoie à la fois aux hypothèses quant à l'antagonisme qualité / quantité, mais également à la critique émise quant au tourisme et à la fréquentation de masse, qui induirait des dysfonctionnements matériels et immatériels sur la destination.

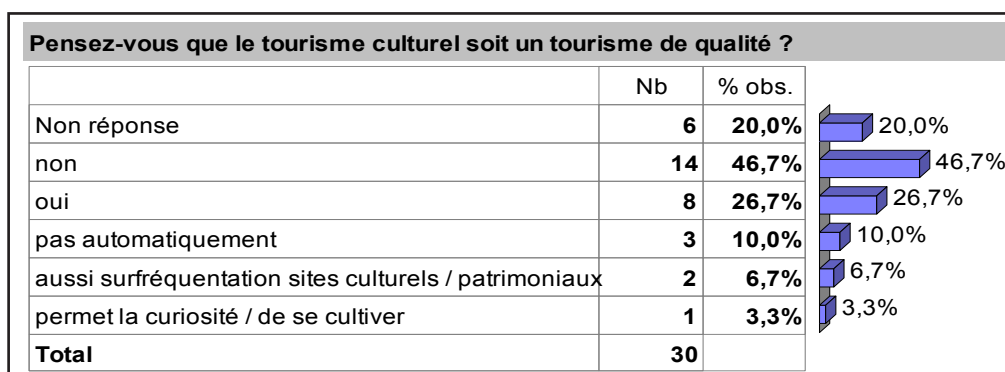


Figure 86 : le lien tourisme culturel et tourisme de qualité selon les acteurs

Le tourisme culturel est également perçu comme un tourisme de qualité car il permettrait des retombées positives pour le territoire : « *si on veut avoir le maximum de retombées pour le territoire en terme d'économie et de développement, c'est mieux de faire du tourisme culturel que du tourisme activité de pleine nature qui est forcément plus concentré dans le temps* » (dir. SMERGC). Avec le tourisme culturel, « *on est plus à même d'avoir une clientèle patrimoniale hors saison que juillet-août* » (resp. promotion/communication ADT) ce qui favoriserait un développement socio-économique annuel. Il est également perçu comme une forme de tourisme positive car le tourisme culturel est considéré comme un tourisme permettant les échanges entre le territoire et les visiteurs : « *le tourisme culturel est-il plus durable et de qualité ? Oui parce qu'il est plus ancré dans le territoire, permet des échanges humains, avec le canoë t'as pas besoin d'échanges, s'il est culturel, c'est qu'on t'explique, qu'on te fait découvrir, tout ce qui crée du lien, de l'échange, c'est plus sain* » (dir. SYMPAM).

Il ne faut cependant pas oublier que les guides des sports de nature aiment à présenter le patrimoine naturel et que le public est attentif à ce genre de discours. Lors des missions de terrain, nous avons fait la mini-descente en canoë en soirée (Salavas – Pont d'Arc, soit 5 km). Le parcours a été jalonné d'arrêts pendant lesquels le guide présentait la faune et la flore sous le regard et l'oreille attentive de l'ensemble des participants. Le tourisme autour des sports de nature permet lui aussi un échange humain et apporte tout autant de connaissances que le tourisme culturel. Les *a priori* concernant le tourisme culturel comme une forme de tourisme « éducatif » sont principalement issus de représentations associées à l'aspect « cours

d'histoire » des explications sur le patrimoine culturel.

Le tourisme culturel est ainsi perçu par une partie des acteurs comme un tourisme de qualité car il est présenté comme moins marqué par une forme de surfréquentation et qu'il est doté de vertus en terme de développement socio-économique durable pour les territoires. La perception du tourisme culturel comme un tourisme de qualité conduit à questionner la place de l'inscription au patrimoine mondial dans la qualité de l'offre. La reconnaissance de la valeur universelle exceptionnelle, en tant que reconnaissance de l'intégrité et d'un état de conservation « acceptable » d'un patrimoine, est perçue comme un facteur de (ré)assurance de la qualité des sites : « *la reconnaissance internationale des sites, par des experts de surcroît, laisse donc penser que l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial assurera aux visiteurs une expérience positive* » (Marcotte, Bourdeau, 2010, p. 276). L'analyse de contenu effectuée à partir des entretiens montre que cette perception de l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO en tant que moteur de reconnaissance de la qualité d'un patrimoine est également l'adage des acteurs touristiques sud ardéchois : « *la labellisation UNESCO c'est l'idée d'avoir une notoriété sur une thématique plus culturelle et patrimoniale* » (dir. ingénierie/développement ADT). Ou encore « *le label UNESCO peut être le meilleur garant de l'intégrité d'un site et du bon entretien du site* » (chargé mission développement territorial - SMERGC). Ces deux citations montrent également que l'inscription au patrimoine mondial est saisie comme un label permettant « *un focus formidable sur le patrimoine* » (resp. promotion/communication ADT) et qui favoriserait donc le renouvellement de l'image touristique. Mais l'inscription sur la liste du patrimoine mondial fonctionne-t-elle comme un label ? Le Comité du patrimoine mondial reconnaît la valeur universelle exceptionnelle d'un patrimoine selon des entrées plus ou moins subjectives. Cela n'empêche pas la présence d'enjeux géopolitiques qui pèsent dans les choix effectués. Le lobbying tient une place importante dans les inscriptions du Comité et la recherche d'une liste plus « représentative » ne permet pas de certifier l'absence de jeux de pouvoir dans l'élection des sites. Cependant, les exigences du Comité vis-à-vis des sites candidats ou inscrits sont allées en s'accroissant au fil des évolutions sociétales : les Orientations rédigées par le Comité comptaient 28 paragraphes en 1978. En 2013, se sont 290 paragraphes qui exposent les engagements à respecter afin de se voir remettre le fameux Graal de l'inscription. L'inscription au patrimoine mondial est perçue comme un label car elle favoriserait une promotion internationale des biens encourageant la fréquentation touristique : « *pour les touristes, la reconnaissance qui accompagne l'inscription à la prestigieuse liste du patrimoine mondial, assure que ce site témoigne d'une situation exceptionnelle, pour la conservation de ressources rares, pour sa beauté, pour sa signification dans l'histoire humaine ou naturelle* » (Marcotte, Bourdeau, 2010, p. 272). Les acteurs rencontrés lors des entretiens n'échappent pas à cette perception de l'inscription en tant que facteur assurant la qualité patrimoniale et donc, par extension, favorisant les visites. Cette perception est justifiée par la conception de la liste du patrimoine mondial comme une liste « intime » avec peu de sites : « *c'est un passeport le fait d'être inscrit, c'est un cercle fermé. Tu fais partie d'un cercle fermé de sites exceptionnels reconnus comme tels. Ne serait-ce que parce qu'il y en a peu, t'as envie d'y aller* » (dir. SYMPAM). ). Pour que le caractère symbolique de cette inscription joue dans le

choix de site(s) à visiter encore faut-il que le territoire / la destination communique dessus. Le marketing territorial et la valeur promotionnelle du label ne sont pas à négliger pour assurer une quelconque retombée. La référence à l'échelle internationale du label fait dès lors figure d'élément essentiel dans la communication touristique, en élevant ces sites au rang de haut-lieux. « *A l'instar des parcs nationaux, ces sites sont donc présentés comme des icônes, des attractions majeures à voir absolument, des lieux uniques qui justifient à eux seuls une visite de cette région* » (Marcotte, Bourdeau, 2010, p.272).

À l'inverse, 46,7 % des personnes interviewées considèrent que le tourisme culturel n'est pas nécessairement un tourisme de qualité et 10 % pensent que la relation n'est pas automatique : « *toutes les formes de tourisme sont autant qualitatives les unes que les autres* » (animatrice ALP). Certains considèrent que le tourisme culturel n'est pas forcément un tourisme de qualité car « *on peut aussi faire du tourisme culturel qui ne soit pas de qualité* » (pdt PAH). 6,7 % des personnes interrogées relèvent qu'il existe également de la surfréquentation sur les sites culturels et patrimoniaux. En effet, le chapitre 1 avait démontré que le tourisme culturel peut également être marqué par des dysfonctionnements et par une massification, notamment sur les sites patrimoniaux de haute renommée comme Venise ou le Mont-Saint-Michel. Si le tourisme culturel n'est pas forcément un tourisme de qualité, « *le tourisme culturel est indispensable à un tourisme de qualité* » (pdt SMERGC). Ceci sous-entend que, pour une offre de qualité, il faut pouvoir mettre en place une valorisation patrimoniale et culturelle. La relation entre tourisme de qualité et tourisme culturel ne fait pas forcément consensus. Mais au-delà de la volonté de mettre en place une offre culturelle visant à améliorer la qualité du tourisme sud ardéchois, nous avons vu que le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc est également mobilisé afin de faire évoluer la fréquentation. Le tourisme de qualité entraîne-t-il une fréquentation spécifique et quelle est la place du tourisme culturel dans cette évolution de la clientèle ?

Quand certains pensent que « *ce n'est pas forcément le faire monter en gamme, je crois qu'il faut faire attention à ce risque d'élitisme* » (dir. SGGGA), d'autres considèrent que « *un tourisme de qualité c'est un tourisme à forte valeur ajoutée* » (pdt SMERGC) et qu'il faut « *afficher derrière quelque chose de plus classe pour toucher une cible* » (conservatrice Cité de la Préhistoire). Nous avons ici deux niveaux de discours opposés.

Pour certains le tourisme culturel est perçu comme porteur d'une image plus haut de gamme. La fréquentation patrimoniale est perçue comme étant un peu plus élitiste et comme favorisant les retombées sur le territoire : « *l'activité culturelle est une activité à forte valeur ajoutée, avec des retours beaucoup plus intéressants* » (pdt SMERGC). 23,3 % des acteurs interrogés (fig. 87) considèrent qu'il peut y avoir une fréquentation spécifique et le même taux déclare que le tourisme de qualité générerait la fréquentation d'une clientèle avec un niveau de catégorie socio-professionnelle (CSP) élevé : « *on met en place un certain niveau d'offre pour recevoir un certain type de clientèle* » (dir. SMERGC).

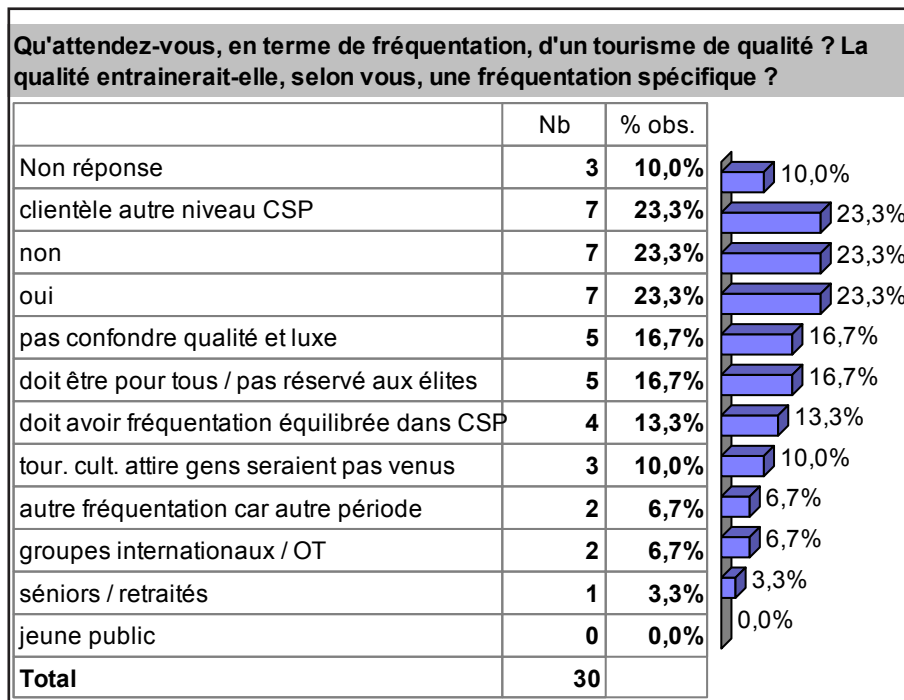


Figure 87 : la fréquentation touristique spécifique associée au tourisme culturel et à un tourisme de qualité

caractérise comme étant un tourisme haut-de-gamme, dont les pratiquants seraient plus aisés que ceux des autres formes de tourisme : « on dit aussi qu'il [le tourisme culturel] mobilise de bons clients : ils dépensent généralement plus que la moyenne des autres touristes » (Cusimano, Giannome, 2008, p. 36). Certaines études ont démontré que l'arrivée d'un grand site culturel favorise effectivement des retombées non négligeables dans les commerces, hôtels et restaurants du territoire (Boquet, Hamez, 2012). Mais cette étude portant sur le centre Pompidou de Metz est conduite dans un milieu urbain, où la visite du musée va de paire avec la visite du centre ville et des autres monuments, telle que la cathédrale. Les modalités des pratiques touristiques étant différentes en zone rural (utilisation de la voiture notamment), nous pouvons questionner la similarité des processus. L'évaluation des retombées associées au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 7) permettra d'avoir un aperçu sur cette question du tourisme culturel vu comme un tourisme de niche. Certains auteurs relativisent également cette question des retombées économiques du tourisme culturel en mettant en avant les coûts de gestion, de protection voire de destruction des patrimoines liés à leur mise en tourisme (Greffé, 2011 ; Luxen, 2011). Au vu du coût de réalisation de la réplique de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la question du rapport investissements-retombées se pose également sur notre territoire d'étude.

Certains des acteurs rencontrés n'hésitent pas à associer la volonté d'attirer une autre clientèle avec celle de limiter la clientèle actuelle : « quand j'entends certains élus, je me demande si ce n'est pas ça qu'ils veulent, on a honte du tourisme actuel et on veut faire un autre truc vachement bien » (dir. SGGGA). Les représentants d'associations locales rencontrés ressentent d'ailleurs cette volonté d'améliorer la qualité du tourisme sud ardéchois comme un marqueur de la perception négative qu'auraient les élus et autres décideurs à l'encontre de

Cette nouvelle fréquentation serait favorisée par la mise en place d'une offre culturelle, notamment par les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : « la clientèle haut de gamme c'est la grotte Chauvet-Pont-d'Arc qui va l'amener, tout l'enjeu est là » (animatrice ALP). Certains auteurs considèrent effectivement que le tourisme culturel se

l'offre actuelle : « *je ne vois pas comment on peut requalifier. Ça veut dire prendre nos touristes actuels pour des blaireaux ? Requalifier ça veut dire quoi ? Qu'ils ne sont pas assez bien ? Pour moi c'est une insulte* » (pdte association AHCP). Pour eux cette stratégie « *c'est changer l'offre. Leur dire, voilà, c'est plus sport de pleine nature, c'est culturel* » (pdt association des loueurs).

Le tourisme culturel attirerait des gens qui ne seraient pas venus sur le territoire sans cette nouvelle offre (10 %). Certains considèrent qu'il peut y avoir un autre type de fréquentation car, on l'a vu, le tourisme culturel attirerait des visiteurs sur une autre période que durant la saison estivale (6,7 %).

Près d'un tiers des personnes rencontrées (23,3 %) considèrent à l'inverse qu'un tourisme de qualité ne doit pas être lié à une fréquentation spécifique de niche. Pour eux, « *le patrimoine n'est pas réservé aux élites* » (chargée de mission OGS) et « *quelque chose de culturel, d'assez haut, assez élevé, c'est bien, il faut proposer différentes choses, mais il ne faut pas sectoriser les gens. N'importe quel badaud a le droit d'avoir accès à la culture* » (pdt syndicat des loueurs). Ils souhaitent ainsi une fréquentation équilibrée en terme de CSP (13,3 %) : « *je pense qu'une destination avec un équilibre dans les cibles de clientèles me semble importante* » (dir. ingénierie/développement ADT). Pour d'autres, il ne faut pas confondre qualité et luxe (16,7 %) car le tourisme de qualité et le tourisme culturel ne doit pas être réservé aux élites.

Le tourisme culturel est donc à la fois un tourisme de qualité car il est perçu comme limitant la massification et la concentration du tourisme tout comme il offrirait la possibilité d'ouvrir l'économie touristique vers une clientèle plus « haut de gamme ». En effet, il semble majoritairement admis qu'un tourisme culturel et par extension un tourisme de qualité offrent la possibilité d'accueillir une clientèle encore peu présente sur le territoire et dont les retombées sont perçues comme nettement plus positives, mais sans évincer la clientèle actuelle. Nous retrouvons ici la volonté de ré-organiser la destination à partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc afin de limiter les impacts négatifs perçus de la fréquentation actuelle. Le chapitre 1 a permis d'introduire le fait que le tourisme culturel serait potentiellement un tourisme de qualité, permettant le développement durable du territoire. Ce qui est majoritairement mis en avant dans le discours des acteurs, c'est que le tourisme culturel s'apparenterait à une forme de tourisme « sain », avec peu d'impacts négatifs pour le territoire et engendrant des retombées économiques importantes du fait qu'il soit pratiqué par une population touristique plus haut de gamme. Mais cette perception du tourisme culturel comme un « bon tourisme » (Cousin, 2008) se heurte à une réalité : celle de la massification du tourisme qui touche aussi les sites touristiques culturels : « *au rythme où se transforment dans les sociétés contemporaines la production et la consommation de marchandises culturelles, on peut parler du tourisme culturel comme d'un phénomène de masse* » (Cusimano, Giannone, 2008, p. 37). Le développement intensif de l'activité touristique et la multiplication des départs en vacances inscrit désormais le tourisme culturel dans les mêmes dynamiques que le tourisme de masse. Ce qui fait d'une forme de tourisme un tourisme de qualité c'est principalement la



gestion, la planification et l'encadrement de la fréquentation et de l'offre. Au final, toutes les formes de tourisme peuvent être qualitatives à conditions qu'elles soient gérées dans une optique de développement durable. Les questions du développement durable et de l'excellence territoriale ont également été abordées avec les acteurs rencontrés.

### 5.2.3.3. Le développement durable et l'excellence territoriale : deux notions mises en avant dans les documents mais floues dans le discours des acteurs

La dernière partie du questionnaire se penchait plus particulièrement sur les notions de l'excellence territoriale et du développement durable. Cependant, si ces notions sont largement mises en avant dans les documents stratégiques (plan de gestion de la candidature UNESCO, protocole GPRA...), les acteurs interviewés ont rencontré des difficultés pour répondre à ces questions. Nombreux sont ceux qui ont longuement réfléchi avant de répondre et les réponses données ont été beaucoup moins instinctives que les précédentes. De plus, cette partie de l'entretien n'a pas été abordée avec l'ensemble des acteurs, à la fois pour des questions de temps mais aussi parce que le choix a été fait de ne les poser qu'à ceux qui paraissaient les plus disponibles pour nous accorder encore un peu de leur temps. Ce choix arbitraire est certes contestable, mais nous avons préféré ne pas toujours poser la question pour éviter les réponses de complaisance qui auraient également faussé les résultats.

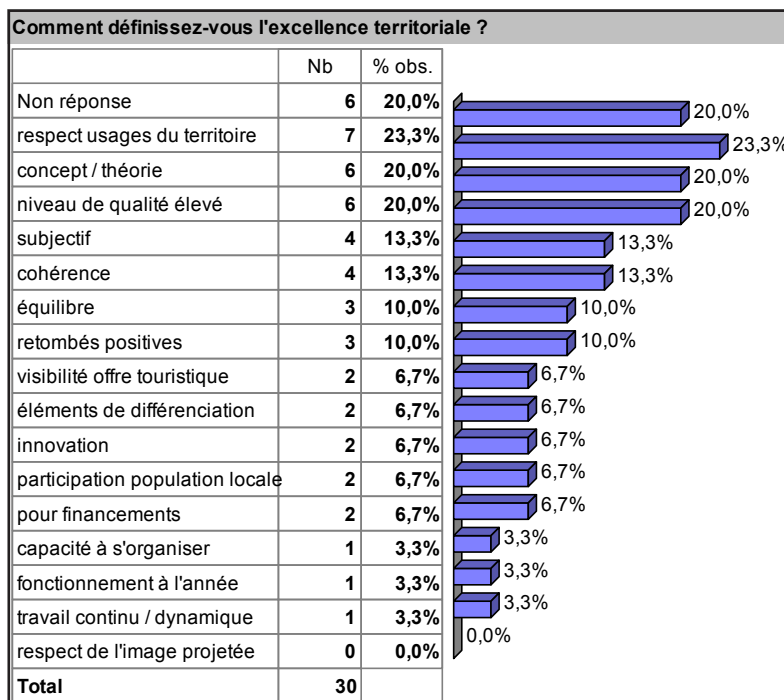


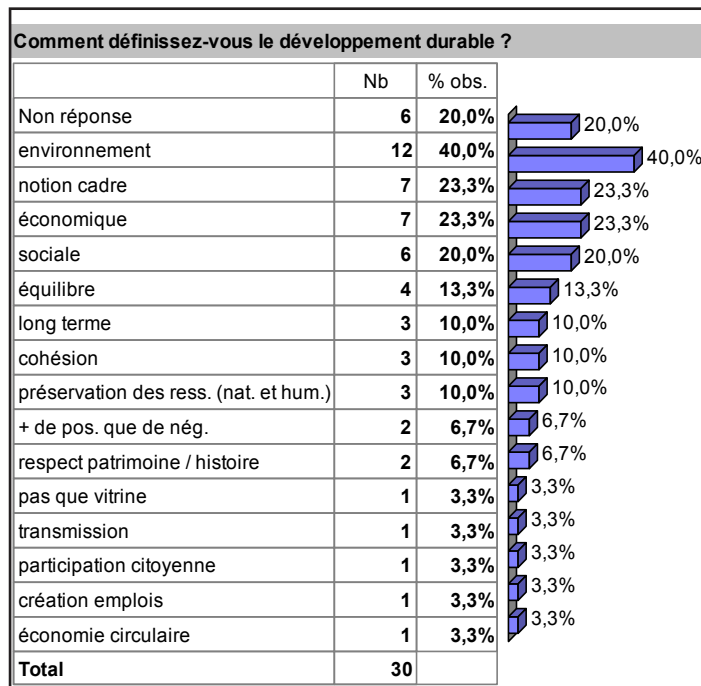
Figure 88 : définition par les acteurs de l'excellence territoriale

A la question «comment définissez-vous l'excellence territoriale ? », 23,3 % des personnes rencontrées qui ont répondu à cette question cite le respect des usages du territoire et des habitants (fig. 88) : « c'est avoir une offre basée sur l'histoire du département, sur la perception des gens qui y résident, et ça, ça fait partie de l'excellence d'une destination » (chargé de mission CPER, smergc). Entre la considération de l'histoire du territoire et l'égard vis-à-vis de la population locale, l'excellence territoriale est perçue comme un moyen de

traduction des usages durables du territoire : « c'est quand le territoire a mis en oeuvre toutes les mesures permettant d'assurer un développement harmonieux de l'activité pour les habitants

*toute l'année et une préservation de l'environnement sur toute l'année»* (dir. SMERGC). Ce rapport de l'excellence au développement durable renvoie à la notion d'équilibre qui est citée par 10 % des acteurs : il s'agit ici de l'équilibre entre les moyens investis pour la population locale et ceux investis pour la population touristique mais aussi de l'équilibre entre la valorisation touristique et la préservation des patrimoines naturels et culturels. Pour permettre cet équilibre et l'excellence territoriale, 13,3 % des personnes rencontrées insistent sur la cohérence à la fois entre les décisions et les stratégies des différents acteurs mais aussi entre l'image vendue par la destination et ce qu'il en est réellement. 20 % des acteurs rencontrés estiment que l'excellence territoriale correspond à un niveau de qualité élevée : *«l'excellence, c'est un niveau de qualité élevé, qualité de consommation et de l'économie touristique pour les habitants et le territoire»* (dir. SYMPAM). Les retombées «positives» participent également à la définition de l'excellence territoriale pour 10 % des répondants. Encore une fois, ces retombées sont également rapportées aux habitants permanents. La participation de la population locale est ainsi citée par 6,7 % des acteurs. L'excellence territoriale c'est aussi, pour les acteurs rencontrés, permettre la visibilité de l'offre touristique (6,7 %), et notamment de l'offre culturelle : *«un territoire qui serait repéré comme étant une destination touristique et patrimoniale forte, que ça se voit.»* (pdt PAH, maire St-Vincent-de-Barrès). C'est également un facteur de différenciation pour 6,7 % des personnes rencontrées : *«l'excellence c'est quand t'es au-delà de la moyenne, de la normalité, de la banalité de ce qui se fait ailleurs ; c'est forcément des éléments de différenciation qui fait qu'on a des choses à proposer, à faire découvrir et qu'on ne voit pas ailleurs»* (dir. SYMPAM). Cette différenciation associée à l'excellence territoriale peut-être permise par l'innovation (6,7 %) : *«pour moi, c'est lié à l'innovation. C'est quand on ne se contente pas d'appliquer des recettes qui ont été faites ailleurs, c'est quand on cherche ses propres solutions et qu'on va plus loin que les simples standards de la qualité»* (chargée de mission UNESCO). A côté de ces considérations concernant l'excellence territoriale, une partie des acteurs rencontrés soulignent également le caractère conceptuel de cette notion (20 %). Pour eux, la notion d'excellence territoriale relève plus d'une théorie que d'un concept pratique ; pour certains, *«ça n'a pas de sens l'excellence territoriale»* (dir. ingénierie et développement touristique, ADT) et pour d'autres *«ça ne veut rien dire, ce sont des mots, c'est de la sémantique»* (pdt SMERGC). L'aspect subjectif de la notion d'excellence territoriale est relevé par 13,3 % des acteurs rencontrés alors que 6,7 % soulignent que cette notion est principalement mobilisée afin de favoriser les aides financières : *«c'est un vocable et une terminologie qui sert de filet à papillon pour les financements»* (dir. PNR Monts d'Ardèche).

La notion d'excellence territoriale n'est ainsi pas réellement formalisée par les acteurs rencontrés. Si ce concept est mobilisé dans les documents cadres, il semble que ses contours sont encore flous et que son caractère conceptuel et subjectif ne favorise pas sa définition. Le caractère principal de cette notion réside dans le fait qu'elle fait écho pour les acteurs au concept de durabilité. Mais comment définissent-ils le développement durable ?



**Figure 89 : définition du développement durable par les acteurs**

La majorité des acteurs rencontrés (40 %) définit le développement durable à travers le prisme de l'environnement et de sa protection (fig. 89). Il s'agit «*d'essayer de limiter le tourisme de masse*» (animatrice ALP) pour s'assurer un développement écologiste. Nous avons vu dans le chapitre 1 que le développement durable est principalement abordé *via* le prisme de l'écologie et de l'environnement. Les acteurs du territoire ardéchois ne dérogent ainsi pas à cette règle et l'environnement reste la principale source de préoccupation. Les aspects économique et social sont cités réciproquement à 23,3 % et 20 %. Concernant l'économie, les acteurs rencontrés citent principalement les retombées positives pour les habitants et pour l'ensemble du territoire. L'aspect social est principalement abordé à travers la notion de bien être de la population locale et ce, à toute les périodes de l'année. Pour lier les trois concepts englobés dans la notion de développement durable (environnement, social et économie) au territoire, les acteurs abordent la durabilité à travers la notion d'équilibre (13,3 %), notamment entre l'utilisation et la préservation des ressources : «*c'est l'adéquation entre nos capacités, nos ressources et l'utilisation qui en est faite*» (dir. CdC gorges de l'Ardèche). La préservation des ressources est par ailleurs formellement citée par 10 % des acteurs rencontrés. Dix autres pourcent des acteurs rencontrés estiment que le développement durable doit s'inscrire dans le long terme et nécessite des réflexions qui dépassent le profit immédiat : «*c'est s'assurer que les décisions prises s'inscrivent dans l'espace et dans le temps et pas dans la consommation immédiate*» (psdt SGGA). La préservation du patrimoine est également incluse dans les préceptes de développement durable par 6,7 % des personnes rencontrées : «*qu'on ait des choses à transmettre aux générations futures en bon état, que ce soit l'environnement, l'histoire ou le patrimoine*» (pdt PAH, maire St-Vincent-de-Barès). Cette inclusion du patrimoine et de la culture dans les principes du développement durable traduit à la fois l'évolution de ce vocable mais également la place du patrimoine dans les dynamiques territoriales. La mise en tourisme de la ressource patrimoniale culturelle est désormais perçue comme un levier de durabilité, en limitant les pressions environnementales et en favorisant les retombées économiques durables (Origet du Cluzeau, 2013 ; Cousin, 2011). Cette inscription du patrimoine dans la définition du développement durable appuie ainsi l'hypothèse du tourisme culturel vu comme un «bon tourisme», car il englobe tout comme il nourrit les principes de durabilité.

A ces approches de la durabilité s'ajoute une critique de la part des acteurs rencontrés vis-à-vis du développement durable. Une partie d'entre eux (23,3 %) estime que le développement durable est aujourd'hui une notion cadre qui est dépassée et qui englobe à la fois tout et rien : « *c'est tellement une notion devenue tarte à la crème* » (dir. ingénierie et du développement touristique, ADT) ou encore « *malheureusement c'est un peu à toutes les sauces aujourd'hui* » (dir. grand site de France Aven d'Ornac). Ces critiques rejoignent celles formulées dans le premier chapitre où l'on soulevait l'aspect trop conceptuel du développement durable qui le rends difficilement mobilisable par les acteurs. A ce caractère conceptuel et flou s'ajoute l'aspect subjectif du développement durable : chaque acteur le traduit selon ses propres visions de la durabilité, souvent par l'entrée environnementale. Mais à l'inverse de cette forme nébuleuse du développement durable, celui-ci est également défini par son aspect normatif. Le développement durable est présenté comme « *une ambition admise et commune* » (chargée de communication, ADT) qui « *a servi de boussole pour les politiques publiques* » (chargé de mission CPER, SMERGC). Encore faut-il pouvoir formaliser le développement durable et trouver un consensus sur les actions à mettre en place.

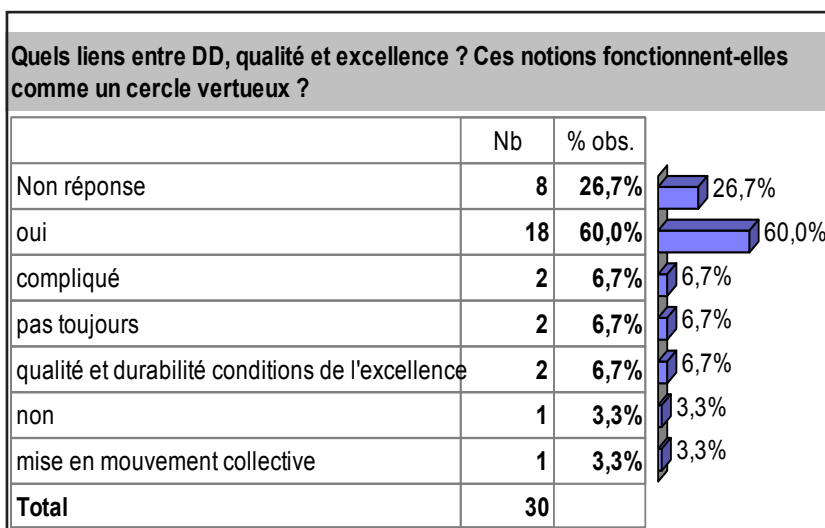


Figure 90 : la relation entre le développement durable et l'excellence vue par les acteurs

Les liens pouvant exister entre le développement durable, l'excellence territoriale et la qualité du tourisme ont également été abordés avec les acteurs à travers une dernière question : ces notions fonctionnent-elles comme un cercle vertueux ? La majorité des personnes (60 %) ayant répondu à cette question considère en effet qu'il existe un lien étroit entre la qualité, le développement durable et l'excellence territoriale (fig. 90). Pour eux, les dynamiques de la durabilité nourrissent l'excellence territoriale et la qualité, et vice-versa : « *je pense que l'excellence territoriale est à la fois un objectif et un moyen de développement durable et inversement* » (chargée de mission UNESCO, SMERGC). La mise en oeuvre de ces concepts permet également une mise en mouvement d'ensemble selon une dynamique commune : « *on peut faire un rapport entre excellence territoriale et développement durable dans le sens où c'est une mise en mouvement de l'ensemble des acteurs de façon coordonnée avec des objectifs à court, moyen, long terme.* » (dir. ingénierie et développement touristique, ADT). 6,7 % des personnes rencontrées considèrent que le développement durable et la qualité sont des conditions de l'excellence : « *la qualité n'est pas une fin en soi, elle va servir la durabilité, elle reste un outil, un moyen de se donner plus de chance. L'excellence viendra derrière* »

(CCI Ardèche, tourisme). Pour ces acteurs, *«l'excellence est l'aboutissement de la qualité et de la durabilité»* (chargé de mission GPRA, SMERGC). 6,7 % des acteurs rencontrés, se posent la question de l'équilibre de ce potentiel cercle vertueux entre la qualité du tourisme, le développement durable et l'excellence territoriale : *«un cercle vertueux battu en brèche en permanence par les ruptures d'équilibre. Ce sont les phénomènes de cycle, c'est-à-dire qu'il y a une phase de mise en place, là, on rentre dans cette phase, d'un cercle vertueux qui va se mettre en place, puis phase de palier et d'épuisement, puis ça retombe dans les travers. Comment maintenir ça en permanence ?»* (dir. SMERGC). Cette citation renvoie au caractère dynamique de la qualité, du développement durable et de l'excellence. La durabilité des démarches visant la qualité du tourisme et l'excellence territoriale demande des mise à niveau constante. En effet, le premier chapitre a permis d'avancer le fait que la qualité revêt un caractère dynamique sans cesse en évolution : ce qui est de qualité aujourd'hui ne le sera peut être plus demain.

***Conclusion : limites du système touristique actuel et intérêts du tourisme culturel : vers la diversification et la qualité du tourisme***

La diversification de l'image et de l'offre, la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation, la recherche d'un tourisme de qualité et d'excellence territoriale trouvent leurs sources dans un même contexte. Entre l'identification des limites de la monoactivité, de la concentration et de la saturation du territoire, les acteurs reconnaissent volontiers que le système touristique historique n'est pas adapté à leurs nouvelles ambitions. Selon eux, le système touristique actuel ne permet pas de répondre aux attentes de la nouvelle clientèle espérée et ne correspond pas à l'envergure et à la qualité du fac-similé et des valeurs sous-jacentes à l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial.

À partir des leviers que représentent les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et du patrimoine culturel, ils souhaitent donner au territoire et au tourisme ardéchois une image de qualité, où les ressources environnementales et culturelles s'entrecroisent pour une fréquentation annuelle sur l'ensemble du département.

Grâce à un travail de communication et de promotion de l'ensemble des ressources, à la structuration des acteurs, à la réorganisation et à la mise à niveau de l'offre et des services, les porteurs de projet souhaitent faire évoluer le système touristique et l'adapter à une clientèle culturelle perçue comme «haut-de-gamme».

Ces ambitions doivent cependant faire face à des freins, notamment en terme d'acceptation locale. La perception des blocages (voire de l'inertie) locaux de la part des porteurs de projet fait écho au ressentiment des locaux vis-à-vis de ces projets. L'identification de ces freins renvoie principalement à un problème de communication entre les deux parties prenantes, aussi qu'aux problèmes d'appropriation de projets initiés par le haut. La localisation



de l'ERGC est également identifiée comme un frein, avec la crainte de l'ensemble des acteurs de voir la Caverne du Pont d'Arc amplifier la concentration autour du territoire vallonnais, mais aussi de réduire le nombre de visiteurs des autres sites, notamment de l'aven d'Ornac.

Le tableau 5 résume l'ensemble le contexte, les évolutions souhaitées, les leviers, les moyens de mise en oeuvre et les freins identifiés pour chacune des attentes. Au final, il semble que les dynamiques de diversification, de diffusion et d'amélioration de la qualité interagissent et fonctionnent selon des trajectoires communes.

**Tableau 5 : Synthèse des entretiens**

	Diversification de l'image et de l'offre	Diffusion spatio-temporelle	Qualité du tourisme et excellence territoriale
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- valorisation ressource environnementale</li> <li>- monoactivité</li> <li>- concentration</li> <li>- limites de la clientèle actuelle</li> <li>- peu de retombées</li> <li>- concurrence</li> <li>- problèmes adéquation par rapport aux attentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- concentration spatio-temporelle</li> <li>- surfréquentation</li> <li>- saturation du territoire</li> <li>- pression sur la ressource environnementale</li> <li>- déséquilibre socio-économique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- limite de la clientèle actuelle</li> <li>- concurrence</li> <li>- peu de retombées</li> <li>- problèmes d'adéquation attentes</li> </ul>
Évolution souhaitées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- valorisation ressource culturelle</li> <li>- superposition nature/ culture</li> <li>- image qualitative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- destination Ardèche</li> <li>- fréquentation annuelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tourisme de qualité</li> <li>- développement touristique et territorial durable</li> <li>- excellence territoriale</li> <li>- montée en gamme</li> </ul>
Leviers	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNESCO / ERGC</li> <li>- patrimoine culturel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNESCO / ERGC</li> <li>- patrimoine culturel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- UNESCO / ERGC</li> <li>- patrimoine culturel</li> </ul>
Mise en oeuvre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- communication / promotion</li> <li>- travail amont / préparation du territoire</li> <li>- structuration des acteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- communication / promotion</li> <li>- valorisation de l'ensemble des ressources</li> <li>- offre départementale</li> <li>- réorganisation / diversification</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise à niveau offre / service</li> <li>- labellisation</li> <li>- valorisation ressource culturelle</li> </ul>
Freins	<ul style="list-style-type: none"> <li>- blocages / résistance locale</li> <li>- cohérence de l'image</li> <li>- manque d'adhésion générale au projet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- perte de fréquentation sites limitrophes</li> <li>- localisation ERGC</li> <li>- manque offre</li> <li>- blocage / résistance locale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- blocage / résistance locale</li> <li>- élitisation</li> </ul>

Afin de connaître les incidences réelles d'un tel projet, il s'agit de conduire une évaluation visant à analyser les évolutions territoriales et touristiques.

## *CONCLUSIONS DEUXIÈME PARTIE*

Afin de valoriser les patrimoines artistiques, archéologiques et paléontologiques de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les porteurs de projet ont créé l'Espace de Restitution appelé la Caverne du Pont d'Arc. En mettant en place une méthode de réalisation innovante, les porteurs de projet ont cherché à se rapprocher au plus près de la véritable grotte ornée, afin de transmettre au mieux l'émotion de la visite de la véritable grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Mais au-delà de la qualité de cette infrastructure localisée, les acteurs ont également cherché à faire de l'espace de restitution une infrastructure structurante, devant rendre compte certes de la qualité de la cavité ornée, mais aussi de celle du territoire touristique.

Cette infrastructure touristique, que l'on peut considérer comme un parc de loisir culturel, est le centre d'une nouvelle image souhaitée par les acteurs. Ils souhaitent ainsi que la qualité de la restitution rayonne sur l'ensemble du territoire afin d'afficher l'image d'un tourisme culturel de qualité, dont la grotte Chauvet-Pont-d'Arc serait l'emblème.

L'inscription de la cavité sur la liste du patrimoine mondial fonctionne sur le même registre : perçue comme un reflet de la qualité à la fois de la grotte mais aussi du territoire, cette inscription est le support d'ambitions fortes, notamment en terme d'évolution de l'image du territoire et de l'offre touristique. Saisie comme l'assise d'un nouveau tourisme, cette inscription est vectrice d'une nouvelle organisation territoriale, notamment à travers la réponse locale des acteurs aux orientations internationales du Comité du patrimoine mondial. Ainsi, les stratégies locales mise en place constituent la base de l'évolution du système touristique.

À ces actions localisées s'ajoutent des démarches globales : les acteurs souhaitent avant tout développer le territoire, diffuser la fréquentation, diversifier l'offre et l'image du tourisme sud ardéchois le tout à des fins d'excellence au regard des principes du développement durable. Un des principaux enjeux sous-jacents à ces volontés reste l'évolution du type de fréquentation touristique. Les acteurs cherchent à faire venir une clientèle touristique culturelle, perçue comme étant de meilleure qualité, plus haut de gamme et permettant ainsi un développement territorial plus avantageux. Derrière cette ambition se cache un second enjeu, associé aux critiques émises vis-à-vis de l'offre et de la clientèle actuelle : limiter le tourisme sport - nature - plein-air porteur selon eux de nombreux inconvénients (impacts environnementaux, pollution, faibles retombées...). Le tourisme culturel apparaît ainsi comme une forme de tourisme porteuse d'améliorations (moins de pression sur l'environnement, développement socio-économique...), aussi bien à l'échelle locale qu'à l'échelle globale. Les critiques émises par les porteurs de projet sur l'offre et la fréquentation actuelle et les ambitions associées à la diversification traduisent leurs perceptions du tourisme culturel comme un tourisme de qualité respectant les principes de la durabilité.

Pour ce faire, ils ont construit une stratégie territoriale globale, où se mêlent la valorisation du patrimoine culturel, la gestion du tourisme actuel et l'amélioration de la qualité. La frise chrono-systémique de la figure x montre ainsi les interactions entrant en jeux entre les différentes strates du système touristique.

Cette frise permet ainsi de visualiser les interactions existantes entre les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et les démarches de gestion. Ici, la valorisation de la cavité ornée, que se soit grâce au fac-similé ou à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial entraîne une relecture et une intensification des mesures de gestion. Nous voyons ainsi comment un projet de valorisation du patrimoine culturel peut conduire à des démarches visant la gestion et la planification de la fréquentation touristique, même si cette gestion reste très localisée.

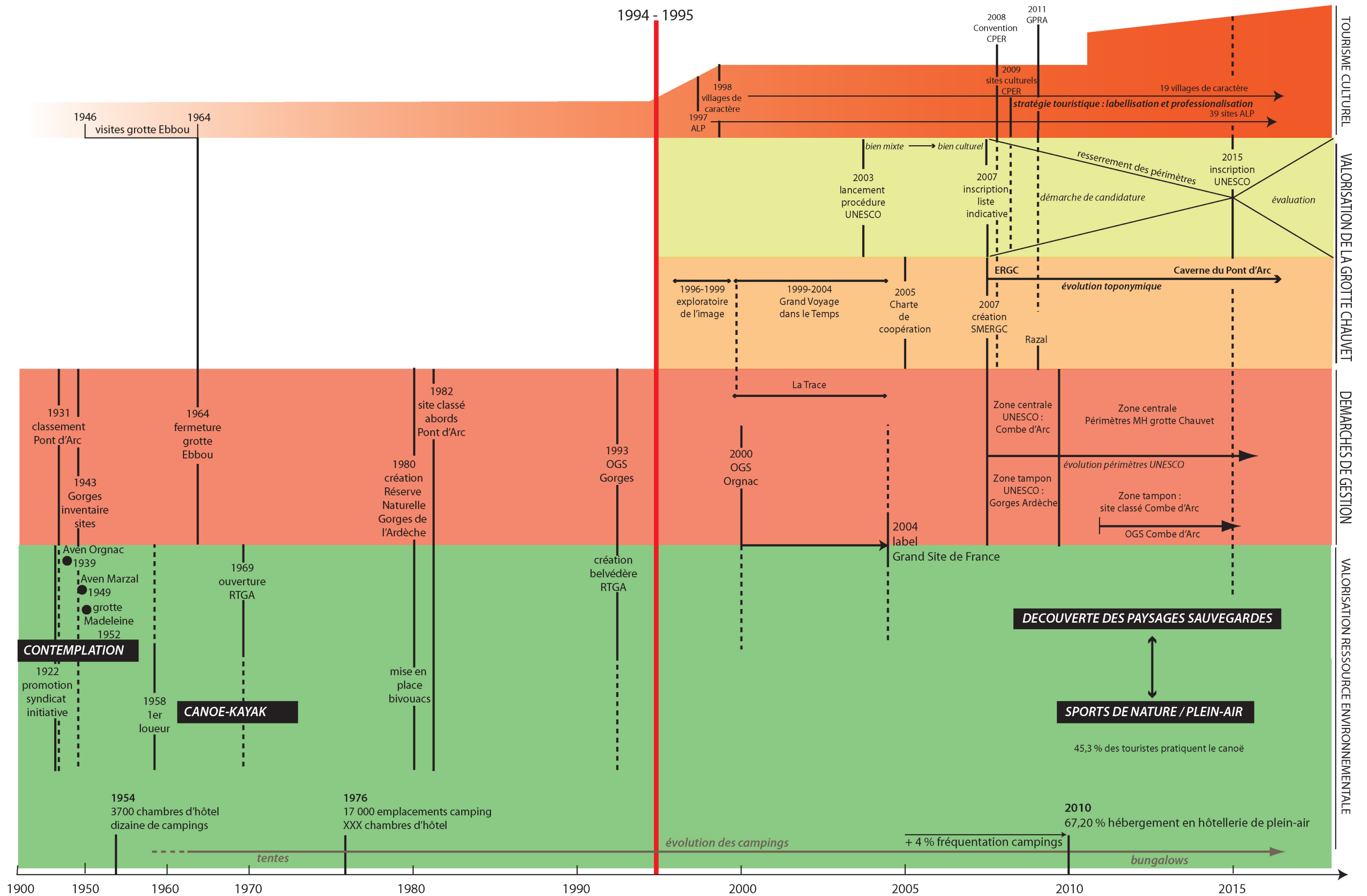


Figure 91 : frise chrono-systémique : le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le système touristique

Les chapitres 3, 4 et 5 ont permis de compléter la frise chrono-systémique de la figure 28. Cette frise chrono-systémique permet de voir les incidences du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur le système touristique notamment en terme de gestion. Ainsi, la candidature UNESCO puis l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial ont conduit à une relecture des stratégies de gestion principalement de la Combe d'Arc, selon l'évolution des périmètres du bien. Les projets de valorisation de la cavité ornée ont également impulsé des mesures visant à renforcer l'offre culturelle, d'où l'élargissement de la zone consacrée au tourisme culturel. Les démarches d'accompagnement (CPER / GPRA) ont principalement eu des effets sur la diversification et l'évolution de la qualité de l'offre. Au final, si ces projets de valorisation sont pensés comme des leviers pour faire évoluer l'offre touristique, il semble qu'ils ont principalement agi sur l'offre culturelle en la renforçant que sur l'offre associée à la ressource environnementale. Cette dernière reste l'appui principal de la mise en tourisme du territoire.

# TROISIÈME PARTIE

## L'ÉVALUATION ET LES INDICATEURS

### ETAT DE L'ART ET PRÉSENTATION DE LA MÉTHODE IQUATEXT



*Le pont d'Arc en hiver*  
*photo : Ch. Malgat, février 2013*



*L'Aven d'Orgnac, détails de la salle de Joly*  
*photo : Ch. Malgat*



## ***INTRODUCTION TROISIÈME PARTIE***

Le patrimoine et le tourisme culturel sont mobilisés dans les processus de diversification et d'augmentation de la qualité de la destination sud ardéchoise. Cette mobilisation de la culture dans des stratégies visant la durabilité et la qualité du tourisme questionne de fait le pouvoir ré-organisationnel du tourisme culturel. Si au yeux des acteurs porteurs des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc cette dernière est le point d'appui pour faire infléchir le système touristique vers une offre de qualité, qu'en est-il vraiment ? Le patrimoine et le tourisme culturel possèdent-ils réellement des vertus positives (voire curatives) pour le territoire ? Quelles vont être les incidences de ces évolutions sur le fonctionnement du système ? Le tourisme culturel peut-il vraiment permettre de dépasser les limites perçues du système touristique actuel ?

Questionner les impacts de la mise en place d'une nouvelle offre touristique amène à interroger les moyens pouvant être mis en place afin d'évaluer les réelles retombées d'un tel projet de territoire. Le sixième chapitre reviendra sur la notion d'évaluations et d'indicateurs. Une analyse critique, basée sur des recherches bibliographiques, nous conduira à questionner la pertinence des systèmes d'évaluations et d'indicateurs existants : peut-on mener une évaluation objective des politiques publiques ? L'évaluation n'est-elle pas contrainte par une vision resserée des principes de durabilité ? La présentation de l'évaluation des actions du plan de gestion de la candidature UNESCO permettra une première approche sur les moyens de suivi pouvant être mis en place.

Dépassant la seule question de l'évaluation du plan de gestion contrainte par une vision particulière de ce que doit être le territoire pour répondre aux exigences du comité du patrimoine mondial, comment mesurer, suivre et évaluer la complexité territoriale ? Les évolutions souhaitées par les acteurs du tourisme cherchent à infléchir l'ensemble du territoire. Comment évaluer les incidences territoriales globales d'un tel projet ? Les réflexions conduites dans le chapitre sept permettront de présenter une méthode d'évaluation innovante mise en place dans le cadre de cette recherche : la méthode IQUATEXT.

# CHAPITRE 6

## L'ÉVALUATION, LA QUALITÉ ET LES INDICATEURS

### RÉFLEXIONS CRITIQUES

Les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc relèvent d'une politique publique visant à ré-organiser le tourisme. Connaissant le lien étroit qui unit tourisme et territoire (Gauchon, 2010 ; Grandpré (de), 2007 ; Hazebrouck, 2006 ; Lazzarotti, 2011 ; Peyrache-gadeau, 2007), notre démarche vise à questionner les effets de la ré-organisation du tourisme sur le fonctionnement territorial. Quelles sont les évolutions territoriales associées à la recherche de la qualité et à la limitation des impacts d'une fréquentation perçue comme dégradante ? Le manuscrit a démontré que les stratégies d'évolution de la qualité et de diversification passent par la mobilisation du patrimoine culturel. Mais la ressource patrimoniale culturelle permet-elle d'impulser réellement une dynamique qualitative ? Quelles sont les réelles relations pouvant exister entre le tourisme culturel et le tourisme de qualité ? Les politiques et les décisions en vue d'une qualification et d'une diversification du tourisme mènent-elles réellement vers une excellence territoriale au regard des principes du développement durable ?

Pour connaître les impacts d'une politique territoriale et, dans le cadre de notre étude, d'une politique touristique, il s'agit d'évaluer les retombées, les résultats et les moyens mis en œuvre. Perçu comme un système, le fait touristique est composé de plusieurs éléments, processus et sous-systèmes. En tant que système complexe, il s'agit de tendre vers la compréhension des retombées et impacts à chaque niveau du système.

La première partie de ce chapitre est consacrée à une analyse critique du concept de l'évaluation et de la notion d'indicateurs. Elle nous permettra de saisir les enjeux et les limites sous-jacents à ces procédures d'évaluation des politiques publiques. La seconde partie effectuera un focus sur l'évaluation de la qualité et de la durabilité des destinations et services touristiques. Là aussi, une approche critique et un retour sur les procédés d'évaluation et sur les indicateurs existants offrira la possibilité d'en questionner les enjeux et les limites. La fin de ce chapitre présentera les indicateurs de suivi du plan de gestion du bien UNESCO grotte Chauvet-Pont d'Arc. En effet, le Comité du patrimoine mondial demande à ce que le plan de gestion présenté lors de la candidature soit évalué au bout de cinq ans afin de présenter l'évolution des actions. Cette évaluation passe par la mise en place d'indicateurs. Le travail mené dans le cadre de la bourse CIFRE nous a conduit à construire la méthode d'évaluation du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

## 6.1. L'évaluation et les indicateurs : une objectivation du développement durable et de la qualité du tourisme

### 6.1.1. L'évaluation, une mesure pour rendre compte de la réussite des objectifs de développement durable

#### 6.1.1.1. Qu'est-ce qu'évaluer ? Vers la mesure de la performance

L'évaluation se définit comme « l'action d'évaluer, d'apprécier la valeur d'une chose »<sup>59</sup>. C'est une « technique, méthode d'estimation » (id.). L'évaluation, en tant qu'appréciation d'une valeur quelconque, conduit à mesurer la qualité intrinsèque d'un objet, d'une personne et, dans le cadre de notre étude, d'une stratégie de politique publique. Elle définit et met en évidence les résultats d'une action, ses finalités et ses impacts : « c'est ainsi que la mesure permet de saisir l'un ou l'autre des aspects suivants : la présence ou l'absence, la fréquence, l'intensité, l'ordonnement, la croissance, la décroissance, la fluctuation, l'accélération, la coexistence, etc... » (Duchastel, Laberge, 2011, p. 5).

L'évaluation suppose la mesure et l'analyse de la complexité de l'évolution et de la réorganisation du système territorial : « pour être pertinente et crédible, l'évaluation ne peut qu'intégrer la complexité du système, à savoir toutes les particularités structurelles (liées aux composantes, aux relations et interrelations endogènes et exogènes), la qualité de son organisation, sa capacité à initier, gérer et mener à son terme un projet de territoire, son aptitude à intégrer le changement » (Rolland-May, 2000, p. 27). Elle mène à la connaissance des trajectoires territoriales et permet d'appréhender les évolutions du système territorial : « il s'agit de comprendre comment l'intervention publique modifie l'environnement, les objets, les plans et les moyens d'action des acteurs » (Perret, 2008, p. 24).

La conduite des évaluations des politiques publiques en France est aujourd'hui marquée par une diffusion accrue de ces pratiques. Bernard Perret, dans son livre « l'évaluation des politiques publiques » (2008), relate l'histoire de la pratique de ces évaluations. Les premières évaluations, menées par des chercheurs aux États-Unis, remontent au début du 20<sup>ème</sup> siècle. En 1932, Ralph Tyler met en place un modèle conceptuel d'évaluation d'un programme national d'éducation. À partir des années 1960, l'évaluation est promue aux États-Unis comme un outil de contrôle et d'optimisation des dépenses publiques. Cette pratique s'étend à l'ensemble du monde anglo-saxon et à l'Europe après la seconde guerre mondiale. Cependant, en France, il faut attendre la fin des années 1980 et les initiatives du gouvernement Rocard pour que l'évaluation *ex-post*<sup>60</sup> soit identifiée comme une activité spécifique et que l'on prenne conscience de son rôle potentiel dans la modernisation de l'État, notamment grâce à sa valeur ré-organisationnelle et de ré-ajustement (cf *infra*).

59 <http://www.cnrtl.fr/lexicographie/évaluation>

60 « se dit de l'analyse des faits économiques effectuée après qu'ils se sont produits pour vérifier les prévisions *ex ante* » (www.larousse.fr)

Aujourd'hui, l'évaluation des politiques territoriales conduit à mesurer la performance des choix et des actions politiques qui visent à infléchir le système territorial selon un axe pré-établi : « *l'évaluation de la performance vise à poser un jugement objectif sur la réalisation d'objectifs qui découlent d'un plan prédéfini, généralement d'une politique, d'un programme ou d'une stratégie* » (Neault, 2004, p. 61). La performance est ici entendue comme les résultats obtenus suite à la réalisation d'une stratégie. La performance renvoie aux résultats positifs d'une action, quand la contre-performance définit les effets inverses à ceux désirés : « *une évaluation consiste à passer en revue les résultats des activités réalisées et à déterminer si ces activités ont produit les résultats espérés* » (Hockings, et al., 2008, p. 5). La mesure de la performance d'une politique publique cherche à répondre à une question centrale : les actions mises en place ont-elles eu l'effet escompté au regard des attentes associées aux stratégies ? Autrement dit, les actions réalisées ont-elles permis la réalisation effective de ce qui était souhaité ? Les objectifs ont-ils été atteints et dans quelle mesure ces résultats produisent-ils les effets attendus ? Ces interrogations questionnent le niveau d'efficacité et d'efficience des politiques mises en place.

L'efficacité et l'efficience sont deux notions sous-jacentes à celle de performance. « *Évaluer l'efficacité, c'est comparer les effets propres de la politique à ses objectifs* » (Perret, 2008, p. 18). Il s'agit donc de mesurer les effets directs associés à la politique mise en place, en tentant de distinguer les influences du contexte territorial et des facteurs exogènes. Considérant qu'un système territorial est le produit de paramètres endogènes et exogènes, qu'il se construit selon une dynamique sans cesse en évolution et en interrelation avec son environnement (Aldhuy, 2006 ; Bonnemaïson, 1981 ; Debarbieux, 1999 ; Gellereau, 2003 ; Lamara, 2009 ; Moine, 2006, 2007), l'évaluation de l'efficacité d'une politique publique est difficile à conduire. En effet, comment distinguer ce qui est directement issu des stratégies et les effets consécutifs périphériques résultant de ladite dynamique ? Un système territorial « *empiète sur le global, tout comme il empiète sur le local. Par ces expressions [...], nous exprimons une réalité bien géographique à savoir que tout système territorial est intégré dans une logique multi-scalaire* » (Rolland-May, 2000, p. 81). La complexité même du système territorial questionne la conduite de l'évaluation de l'efficacité. Et si « *on doit tenter de mesurer les effets propres de la politique, à savoir les modifications de l'état de la société qui lui sont réellement imputables* » (Perret, 2008, p. 24), force est de constater que ces effets propres sont difficilement distinguables des effets induits périphériques. « *Pour prouver et quantifier une relation de cause à effet entre une politique et certaines évolutions constatées de l'état de la société, il faut répondre à la question : que se serait-il passé si, toutes choses égales d'ailleurs, la politique n'avait pas été mise en œuvre ? Poser le problème en ces termes suggère le recours à un protocole d'expérimentation* » (id., p. 42).

L'efficience se définit comme le rapport entre les résultats et les moyens mis en œuvre (Méasson, 2008). L'évaluation de l'efficience renvoie principalement aux analyses coûts-avantages et coûts-efficacité (Perret, 2008). La mesure de l'efficience est, dans le monde de



l'entreprise, rapportée aux rendements et aux bénéfices. Dans le cadre de l'évaluation d'une politique publique, l'évaluation de l'efficacité revient à mesurer ce qui a été mis en place au regard des moyens engagés. Si l'évaluation de l'efficacité consiste en l'évaluation des résultats au regard des objectifs, l'évaluation de l'efficience revient à évaluer la capacité des moyens mis en œuvre au regard des effets escomptés et obtenus. L'évaluation de l'efficience questionne dès lors la cohérence des moyens mis en œuvre par rapport aux objectifs.

Que ce soit par la mesure de l'efficacité ou celle de l'efficience, l'évaluation est pensée par les acteurs comme devant permettre une mise à niveau permanente des stratégies : « *les gestionnaires peuvent souhaiter se servir des résultats d'une évaluation pour améliorer leurs programmes* » (Hockings et al., 2008, p. 5). L'évaluation peut, en retour, faire évoluer la manière de conduire les politiques régionales et locales, dans le management des projets, dans l'organisation et le fonctionnement de la mise en œuvre de la stratégie : « *l'évaluation peut viser seulement à améliorer la mise en œuvre ou le pilotage de l'action, mais elle débouche parfois sur des changements plus importants : réaménagements techniques d'une procédure, reformulation de certains objectifs, augmentation (ou réduction) des moyens, mise en sommeil, arrêt ou au contraire, amplification et généralisation d'un programme* » (Perret, 2008, p. 18).

En tant qu'outil de régulation, « *l'évaluation est ici définie comme un outil de production de connaissances pour éclairer et aider la décision publique. Son utilité désigne la prise en compte, par les décideurs, de ses résultats et de ses recommandations* » (Méasson, 2008, p. 1). En effet, la régulation se définit « *par le fait de maintenir en équilibre, d'assurer le fonctionnement correct d'un système complexe* » (Petit Robert, 2011). L'évaluation de régulation est « *une évaluation visant à corriger ou à ajuster le fonctionnement d'un système afin de l'améliorer* » (De Ketele, Roegiers, 2009, p. 38). Dans le cadre d'une politique territoriale, conduire une évaluation de régulation permet d'ajuster les actions mises en place afin de s'assurer de l'évolution souhaitée du système territorial. Apporter des modifications dans le fonctionnement territorial peut l'amener à évoluer vers des trajectoires non prévues qui peuvent, au final, le perturber et engendrer des interactions négatives. « *On peut dire que le système territorial est alors sur le fil du rasoir, car son extrême sensibilité aux conditions initiales fait que la moindre décision est amplifiée sans commune mesure avec l'action initiée et risque d'induire des effets stratégiques diamétralement opposés aux effets prévus. Très concrètement, le territoire peut par exemple, basculer vers une dynamique de développement ou, au contraire, plonger dans une spirale de fermeture et de récession, suite à une action en apparence insignifiante* » (Rolland May, 2000, p. 81). L'évaluation, en rendant compte des effets produits par les stratégies et les actions territoriales, permet de saisir les trajectoires d'évolution du système, et offre la possibilité de les réajuster en cas d'effets non désirés. « *Elle vise à formuler des recommandations pour améliorer les politiques publiques, en ouvrant la boîte noire de l'action publique et en identifiant les marges de manœuvre* » (Méasson, 2008, p. 11). Conduire une évaluation régulière permet alors, selon nous, de réduire les incertitudes quant aux effets des actions mises en place. En contrôlant la réaction du système territorial face à l'introduction de nouvelles composantes dans son fonctionnement, l'évaluation permet

de saisir les trajectoires potentielles et les effets imprévisibles.

Malgré les apports de l'évaluation, les acteurs s'en saisissent avec méfiance : « *les décideurs auraient une crainte illégitime de l'évaluation. Ils confondent « évaluation et sanction » et « évaluation et élection » (la seule évaluation légitime car « populaire »). Les décideurs manifesteraient aussi un manque de considération à l'égard de l'évaluation, du fait qu'ils ne percevraient pas tout à fait les enjeux liés au besoin de connaissances pour piloter des systèmes complexes »* (Méasson, 2008, p. 13). Au delà du scepticisme des acteurs face aux procédures d'évaluation, les limites résident également dans le fait qu'« *il est d'autant plus difficile de tracer des frontières nettes que l'évaluation est elle même diverse, tant par ses finalités, ses méthodes et ses modes d'institutionnalisation que par les types d'objets soumis à son examen »* (Perret., 2008, p. 4).

L'évaluation permet donc un regard sur les évolutions territoriales. Avec l'arrivée de nouveaux paradigmes et l'inclusion de nouveaux concepts de développement, les territoires sont cesse en évolution. L'arrivée dans les sphères stratégiques et décisionnelles du concept de développement durable (chapitre 1) conduit les territoires à penser en terme de durabilité, de long terme et de gestion des ressources. Là encore, l'évaluation permet d'analyser les stratégies visant la durabilité et de comprendre les trajectoires territoriales associées.

#### *6.1.1.2. L'évaluation comme outil de concrétisation et d'analyse des politiques de développement durable*

L'évaluation des politiques publiques de développement, de planification et de gestion territoriale permet d'appréhender et d'objectiver le développement durable en le mesurant et en l'ancrant dans des réalités concrètes. Nous avons vu dans le premier chapitre que, malgré la diffusion globale des principes du développement durable, les acteurs peinent à le rendre applicable, et ce, quelle que soit leur échelle d'action. Ces difficultés d'exécution se font principalement sentir à l'échelle locale, qui est pourtant la principale échelle d'action : « *dans les débats sur le développement durable, le lien entre les discussions globales et théoriques se situant le plus souvent à un niveau national, voire international, et leur mise en pratique aux différentes échelles territoriales s'établit difficilement »* (Dubois, Céron, Raoul-Duval, 2000b, p. 1).

Les difficultés rencontrées dans la mise en place d'actions répondant aux principes de durabilité font également écho à l'aspect subjectif et non-consensuel de cette notion (chapitre 1). « *Car si tout le monde semble s'accorder sur la nécessité d'une nouvelle forme de solidarité vis-à-vis des générations futures, les avis sont extrêmement divergents quant aux meilleurs moyens de définir et de mettre en œuvre une telle solidarité »* (Boutaud, 2007, p. 33). Mais « *alors que la définition même de développement durable fait débat, un consensus semble avoir émergé sur la nécessité d'agir localement pour résoudre un problème global »* (Decamps, Vicard, 2010, p. 750). L'évaluation des actions locales visant la durabilité permet de cerner

les formes de concrétisation et les tentatives d'application de ce concept. En rendant compte des effets des politiques dites de développement durable, l'évaluation permet d'analyser la traduction territoriale des principes de durabilité. Ainsi, l'évaluation permettrait de passer d'une notion conceptuelle à une action pragmatique : « *la question de l'opérationnalité de la politique du développement durable, de son outillage pour passer, selon l'expression consacrée, "de la théorie à la pratique", est très rapidement apparue comme nécessitant un travail spécifique [...], particulièrement celui de l'évaluation et de la construction d'indicateurs pouvant servir le projet politique d'un développement durable aux différentes échelles territoriales* » (Goxe., 2009, p. 69). L'évaluation offre la possibilité d'infléchir régulièrement les trajectoires territoriales afin de les inscrire dans des axes perçus comme durables. « *Ainsi, développement durable et évaluation sont-ils très liés : l'évaluation est un outil au service du développement durable. C'est un instrument d'analyse, d'objectivation, d'appropriation collective, de mise en perspective... qui favorise la conduite du changement* » (Depraetère, 2006, p. 127). L'évaluation, en rendant compte des impacts des politiques de développement et en questionnant leur corrélation vis-à-vis des principes de durabilité permet d'accompagner les décideurs vers des réflexions et des ré-équilibrages constants.

Mais plus qu'une analyse de l'évolution du système à un temps t, l'évaluation permet également un regard prospectif sur le développement territorial. « *La prospective et le développement soutenable entretiennent des références communes depuis le début des années 1970* » (Destatte, 2010, p. 2). La corrélation entre la prospective et la durabilité s'explique par le fait que ces deux concepts :

« - *intègrent le long terme, prennent en charge la longue durée en postulant le futur au pluriel pour créer des alternatives.*

- *Font tous deux appel à la systémique et à l'analyse des systèmes complexes, en pratiquant l'interdisciplinarité et en faisant appel à la théorie et à la pratique de la modélisation.*

- *Sont orientés vers l'action, intégrant une volonté stratégique pour préconiser des changements, mettre en mouvement, tenter d'agir sur l'histoire* » (id., p. 2).

Les analyses prospectivistes ne doivent pas seulement être vues « *comme un jeu mais comme l'obligation de faire une gymnastique intellectuelle en se mettant virtuellement en face d'hypothèses très différentes et en identifiant surtout les leviers du changement* » (Antoine, 1998, p. 208). La prospective, en tant que processus d'anticipation par une réflexion sur les futurs possibles, permet ainsi d'inscrire le développement dans une dynamique durable.

Malgré les apports de l'évaluation en terme d'analyse prospectiviste et comme processus de concrétisation des principes du développement durable, le problème de la transversalité reste posé. En effet, la conduite d'une évaluation vise la compréhension de la complexité du système et de ses réponses face au changement. Et la complexité même du système complique la mise en place de l'évaluation, d'autant plus que les différentes branches du développement durable (social, économie, environnement) intensifient les interactions : « *en effet, les relations entre les différentes dimensions du développement durable sont complexes, car ces dimensions exercent une influence les unes sur les autres* » (Boidin, 2004, p. 3). La transversalité nécessaire pour la mise en œuvre d'un développement dit durable doit être prise

en compte dans la conduite de l'évaluation. Si « *les problèmes d'articulation des différentes dimensions se retrouvent inévitablement dans les tentatives de mesure du développement durable* » (id., p. 5), une approche systémique de l'évaluation doit pouvoir, selon nous, rendre compte de la complexité du système territorial et de son évolution au regard des principes de développement durable.

L'évaluation des politiques de développement durable reflète la conception qu'ont les acteurs de la durabilité. Largement défini par son principe environnemental, « *les dimensions humaines et sociales du développement durable présentent encore des lacunes* » (Boidin, 2004, p. 3). Nous verrons dans la suite de ce chapitre que les indicateurs mis en place pour la conduite d'une évaluation des politiques de développement durable s'orientent principalement sur l'analyse de la branche environnementale. L'évaluation construite à partir des objectifs des acteurs exprime une vision locale du développement durable. En retranscrivant le caractère subjectif du développement durable, elle permet d'analyser les différentes caractérisations du concept de durabilité : « *les outils d'évaluation du développement durable nous fournissent en la matière des informations particulièrement précieuses. En traduisant sous formes de critères, de chiffres ou encore d'indicateurs un concept aux contours pour le moins flous, ils obligent en effet leurs concepteurs à révéler leur point de vue sur le contenu que ces derniers veulent bien donner au développement durable* » (Boutaud, 2007, p. 34). En cela, la conduite d'une évaluation, plus que de donner l'état d'un système territorial à un instant t, permet également d'analyser les jeux d'acteurs et les choix opérés dans ce qui fait, selon eux, développement durable. Les processus de sélection, de construction d'une politique dite durable et les actions mises en œuvre peuvent dès lors être examinés et appréhendés grâce aux indicateurs.

## **6.1.2. Les indicateurs, outils indispensables pour mener une évaluation**

### *6.1.2.1. Définition de la notion d'indicateur*

Les indicateurs « *sont [des] outil[s] permettant de mesurer la performance d'un territoire par rapport à ses objectifs* » (Dubois, Céron, 2003, p. 7). Un indicateur en tant qu'outil de mesure, rend compte d'un état, d'un objet : « *un indicateur c'est d'abord une variable qui peut prendre un certain nombre de valeurs (statistiques) ou d'états (qualitatifs) selon les circonstances* » (Dubois, Céron, 2000, p. 33). Il permet d'analyser les dynamiques à partir d'un temps zéro. Les indicateurs sont des « *variables quantitatives ou qualitatives qui fournissent des informations utiles au sujet d'un critère et qui peuvent servir pour aider à dresser l'état du statut et des tendances de l'efficacité qui lui sont liés* » (Hockings et al., 2008, p. xiii). En donnant un aspect mesurable à une action mise en place, l'indicateur permet de suivre l'évolution de cette action, d'analyser sa dynamique et ses résultats. Les indicateurs sont le fil conducteur pour le pilotage d'une évaluation et pour la réalisation d'un suivi. Le suivi consiste à observer les tendances du système territorial et sa réponse au changement. La mise en place d'indicateurs, et leur relevé méthodique, offrent la possibilité de comparer l'état

d'un système à un instant t au regard de son état initial. « *Rappelons qu'un indicateur est un chiffre qui renseigne sur l'ampleur d'un phénomène ou son évolution. Un bon indicateur doit être fiable, représentatif de la réalité décrite et doit en outre, permettre des comparaisons dans le temps et dans l'espace* » (Perret, 2008, p. 24). Tout en permettant une lecture des trajectoires de développement dans le temps, les indicateurs offrent également la possibilité de comparer entre eux différents systèmes territoriaux. Pour favoriser cette comparaison, les indicateurs doivent être à la fois génériques (reflétant des dynamiques communes), mais également spécifiques, pour rendre compte des spécificités territoriales. Cette comparaison se base alors sur un référentiel d'indicateurs communs applicables à différents systèmes territoriaux tout en incluant les spécificités locales. Ce principe guidera notre démarche d'évaluation présentée dans le chapitre 7. Les comparaisons permises grâce à deux sortes d'indicateurs (génériques et spécifiques) permettent de mettre en lumière différents systèmes territoriaux par rapport à des ambitions communes, notamment celles visant la mise en place d'un développement dit durable.

En rendant compte de la complexité territoriale, les indicateurs permettent aussi bien l'analyse de l'adaptation du système au changement que l'examen des possibles défaillances. « *Ainsi, afin que ces indicateurs puissent véritablement aider les décideurs dans la phase de formulation du problème, il semble nécessaire de passer d'un ensemble d'indicateurs à un véritable système d'indicateurs constituant en soi un modèle de la complexité territoriale* » (Joerin et al., 2005, p. 3). Le système d'indicateurs doit refléter le système territorial, pour une co-construction et une dialogique visant l'évolution durable du territoire.

Pour analyser la dynamique d'un système territorial, les indicateurs dits géographiques semblent tout à fait appropriés. Permettant la compréhension d'un objet et d'une dynamique géographique, un indicateur « *n'est géographique que s'il est relatif à un phénomène, concret ou abstrait, mais concrètement spatialisé* » (Maby, 2003, p. 20). Le système territorial, en tant que processus inscrit spatio-temporellement, peut dès lors être suivi par des indicateurs géographiques si ceux-ci sont construits en tenant compte de la complexité territoriale : « *la pertinence de l'indicateur d'un objet spatial complexe tient à sa capacité à révéler le fonctionnement systémique des systèmes géographiques* » (id. p. 27). Si la difficulté réside justement dans la complexité territoriale, nous verrons, grâce aux indicateurs de suivi du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont d'Arc, que la construction des indicateurs à partir de la compréhension des objectifs des acteurs permet en partie d'analyser cette complexité territoriale (cf 6.2., *infra*).



### 6.1.2.1. L'indicateur : un concept ayant évolué conjointement aux attentes sociétales: du Produit Intérieur Brut (PIB) aux Indicateurs de Développement Durable (IDD)

Le Produit Intérieur Brut (PIB) est un indicateur qui « mesure la valeur des biens et des services produits sur le territoire dans l'année. Le PIB est un indicateur qui calcul le dynamisme économique du pays »<sup>61</sup>. La plupart des pays industriels utilisent cet indicateur, ce qui permet une comparaison des taux de croissance de différents pays. Le PIB, tout comme la comptabilité nationale<sup>62</sup>, sont des outils d'évaluation de la santé économique nationale et sont centrés sur l'analyse productiviste des activités. La sectorisation économique de ces indicateurs limite l'analyse globale du bien être des habitants et du pays : « les instruments dont nous disposons aujourd'hui (avec le PIB et la comptabilité nationale) sont simplistes, faux et superficiels et se fondent sur une conception appauvrie de ce qu'est la richesse » (Méda, 2001, p. 1). Depuis les années 1970, de nombreux chercheurs et praticiens ont cherché à mettre en place de nouveaux indicateurs pouvant mieux prendre en compte l'aspect social.

Depuis le début des années 1990, le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), mesure chaque année, dans son rapport sur le développement humain, l'Indice de Développement Humain (IDH). Cherchant à mesurer le niveau de développement atteint par les pays, l'IDH tente d'ajouter des aspects sociaux et sanitaires à la mesure de la simple richesse matérielle. « Il est la moyenne simple de trois indices :

- un indice de richesse, basé sur le produit intérieur brut par habitant,
- un indice de santé, basé sur l'espérance de vie moyenne à la naissance,
- un indice d'éducation, basé sur le taux de scolarisation et le taux d'alphabétisme. » (Goujon, 2008, p. 228). Bien qu'aujourd'hui il soit mondialement (re)connu, cet indicateur présente des limites, notamment dans le fait qu'il ne prenne pas en compte certains aspects du bien-être d'une population, comme le taux de chômage et l'état environnemental (id.). De plus, la définition des données peut varier entre chaque pays et « par conséquent, les données statistiques sur lesquelles repose la construction de l'IDH peuvent être imprécises, d'autant plus dans les pays à faibles niveaux de développement où les données statistiques sont souvent de mauvaise qualité » (id., p. 229). Avec l'apparition de nouveaux paradigmes normatifs comme le développement durable, ces indices synthétiques sont remis en cause : « on s'accorde à reconnaître les défaillances du système actuel de comptabilité nationale. Celui-ci, indispensable pour la gestion économique de court terme, ne permet pas d'appréhender la soutenabilité du sentier de développement d'un pays, ni l'évolution du bien être à long terme » (Faucheux, Froger, 1994, p. 4). Les limites de ces indicateurs sont d'ailleurs dénoncées dès l'apparition du concept de développement durable : « le fait de mesurer le succès d'un pays uniquement par la richesse a été remis en question par le rapport Brundtland de 1987 sur

61 [www.larousse.fr](http://www.larousse.fr)

62 Branche spécialisée de la science économique, qui, dans le cadre de la nation, recense les flux des biens les plus importants. La provenance et la répartition des revenus, leur redistribution, les investissements et les sources de financement qui les assurent ([www.larousse.fr](http://www.larousse.fr))

*l'environnement et le développement* »<sup>63</sup>.

Certaines tentatives nationales ont depuis vu le jour et cherchent à intégrer le nouveau paradigme de la durabilité. Le Bhoutan par exemple, a conçu en 1972 le Bonheur National Brut (BNB), qui s'appuie sur la protection de l'environnement, la conservation et la promotion de la culture bhoutanaise, la bonne gouvernance et un développement économique responsable et durable. Cet indicateur a nourri les réflexions des instances internationales. L'Organisation des Nations Unies (ONU) fait du bonheur et du bien être de la population un des axes de sa stratégie, avec, par exemple, la journée internationale du bonheur<sup>64</sup>. La mission de l'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) met en place, à partir du début des années 2000 l'Indice de Bonheur Mondial (IBM). Mesuré à l'échelle nationale, cet indicateur prend en compte la paix, la sécurité, la liberté, la démocratie et le respect des droits de l'Homme, la qualité de vie et le partage entre tous de la recherche, de la formation, de l'information et de la communication<sup>65</sup>. Malgré ces tentatives innovantes, les attentes vis-à-vis des indicateurs évoluent et amènent les chercheurs et les praticiens à poursuivre leurs réflexions pour mesurer la prise en compte du développement durable et des préoccupations associées (Faucheux, Froger, 1994).

C'est ainsi que, depuis les années 2000, de nombreuses réflexions sont menées pour créer des Indicateurs de Développement Durable (IDD) permettant d'évaluer les actions mises en place à des fins de développement durable. Mais plus qu'une question d'évaluation de l'efficacité d'une politique de développement durable, les IDD permettent de traduire de façon constructive les principes du développement durable. « *Un système d'indicateurs pourra être conçu dans une optique de "territorialisation" des politiques de développement définies à l'échelle européenne, nationale, voire régionale, afin de leur donner une traduction opérationnelle au niveau de chaque territoire* » (Briquel, 2006, p. 175). Nous avons vu, au début de ce chapitre, que l'évaluation et la durabilité sont deux processus co-constructifs qui permettent de donner corps au concept flou de développement durable. « *Il est vrai qu'une dizaine d'années de discussions générales sur le développement durable appellent à passer à autre chose : les notions de ce type risquent de s'user si on ne montre pas qu'elles débouchent sur des applications. Les travaux sur les indicateurs sont une façon de renouveler le débat, de combattre l'impression qu'il piétine* » (Dubois, Céron, 2000, p. 1). Les réflexions autour des IDD nourrissent les débats autour du concept de développement durable, le questionnent pour le faire évoluer. « *Ils constituent un objet de recherche multi-échelle, multi-thématique et multi-disciplinaire* » (id.). Elles permettent également une analyse approfondie des décisions et des actions mises en place en faveur du développement durable. Plus qu'un simple aperçu de l'avancée d'une politique, les IDD offrent un aperçu de l'efficacité d'une action. Ce sont des outils de régulation permettant une évolution maîtrisée des politiques de développement

63 <http://www.un.org/apps/newsFr/storyF.asp?NewsID=27915#.VUXnLCHtmko>

64 [www.un.org/fr/events/happinessday/](http://www.un.org/fr/events/happinessday/)

65 [http://www.oecd.org/fr/sites/stdwf06/38324167.pdf\\_\\_](http://www.oecd.org/fr/sites/stdwf06/38324167.pdf__)

durable : « *l'objectif est d'aider les praticiens de politiques publiques [...] à mesurer si et comment leur action ou leurs moyens d'action ont un impact sur le développement durable, et établir ainsi des chemins d'amélioration : ré-orientation, critères d'intervention, nouvelles articulations avec d'autres champs d'intervention* » (Depraetere, 2006, p. 127).

Cependant, la construction des IDD reproduit les problèmes de définition du développement durable. Les IDD traduisent *de facto* une vision de ce que peut être le développement durable : « *des objets hybrides, à la fois révélateurs de dynamiques objectives qui travaillent une société à un moment donné de son histoire et l'expression d'un regard subjectif que celle-ci leur porte. Si l'indicateur est bien le reflet des dynamiques à l'interface société-environnement, il institue également la manière dont celles-ci sont perçues. L'élaboration d'un système d'indicateurs pose donc en filigrane la question du système de valeurs qui les sous-tend et groupes sociaux qui les expriment* » (Levarlet, 1999, cité in Dubois, Céron, 2003a, p. 3). De fait, les indicateurs ne se départissent pas du caractère non défini du développement durable. La subjectivité dans la construction des indicateurs reflète l'appropriation sectorielle du développement durable. Si les méthodes et les indicateurs diffèrent d'une stratégie et d'un territoire à un autre (ce qui limite par ailleurs leur portée comparative), la branche environnementale est omniprésente.

L'interaction société-environnement est peu à peu intégrée dans la mesure des politiques de développement durable. Le tableau de bord des indicateurs environnementaux mis en place à Rio de Janeiro et dans la ville de Manaus (Amazonie) visent l'évaluation du bien être écologique. La ville de Jaboticabal (Province de São Paulo) a construit un tableau d'analyse de la durabilité écologique. La ville de Florianópolis (Province de Santa Carina, Brésil) intègre quant à elle la dimension socio-environnementale du développement durable (Lazzeri, Moustier, 2006, p. 96). Entre biodiversité et qualité de l'eau, de l'air et des sols, ces exemples font écho à l'appropriation du développement durable en tant qu'outil visant à sauver la Terre pour un bien être mondial. Le développement socio-économique durable des sociétés est ici analysé par l'entrée environnementale. Quelques expériences comme le système d'indicateurs mesurant le développement durable de Tapeï (Taïwan) cherchent à répondre au problème que pose la transversalité : « *l'approche économique-environnementale intègre en fait les trois dimensions habituelles du développement durable et étudie leur interrelation* » (id., p. 99). Cette évaluation repose sur trois facteurs qui définissent la durabilité urbaine de Tapeï :

- « -un écosystème riche en ressources naturelles et avec une grande diversité,
- une bonne qualité de vie (sécurité, santé, etc...),
- une vitalité économique importante » (id., p. 99).

A l'échelle du territoire français, les 45 indicateurs de développement durable de l'Ifen (Institut Français de l'environnement) sont construits selon 10 modules « *qui tentent d'illustrer une ou plusieurs dimensions du développement durable* » (Ifen, 2003, p. 12). Pour Ghislain Dubois et Jean-Paul Céron « *l'expérience de l'Ifen a donc eu pour notre équipe, des résultats mitigés : le modèle est ambitieux mais il est difficile à appliquer jusqu'au bout, sa transversalité est*

totale mais difficile à assumer et finalement, il s'avère difficile d' enrôler les acteurs dans une démarche aussi innovante » (2003a, p. 12). Les difficultés d'appropriation de cette méthode démontrent les difficultés qu'ont les acteurs pour concevoir l'interaction entre le social, l'économie et l'environnement. La complexité des interactions promues par le développement durable entre le social, l'économie et l'environnement et le flou existant entre l'équilibre de ces trois branches ne favorisent pas une vision d'ensemble (chapitre 1). Les difficultés rencontrées dans la traduction d'un équilibre entre les trois principes de durabilité se reflètent dans la mise en place d'IDD. Malgré la recherche d'une méthode d'évaluation favorisant une vision globale du développement durable, la branche environnementale reste omniprésente, notamment en liant le développement socio-économique et l'environnement (tableau 6).

**Tableau 6 : les indicateurs de développement durable de l'Ifen (commentaires dans le texte)**

<b>Axe 1 : Une croissance soutenable</b>
<b>Module 1 : une croissance « éco-efficace »</b>
- les émissions de CO2 et le PIB - la consommation d'énergie et le PIB - la consommation de matières premières et le PIB - la mobilité et le PIB - la production de déchets et le revenu des ménages - l'éco-efficacité du secteur agricole
<b>Module 2 : intégration de l'environnement dans la structure productive</b>
- la production d'énergie à partir de sources renouvelables - l'évolution du transport par rail - l'agriculture biologique - l'évolution du mode de traitement des ordures ménagères - les dépenses de protection de l'environnement dans l'économie française
<b>Axe 2 : Patrimoines et ressources critiques</b>
<b>Module 3 : utilisation durable des ressources</b>
- la production de granulats - l'artificialisation du territoire - l'évolution des usages agricoles des sols et les teneurs en matière organique - la surexploitation des ressources halieutiques
<b>Module 4 : entretien et transmission de nos patrimoines</b>
- la contamination des eaux continentales par les pesticides - la biodiversité : évolution des populations d'oiseaux communs - l'état de santé et de l'espérance de vie de la population - la part des jeunes sortant du système éducatif sans qualification - l'insécurité routière - les dépenses de la protection de la nature - l'entretien et la protection du patrimoine monumental
<b>Axe 3 : Dimension spatiale et perspectives globales</b>
<b>Module 5 : répartition et inégalités spatiales</b>
- l'étalement urbain - la répartition des risques technologiques sur le territoire français - la pression touristique sur le territoire
<b>Module 6 : relations de la France avec le reste du monde</b>
- la contribution de la France à l'effet de serre - l'aide publique au développement - la gouvernance et le respect du droit communautaire

<b>Axe 4 : Satisfaction des besoins des générations présentes</b>
<b>Module 7 : inégalités et exclusions</b>
- les inégalités de salaires entre homme et femme - la part des ménages sous le seuil de pauvreté - les risques professionnels - l'accès à la justice
<b>Module 8 : comportements d'insatisfaction</b>
- le taux de suicide - l'abstention aux élections - l'engagement associatif - la confiance des français dans leurs institutions en matière d'environnement
<b>Axe 5 : Long terme et générations futures</b>
<b>Module 9 : principe de responsabilité et de précaution</b>
- l'effort de recherche et de développement - la dette publique - les déchets radioactifs de «haute activité, vie longue» - les Agendas 21 locaux
<b>Module 10 : vulnérabilité et adaptation à l'imprévisible</b>
- l'indépendance énergétique - les créations et cessations d'entreprises - les dépenses pour la formation continue - la spécialisation des exploitations agricoles et les pratiques de rotations culturales - les risques naturels

Les indicateurs présentés dans ce tableau montrent que la gestion de la ressource environnementale est perçue comme un axe majeur dans l'évaluation de la durabilité des territoires. L'approche par l'environnement mobilise ici 13 indicateurs, soit près du tiers de l'ensemble de ces IDD (en rouge). L'environnement est abordé principalement à travers les prismes de la pollution (émission de CO<sub>2</sub>, contamination des eaux, agriculture biologique...) et des ressources (énergétiques, matériaux comme les granulats, ressources halieutiques). La biodiversité est ici spécifiquement abordée à travers la protection des oiseaux communs et n'est pas plus référencée. Ceci montre une évolution dans l'approche du développement durable qui est très souvent traduit par la protection et la conservation de la biodiversité. Ce système d'indicateurs tente d'intégrer les aspects sociaux et économiques du développement durable, notamment en liant l'environnement et le développement socio-économique (une croissance « éco-efficace », intégration de l'environnement dans les structures productives, prise en compte des risques et de la vulnérabilité des sociétés et de l'environnement). Les indicateurs soulignés en vert dans le tableau montrent le lien entre l'environnement et le développement socio-économique des sociétés : la qualité environnementale est ici associée aux modalités/processus de développement socio-économique et inversement. Ce type d'indicateurs traduit la recherche d'une certaine forme de transversalité. L'aspect socio-économique du développement durable est également approché grâce à des indicateurs propres au bien-être des populations (« comportements d'insatisfaction », « inégalités et exclusions »). Une particularité de ces indicateurs réside également dans l'inclusion du patrimoine culturel, de sa protection et de sa gestion dans l'évaluation de la durabilité. Ainsi, l'indicateur « l'entretien et la protection du patrimoine monumental » inclut en partie la ressource patrimoniale dans la définition de la durabilité.



L'exemple des Indicateurs de Développement Durable construits par l'IFEN montre l'innovation nécessaire dans l'évaluation du développement durable, notamment en liant le développement socio-économique à la protection de l'environnement. Ces interactions nécessitent une vision transversale et globale des interdépendances entre la société et l'environnement.

La finalité de notre étude vise à analyser les évolutions territoriales associées à la mise en place d'une nouvelle forme de tourisme, le tourisme culturel, identifié par les acteurs comme une forme de tourisme de qualité durable (chapitre 1 et 5). Afin d'inscrire nos recherches dans les réflexions actuelles, il s'agit désormais de questionner l'apport et la faisabilité de l'évaluation de la durabilité et de la qualité du tourisme. Après une analyse critique des recherches dans le domaine de l'évaluation de la qualité du tourisme, l'analyse des indicateurs du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc permettra de questionner l'apport de cet outil dans l'évaluation du fonctionnement touristique et territorial ardéchois.

## **6.2. Évaluation de la durabilité et de la qualité d'une destination touristique**

### **6.2.1. Où en est la recherche sur l'évaluation de la qualité et de la durabilité des destinations touristiques ?**

#### *6.2.1.1. État de la recherche*

La mesure de la qualité des destinations est encore timide dans le monde de la recherche. Un des secteurs privilégiés dans l'évaluation de la qualité du tourisme réside dans la mesure de la satisfaction de la clientèle et de l'expérience touristique : « *la plupart des démarches incluent une évaluation de la satisfaction client par le biais d'un questionnaire. Ces questionnaires permettent d'améliorer la prestation de services de l'entreprise et peuvent également être ré-intégrés dans les brochures* » (Frochot, Legohérel, 2007, p. 72). Les questionnaires de satisfaction sont quelques fois obligatoires pour la pérennisation de certains labels, comme la marque « Qualité tourisme ». « *L'élaboration d'un questionnaire de satisfaction doit prendre en compte tous les éléments liés à la production du service ainsi que le service final. Les acteurs du tourisme développent chacun leurs propres outils d'évaluation. Certains optent pour les visites mystères et généralement tous les acteurs ont recours à des questionnaires de satisfaction [...]. Ils sont de qualité variable et leur taux de réponse reste relativement bas (20 % au mieux)* » (id., p. 72). Comme chaque structure touristique élabore son propre questionnaire de satisfaction, leur portée comparative reste relative. De plus, la construction de ces questionnaires par les gestionnaires limite la distanciation nécessaire dans de telles

démarches. Ils peuvent ainsi omettre volontairement ou non, de questionner le visiteur sur des points sensibles. À titre d'exemple, le questionnaire de satisfaction mis en place par le gestionnaire de la Caverne du Pont d'Arc ne questionne pas le visiteur sur son ressenti vis-à-vis du temps de visite du fac simulé alors même que c'est là que se situe l'insatisfaction. En effet, les enquêtes de terrain menées durant le week-end de l'inauguration de la Caverne du Pont d'Arc (25-26 avril 2015) nous ont permis de discuter avec de nombreux visiteurs. Tous ont été unanimes : la visite est trop courte, le temps passé devant les panneaux pariétaux trop restreint et les groupe « se marchent dessus ». Ces mêmes remarques font parties des critiques qui reviennent le plus souvent sur le site d'avis Tripadvisor<sup>66</sup>. Les enquêtes de satisfaction, en tant qu'objet construit, ne peuvent donner qu'un aperçu relatif de l'expérience touristique : « *comme l'enseigne toute la méthodologie sociologique en la matière, les résultats par une enquête sont socialement construits par elle, et les questions posées, l'échantillon sélectionné, le type d'enquêteurs employé influencent nécessairement les personnes interviewées* » (Bergery, 2002, p. 83).

Afin d'encadrer l'évaluation et la mesure de la qualité des services, trois chercheurs (Parasuraman, Zeithalm et Berry) ont mis au point, en 1991, l'échelle SERVQUAL. « *Ce projet de recherche débuta par une étude qualitative des services qui identifia que, quel que soit le service étudié, les consommateurs utilisaient des critères similaires pour évaluer la qualité. Ces résultats permirent de conclure qu'il était possible de créer une échelle d'évaluation de la qualité des services qui pourrait être utilisée dans différents contextes de services* » (Frochot, Legohérel, 2014, p. 83). Portant sur des services tertiaires (banques, société de courtage et services d'entretien et de réparation de biens), cette échelle repose sur 5 dimensions : la tangibilité, la fiabilité, la serviabilité, l'assurance et l'empathie (tableau 7)

**Tableau 7 : les dimensions de l'échelle SERVQUAL (source : Frochot, Legohérel, 2014)**

<b>Tangibilité</b> : équipement, apparence du personnel et environnement physique (décor...)
<b>Fiabilité</b> : capacité à fournir le service promis avec fiabilité et exactitude
<b>Serviabilité</b> : volonté d'aider les consommateurs et de fournir un service prompt
<b>Assurance</b> : connaissance et courtoisie du personnel et son habilité à inspirer de la confiance
<b>Empathie</b> : attention personnalisée et bienveillance du personnel à l'égard des consommateurs

Malgré l'innovation que représente cette échelle « *plusieurs études ont démontré que les items et dimensions de SERVQUAL étaient différents dans d'autres contextes de consommation* » (id., p. 84) ce qui limite sa reproductibilité. De plus, elle ne prend pas en compte toutes les caractéristiques d'un service tel que le rapport qualité/prix et la mise en œuvre du service (Crotomir, et al., 2009).

<sup>66</sup> [http://www.tripadvisor.fr/Attraction\\_Review-g676151-d7984098-Reviews-Caverne\\_du\\_Pont\\_d\\_Arc-Vallon\\_Pont\\_d\\_Arc\\_Ardeche\\_Rhone\\_Alpes.html](http://www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g676151-d7984098-Reviews-Caverne_du_Pont_d_Arc-Vallon_Pont_d_Arc_Ardeche_Rhone_Alpes.html) (consulté en décembre 2015)

Au Royaume-Uni, face à la concurrence accrue des sites historiques et aux difficultés financières limitant les financements, le National Trust (gestionnaire d'une centaine de sites touristiques) a conduit une étude visant à adapter l'échelle SERVQUAL aux maisons historiques<sup>67</sup>. Un premier questionnaire de 43 items a été testé puis réduit à 24 items (tableau 8)

**Tableau 8 : les indicateurs de la méthode HISTOQUAL (source : Frochot, Legohérel, 2014)**

<b>Facteur 1 – Aspects tangibles</b>
- la propriété est correctement restaurée - la propreté sur le site est satisfaisante - le parc est séduisant - le site est resté authentique - la signalétique pour guider le visiteur sur le site est claire - le jardin / parc contient une large variété de plantes - l'intérieur de la maison présente de nombreux objets historiques
<b>Facteur 2 - Communications</b>
- les dépliants procurent des informations intéressantes - les informations sur la propriété et son histoire sont suffisamment détaillées - les visiteurs reçoivent suffisamment d'informations sur les différents services proposés - les dépliants en langues étrangères sont utiles
<b>Facteur 3 - Serviabilité</b>
- le personnel est courtois - le personnel sait prendre le temps avec les visiteurs - le visiteur se sent bien accueilli - le nombre de visiteurs est acceptable - le personnel est bien informé pour répondre aux questions des visiteurs - les visiteurs se sentent libres d'explorer le site - les horaires d'ouverture sont appropriées - le personnel est toujours disponible quand on a besoin d'aide
<b>Facteur 4 – Services annexes</b>
- le restaurant offre une large variété de plats et rafraîchissements - le magasin présente une large variétés de biens - le personnel du restaurant est efficace
<b>Facteur 5 - Empathie</b>
- la propriété prend en compte les besoins des personnes à mobilité réduite - des facilités pour les enfants sont proposées

Ces indicateurs amènent plusieurs remarques. En premier lieu, nous pouvons questionner la subjectivité de certains critères. En effet, comment définir une « propriété correctement restaurée » ? Au regard de quoi peut-on juger de la qualité de la restauration d'un bâtiment historique ? Cette subjectivité est d'autant plus marquée pour l'indicateur « le parc est séduisant ». Chaque personne peut avoir sa propre perception de ce qui rend un parc séduisant. Le vocabulaire utilisé dans l'identification de certains items témoigne de cette subjectivité : les formulations telles que « informations intéressantes », « sont utiles », « le personnel est courtois » et « sait prendre le temps avec les visiteurs » ou encore « se sent bien accueilli » ou « se sentent libres » induisent forcément un point de vue non objectif, dépendant des perceptions et des *a priori* de chacun. Mais peut-on réellement s'affranchir de la subjectivité

67 Les maisons historiques sont définies comme comportant « [...] un site historique à visiter (en général une vieille demeure victorienne ou un château), un parc, un magasin de souvenirs, un restaurant et pour certains un jardin » (Frochot I., Legohérel P., 2014, p. 84).

dans le cadre de l'évaluation des services touristiques ? Il semble que la subjectivité et le regard que chacun porte sur un service touristique sont inhérents à l'évaluation de la qualité des services touristiques. La recherche d'objectivité est utopiste dans le cadre de l'évaluation des services touristiques dans le sens où le service engendre un sentiment de satisfaction ou d'insatisfaction propre à chacun. Mais la subjectivité ne doit pas être le seul support de l'évaluation de la qualité des services touristiques et cette dernière doit également considérer les aspects tangibles de l'offre touristique.

Cette échelle d'évaluation (chaque item est noté de 1 à 5 par les visiteurs) permet d'analyser ce qui est perçu comme participant à la qualité dans le domaine de la valorisation patrimoniale (authenticité, accueil, qualité des jardins, des brochures de communication etc). Malgré son intérêt pour l'évaluation de l'appréciation de la visite d'un site culturel et l'analyse des processus constitutifs de la satisfaction des visiteurs des sites patrimoniaux, cette méthode a été peu diffusée.

Mais la connaissance de la satisfaction de la clientèle et du niveau de qualité vécue sur un site ou une destination est-elle suffisante pour la compréhension de la qualité du système touristique ? À notre sens, si ces enquêtes sont nécessaires, elles ne sont pas une fin en soi et ne permettent qu'un aperçu partiel de la qualité du tourisme et de ses effets territoriaux

La labellisation peut également être abordée comme un moyen d'évaluer la qualité d'une infrastructure touristique ou d'une destination. En effet, nous avons vu dans le chapitre 1 que la labellisation peut être perçue comme une reconnaissance de la qualité. Mais ce même chapitre nous avait appris que ces labellisations sont très relatives et très normées. Elles reconnaissent la qualité selon des critères pré-définis et ces critères ne couvrent pas l'ensemble du système touristique et territorial. Certains travaux ont tout de même tenté une approche intéressante de l'évaluation de la qualité de destination *via* une labellisation. Un Système de Mesure pour l'Excellence des Destinations (SMED) a ainsi été développé par le Centre mondial d'Excellence des Destinations (CED), organisme à but non lucratif reconnu par l'OMT. Le SMED est présenté par le CED comme un outil de diagnostic, un outil de progrès identifiant les forces et les faiblesses de la destination et comme un outil de gestion, permettant de mettre en place des actions visant l'excellence, tout en mobilisant l'ensemble des partenaires (CED, nd). Menée par des experts du SMED, cette évaluation permet de « *développer un rendement durable de la destination* » (id., p. 4), tout en pouvant « *servir d'outil de comparaison entre destinations, ou par rapport à la moyenne mondiale des destinations* » (id.). Le SMED répertorie ainsi « *les meilleures pratiques et expériences* » (id.). Il marque alors « *les caractères distinctifs et les qualités intrinsèques d'une destination* » (idem) et détermine « *les atouts que la destination peut utiliser dans sa stratégie de communication* » (idem).

L'outil SMED est basé sur douze principes directeurs :

- la diversité biologique
- l'intégrité du paysage
- la satisfaction des visiteurs
- la qualité de la gouvernance
- la qualité de la vie locale
- la qualité de l'emploi
- la propreté de l'environnement
- la viabilité économique
- la richesse culturelle
- le positionnement sur le marché
- l'évaluation des résultats
- le contrôle et la participation locale

Cet outil d'évaluation est présenté comme un moyen pour les destinations de se distinguer, en mettant en avant leur « bon » fonctionnement au regard des principes du développement durable. Venant légitimer la « bonne conduite » de la destination en assurant de son « excellence », le SMED participe ainsi à la reconnaissance qualitative des lieux, à sa promotion et agit alors comme un label : *« c'est un outil de positionnement marketing qui révèle les caractères distinctifs et les qualités intrinsèques d'une destination »* (Bédard et al., 2010, p. 3). Cette mise en avant des destinations évaluées par le SMED est d'autant plus marquée qu' *« il est important de noter que l'objectif du SMED est essentiellement de mesurer et de promouvoir positivement l'excellence et non de faire ressortir les points faibles des destinations évaluées »* (Bédard, 2008, p. 79). Cet outil cherche donc à valoriser la destination en mettant en avant ses points forts et en éclipsant, en quelque sorte, ses points faibles, même si *« c'est un outil de progrès qui met en avant les forces et les faiblesses de la destination, ce qui encourage les parties prenantes de la destination à adopter des mesures concrètes pour maintenir ce rendement ou l'améliorer »* ( Bédard et al., 2010, p. 3). Au-delà de la marge de manœuvre que permet cette évaluation, c'est bien ce qui est jugé comme étant un « bon tourisme », de « bonnes prestations » qui sont évalués (Malgat, 2014). Les critères de ce système d'indicateurs visent à évaluer des bonnes pratiques, respectueuses d'un développement qui se veut durable. Ils fonctionnent plus comme un support marketing permettant de valoriser la destination que comme une réelle évaluation de régulation.

Douze destinations ont été reconnues comme destination une SMED à travers le monde (fig. 91)





**Figure 91 : la carte des destinations SMED**

À travers cet outil, certaines destinations sont doublement reconnues et labellisées, d'une part par l'UNESCO en tant que patrimoine mondial et d'autre part par le CED en tant que destination d'excellence. Tel est le cas par exemple de la vallée du Douro (Portugal), site inscrit sur la liste du patrimoine mondial ayant bénéficié de la première expérimentation du SMED (Bédard et Castaneda, 2009).

Concernant l'évaluation de la durabilité des destinations touristiques, des travaux ont tenté d'appliquer les Indicateurs de Développement Durable au tourisme. Nous avons vu dans le chapitre 1 que la qualité dans le monde du tourisme était encore peu définie d'un point de vue territorial, si ce n'est sous son éponyme, le tourisme durable. De ce fait, les recherches portent principalement sur l'adaptabilité des IDD au monde du tourisme. L'évaluation de la durabilité du tourisme est ainsi présentée comme une condition centrale pour assurer la durabilité du développement territorial : « *c'est par une méthode d'évaluation du caractère durable des investissements et des activités touristiques qu'il sera possible de rendre la croissance plus durable* » (Bergery, 2002, p. 147).

Dans un contexte où de nombreux acteurs et auteurs font le constat que la gestion et la planification durable du tourisme se heurtent à un manque d'informations sur les impacts environnementaux et socio-économiques engendrés par le tourisme (OMT, 2004), de nombreuses organisations mondiales ou nationales proposent différents indicateurs, tels que

ceux de l'Organisation Mondiale du Tourisme ou ceux de l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique. Ces boîtes à outils tentant d'équilibrer l'approche environnementale, économique et sociale sont mis à disposition des destinations. Mais ces indicateurs prédéfinis se heurtent à des problèmes d'applicabilité : il n'est pas toujours évidemment de mettre en place un indicateur général au niveau local.

Malgré ces tentatives, « *l'outil est loin d'être au point et il ne saurait se substituer à une volonté politique* » (Bergery, 2002, p. 12). L'évaluation de la durabilité et de la qualité du tourisme est menée d'une façon très sectorielle et souligne de fait leur problème d'efficacité. Là encore, dans le cadre de l'application des IDD à l'activité touristique, les réflexions se concentrent autour des impacts environnementaux de l'activité touristique : « *l'interprétation des données touristiques dans une optique environnementale permet d'évaluer les impacts associés à la fréquentation touristique : un séjour correspond par exemple, à un déplacement, une nuitée à une consommation d'eau et d'énergie, à une production d'eaux usées et de déchets* » (Dubois, 2000, p. 1). Si l'éthique et le respect de la culture des populations locales sont également des préceptes du tourisme durable, l'environnement reste l'axe central des études de l'impact du tourisme sur la durabilité des territoires. La ressource environnementale reste « *un des leitmotiv de l'industrie touristique* » (id., p. 1). Pour autant les méthodes d'évaluation de la durabilité du tourisme par l'entrée environnementale restent relatives : « *peu de travaux se sont attachés à évaluer avec précision la portée et les limites de cette relation entre le tourisme et l'environnement* » (id., p. 1). Ces réflexions quant à l'évaluation de l'impact touristique sur l'environnement mènent à questionner une notion qui revient souvent lorsque ce sujet est abordé : le concept de capacité de charge.

#### *6.2.1.2. La capacité de charge, un indicateur de la perception de la surfréquentation*

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) « *le concept de capacité de charge vise à établir en termes mesurables le nombre de visiteurs et le degré de développement qui sont susceptibles de ne pas avoir de conséquences préjudiciables aux ressources [...]. C'est la capacité qui peut être atteinte sans dommage physique pour le milieu naturel et pour le milieu artificiel, sans dommage social / économique pour la communauté et la culture locale ou sans nuire au juste équilibre entre développement et conservation [...]. En termes statistiques, c'est le nombre de visiteurs qui peuvent se rendre à un endroit à n'importe quelle période de pointe ou pendant une année sans qu'il en résulte une perte d'attraction ou des dommages pour l'environnement [...]. On peut dire en termes généraux qu'il y a saturation ou dépassement de la capacité de charge lorsque les mouvements de personnes, nationaux ou internationaux, dépassent temporairement le niveau acceptable par l'environnement physique et humain de la zone d'accueil ou destination* » (Deprest, 1997, p. 43). La capacité de charge renvoie aux injonctions de développement durable en termes d'équilibre entre la protection de l'environnement et le développement socio-économique en assignant un seuil

de fréquentation touristique qui ne doit pas être franchi au risque de créer des déséquilibres.

Cette notion, née aux États-Unis, sous-entend qu'il existerait un taux de fréquentation à ne pas dépasser sous peine de détruire et de dénaturer les valeurs justifiant cette même fréquentation des sites aussi bien naturels que culturels (Deprest, 1997 ; Bouché, 2005 ; Thibault, 2009). Cette notion renvoie au concept subjectif de surfréquentation (chapitre 1 et 5) en tentant de lui attribuer une valeur comptable : *« la capacité de charge est une mesure. Les définitions comme celle donnée par l'OMT sous tendent que la capacité de charge serait une valeur qui pourrait être calculée pour chaque lieu »* (Deprest, 1997, p. 50). Quand la capacité de charge est dépassée, les gestionnaires considèrent donc qu'il y a surfréquentation. Alors que ce concept est aujourd'hui largement répandu et utilisé par divers acteurs, la capacité de charge est longtemps restée au stade théorique du fait des difficultés rencontrées pour mesurer les impacts réels d'une supposée surfréquentation. De fait, cette notion a été l'œuvre, depuis sa création, d'importantes modifications pour la rendre opérationnelle : *« d'une approche très dogmatique, ayant la prétention d'être une science exacte, les responsables d'espaces protégés en sont venus à une démarche plus souple et pragmatique d'aide à la gestion de la fréquentation »* (Thibault, 2009, p. 45). Le concept de capacité de charge n'est plus défini par la seule entrée des impacts environnementaux et paysagers et par le calcul d'une surfréquentation à ne pas atteindre : *« elle résulte de l'interaction de différents facteurs et associe des critères objectifs (taille, capacité des aménagements, résistance des matériaux, fragilité du site, faculté de régénération écologique, mais aussi coûts et équilibre de gestion) et des critères sensibles (esprit des lieux, identité du site, agrément de la visite) »* (id., p. 46). L'intégration des critères sensibles accroît encore la dimension subjective de ce concept. De ce fait, la définition d'un seuil à ne pas dépasser reste délicate et la définition d'une capacité de charge oscille entre son caractère factuel et son aspect construit et subjectif. Le travail de définition d'une capacité de charge est d'autant plus délicat que celle-ci est aussi diverse que les sites touristiques : *« une réflexion sur la capacité d'accueil aura donc opportunément une déclinaison spatiale en fonction des unités paysagères identifiées »* (id.). Il s'agit également d'assurer un consensus autour de sa définition pour une gestion globale des sites. Sa définition est *« également fonction des objectifs de gestion et d'usage »* (id.). Si la capacité de charge est à l'origine pensée comme un indicateur du seuil de fréquentation à ne pas dépasser et par extension, de la qualité du site, il s'avère qu'aujourd'hui elle est principalement appréhendée comme un principe directeur de la gestion des flux et de la fréquentation.

Sur le site de la combe d'Arc (chapitre 4), aucune capacité de charge n'a été définie ni calculée. Et de fait, lors de notre entretien avec la directrice du Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche (SGGA), si elle définissait la surfréquentation par la capacité de charge, elle avouait cependant qu'*« évaluer la capacité de charge d'un site naturel, autrement dit à partir de quand, de quel moment, on peut dire qu'il y a surfréquentation, c'est super difficile, sur un plan strictement environnemental, y a très peu de protocole d'étude qui permettent de le dire, il faut croiser pleins d'informations. Et puis y a l'étude scientifique et le ressenti des*

*gens et ça on peut être à 10 sur un sentier de montagne et se sentir mal parce qu'il y a trop de monde et être 1000 dans les gorges et pas se sentir mal parce que de toute façon c'est tout le temps comme ça et puis ça se ressent moins »* (entretien 11-01-2013). Cette situation montre une représentation de ce concept faisant une large part à la subjectivité et à la relativité, où le ressenti des visiteurs est tout aussi important que les études scientifiques. La subjectivité rend de fait très difficile la définition d'une capacité de charge acceptable. Ces réflexions renvoient au caractère perçu et construit de la surfréquentation. Malgré cela, la capacité de charge est régulièrement mobilisée dans les discours et la recherche de ce seuil reste centrale dans les politiques de gestion telles que les Opérations Grands Sites.

Au final, l'évaluation de la qualité et de la durabilité du tourisme est diverse selon la traduction qu'ont les acteurs du développement durable sur leur territoire touristique. Que ce soit dans une optique de satisfaction de la clientèle ou de gestion environnementale, les évaluations de la qualité d'une destination touristique ne rendent pas forcément compte de la complexité territoriale.

La candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont d'Arc et notamment la méthode d'évaluation du plan de gestion mise en place dans le cadre du financement CIFRE, vont permettre de questionner la capacité de ces indicateurs à rendre compte de la complexité territoriale. Le plan de gestion de la candidature UNESCO, construit comme un outil de planification et de gestion de la fréquentation peut-il être un support pertinent pour l'évaluation de la durabilité et de la qualité du système touristique et territorial ?

## **6.2.2. L'UNESCO, le plan de gestion et l'évaluation, des outils d'appréciation de la qualité et de la durabilité du tourisme ?**

### *6.2.2.1. L'évaluation du plan de gestion : méthodologie*

Le chapitre 3 a permis de comprendre les enjeux sous-jacents à l'élaboration du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. L'UNESCO demande que ce document obligatoire, visant la planification et la gestion de l'activité touristique et du développement à des fins de conservation durable de la Valeur Universelle Exceptionnelle du bien inscrit, soit évalué pour rendre compte au comité du patrimoine mondial de sa mise en œuvre. En effet, s'inscrivant dans une problématique de concrétisation des principes de développement durable sur les sites du patrimoine mondial, l'UNESCO stipule que « *des garanties de la mise en œuvre effective du plan de gestion ou tout autre système de gestion sont également attendues* » (UNESCO, 2011a, p. 34).

Pour évaluer les stratégies de développement et de gestion des retombées associées à l'inscription au patrimoine mondial, « *les États parties sont invités à présenter à la conférence générale de l'UNESCO par l'intermédiaire du comité du patrimoine mondial, des rapports*

*périodiques sur les dispositifs logistiques et règlement administratifs, et les autres mesures qu'ils auront adoptés pour l'application de la convention* » (id., p. 57). Ces rapports périodiques doivent être présentés tous les six ans (id.). Pour cela, il s'agit de mettre en place une méthode permettant d'évaluer l'avancée des actions du plan de gestion et de suivre l'évolution du système territorial suite à la mise en place de ces stratégies.

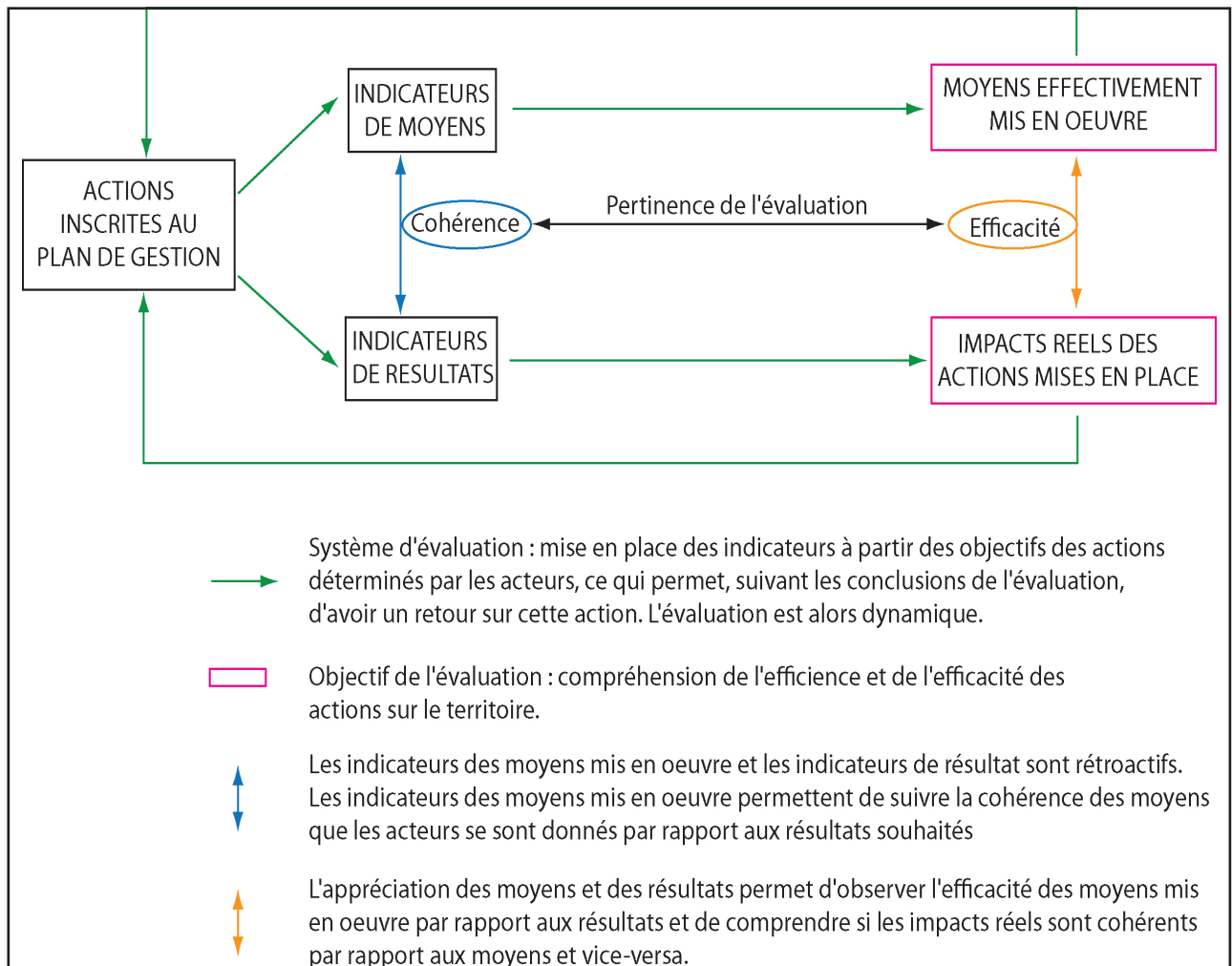
Pour mener à bien cette évaluation du système de gestion, « *les indicateurs font partie intégrante du suivi. Ils doivent être développés pour établir si les résultats souhaités (par ex. la protections des valeurs du bien culturel) ont été atteints avec efficacité et rentabilité en mesurant les résultats qui ont été produits* » (UNESCO, 2014, p. 100). Ces indicateurs permettent de suivre et d'évaluer les enjeux et les impacts de l'inscription, à la fois sur la valeur universelle du bien mais aussi sur la zone tampon et le territoire élargi.

Concernant la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le plan de gestion associé, les indicateurs ont été réalisés dans le cadre du travail doctoral en partenariat avec l'ingénierie UNESCO. En effet, une partie importante des missions de la doctorante au sein du SMERGC a constitué à réfléchir et à mettre en place une méthode d'évaluation. Dans le cadre de l'évaluation du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, le choix a été fait, en concertation avec les porteur de projet, « *de construire un système d'indicateurs selon les objectifs stratégiques ou opérationnels des acteurs* » (Decamps et Vicard, 2010, p.757). Construire les indicateurs à partir des stratégies plan de gestion permet de rendre compte au Comité du patrimoine mondial de l'évolution globale des actions de gestion : « *The management plan will often be the important first step in building an ability to have clear and effective impact assessments* » (ICOMOS, 2011, p. 5). Les actions du plan de gestion résultent d'un choix opéré par les acteurs, les indicateurs reflètent alors ces choix.

Le travail de recherche mené dans le cadre de la bourse CIFRE a permis de proposer aux acteurs porteurs du projet de candidature deux familles d'indicateurs : l'une permettant de mesurer les moyens mis en place et l'autre les résultats obtenus. Ainsi, « *la pertinence des systèmes de planification et des plans eux-mêmes est mieux évaluée par des approches d'évaluation des processus et des résultats* » (Hockings et al, 2008, p. 25). Cette préconisation a ainsi été prise en compte dans l'élaboration des indicateurs.

Les indicateurs de moyens permettent alors de suivre l'efficience des moyens que les gestionnaires se sont donnés pour atteindre les objectifs fixés (fig. 92).





**Figure 92 : les indicateurs de moyens et les indicateurs de résultat pour une évaluation pertinente**

Il s'agit donc d'évaluer la pertinence des processus d'action dans l'exécution de la gestion. « Une politique sera dite pertinente si ses objectifs et sa « théorie d'action » sont adaptés à la nature du (des) problème(s) qu'elle est censée résoudre ou prendre en charge » (Perret, 2008, p.18). Les indicateurs de moyens mis en œuvre offrent donc la possibilité aux acteurs d'évaluer la pertinence des moyens engagés pour la concrétisation des actions. Les indicateurs de résultat quant à eux, permettent de juger de la mise en place effective de l'action, de sa performance et de ses conclusions. Ces indicateurs permettront de cerner la " qualité " de la mise en place des actions à travers le rapport " processus / résultats " : est-ce que les moyens que se sont donnés les acteurs sont cohérents par rapport aux résultats ? Les résultats découlent-ils effectivement des moyens mis en œuvre ? Est ce que le coût, le temps imparti dans la mise en place de l'action et les performances engagées sont appropriés aux objectifs ?

Les indicateurs mis en place dans le cadre de l'évaluation du plan de gestion de la candidature Unesco de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc vont désormais être présentés selon la structure du plan de gestion. Ils seront mis en lumière par rapport aux enjeux du plan de gestion.

### 6.2.2.2. Les indicateurs : un reflet du plan de gestion de la candidature Unesco

Cette partie du manuscrit porte sur la présentation des indicateurs, sous forme de tableaux, selon les cinq grands objectifs stratégiques du plan de gestion. Les enjeux de ces objectifs sont présentés afin de mieux comprendre ce que vont permettre de suivre et d'évaluer les indicateurs. Les limites et les intérêts de ces indicateurs seront présentés dans une troisième partie.

#### *i. Protéger et conserver la grotte ornée*

Ce premier objectif stratégique consiste à protéger la cavité ornée ainsi que sa zone tampon. Il vise à gérer la zone d'alimentation hydrogéologique de la grotte afin de limiter les apports extérieurs pouvant porter atteinte à la conservation des divers patrimoines de la cavité. Ainsi, en plus de suivre les conditions internes de la conservation de la grotte, il s'agit également d'évaluer l'efficacité des actions visant à la gestion de l'environnement immédiat de la grotte.

Les acteurs cherchent, dans ces actions, à limiter le risque d'incendie aux alentours de la grotte notamment grâce au pastoralisme et à requalifier la Combe d'Arc à travers une Opération Grand Site (chapitre 4). Les indicateurs mis en place dans le cadre de cette dernière action permettent alors de suivre et d'évaluer la mise en place de cette politique. En plus de ces démarches de gestion, les acteurs souhaitent également, dans ce premier objectif, assurer la gestion paysagère et des milieux naturels des abords immédiats de la grotte. Concernant les paysages, les acteurs cherchent à assurer la non-constructibilité aux abords de la grotte et proposent la mise en place d'un Observatoire Photographique des Paysages. Ce dernier consiste à faire des photos régulièrement selon un même point de vue afin de visualiser les évolutions. La préservation des milieux naturels quant à elle, s'appuie sur la réglementation existante du réseau Natura 2000 et sur celle de la Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche, alors même que le bien inscrit se situe en dehors des limites de la réserve. Les acteurs proposent également de mettre en place des Mesures Agri-environnementale (MAET) favorisant l'agriculture à des fins de gestion des milieux.

C'est également dans cet objectif stratégique que les acteurs ont mobilisé la réalisation de l'ERGC, à travers l'argumentation selon laquelle la construction de la copie entérine la fermeture de la grotte originale au public et donc, participe à sa conservation.

**Tableau 8 : les indicateurs du plan de gestion : protéger et conserver la grotte ornée**

<b>I.1.a. Poursuivre la mission de conservation de la grotte</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- nombre de visiteurs - taux d'humidité de l'air - taux de CO2 - taux de radon
Indicateurs de résultats :	- situation microbiologique - variation des conditions climatiques - variation des températures
<b>I.1.b. Construire un fac-similé pour garantir et pérenniser la fermeture de la grotte Chauvet</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de la construction du fac-similé
Indicateur de résultats :	- qualité de l'expérience de visite du fac-similé
<b>I.1.c. Compléter la protection de la grotte en réduisant le risque incendie à proximité</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de l'étude opportunité
Indicateurs de résultats :	- nombre d'actions mises en place suite à l'étude - évolution du risque incendie
<b>I.2.a. Requalifier la combe d'Arc</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- actions de concertation / information / sensibilisation - avancée de la procédure OGS
Indicateurs de résultats :	- nombre de points noirs supprimés - évolution de la circulation et du stationnement
<b>I.2.b. Protéger et évaluer les paysages et leur évolution</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- action de concertation / information / sensibilisation - avancée de l'étude de protection des abords du pont d'Arc - fonctionnement de l'OPP
Indicateurs de résultats :	- mise en place effective d'une protection des abords de l'ERGC - retours de l'OPP
<b>I.2.c. Préserver les milieux naturels</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- actions de préservation et de conservation mise en place - nombre de MAET contractualisés
Indicateurs de résultats :	- évolution de la biodiversité - évolution des habitats

### *ii. Comprendre et diffuser la connaissance*

Cet objectif stratégique vise à enrichir et à poursuivre les recherches pluridisciplinaires menées dans la cavité ornée. Au-delà de nourrir les connaissances scientifiques sur l'ensemble des patrimoines de la grotte, cet objectif stratégique vise également à partager avec le grand public l'ensemble de ces connaissances. Les indicateurs permettant le suivi de la recherche sont principalement basés sur le suivi des publications et s'appuient sur les objectifs de production de l'équipe scientifique (SIG / monographie – atlas de la grotte).

Il s'agit également dans cet objectif de favoriser le lien entre le territoire et l'Enseignement Supérieur et la Recherche (ESR), notamment à travers la réalisation d'un centre d'étude sur le milieu naturel et grâce au développement des partenariats université/territoire. Les acteurs cherchent ici à favoriser la recherche action collaborative, comme ça a été le cas dans le cadre cette thèse financée *via* une bourse CIFRE. Le centre de découverte, aménagé au sein de l'ERGC, appelé la Galerie de l'Aurignacien (chapitre 3), est présenté comme un espace

phare pour la diffusion des connaissances sur la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et la culture aurignacienne. La rénovation du musée régional de la Préhistoire d'Orgnac (chapitre 4) rentre dans le cadre de cette action, en tant qu'espace complémentaire à la Galerie de l'Aurignacien.

Le partage des connaissances passe également par des productions grand public, que ce soit grâce à des livres, articles, documentaires ou encore des conférences grand public. Les indicateurs consistent alors majoritairement à analyser le nombre de ces productions et actions de diffusion de la connaissance. Des indicateurs ont également été mis en place afin de connaître l'échelle spatiale de diffusion de ces connaissances : dans quelles librairies sont vendus les ouvrages ? Dans quelles villes sont présentées les recherches ? Ces actions favorisent-elles la notoriété de la grotte ?

Une autre action intégrée à cet objectif stratégique vise à mutualiser les actions de médiation culturelle des différentes structures du territoire (Pays d'Art et d'Histoire, PNR, Réserve Naturelle...). Si elle n'est pas encore formalisée lors de la rédaction du plan de gestion, il est ici principalement question de la structure « Passerelles Patrimoine » (chapitre 4). Les indicateurs permettent ici de suivre le dynamisme de cette structure d'animation.

**Tableau 9 : les indicateurs du plan de gestion : comprendre et diffuser la connaissance**

<b>II.1.a. Poursuivre la recherche sur la cavité et son environnement</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de l'étude des objets pariétaux de la Salle du Fond - poursuite de l'approche disciplinaire
Indicateurs de résultats :	- ampleur du SIG - publication d'une monographie scientifique
<b>II.1.b. Favoriser le lien entre l'ESR et le territoire</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de l'étude de faisabilité du pôle de recherche sur les cavités - mise en place de la convention de partenariat - nombres de partenariat ESR / territoire, professionnels du tourisme - nombre d'offre de stage / travaux de recherche
Indicateur de résultats :	- nombre d'étudiants et de chercheurs impliqués dans le partenariat ESR/ territoire - création effective du pôle de recherche sur les cavités - nombre de publications scientifiques issues des partenariats
<b>II.2.a. Aménager un centre de découverte</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de la conception / réalisation du centre de découverte
Indicateurs de résultats :	- satisfaction du besoin d'informations complémentaires au fac-similé
<b>II.2.b. Encourager et faciliter la diffusion de la connaissance scientifique sur la grotte Chauvet</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- actions de communication / information / sensibilisation tous public - rénovation du bâtiment et de la muséographie du musée Régional de Préhistoire d'Orgnac
Indicateurs de résultats :	- échelle de diffusion des articles scientifiques
<b>II.2.c. Assurer une médiation scientifique et territoriale de qualité</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- étude de faisabilité de la structure d'animation
Indicateurs de résultats :	- nombre d'animations proposées - nombre d'utilisateurs de la structure par type de public

*iii. Encadrer la fréquentation, gérer les ressources*

A travers cet objectif stratégique, les acteurs mobilisent le plan de gestion pour gérer les impacts environnementaux qu'ils associent au tourisme actuel : « *soucieux de ne pas aggraver la situation, les acteurs du projet grotte Chauvet ont au contraire voulu saisir l'opportunité de cette démarche pour tenter de résoudre les difficultés que connaissait<sup>68</sup> le tourisme depuis plusieurs années* » (SMERGC, 2011b, p. 89). Pour ce faire, ils proposent à travers ce troisième objectif stratégique de limiter les impacts sur la ressource naturelle tout en gérant la fréquentation touristique. La gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie répond au grand principe environnemental du développement durable. Les indicateurs de résultat associés tels que ceux portant sur la biodiversité, l'émission de Gaz à Effet de Serre (GES) ou du tonnage de déchets, sont des indicateurs de résultat types de démarches d'évaluation du développement durable (cf *supra*, p. x). Concernant l'urbanisation, la gestion de l'espace est ici principalement traitée *via* la mise en place d'un Schéma de Cohérence Territorial (SCOT). Les indicateurs de cette action lui sont alors dédiés et mènent au suivi et à l'analyse de ce document d'urbanisme.

Concernant la gestion de la fréquentation et des flux touristiques, les actions visent à améliorer l'accueil des visiteurs et à organiser les déplacements. Les acteurs présentent ici les actions qu'ils souhaitent mettre en place afin de diffuser la fréquentation touristique et d'organiser les déplacements : réalisation du pôle régional de l'ERGC (chapitre 4 et 5) et du Pôle d'Echange Multimodal (PEM) et mise en place d'un Plan de Transport Urban (PTU) (chapitre 4). Les différents indicateurs mis en place dans le cadre de ces actions permettent de suivre leur mise en œuvre et à terme leur efficacité, alors même que nous avons déjà abordé les limites du pôle régional de l'ERGC (chapitre 4 et 5).

---

68 L'emploi de l'imparfait peut ici être questionné : les acteurs considèrent-ils que la situation a déjà évolué et que les effets de la gestion se font déjà ressentir ? Cette affirmation relève autant de l'argumentation qu'elle reflète l'espoir que les acteurs ont mis dans les effets du plan de gestion. Le suivi et l'évaluation du plan de gestion, mais aussi les IQUATEXT (chapitre 7) permettront de voir ce qu'il en est réellement alors même que nous avons déjà pu constater que la situation a à ce jour peu évoluée (chapitre 4 et 5).



Tableau 10 : les indicateurs du plan de gestion : encadrer la fréquentation, gérer les ressources

<b>III.1.a. Gérer l'eau</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schéma de cohérence des activités sportives et de loisirs liées à l'eau</li> <li>- équipements mis en place</li> <li>- actions de concertation / information / sensibilisation</li> <li>- nombre de zones d'expansion des crues maintenues et/ou restaurées</li> <li>- kilomètres de réseaux d'eau renouvelés</li> </ul>
Indicateurs de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- durée passée sous arrêté préfectoral de restriction d'eau</li> <li>- évolution de l'état de la biodiversité aquatique</li> </ul>
<b>III.1.b. Gérer les déchets, initier des réflexions prospectives</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en place d'une mission prospective</li> <li>- actions de concertation / information / sensibilisation au compostage et au tri</li> <li>- nombre de composteurs distribués</li> </ul>
Indicateur de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nombre de tonnes de déchets biodégradables évités</li> <li>- amélioration de la collecte des déchets sur le site de la Combe d'Arc</li> </ul>
<b>III.1.c. Gérer les énergies</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- avancée de l'étude de mise en place d'une démarche d'adaptation du territoire (et/ou d'une filière) au changement climatique</li> <li>- actions de concertation / information / sensibilisation</li> </ul>
Indicateurs de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- évolution des GES et de la consommation d'énergie</li> </ul>
<b>III.1.d. Gérer l'espace</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- avancée de l'étude de préfiguration SCOT</li> <li>- réunions de concertation / information / sensibilisation auprès des acteurs locaux</li> </ul>
Indicateurs de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- définition d'un ou plusieurs périmètres SCOT</li> <li>- création de la ou des structures porteuse du SCOT</li> <li>- mise en place du/des SCOT</li> </ul>
<b>III.2.a. Améliorer l'accueil des visiteurs</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réalisation de l'étude technique préalable de l'espace régional</li> <li>- réalisation de l'étude technique du PEM</li> </ul>
Indicateurs de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- niveau de satisfaction des visiteurs sur l'accueil / l'information</li> <li>- nombre de visiteurs des structures d'accueil et d'information</li> </ul>
<b>III.2.b. Gérer les déplacements</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- avancée de l'étude PTU</li> <li>- actions d'information / sensibilisation à la mobilité douce</li> <li>- mise en place d'un système de navettes desservant les abords de Vallon</li> <li>- évolution de la fréquentation des navettes Vallon – Combe d'Arc</li> <li>- avancée de l'étude technique du PEM</li> <li>- évolution de la desserte en transport en commun longue distance</li> </ul>
Indicateurs de résultats :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation effective du PEM</li> <li>- nombre d'usagers des navettes</li> <li>- évolution du nombre de véhicules empruntant la route Vallon – Combe d'Arc</li> <li>- nombre d'usagers des transports en commun longue distance</li> </ul>

## iv. S'assurer des retombées sur le territoire et les secteurs d'activité

A travers cet objectif stratégique, les acteurs souhaitent favoriser les retombées socio-économiques associées au développement d'une nouvelle offre touristique, l'offre culturelle. Les actions de cet objectif stratégique regroupent les principales actions présentées dans la deuxième partie du manuscrit (chapitre 4 et 5). Cette partie du plan de gestion répond à des enjeux territoriaux en termes de diversification et de qualification de l'offre touristique.

Les actions de cet objectif stratégique portent ainsi sur les diverses démarches qualité (gestion de l'ERGC, labellisation, professionnalisation des prestataires locaux) et sur le développement d'une nouvelle offre (hôtellerie, valorisation du patrimoine culturel). Ces actions traduisent à la fois les ambitions des acteurs mais aussi leur appropriation de l'inscription Unesco (et de l'ouverture du fac-similé) en tant que moteurs pour la ré-organisation et la recombinaison de l'offre touristique.

Les indicateurs associés à cet objectif stratégique permettent ainsi de suivre et d'évaluer en partie la diversification et la qualification du tourisme sud ardéchois. Une partie de ces indicateurs seront d'ailleurs mobilisés dans le cadre des IQUATEXT (chapitre 7).

**Tableau 11 : les indicateurs du plan de gestion : encadrer la fréquentation, gérer les ressources**

<b>IV.1.a. Encadrer la gestion de l'ERGC (DSP)</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- mesure de la relation délégataire / Grand Projet / territoire - événement / exposition / animation organisés sur le site de l'ERGC
Indicateurs de résultats :	- qualité de l'expérience vécue par le visiteur - évolution de la clientèle
<b>IV.1.b. Mettre en place une stratégie touristique ambitieuse et durable</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- mise en place du plan de modernisation de l'hôtellerie - actions de communication / sensibilisation / information visant à crédibiliser l'Ardèche comme une destination culturelle et patrimoniale - actions de communication / information / sensibilisation sur l'accueil des personnes handicapées
Indicateurs de résultats :	- places d'accueil de groupe / de lits créés - nombre de labels « tourisme et handicap » obtenus - évolution de la période de fréquentation de la clientèle
<b>IV.2.a. Favoriser l'emploi, assurer la formation des professionnels</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- mise en place du dispositif local emploi formation grotte Chauvet – Entreprise Territoriale d'Entraînement - actions de concertation / information / sensibilisation sur la condition des saisonniers
Indicateurs de résultats :	- projets favorisés par la mise en réseau des entreprises - évolution de la qualité de l'emploi saisonnier

<b>IV.2.b. Soutenir les potentialités de développement économique et valoriser les productions du territoire</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- avancée de l'étude des potentialités de développement économique - mise en place de la plateforme agroalimentaire - avancée de l'étude du pôle documentaire de Lussas
Indicateurs de résultats	- pourcentage de produits dérivés locaux vendus en boutique de l'ERGC - évaluation de l'impact de la grotte Chauvet sur la filière agroalimentaire
<b>IV.3.a. Restaurer et animer les sites patrimoniaux du territoire (naturels et culturels)</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- nombre de sites restaurés / valorisés - actions d'informations/concertation/sensibilisation à la valeur patrimoniale du sud Ardèche - réalisation du CIAP du vivarais méridional
Indicateurs de résultats :	- identification de l'Ardèche en tant que destination culturelle - nombre de visiteurs du CIAP
<b>IV.3.b. Encourager les initiatives culturelles autour de la grotte Chauvet</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- partenariats avec les musées français - partenariats et coopérations avec les différents acteurs culturels du territoire
Indicateurs de résultats :	- échelle de diffusion « hors les murs » des oeuvres liées à celles de la grotte Chauvet - nombre de projets culturels réalisés en lien avec les oeuvres de la grotte Chauvet - identification de la destination Ardèche en tant que destination culturelle

#### *v. Animer, promouvoir, partager*

Ce cinquième et dernier objectif stratégique vise principalement à animer le plan de gestion, à suivre et évaluer les dispositifs de communication autour du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et à favoriser le partage d'expériences avec d'autres sites présentant des enjeux similaires à ceux de la grotte ardéchoise.

L'animation et le suivi du plan de gestion reviennent à évaluer sa mise en œuvre et ses résultats : les actions du plan de gestion ont-elles été mises en place ? Ont-elles été efficaces ? Les actions de communication autour du Grand Projet visent principalement à favoriser l'adhésion au projet et à faire connaître la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Enfin, le partage d'expériences répond à une demande du comité du patrimoine mondial en termes de coopérations internationales et d'échanges des savoir-faire en terme de protection, gestion et valorisation du patrimoine.

Tableau 12 : les indicateurs du plan de gestion : animer, promouvoir, partager

<b>V.1.a. Animer les dispositifs de suivi et de mise en œuvre du plan de gestion</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- réunions de travail entre les différents acteurs / gestionnaire
Indicateurs de résultats :	- mise en œuvre complète du plan de gestion à échéance 2016 - efficacité des actions
<b>V.1.b. Communiquer sur le grand projet et la grotte Chauvet</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- nombre et types d'action de communication et de médiation - nombre de partenariats mis en place avec les médias - mise en ligne du nouveau site internet
Indicateurs de résultats :	- articles et/ou reportages sur la grotte Chauvet - évolution du nombre de visiteurs du site internet - types de médias diffusant articles / reportages
<b>V.2.a. Partager des expériences et développer des actions de coopération internationale</b>	
Indicateurs de moyens mis en œuvre :	- actions d'accompagnement / échanges d'expertise auprès d'autres sites et territoires ayant des problématiques proches de celles du grand projet Chauvet - voyage d'étude / échanges effectivement réalisés
Indicateurs de résultats :	- nombre de partenariats internationaux formalisés

Afin d'assurer une évaluation qui n'est pas seulement quantitative mais qui intègre également une approche qualitative, une réflexion a été engagée sur la nécessaire participation de la population locale et touristique dans la concrétisation de certains objectifs. C'est ainsi que l'indicateur de moyen « actions de concertation / information / sensibilisation » a été mis en place dans différentes actions. Il permet d'analyser les efforts réalisés afin d'assurer un consensus local favorisant la réussite de l'action. Cette volonté répond à l'observation concernant les problèmes d'appropriation locale de la stratégie grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 4 et 5). L'aspect qualitatif se retrouve également dans les indicateurs de résultats car nombres d'entre eux nécessitent la mise en place d'une enquête (notamment auprès de la population touristique) permettant d'analyser la perception de la performance de l'action.

Cette méthode d'évaluation mise en place dans le cadre de la bourse CIFRE a été validée par l'ICOMOS dans son rapport d'évaluation de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc : « les procédures de suivi annuel et les indicateurs relatifs à l'assurance qualité de la gestion sont satisfaisants » (ICOMOS, 2014, p. 291).

La mise en place des actions et le suivi du plan de gestion sont encadrés par une « charte pour la mise en œuvre et le suivi du plan de gestion UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ». Cette charte définit « la coopération entre les partenaires institutionnels du Grand Projet Grotte Chauvet que sont l'Etat, la Région Rhône-Alpes et le département de l'Ardèche, avec les acteurs locaux du territoire concernés par la démarche d'inscription puis de gestion UNESCO de la grotte » (SMERGC, 2011c, p. 7). Cette charte définit ainsi les rôles et les compétences de chacun des signataires du plan de gestion (fig. 93). Ainsi, chacune des parties prenantes s'engage à mettre en place les actions et à les évaluer.

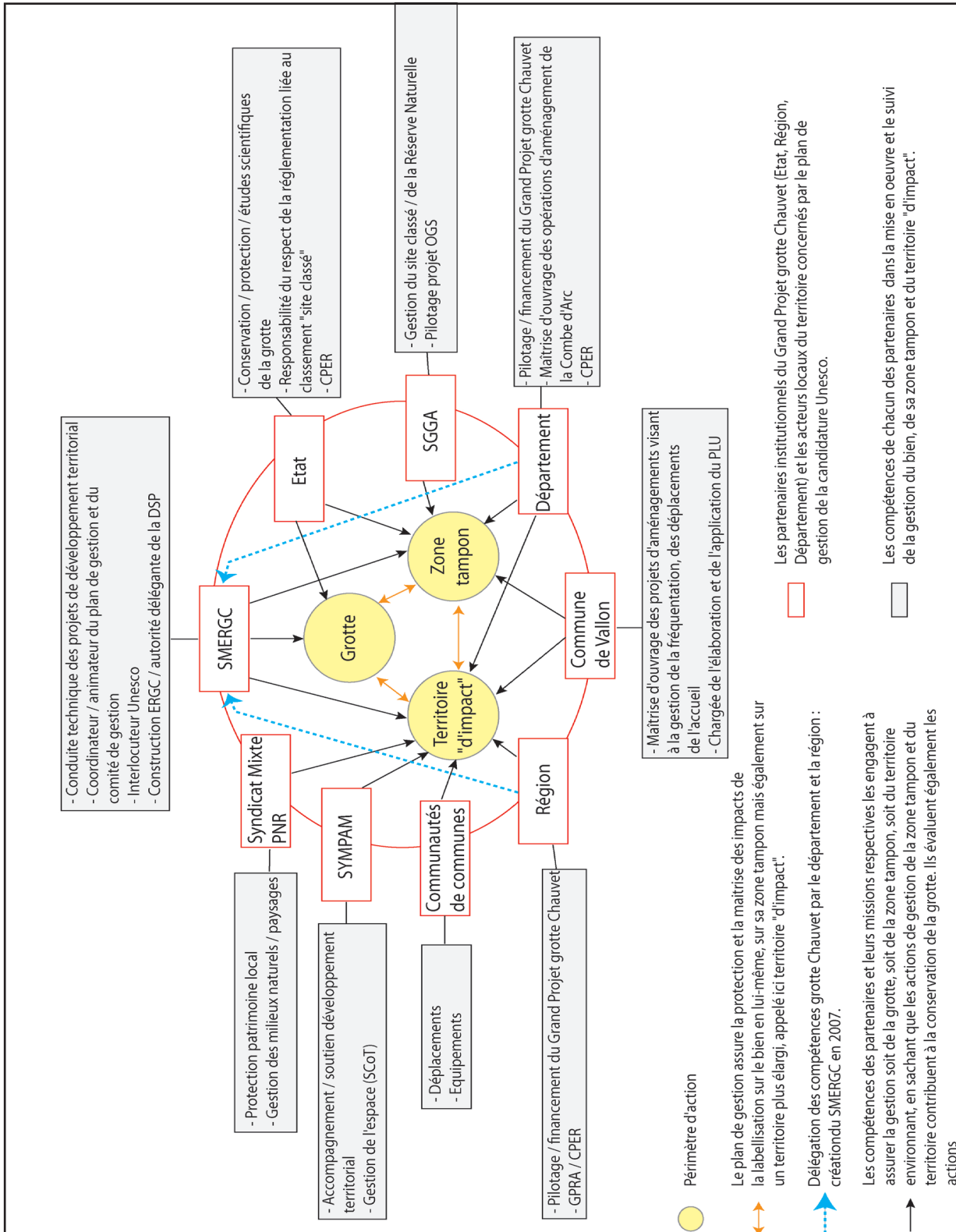


Figure 93 : la gouvernance du plan de gestion : rôle et compétences des acteurs

Cette figure, construite à partir de ladite charte, présente les compétences de chacun des partenaires dans la conduite du plan de gestion. Ce sont ces mêmes partenaires qui ont été pressentis pour procéder au suivi des actions : chaque indicateur sera renseigné par les pilotes des actions.



Pour encadrer la mise en œuvre de cette charte et les différents partenaires pilotes des actions un comité de bien a été créé : « *cette instance décisionnaire est chargée de vérifier la mise en œuvre du plan de gestion UNESCO, d'en assurer le suivi, de valider les rapports de gestion et de mettre à jour le plan de gestion au fur et à mesure de sa mise en œuvre* » (SMERGC, 2011c, p. 11). Ce comité de bien réunit les rapports de gestion fournis par les pilotes des actions afin d'analyser l'avancée des différentes actions. Il est constitué de :

- représentants de l'État : préfet, directeur DRAC, directeur DREAL, conservateur de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (ou leurs représentants) ;
- président du Conseil régional Rhône-Alpes (ou de son représentant) ;
- président du Conseil général (ou de son représentant) ;
- élu référent de la démarche UNESCO (ou son représentant) ;
- président du SMERGC (ou son représentant) ;
- directeur de l'équipe scientifique de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ;
- président du syndicat mixte du SGGA (ou son représentant) ;
- président du SYMPAM (ou son représentant) ;
- président du syndicat mixte du PNR (ou son représentant) ;
- présidents des communautés de communes des gorges de l'Ardèche et des Grands Sites des Gorges de l'Ardèche (ou leurs représentants) ;
- du maire de la commune de Vallon-Pont-d'Arc (ou son représentant) ;
- d'un représentant de l'instance Participative Grotte Chauvet.

L'instance participative est « *constituée de représentants de la société civile du territoire et par la constitution d'un panel de citoyens<sup>69</sup>, auquel il a été demandé de définir les modalités d'associations de la population à l'avenir de la gestion* » (SMERGC, 2011a, p. 12). Cette instance a été associée à l'élaboration du plan de gestion à moyen et long terme. Pour ce faire, plusieurs ateliers ont été mis en place courant 2011 afin que les représentants de cette instance puissent « *bénéficier d'une formation sur les techniques de prospective et prendre comme sujet d'application l'élaboration du plan de gestion à moyen et long terme de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc* » (id. p. 193). L'évaluation du plan de gestion et les recommandations de cette instance serviront à élaborer un nouveau plan de gestion. Afin de pérenniser cette instance, un représentant siège au comité de bien de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

---

69 Pour la liste exhaustive des représentants de cette instance, voir annexe 8a.

Face à la constitution de ce comité de bien, nous pouvons souligner le fait que le délégataire de la Caverne du Pont d'Arc ne siège pas, tout comme dans la gouvernance du plan de gestion alors même que l'ERGC participe à l'argumentation de plusieurs actions. C'est le syndicat mixte de l'espace de restitution, en tant qu'autorité encadrant la délégation de service publique, notamment en s'assurant du respect du cahier des charges, qui représente la Caverne du Pont d'Arc dans ces différentes instances. Ceci questionne la place laissée au délégataire dans les stratégies de développement territorial et touristique alors même que celui-ci doit contribuer à l'évolution du tourisme (chapitre 3).

La gouvernance du comité de bien reflète les différentes échelles, du global au local impliquées dans l'élaboration et la mise en place des démarches de développement associées au plan de gestion.

#### 6.2.2.3. *Limites et intérêts de la méthode*

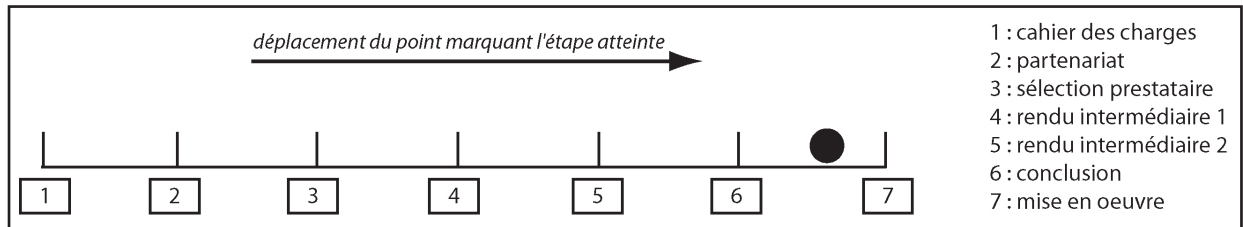
Grâce à l'évaluation des processus et des résultats, les acteurs peuvent ainsi avoir un meilleur retour sur les actions mises en place et sur une ré-orientation possible de ces dernières. Les indicateurs permettent de recueillir des informations de nature à pouvoir réajuster le contenu des actions si besoin. Cela permet de repenser ou de renforcer les actions sur deux plans (processus / résultats) et donc d'assurer une gestion plus efficace, plus précise et durable. Les gestionnaires et pilotes des actions pourront ainsi mieux comprendre à quel niveau et où se trouvent les difficultés quand l'évaluation en signale : cette évolution doit-elle toucher plus principalement les moyens mis en œuvre ou faut-il reconsidérer les objectifs au vu des résultats ? Cette méthode de régulation (cf *supra*) permet de voir l'efficacité des processus par rapport aux objectifs, aux résultats attendus et ceux effectivement relevés. Cette évaluation permet un retour sur les modalités de gestion et sur les actions afin d'en assurer l'efficacité et la durabilité.

Pour être totalement opérationnelle, l'évaluation doit s'appuyer sur des indicateurs qui ne soient pas trop nombreux afin d'assurer la participation des porteurs des actions de gestion (Benhayoun et *al*, 2007). Dans le cadre de l'évaluation du plan de gestion de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc se sont 119 indicateurs qui permettent le suivi et l'évaluation du plan de gestion. Nous avons cherché à ne pas dépasser 6 indicateurs par action, et le travail mené avec l'ingénierie UNESCO a conduit à une sélection des indicateurs proposés afin d'en limiter le nombre et d'assurer l'appropriation de cette méthode par les acteurs.

Mais la charge de travail du suivi et de l'évaluation n'est pas proportionnelle au nombre d'indicateurs. En effet, certains indicateurs de résultats demandent un travail de synthèse plus conséquent que d'autres. C'est par exemple le cas avec les indicateurs de résultats « évolution

de la biodiversité » et « évolution des habitats ». La méthode de relevé de ces indicateurs consiste à synthétiser les études évaluant l'état des milieux naturels menées dans le cadre des démarches de gestion et de protection telle que Natura 2000.

Concernant la méthodologie de relevé, les indicateurs type « avancée de l'étude OGS » sont renseignés grâce à ce que nous avons appelé un diagramme d'avancement (fig. 94).



**Figure 94 : diagramme d'avancement**

Il peut être renseigné avec les dates clés de l'évolution des études. Cela permet d'analyser les contraintes, les périodes de progrès où l'étude a pu prendre du retard par rapport au calendrier prévu et les périodes de progrès où le dossier a connu une avancée significative.

La mise en place d'une évaluation construite à partir des stratégies peut pointer plus facilement les défaillances dans la gestion du bien, de la zone tampon et du territoire et constituer ainsi un risque à long terme pour la pérennisation de l'inscription. Autant l'évaluation et les exigences de l'UNESCO en termes de rapports périodiques obligent les gestionnaires et les pilotes des actions à les réaliser effectivement, autant cela peut-être un risque pour la conservation de l'inscription si l'évaluation indique que les actions ne sont pas abouties ! Dans les faits, les risques d'être désinscrit restent relatifs et jusqu'à aujourd'hui, seuls deux sites ont été retirés de la Liste du patrimoine mondial (Vallée de l'Elbe à Dresde (retirée en 2009) et sanctuaire d'Oryx Arabe, Oman (retiré en 2007)). Il existe tout de même pour le territoire sud ardéchois et notamment vallonais des trajectoires vers lesquelles il ne faudrait pas tendre (par ex, urbanisation de la zone tampon).

L'évaluation du plan de gestion permet également une analyse et une évaluation des retombées territoriales et touristiques de l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial. Car si du point de vue de l'attractivité « *« l'effet UNESCO » est réel et constitue un élément essentiel de la communication* » (Prud'Homme et al., 2008, p. 46), sa valeur économique fait encore débat. Nous avons vu dans le chapitre 5 que les acteurs du territoire souhaitent en effet s'appuyer sur l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial pour construire et promouvoir une nouvelle offre, l'offre culturelle. Mais qu'en est-il vraiment des retombées économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial ? La ville d'Albi, inscrite sur la liste en 2010, voit la fréquentation de ses

sites inscrits dans le périmètre UNESCO progresser de + 20 %<sup>70</sup>, mais connaît également, dans la même période, un léger recul (- 1,71 %) de la fréquentation du parc hôtelier<sup>71</sup>. Si les sites de visite profitent de l'inscription UNESCO, ce n'est pas les cas des hôtels. L'augmentation de la fréquentation peut être associée à des dynamiques d'excursionisme et à la visite des habitants locaux qui (re)découvrent leur patrimoine.

Magali Talandier propose en 2008 une étude économétrique pour connaître l'impact de l'inscription UNESCO sur le développement socio-économique des territoires. «*L'économétrie est l'ensemble des techniques statistiques et mathématiques qui permettent d'explorer d'une façon chiffrée les relations qui existent entre une variable (dite expliquée) et une -surtout plusieurs- variables causales ou présumées telles (dites explicatives)*» (Prud'Homme et al., 2008, p. 8). Menée en France à l'échelle des cantons, cette étude a croisé une vingtaine de variables expliquées<sup>72</sup> avec une douzaine de variables explicatives<sup>73</sup> grâce à des «*régressions économétriques*» (Talandier, 2008, p. 10). Cette étude permet de «*conclure que les sites classés par l'UNESCO bénéficient d'une économie touristique importante et plutôt dynamique, aux répercussions positives sur l'équipement en commerces et services de proximité. Il est plus délicat, en revanche, d'attribuer ces résultats au seul label UNESCO, puisque les hauts lieux du tourisme en France (selon Michelin) présentent des résultats quasi-similaires*» (Talandier, 2008, p. 101). Il est donc difficile d'attribuer les retombées en terme de développement socio-économiques à la seule inscription UNESCO : «*il est impossible de vérifier si la plus forte affluence trouve son explication dans la réputation labellisée accordée à l'UNESCO ou dans les caractéristiques propres des sites*» (Pringent, 2011, p. 12-13). Pour ce dernier auteur, «*le lien entre l'inscription sur la liste du patrimoine mondial et développement économique local est incertain et probablement assez tenu*» (id., p. 6).

Pour Maria Gravari-Barbas et Sébastien Jacquot, l'inscription sur la liste du patrimoine mondial est créatrice de retombées lorsque le site s'inscrit dans un territoire déjà dynamique d'un point de vue touristique. Pour eux, les territoires bénéficiant déjà d'une notoriété internationale voient leur pouvoir de captation des richesses favorisé par la reconnaissance UNESCO. Dans le cadre de leur étude sur les villes inscrites sur la liste du patrimoine mondial, ils indiquent que «*la reconnaissance patrimoine mondial a plus de probabilité d'avoir des impacts dans les cas d'une ville disposant d'un grand aéroport, située à proximité de réseaux autoroutier, à côté des lieux touristiques anciens et consolidés [...]*» (Gravari-Barbas, Jacquot, 2010, p. 20).

Pour favoriser les retombées espérées par l'inscription UNESCO, la réflexion porte à l'échelle territoriale et pas à la seule échelle du bien. L'évaluation du plan de gestion, document réunissant l'ensemble des stratégies des acteurs visant le développement touristique, permet d'analyser les retombées territoriales de l'inscription. En effet, grâce au suivi et à l'évaluation

70 971 906 visiteurs en 2009 ; 1 205 339 en 2012

71 201 876 nuitées en 2009 ; 198 420 en 2012

72 par exemple : nombre d'hébergements marchands pour 1000 habitants ; % d'emplois salariés privés dans la restauration et les activités touristiques ; revenus des habitants ; niveau de salaire ; solde migratoire....

73 dont avoir sur son canton un site inscrit à l'UNESCO ou avoir un site cité par la guide Vert Michelin mais aussi d'autres variables pouvant expliquer une fréquentation touristique : bord de mer, espace montagnard, climat agréable....

des actions que les acteurs ont engagées afin de gérer et de planifier la fréquentation touristique, nous aurons un aperçu sur les retombées réelles de ces démarches et par extension, de l'inscription UNESCO.

Les indicateurs ont été fournis à l'ingénierie UNESCO et le premier comité de bien (janvier 2013) a permis de présenter les fiches indicateurs (annexe 9) que les pilotes des actions devront renseigner. Cependant, depuis la fin du contrat CIFRE, nous n'avons plus accès à l'état d'avancement de l'évaluation du plan de gestion. Cette situation témoigne des relations délicates pouvant exister entre la recherche et l'action : une fois le contrat terminé, le partenariat semble rompu alors même qu'il aurait pu sembler pertinent de consolider cette collaboration.

Réaliser des indicateurs à partir d'objectifs mis en place par les porteurs de projet contraint l'évaluation de la durabilité, dans le sens où ces indicateurs traduisent leur vision du développement durable. En effet, les acteurs se sont approprié le développement durable selon la définition qu'ils en ont et ont élaboré leur stratégie de gestion selon cette vision. Mettre en place une évaluation à partir de leurs objectifs traduit dès lors une vision spécifique du développement durable, qui ne permet pas une analyse approfondie du système. À titre d'exemple, la pratique du canoë est une grande absente du plan de gestion alors que cette dernière est inscrite de longue date sur le territoire et qu'elle fait partie intégrante du système touristique (chapitre 2 et 5). L'évolution des pratiques associées à la valorisation de la ressource rivière n'est ainsi pas évaluée, alors même que cette ressource reste un des axes majeurs dans les pratiques et la fréquentation touristique. Si une des actions du plan de gestion (Gérer l'eau) définit comme un de ses objectifs l'organisation des usages et de la gouvernance de l'espace fluvial suivant « un schéma de cohérence des activités sportives et de loisirs liées à l'eau à l'échelle du bassin versant de l'Ardèche » (SMERGC, 2011b, p. 94), mis en œuvre et porté par le SAGE (Schéma d'aménagement et de gestion des eaux), cette référence aux loisirs aquatiques reste marginale. Cela est d'autant plus surprenant que ces activités sont pratiquées à quelques encablures de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, dans le périmètre de la zone tampon. Mais la gestion directe de cette pratique n'apparaissant pas dans les objectifs du plan de gestion, aucun indicateurs n'y fait directement référence. Les activités nautiques ne sont évaluées dans le cadre du plan de gestion que par un seul indicateur de moyens mesurant, grâce à un diagramme d'avancement, l'évolution de la mise en place du schéma de cohérence. De fait, l'évolution de la pratique du canoë en tant que telle ne sera pas évaluée ni suivie (par un indicateur qui aurait pu être « évolution du nombre de canoës » par exemple) et sa durabilité potentielle ne sera pas questionnée. Mais pourquoi la gestion du canoë n'apparaît-elle pas dans les objectifs des acteurs ? Considèrent-ils cette pratique touristique comme allant à l'encontre des principes du développement durable ? Ou comme



contradictoire avec l'inscription UNESCO ? Toujours est-il que les canoës sont hors champ des stratégies associées au plan de gestion et donc de l'évaluation.

Même avec une méthode d'évaluation paraissant efficace et complète, cela ne permet pas de dépasser le caractère nécessairement subjectif du développement durable, et aucune méthode ne le permettra. Dans le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, c'est bien la traduction des acteurs de ce que doit être un « bon développement » et un « bon tourisme » qui est évaluée. Les indicateurs reflètent des objectifs et des actions et, donc, les sélections faites en matière de transposition du développement durable.

***Conclusion : L'évaluation et les indicateurs, des outils pour l'analyse des dynamiques de durabilité***

L'évaluation, en tant qu'outil de régularisation, accompagne l'évolution des systèmes territoriaux et permet un réajustement régulier des politiques de développement en les orientant et les inscrivant dans des principes de durabilité.

D'abord mise en place dans le cadre général des politiques économiques et visant dans un premier temps à rapporter les dynamiques de développement socio-économiques des territoires, l'évaluation est aujourd'hui marquée par des mutations en intégrant les orientations du développement durable. En permettant un retour sur les stratégies visant la durabilité, l'évaluation permet de rendre opérationnel un principe directeur qui souffre aujourd'hui de problèmes d'applicabilité. La transposition du développement durable grâce aux IDD offre la possibilité de traduire opérationnellement les injonctions de durabilité grâce à une évaluation des actions mises en place. L'approche pragmatique des IDD est cependant limitée par la sur-représentation de la branche environnementale.

En tentant de transposer les IDD sur les destinations touristiques, les chercheurs et l'ingénierie touristique reproduisent les mêmes limites : c'est principalement l'impact du tourisme sur l'environnement qui est abordé, ce qui limite l'analyse de la qualité et de la durabilité du tourisme.

Dans le cadre de la bourse CIFRE et de la mise en place d'une méthode d'évaluation et de suivi du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les indicateurs ont été construits à partir des stratégies mises en place par les porteurs de projet. Les actions du plan de gestion traduisant une vision particulière du développement durable et de la planification du tourisme, les indicateurs rendent compte d'une représentation partielle et parcellaire de la durabilité. Ils ne permettent pas une conception d'ensemble de la complexité du système et des processus de la diversification et de la qualité du tourisme. Dès lors, cette évaluation permet une analyse potentielle des retombées territoriales et touristiques de l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial.

Les résultats de la recherche doctorale ont conduit à mettre en place une méthode d'évaluation de la qualité du tourisme et de l'excellence territoriale visant à dépasser le caractère sectoriel des évaluations de la durabilité du tourisme.



# CHAPITRE 7

## PRÉSENTATION DES INDICATEURS DE QUALITÉ DU TOURISME ET D'EXCELLENCE TERRITORIALE

### LES IQUATEXT

L'étude des démarches mises en place par les acteurs (chapitre 4) et de leurs attentes (chapitre 5) a permis de faire ressortir deux objectifs liés:

- la mise en place de politiques de valorisation du patrimoine de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le développement d'une économie touristique culturelle visent la diversification de l'offre et de la fréquentation touristique ;
- les politiques et les volontés de diversification et de réorganisation de la destination autour des ressources patrimoniales et culturelles visent l'amélioration de la qualité du tourisme et le développement exemplaire du territoire au regard de la durabilité.

À travers les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et la diversification du tourisme qui en découle, les acteurs cherchent à faire de leur destination une destination dite de qualité, tout en favorisant le développement d'un territoire d'excellence, exemplaire au regard du développement durable. Reste à savoir si ces objectifs seront réalisés.

Pour analyser les retombées effectives en termes de qualité du tourisme et d'excellence territoriale, il s'agit de mettre en place une méthode d'évaluation rendant compte de la complexité touristique et territoriale. Il est alors question de se projeter sur ce que seront les retombées effectives du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc cinq ans après l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc. Nous pourrions ainsi voir si cet équipement a été structurant pour le territoire en remplissant les objectifs assignés par les acteurs territoriaux et si les stratégies mises en place ont eu les effets escomptés. Si le suivi du plan de gestion (chapitre 6) permet un aperçu des dynamiques de gestion du tourisme et du développement territorial potentiellement issues de l'inscription UNESCO, il n'est pas à même d'évaluer l'ensemble du système touristique.

L'évaluation et les indicateurs doivent permettre de suivre l'évolution et la dynamique futur du triptyque qualité – tourisme – développement durable. Ce chapitre présente dans une première partie les réflexions ayant mené à la construction des IQUATEXT quand une seconde partie permet de présenter la méthodologie de cette démarche d'évaluation et les variables spécifiques. Afin d'assurer une analyse efficace des variables, le choix a été fait de présenter l'ensemble de la méthodologie de construction, de relevé et de suivi des variables qui, quant à elles, seront présentées et justifiées dans un dernier point.

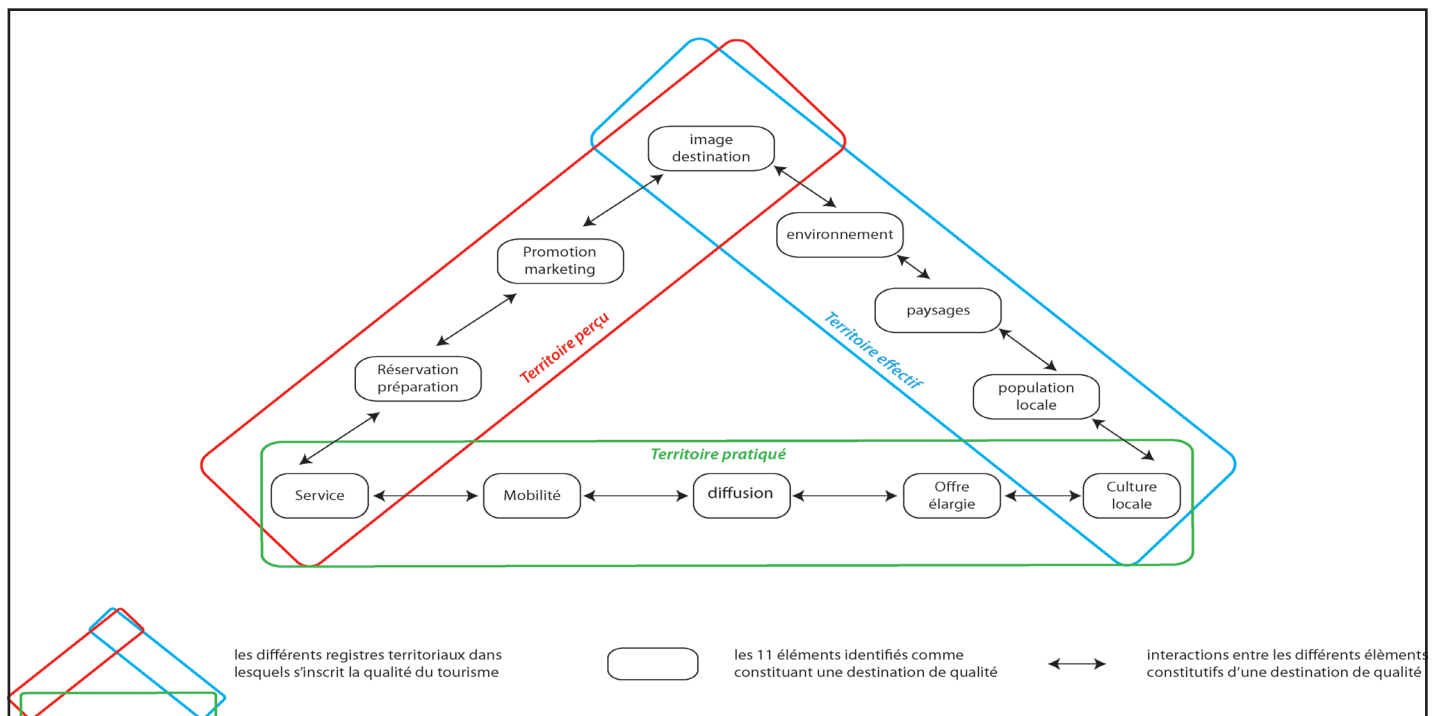


## 7.1. Les indicateurs génériques : les IQUATEXT

### 7.1.1. Des indicateurs construits à partir de la définition de tourisme de qualité

Le travail bibliographique du chapitre 1, l'analyse des différentes actions mises en place (chapitre 3 et 4) et les entretiens avec les acteurs (chapitre 5) permettent de définir le tourisme de qualité. Cette définition a été construite à la fois à partir des travaux universitaires mais également à partir de la définition qu'ont les acteurs d'un tourisme de qualité. La mise en lumière de l'état de l'art par rapport aux objectifs / stratégies des acteurs permet une approche territoriale de la qualité du tourisme en liant le concept aux stratégies opérationnelles des acteurs.

Définir un tourisme de qualité, c'est d'abord reconnaître son caractère dynamique et polysémique. La qualité est ici abordée comme un processus mais également comme un résultat, les deux étant en perpétuelle évolution. La qualité est à la croisée d'une construction sociale et politique et d'une combinaison de représentations, de perceptions individuelles. La qualité du tourisme est ici appréhendée comme un système, qui s'inscrit selon trois registres territoriaux : le territoire perçu, le territoire effectif et le territoire pratiqué. Le territoire perçu se définit ici comme le territoire support des « *systèmes de représentations qui se fondent sur l'interconnexion entre trois types de filtres, individuel, social (valeur) et idéologique (théorie, modèle) qui forgent à la fois la connaissance et la conception qu'ont les acteurs du monde qui les entoure* » (Moine, 2006, p. 126). Le territoire effectif est entendu comme le territoire tangible, à la croisée d'une réalité matérielle et d'un système socio-économique local : « *la réalité géographique d'un territoire repose sur un fait total culturalo-géographique, inscrit dans une histoire spécifique* » (Paquot, 2010, p. 14). Le territoire pratiqué s'entend ici comme le territoire vécu, le territoire sur lequel s'inscrivent les pratiques, organisé afin de satisfaire le projet de récréation. Selon notre définition, la qualité du tourisme s'inscrit à la croisée des interactions entre ces trois strates territoriales identifiées (fig. 95).



**Figure 95 : Les éléments définissant un territoire touristique de qualité**

Cette figure présente les différentes composantes de ces trois strates territoriales :

1/ le territoire perçu : l'ensemble des analyses menées jusque là dans le travail doctoral mène à dire que la qualité en tourisme se traduit d'abord par l'image de la destination promue par les acteurs. Les choix en termes de promotion touristique traduisent les représentations et les perceptions qu'ont les acteurs de leur territoire. Ces images transmises *via* les outils marketing et promotionnels tels que les sites internet des offices de tourisme, mais aussi ceux des différents prestataires, permettent aux futurs visiteurs de construire leurs propres représentations de la destination. C'est en partie sur ces représentations qu'ils décideront de leur destination et des prestataires à qui ils feront appel. La qualité du territoire perçu ne passe pas seulement par l'image valorisée et par les ressources touristiques mises en avant, mais également par l'offre et par la gamme de services. C'est dans ce cadre que s'intègre en partie la labellisation, en tant que support promotionnel des services et de l'offre (chapitre 1).

Ici, la qualité du territoire perçu ne se borne pas aux processus amont de la prise de décision, elle passe également par les modalités de réservation. Le processus de réservation participe à la perception amont de la qualité notamment par les sentiments de facilité (ou de complexité) et/ou de professionnalisme (ou d'amateurisme) qu'il transmet, même si nous avons vu que la destination n'est pas toujours actrice dans le processus de réservation (chapitre 1).

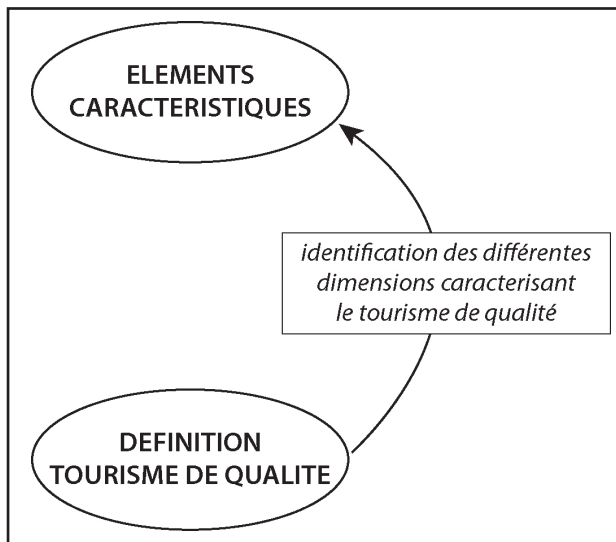
2/ le territoire effectif : le travail bibliographique et les entretiens menés avec les acteurs permettent d'avancer le fait que la qualité du territoire effectif passe en partie par un environnement et des paysages entretenus et protégés. Ce point est par ailleurs d'autant plus important dans le contexte actuel de prise de conscience environnementale et écologique. Les

dispositions prises pour protéger les paysages et l'environnement permettent également la protection du cadre de vie des populations locales. Le bien-être et le développement socio-économique des populations sont également centraux dans la considération d'un tourisme de qualité. Le territoire que nous appelons ici effectif participe à la promotion et la construction d'une représentation de l'image de la destination. Cette image se trouve ainsi à la croisée du territoire perçu et du territoire effectif. Dans le cadre d'un tourisme de qualité, l'image promue doit être en cohérence avec la réalité territoriale. La culture locale, quant à elle, se situe à la croisée du territoire effectif et du territoire pratiqué, en tant que support potentiel d'une offre touristique.

3/ le territoire pratiqué : cette strate territoriale est ici entendue comme le territoire vécu durant le séjour touristique. Il s'agit ici de l'offre de service et de loisirs supports de la pratique touristique et des modalités de cette pratique. La qualité des services est ici saisie comme un moyen et non comme une fin en soi. Elle se situe à la croisée du territoire perçu et du territoire pratiqué : les services promus sont-ils en cohérence avec les services réellement obtenus ? La qualité de l'accueil n'est pas ici entendue comme le seul accueil associé aux prestataires touristiques (hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de sites...) mais également comme l'accueil faite au touriste par la population locale. La mobilité s'inscrit également dans ce territoire expérimenté : il s'agit à la fois de l'état des conditions de circulations et de stationnement mais également de la capacité des acteurs à proposer des solutions de transports alternatifs à la voiture. La diffusion de la pratique fait écho à ces questions de mobilité tout comme elle reflète la faculté de la destination à proposer une offre élargie et aux visiteurs de se déplacer. Le travail mené à la fois grâce aux différentes lectures mais aussi grâce aux entretiens a en effet permis d'approcher la corrélation existante entre diffusion de la fréquentation et diversification de l'offre touristique. Ces deux processus limitant la concentration saisonnière et spatiale de la fréquentation participent à la qualité du territoire expérimenté. La mise en place d'une offre élargie favorise également la valorisation de l'ensemble des patrimoines du territoire.

C'est à l'interaction de ces trois strates territoriales que l'évaluation des dynamiques qualitatives trouve une partie de son intérêt : elle permet de définir les processus et les résultats de la qualité d'une destination en les concrétisant par une « mesure », quantitative ou qualitative, des évolutions de l'ensemble du territoire touristique.

À partir de la conceptualisation du tourisme de qualité et des onze éléments constitutifs des trois strates du territoire touristique (fig. 95), nous avons identifié 23 critères. Ces critères permettent d'identifier les éléments constitutifs de la définition de la qualité du tourisme. Ils ont été sélectionnés sur la base d'un questionnaire général : « qu'est ce qui peut être analysé pour permettre la compréhension de [élément constitutif] ? » (fig. 96)



**figure 96 : la première étape de la construction des IQUATEXT**

*Cette figure évolutive sera complétée au fil de la présentation de la méthode de construction des IQUATEXT.*

À titre d'exemple, pour la compréhension de l'élément constitutif « promotion – marketing », nous nous sommes questionnés selon cette trame : « qu'est ce qui nous permet d'analyser les dynamiques de promotion – marketing ? ». Le critère identifié porte alors sur l'analyse des axes de valorisation mais aussi sur les éléments motivants le choix de la destination. Le schéma de la figure x permet de visualiser les différents critères sélectionnés selon les éléments constitutifs définissant un tourisme de qualité.

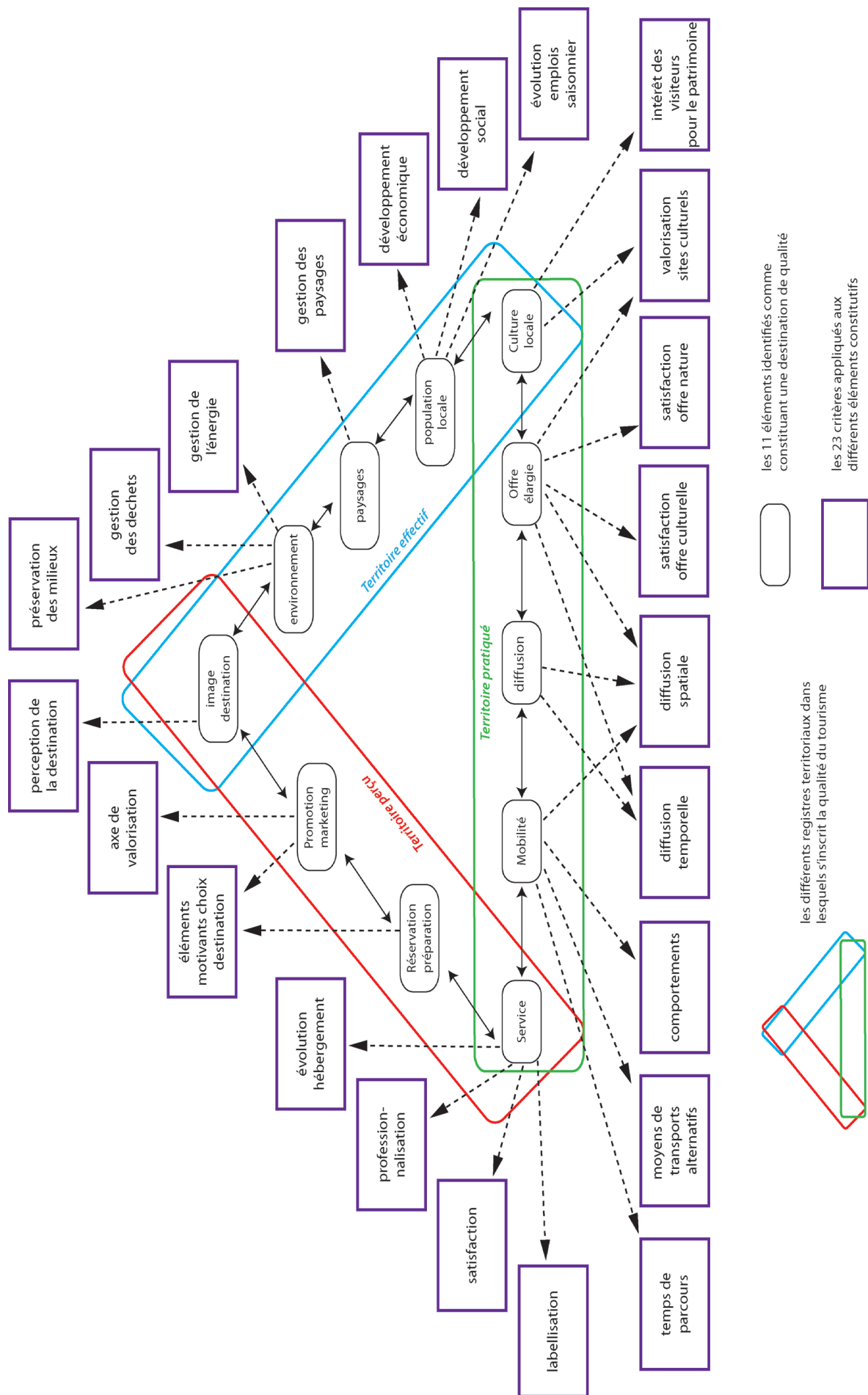


Figure 97 : les 23 éléments caractéristiques de la définition de la qualité du tourisme



Ce schéma traduit les choix opérés dans l'identification des critères. La sélection de ces critères est basée à la fois sur les représentations des acteurs qui ont identifié des facteurs définissant la qualité du tourisme (chapitre 5), mais aussi à partir des lectures sur la qualité du tourisme (chapitre 1). Ce croisement rend opérationnel le concept de qualité du tourisme en croisant les réflexions universitaires, issues du monde la recherche, aux réflexions territoriales, issues des représentations et des choix politiques. Cela permet d'inscrire cette méthode d'évaluation à la croisée des réflexions théoriques et pratiques.

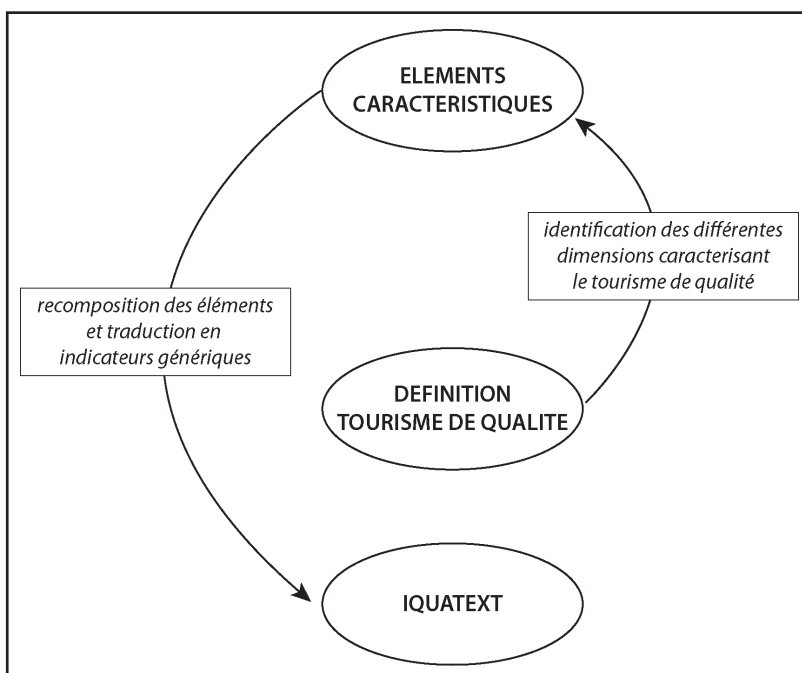
Les critères ont ainsi été construits grâce aux perceptions des acteurs concernant la qualité de l'offre touristique et de la mise en lumière de ces perceptions par rapport aux recherches bibliographiques. Les critères traduisent les représentations des acteurs en ce qui concerne la mise en place d'une stratégie de qualité et de diversification de l'offre. Cela permet de rendre opérationnel le concept de « qualité du tourisme » tout en nourrissant cette notion par une approche territoriale.

Ces critères, permettant d'affiner la définition de tourisme de qualité, ont ensuite été regroupés sous la forme d'indicateurs génériques.

### 7.1.2. Présentation et justification des IQUATEXT

Les différents critères traduisant les éléments constitutifs du tourisme de qualité ont ensuite été transposés sous la forme d'indicateurs génériques (fig. 98). Ce sont ces indicateurs génériques qui sont appelés IQUATEXT.

**Figure 98 : deuxième étape pour la construction des IQUATEXT**



La recomposition des critères identifiant la qualité du tourisme permet ainsi de constituer des indicateurs génériques permettant de suivre et d'évaluer les différents processus et résultats issus des démarches d'amélioration de la qualité (fig. 99).

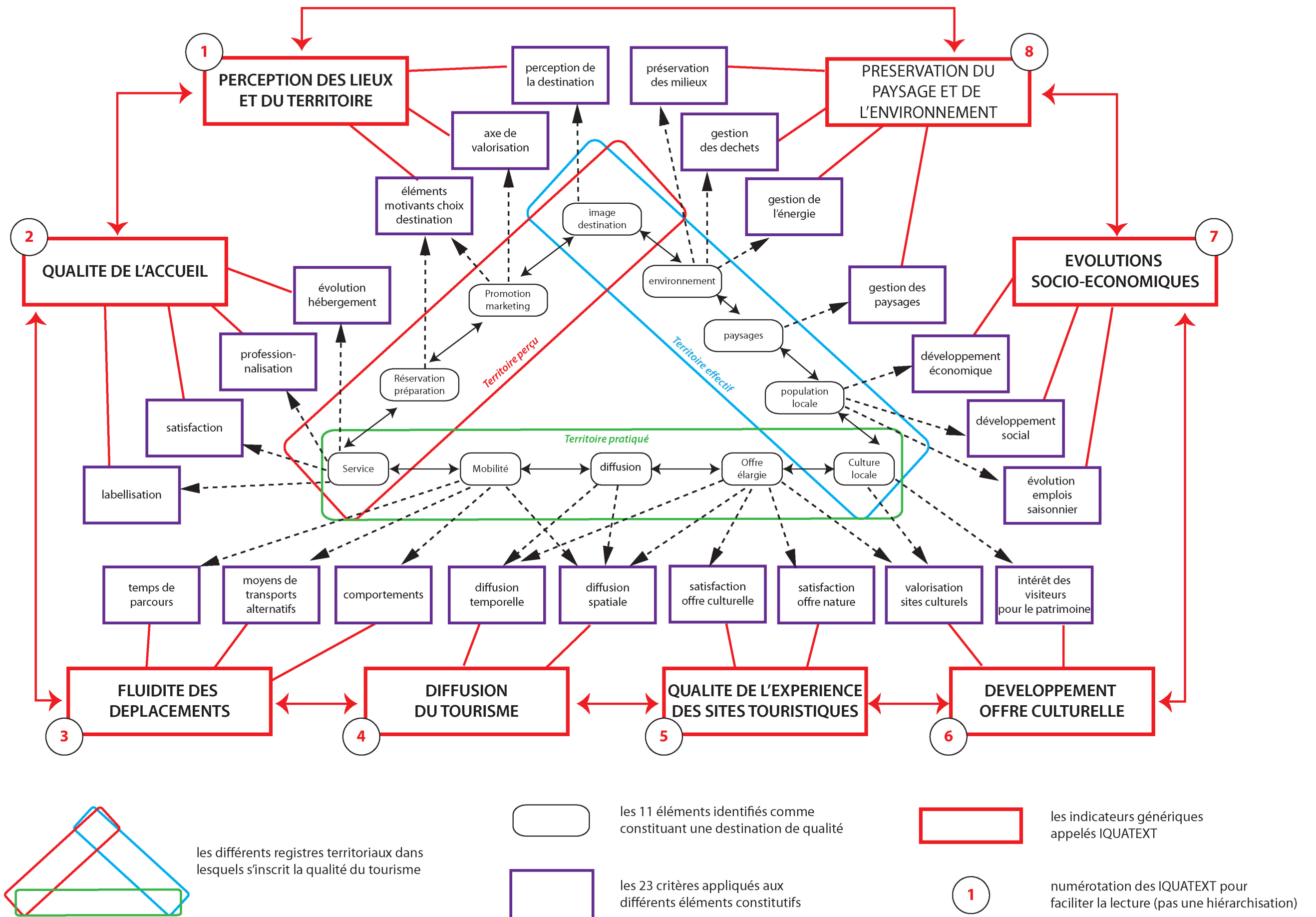


Figure 99 : les indicateurs génériques ou IQUATEXT, reflet de la définition de la qualité du tourisme

Ces indicateurs sont identifiés comme génériques car ils peuvent être transposés sur différents territoires (chapitre 6). Ils ont été construits afin de pouvoir être mis en place sur différentes destinations souhaitant suivre et évaluer leur stratégie de diversification et de qualification. Ils reflètent des dynamiques communes à toutes destinations. Ils répondent à une définition générale de la qualité du tourisme. Pour être opérationnels, ils se déclinent sous forme de variables spécifiques (cf *infra*, p. x).

Ces IQUATEXT fonctionnent en système, ils se nourrissent les uns les autres pour permettre la compréhension globale du tourisme de qualité. Ils ne sont pas hiérarchisés et se situent sur le même plan : ils sont tous importants pour la compréhension du tourisme de qualité.

- IQUATEXT 1 : perception des lieux et du territoire : il s'agit ici d'analyser l'image vendue par les producteurs de la destination et l'image perçue par les consommateurs du territoire. Cet indicateur permet d'analyser si la compréhension du lieu, du site, de la destination, de la part du visiteur reflète l'image du territoire voulue par les acteurs. Il vise à analyser l'image que donnent les acteurs de leur territoire et la perception qu'ont les touristes de cette image. Au final, il permet d'analyser la corrélation et l'adéquation entre l'image souhaitée par les acteurs et celle réellement perçue par les visiteurs. Il offre ainsi la possibilité de voir si les stratégies de valorisation des ressources et des lieux touristiques sont efficaces par rapport aux évolutions espérées.
- IQUATEXT 2 : qualité de l'accueil : la qualité de l'accueil est présentée à la fois par les acteurs (chapitre 5) mais également par les auteurs (chapitre 1) comme primordiale pour un ressenti positif de la part des visiteurs. Cet indicateur, en grande partie qualitatif, permet d'analyser les stratégies et les démarches mises en place pour favoriser la satisfaction de la clientèle touristique. Il permet de rendre compte de l'efficacité des actions visant la qualité de l'accueil en étudiant la corrélation entre les actions mises en place et la satisfaction de la clientèle.
- IQUATEXT 3 : fluidité des déplacements : il s'agit ici de mesurer, suivre et évaluer les démarches mises en place pour favoriser un déplacement de qualité sur le territoire. Cet indicateur offre la possibilité d'analyser les diverses actions mises en place pour améliorer les déplacements et de rendre compte de leur efficacité. Il permet également d'analyser le comportement des visiteurs.
- IQUATEXT 4 : diffusion du tourisme : cet indicateur permet d'observer la diffusion spatio-temporelle de l'offre et de la fréquentation. Il offre la possibilité d'analyser les retombées des stratégies visant la diffusion spatio-temporelle. Concernant la diffusion

spatiale, il permet d'analyser l'échelle d'impact des projets de diversification et de qualité du tourisme : l'offre se développe-t-elle sur les périphéries du territoire touristique historique ? La dynamique de qualification atteint-elle les marges de la destination ? Et les touristes se diffusent-ils sur l'ensemble du territoire ou restent-ils cantonnés à un seul espace ? En ce qui concerne la diffusion temporelle, cet indicateur permet de voir si le territoire touristique se défait de son fonctionnement saisonnier.

- IQUATEXT 5 : qualité de l'expérience des sites touristiques : cet indicateur vise à évaluer la qualité de l'expérience des touristes sur les sites de visite culturels et naturels. Il offre la possibilité de mesurer à la fois la qualité de l'organisation de l'offre de visite et la satisfaction du visiteur. Il permet dès lors de comprendre l'adéquation entre la production de la qualité et la perception par les visiteurs de cette même qualité.
- IQUATEXT 6 : développement de l'offre culturelle : cet indicateur a pour objectif le suivi des dynamiques de la diversification innovante. Il s'inscrit dans le cadre de stratégies visant le développement du tourisme culturel et dans l'hypothèse selon laquelle la diversification, et notamment la mise en place d'une offre culturelle, participe à la qualité de la destination. Cet indicateur permet de suivre les processus de la diversification innovante et les pratiques qui en découlent. Il offre ainsi la possibilité d'analyser la capacité du système touristique à intégrer une nouvelle offre touristique.
- IQUATEXT 7 : évolutions socio-économiques du territoire : cet indicateur permet l'analyse de l'évolution sociale et économique du territoire. En effet, nous avons vu que selon la recherche bibliographique et selon les résultats des entretiens menés avec les acteurs du territoire, un tourisme de qualité doit favoriser la « bonne santé » socio-économique du territoire et le bien-être de la population locale. Cet indicateur permet ainsi de suivre le développement socio-économique des populations locales même si ce développement n'est pas uniquement associé au tourisme.
- IQUATEXT 8 : préservation du paysage et de l'environnement : le suivi des actions visant la préservation des paysages et de l'environnement est important pour l'analyse de la qualité du tourisme et de l'excellence territoriale. En effet, les acteurs rencontrés mais également les recherches académiques menées ont soulevé que ce point est un des axes majeurs de la qualité du tourisme. Cet indicateur permet également de répondre aux questionnements globaux actuels en ce qui concerne la préservation de l'environnement, de la biodiversité et des paysages. Il s'inscrit dans le courant de l'évaluation de la durabilité du tourisme.

Les IQUATEXT mis en place dans le cadre de la recherche doctorale cherchent à rendre compte à la fois du fonctionnement, des pratiques et des facteurs d'attractivité. Ils permettent, dans le cadre de notre étude, de rendre compte de l'évolution réelle du système touristique sud ardéchois suite aux stratégies de diversification et de qualification de l'offre. (fig. 100)

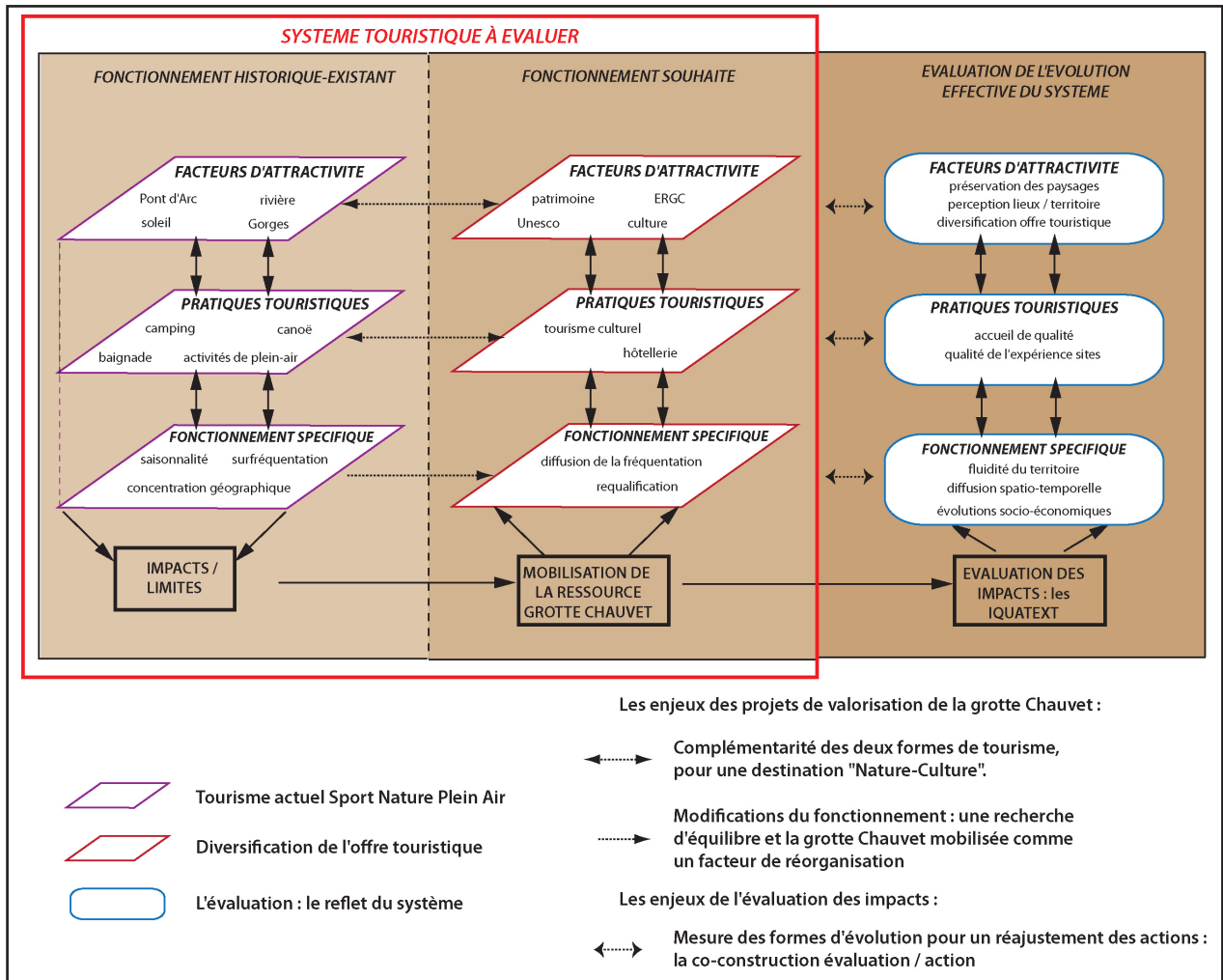


Figure 100 : les IQUATEXT : un miroir du système touristique

Le système touristique historique est basé sur des facteurs d'attractivité qui engendrent une certaine forme de pratique créant un fonctionnement spécifique. Les ressources « naturelles » et environnementales et les activités de plein-air participent en partie à la concentration spatio-temporelle du tourisme sud ardéchois (chapitre 2). C'est ce que nous avons nommé « fonctionnement historique - existant » dans le schéma de la figure xx. La découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, mobilisée comme une ressource, est un point d'appui pour la ré-organisation du fonctionnement touristique grâce à la mise en place d'une offre culturelle (chapitre 3, 4 et 5). À partir de là, les acteurs souhaitent faire évoluer les facteurs d'attractivité en misant sur le patrimoine culturel. Ils souhaitent ainsi que les pratiques qui en découlent soient complémentaire à l'offre sport – nature – plein-air. Ils espèrent ainsi modifier le fonctionnement de la destination en favorisant la diffusion de la fréquentation et la



qualification de la destination (chapitre 5). C'est ce qui est nommé « fonctionnement souhaité – objectif » sur le schéma de la figure 100. Les IQUATEXT permettent dès lors d'analyser les évolutions effectives de ce système.

En contrepartie, ce regard sur l'évolution du système permet un retour sur les actions mises en place (chapitre 4) afin de les réajuster (chapitre 6). Dans ce sens, nous pouvons proposer qu'il existe une dynamique co-constructive entre les actions mises en place et les indicateurs.

En rendant compte de l'avancée des actions et de l'efficacité des moyens mis en œuvre, les IQUATEXT permettent un réajustement permanent des actions et des moyens mobilisés. Grâce à cet aperçu de l'avancée des projets et des actions, les acteurs du territoire peuvent questionner leurs stratégies. Si les résultats de l'évaluation vont à l'inverse des résultats escomptés, les porteurs de projet peuvent interroger leurs stratégies selon différents angles : est-ce que les moyens mis en œuvre sont cohérents au vu des résultats obtenus ? Faut-il revoir et ré-organiser les actions ? Faut-il faire évoluer les moyens mis en œuvre ? Cette approche permet de renforcer les actions afin de les faire progresser. Les moyens d'amélioration mis en œuvre peuvent alors être sources d'innovation : afin d'assurer la réussite des actions, de nouveaux leviers peuvent être mobilisés.

Au-delà de ces possibles remise à niveau des actions, les acteurs peuvent, grâce à cette évaluation, aller jusqu'à remettre en question les objectifs mêmes : au final, ne sont-ce pas les objectifs initiaux qui étaient trop ambitieux ? Ce re-questionnement des objectifs ne doit pas être perçu comme un aveu de l'échec des stratégies mais plutôt comme une réflexion pertinente pour tendre vers une excellence territoriale au regard des principes du développement durable. Il est souhaitable que les acteurs puissent accepter le caractère parfois irréaliste, voire utopique, de leurs attentes. Cette remise en question permet, à notre sens, une meilleure répartition à la fois des moyens financiers et des moyens humains vers des actions plus efficaces et donc plus durables. Cela paraît d'autant plus pertinent en cette période où l'économie des moyens (voire leur réduction) pèse sur les stratégies territoriales. Malgré les bénéfices de ce type de questionnements, les acteurs peuvent parfois avoir du mal à avouer le caractère ambitieux et parfois irréalisable de certains objectifs. Les acteurs, politiques notamment, craignent l'évaluation de leurs actions la plus directe : la voie électorale. Mais n'est-ce pas justement le caractère irréaliste de certaines politiques territoriales et le sentiment d'échec des citoyens qui mettent à mal la réputation des élus ? La remise en cause des ambitions territoriales doit être appréhendée comme un bien-fondé et non pas comme une reconnaissance de l'échec des actions. Un des enjeux des IQUATEXT réside ainsi à la fois dans leur portée régulatrice mais également dans le fait qu'ils permettent aux acteurs de s'interroger sur la faisabilité de leurs ambitions.

Les IQUATEXT contribuent à une remise à niveau permanente des moyens et une analyse de l'avancée et de la réussite (ou de l'échec) des actions engagées. Pour ce faire, les IQUATEXT ont été déclinés en variables spécifiques construites selon les objectifs, les attentes des porteurs de projet et les actions mises en place.

## 7.2. Les variables spécifiques : un miroir de la complexité touristique et territoriale

### 7.2.1. Présentation générale des variables : introduction méthodologique

#### 7.2.1.1. La sélection des variables : une traduction des attentes et des stratégies des acteurs

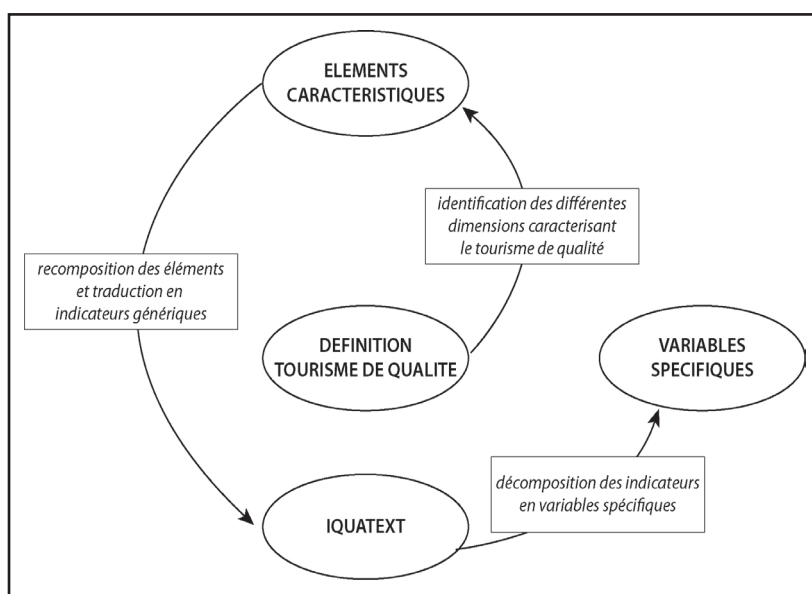


Figure 101 : des IQUATEXT aux variables

Pour passer des indicateurs génériques aux variables<sup>74</sup> spécifiques, nous nous sommes basée sur une question centrale : « qu'est ce qui va nous permettre d'évaluer -tel IQUATEXT- ? » (fig. 101)

Les variables spécifiques sont ici définies comme des variables mesurables rendant compte des spécificités territoriales. Si les IQUATEXT sont des indicateurs génériques qui peuvent être transposés sur

d'autres destinations, les variables spécifiques sont construites à partir des particularités du territoire et des stratégies associées. Pour la construction de ces variables, un choix a dû être fait. La sélection opérée s'est basée sur les stratégies et qui vont être (ou qui ont été) mises en place sur le territoire pour répondre aux objectifs des acteurs.

Si les indicateurs génériques transposables ont été construits à partir de la définition de la qualité du tourisme, définition qui a été formalisée en croisant les réflexions bibliographiques et les représentations des acteurs, les variables spécifiques répondent quant à elles aux particularités du territoire. Ainsi, chaque territoire évalué grâce à cette méthode devra créer ses propres variables spécifiques, sur la base des stratégies des acteurs, de leurs attentes en termes d'évolutions territoriales et des actions engagées. Les variables spécifiques permettent ainsi de saisir l'efficacité des actions au regard des attentes des acteurs du territoire.

74 Variable se définit ici comme un « élément qui peut prendre des valeurs différentes à l'intérieur d'un ensemble, d'un système, d'une relation » (www.larousse.fr).

Selon ce schéma, des variables ont été sélectionnées et nommées pour chaque IQUATEXT. Ces variables sont au nombre de 53 (cf tableaux section 7.2.2.2.).

Ces variables sont caractérisées par deux types de profils : les variables quantitatives qui seront renseignées par un comptage (cf *infra*) et les variables qualitatives. Toutes deux offrent un aperçu complet des processus de qualité du tourisme et de l'excellence territoriale.

À titre d'exemple, nous avons vu que le département de l'Ardèche s'est engagé dans une démarche visant l'obtention de la marque « Qualité Tourisme ». Nous pouvons alors proposer la variable quantitative « nombre de sites reconnus par la marque « Qualité Tourisme » » comme déclinaison de l'indicateur « qualité de l'accueil ». Cette variable vise à quantifier les offices de tourisme, hôtels, campings, sites touristiques... ayant bénéficié de cette reconnaissance nationale. Elle permet de dénombrer les actions concrètement engagées dans le but de qualifier l'accueil touristique. En complément de ces variables quantitatives, d'autres renvoient au registre des représentations / perceptions et permettent une approche qualitative. Pour illustrer ce propos, prenons l'exemple de l'IQUATEXT « perception des lieux et du territoire ». Pour identifier et analyser cet indicateur, nous proposons comme variable « image touristique promue par la destination sur les sites internet des offices de tourisme ». Cette variable vise à analyser l'iconographie et les champs lexicaux mis en avant sur les sites internet faisant la promotion de la destination. Les sites internet des offices de tourisme, en tant que supports promotionnels de la destination, sont le reflet du regard que les acteurs portent sur les ressources touristiques. Dans un certain sens, cette variable offre la possibilité d'analyser la hiérarchisation opérée dans la valorisation des ressources à des fins de promotion touristique. Cette hiérarchisation permet d'identifier un des processus rentrant en jeu dans la perception des lieux et du territoire grâce à une analyse qualitative.

### *7.2.1.2. Caractérisation des variables : faisabilité, origines des données et échelles d'analyse*

Cette double approche quantitative et qualitative implique plusieurs niveaux d'accès et de relevé des données. De ce fait, nous avons identifié différents degrés de faisabilité.

#### *i. Les différents niveaux de faisabilité*

- Les variables de faisabilité 1 : ce degré correspond aux variables dont le relevé implique un travail important. Ce type de variables nécessite souvent la mise en place d'une méthodologie spécifique. Par exemple, une des variables de l'IQUATEXT « diffusion du tourisme » porte sur le « nombre de sites culturels en dehors du territoire touristique actuel (région vallonnaise) ». L'objectif de cette variables est d'analyser l'échelle de diffusion des activités / sites proposés à partir des prospectus distribués dans les points d'information et les offices de tourisme. Il s'agit de récolter l'ensemble des brochures de promotion des sites touristiques sur un lieu

donné et de comptabiliser les sites promus tout en les identifiant. Un travail cartographique permet de renforcer l'aspect géographique de cette variable en spatialisant les différents sites identifiés. Au regard de l'important travail que nécessite ce genre de variable, elle peut faire l'objet d'un sujet de stage et favoriser ainsi le partenariat entre le territoire et les universités.

- Les variables de faisabilité 2 : leur relevé peut être facilement mis en place, que ce soit en l'intégrant dans des démarches déjà existantes ou en assurant une méthodologie de relevé simple et efficace. Ce sont des variables dont les acteurs peuvent s'emparer facilement et qu'ils peuvent suivre avec le moins de contraintes possibles. Concernant le cas où la variable peut être inscrite dans des démarches existantes, prenons l'exemple de celle portant sur « perception de la destination selon la clientèle touristique » de l'IQUATEXT « perception des lieux et du territoire ». Cette variable vise à connaître la perception qu'ont les visiteurs de la destination et de la place du patrimoine culturel dans leur définition de la destination. Elle peut être renseignée par une question à inclure dans les enquêtes pluri-annuelle menées par l'Observatoire départemental de l'économie touristique sur la population touristique (encadré 2, chapitre 2). Il s'agirait d'ajouter l'élément « la destination Ardèche est une destination culturelle » en pré-identifiant des réponses possibles type : tout à fait d'accord – plutôt d'accord – pas d'accord – pas d'accord du tout. Il peut également s'agir d'une question type « selon vous, qu'est ce qui caractérise principalement la destination Ardèche ? » avec là aussi un panel de réponses pré-établies. Dans le cas de ces variables pouvant être facilement relevées, il s'agit principalement de mettre en place une organisation simple, en favorisant le partenariat entre les structures. Par exemple, l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle » est composé d'une variable intitulée « nombre d'animations culturelles / patrimoniales proposées ». Cette variable vise à comptabiliser les animations mises en place afin de faire découvrir aux visiteurs les patrimoines culturels de l'Ardèche. Elles comprennent les visites guidées, les animations ponctuelles (journée du patrimoine), les conférences.... Pour dénombrer ces animations l'idée est que chaque structure porteuse des animations (Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche (SGGA), Pays d'Art et d'Histoire, Associations...) rassemble dans un fichier type Excel les animations. Une rencontre annuelle peut permettre à ces structures de faire un bilan de leurs actions tout en fédérant et en associant les différents réseaux. La récolte des données peut ainsi favoriser le développement des synergies entre les différents acteurs

- Les variables de faisabilité 3 : ces variables peuvent être suivies facilement car elles existent déjà dans différentes démarches d'évaluation mises en place sur le territoire. Les enquêtes menées par l'ADT, et notamment celle de l'étude de la population touristique conduites tous les cinq ans, sont des sources non négligeables pour le relevé de certaines variables. Certains des points abordés dans cette étude de l'ADT ont été sélectionnés pour être intégrés en tant que variables de certains IQUATEXT. Par exemple, pour celui portant sur le « développement de l'offre culturelle », la variable « activités pratiquées par les touristes lors de leur séjour » est issue des enquêtes sur la population touristique de l'ADT. Cette variable permet d'analyser les

pratiques touristiques et la part des activités culturelles dans ces pratiques. Cette variable peut par ailleurs être affinée par l'étude de la typologie des activités pratiquées selon les différents types de loisirs, étude issue de la même enquête. Ces variables de faisabilité 3 peuvent aussi être renseignées grâce à des enquêtes plus locales, comme celles menées par le SGGA, avec par exemple l'étude sur les visiteurs de la combe d'Arc. Cette enquête permet elle aussi un accès facilité à des données et certaines questions posées dans cette enquête sont utilisées dans la mesure des variables. À titre d'exemple, en ce qui concerne l'IQUATEXT « fluidité du territoire », la variable « connaissance de l'existence des navettes » est issue de cette enquête du SGGA. La question « savez-vous qu'il existe une navette gratuite depuis Vallon pour venir sur le site [de la combe d'Arc] ? » a été posée aux visiteurs du site. D'autres variables de faisabilité 3 peuvent être renseignées grâce aux études nationales telles que celles de l'INSEE. Le suivi de l'évolution démographique et socio-économique du territoire français à différentes échelles administratives permet de renseigner principalement l'IQUATEXT « évolution socio-économique du territoire » avec des variables telles que l'« évolution du nombre d'emplois ».

#### *ii. Origine des données*

Ces différents degrés de faisabilité reflètent l'accès aux données, leurs origines et l'organisation à mettre en place pour le suivi des variables. Ceci questionne les documents sources sur lesquels s'appuyer pour conduire cette évaluation, mais aussi sur les structures et organismes référents pour la mutualisation des données. Le plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc a été identifié comme l'une des principales sources de renseignement de certaines variables. C'est par exemple le cas de la variable « nombre de sites valorisés / restaurés » de l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle » ou encore de la variable « actions de préservation et de conservation du paysage réalisées » de l'IQUATEXT « préservation des paysages et de l'environnement ». Certains des indicateurs mis en place pour le suivi de ce document stratégique (chapitre 6) ont été sélectionnés pour être inclus en tant que variables des IQUATEXT et ce pour trois raisons : 1/ le plan de gestion reflète en grande partie les attentes des acteurs et les enjeux en terme de qualité du tourisme et d'excellence territoriale ; 2/ le comité de gestion du bien grotte Chauvet-Pont-d'Arc (chapitre 6) s'est engagé à assurer la conservation du bien, l'application du plan de gestion, à favoriser la pérennité de la démarche tout en encourageant l'appropriation du projet. Ces engagements nécessitent une évaluation des actions engagées et un suivi des indicateurs mis en place dans le cadre du plan de gestion. 3/ Les structures et les partenaires engagés dans ce comité de gestion sont en grande partie des interlocuteurs identifiés pour le relevé des variables. Si le plan de gestion, et notamment son suivi, constituent une base de donnée non négligeable, il ne s'agit pas non plus de s'y cantonner. 17 des 53 variables de la méthode IQUATEXT sont issues des indicateurs du plan de gestion. Nous avons en effet fait le choix de ne pas créer trop de variables à partir de ces indicateurs car nous avons vu que ces derniers ne rendent pas compte de l'ensemble du fonctionnement territorial et touristique.



Les structures comme l'ADT ou le SGGAsont également des interlocutrices privilégiées pour le relevé des données de certaines variables. Leurs études et les enquêtes menées auprès des populations touristiques offrent un panel de données facilement remobilisables dans le cadre des IQUATEXT. Les autres réseaux type Ardèche Loisirs et Patrimoine et Pays d'Art et d'Histoire du Vivarais Méridional sont également des structures organisées dont les actions viennent nourrir les variables, comme c'est le cas par exemple pour le « nombre de visiteurs présents aux animations » de l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle ». Cette variable vise à analyser l'intérêt porté aux animations culturelles et à identifier celles qui sont les plus attractives.

La méthode mise en place cherche également à associer des associations et des prestataires touristiques privés. En prenant part à certaines démarches, la société civile peut ainsi se sentir impliquée et favoriser la qualité du tourisme et l'excellence territoriale. Par exemple, les hébergeurs peuvent être associés pour renseigner la variable « évolution de la période de fréquentation selon l'hébergement » de l'IQUATEXT « diffusion du tourisme ». Un partenariat avec les hébergeurs peut être envisagé pour la mise en place d'un fichier commun où serait comptabilisé le nombre de clients par mois. Les associations peuvent également être associées pour informer certaines variables. C'est par exemple le cas pour la variable « nombre de sites culturels valorisés / restaurés » de l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle ». Il s'agit de les associer au relevé de cette variable, aux côtés de l'ADT, du SGGAs et du PAH.

Si diverses structures ont été identifiées comme partenaires pour le relevé des données, la question de la structure porteuse de cette évaluation reste posée. Il reste à identifier la structure référente de cette évaluation : qui rassemblera les données et les analysera ? Cette structure doit aussi avoir le rôle de leadership en fédérant et en mobilisant les acteurs autour du suivi et de l'évaluation de la qualification du tourisme.

### *iii. Les échelles d'analyse*

Les variables constituant les IQUATEXT renvoient à différentes échelles géographiques. Certaines cherchent à rendre compte des dynamiques départementales quand d'autres évaluent les processus et les impacts des démarches d'amélioration de la qualité du tourisme et d'excellence territoriale au niveau local. Ceci se justifie par les croisements et les superpositions scalaires des dynamiques touristiques (chapitre 4). En effet, le mémoire a démontré les croisements d'échelles qui entraînent en jeu (fig. 100, p. 317) : les stratégies mises en place par les acteurs se situent à la fois au carrefour des injonctions internationales et des réponses locales mais également à l'embranchement des attentes départementales voire régionales et des appropriations locales. Au vu de la dynamique d'interaction entre les échelles d'action, les indicateurs doivent refléter ce glissement d'échelle entre les différentes démarches afin de permettre l'observation de l'ensemble du système. La variable « évolution du nombre

d'emplois » renseignant l'IQUATEXT « évolution socio-économique du territoire » doit ainsi être appréhendée au niveau départemental. En effet, si l'analyse plus locale de cette variable peut aussi se justifier, l'étude des résultats à l'échelle départementale permet d'appréhender les déséquilibres intra-départementaux, si déséquilibres il y a. Ces variables représentant l'échelle départementale permettront ainsi d'analyser les évolutions spatiales de la fréquentation et des retombées afin d'analyser la réalisation (ou pas) des stratégies visant la diffusion. Les variables départementales permettent de rendre compte de l'évolution de l'ensemble du territoire et de la réussite -ou non- des démarches de diffusion de la fréquentation et des retombées, surtout qu'il s'agit là de l'échelle de diffusion souhaitée par les acteurs.

Certaines variables sont renseignées à l'échelle du Territoire d'Accueil et de Consommation Touristique (TACT) qui correspond à l'échelle d'analyse des enquêtes de l'ADT.

Le choix a également été fait de proposer des variables plus locales pour rendre compte de la dynamique du territoire touristique actuel et des sites de visite. Par exemple, l'IQUATEXT « qualité de l'expérience sur les sites touristiques » est principalement composée de variables « locales » que ce soit pour rendre compte de la « qualité de l'expérience du fac-similé de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc », de la « qualité des sites ALP » ou encore la « satisfaction de la descente en canoë » ou celle de la visite de la combe d'Arc. Ces variables offrent un aperçu très ponctuel. Cependant, cette distinction scalaire n'est pas immuable et les différentes échelles peuvent être complémentaires. La variable « évolution de la période de fréquentation des sites touristiques » de l'IQUATEXT « diffusion du tourisme » offre un regard qui peut croiser à la fois l'échelle ponctuelle (le site) et l'échelle départementale. Visant à analyser les périodes de fréquentation des différents sites touristiques par un compte rendu annuel du nombre de visiteurs selon le mois, cette variable permet également l'analyse de la dynamique départementale. Elle rend compte de la répartition départementale des sites selon leurs périodes d'ouverture. L'objectif serait que les résultats de fréquentation mensuelle de chaque site soient reportés sur une carte (une carte par mois) pour examiner la spatialisation des dynamiques d'ouverture et de fermeture des sites.

Ces interactions scalaires dans l'analyse des dynamiques touristiques permettent une réelle approche géographique de la compréhension de la ré-organisation du territoire aussi bien à l'échelle locale qu'à l'échelle départementale.

#### *iv. L'actualisation*

Les variables de la méthode IQUATEXT sont également définies selon différentes périodes d'actualisation. L'actualisation mensuelle est proposée pour les variables type « actions de concertation / information / sensibilisation à la préservation des paysages et de l'environnement ». Dans ce cas, il s'agit de suivre les actions d'information visant à sensibiliser le public, que ce soit les habitants ou les visiteurs, à la sauvegarde des milieux naturels et des

paysages. Ces actions comprennent les réunions publiques, l'édition de brochures, l'installation de panneaux etc... Au-delà d'avoir un aperçu des actions engagées, la coopération que peut susciter ce type de variable (cf *supra*) permet de renforcer les relations entre les différents partenaires, sous couvert d'un portage politique fort.

Les variables suivant le nombre de visiteurs de sites touristiques, l'évolution de la fréquentation sont renseignées annuellement. D'autres variables sont relevées selon un pas de temps pluri-annuel. Cette échelle d'actualisation se justifie par la masse de travail que nécessite le relevé de certaines variables. Les enquêtes de l'ADT sur la population touristique, par exemple, demandent un traitement complet des données pour une analyse pertinente. Ainsi les variables « recommandation de la destination » ou « satisfaction du rapport qualité/prix par prestations » par exemple, de l'IQUATEXT « qualité de l'accueil » seront renseignées tous les cinq ans. D'autres variables sont également identifiées par un relevé pluri-annuel, dans le cas où une méthodologie spécifique doit être mise en place. C'est par exemple le cas de celle portant sur le « ressenti de la population locale vis-à-vis des touristes » de l'IQUATEXT « évolution socio-économique du territoire » qui sera renseignée grâce à une enquête qui doit être créée. Un autre cas de figure impose une actualisation pluri-annuelle : celui où la variable représente une synthèse de l'évaluation de démarches annexes. C'est le cas par exemple de la variable « évolution de la biodiversité et des habitats » qui vise à évaluer la qualité de la biodiversité et de la gestion des biotopes. Il s'agit de faire une synthèse des différentes évaluations conduites dans le cadre des procédures Natura 2000, du Document d'Objectif (DOCOB) ainsi que dans le cadre de l'évaluation de la charte PNR.

L'objectif final de cette évaluation et des IQUATEXT est de produire un document de synthèse dans cinq ans présentant les résultats des différentes variables spécifiques et l'analyse qui peut en être faite. Ce document offrira la possibilité d'avoir un regard sur l'évolution du tourisme et du territoire. Il permettra aux acteurs de voir si leurs objectifs ont été atteints et de tirer les conclusions des efforts entrepris : ceux-ci ont-ils été efficaces ou faut-il réorganiser les actions voire engager de nouvelles démarches ? Ce document final établissant un état des lieux à n+5 permettra alors d'analyser les trajectoires d'évolution du territoire sud ardéchois.

Nous avons vu ici les différentes méthodologies accompagnant le suivi des variables visant à renseigner les IQUATEXT. Ces dernières sont variées, aussi bien en ce qui concerne leur degré de faisabilité, les échelles géographiques concernées, l'actualisation des données et leurs relevés et représentations. À ce jour, il s'agit de proposer des résultats pour le temps zéro, afin de constituer une base pour l'évaluation à n+5.

## 7.2.2. Les variables spécifiques, vers l'évaluation et le suivi des démarches de qualité

### 7.2.2.1. Du temps 0 à n+5 : la notation des variables et le suivi des évolutions

Les résultats des variables permettent de préciser un temps 0 à partir duquel pourra être mesurée l'évolution. Pour analyser l'évolution, l'idée est de représenter les résultats sur un radar (fig. 102).

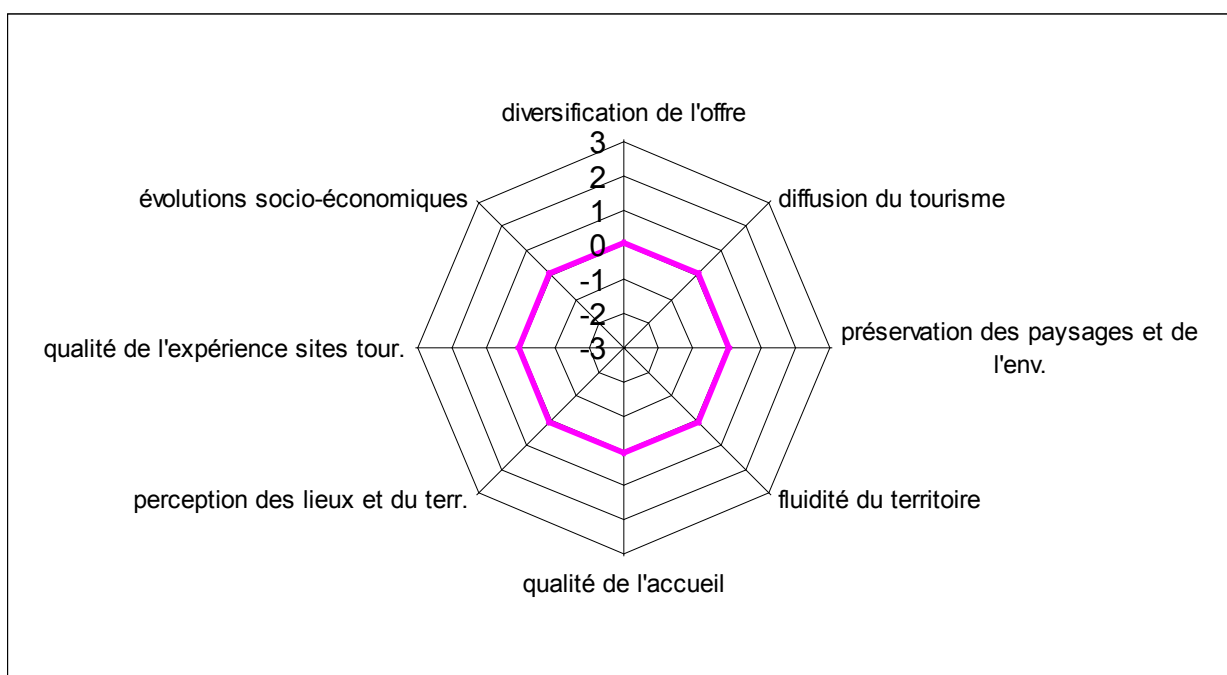


Figure 102: la représentation en radar, exemple des IQUATEXT

Chaque IQUATEXT possède son propre radar selon le même schéma que l'exemple de la figure x.

Le temps zéro est représenté pour l'ensemble des différents IQUATEXT sur l'axe zéro. Pour analyser les évolutions positives ou négatives, ces radars sont constitués d'une échelle allant de + 3 à - 3. Les radars sont renseignés à n+5 selon l'évolution des actions. Si les objectifs ont été atteints ou sont dans une dynamique positive, la courbe tend vers le positif. Si l'action n'est pas mise en place, la courbe reste sur le point 0. Si les résultats démontrent un recul, la courbe tend vers le négatif.

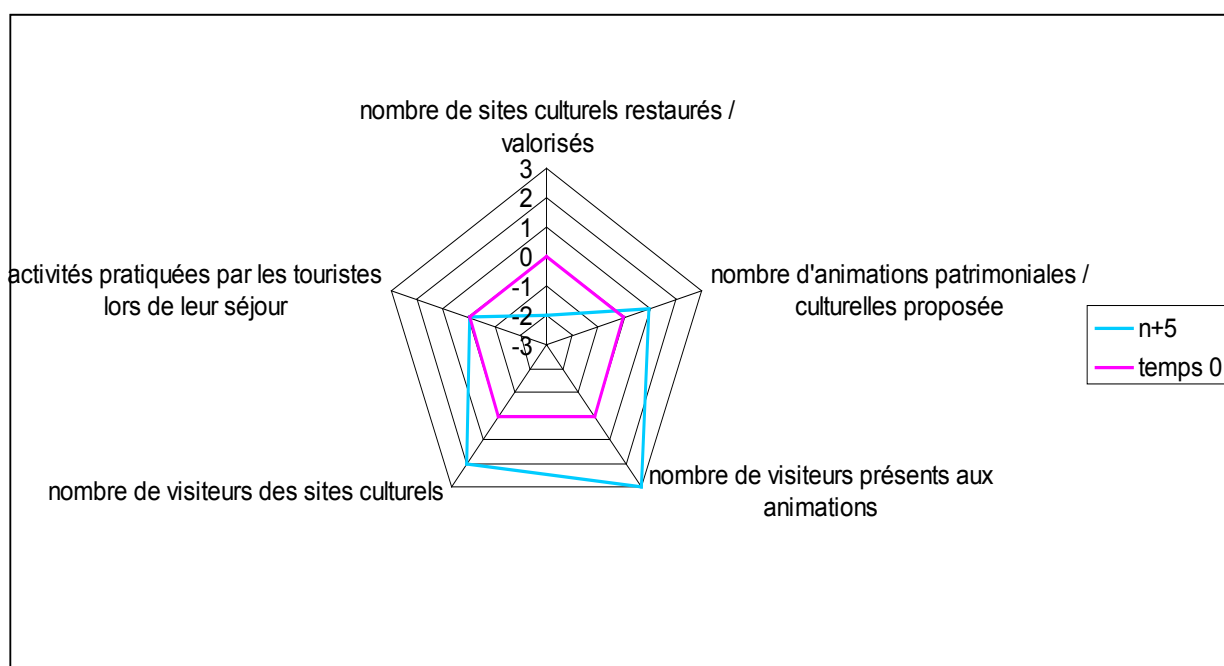
Pour donner une note entre +3 et -3, l'idée est de s'appuyer sur un résultat traduit en pourcentage, ces pourcentages étant ensuite séquencés par tiers :

- de 0 à 33 % d'évolution positive = 1
- de 33 à 66 % d'évolution positive = 2
- de 66 à 99 (et +) % d'évolution positive = 3

et dans le cadre d'un calcul mesurant la perte :

- de 0 à 33 % de perte = -1
- de 33 à 66 % de perte = -2
- de 66 à 99 (et +) % de perte = -3

Le radar de la figure 103 dont les valeurs d'évolution fictives sont données à titre illustratif permet de visualiser la représentation des résultats à n+5. Le choix a été fait de conserver la situation au temps zéro pour permettre une visualisation rapide de l'évolution des variables.



**Figure 103 : représentation fictive des tendances de l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle »**

L'avantage de cette représentation réside dans le fait que les axes d'évolution et ceux de régression peuvent être directement identifiés. Cela permet de caractériser les dynamiques de la qualification du tourisme ardéchois et de visualiser les marges d'évolution.



Mais comment définir la valeur du résultat et de l'évolution ? Cette question interroge la méthodologie à mettre en place pour passer de la variable à la note.

Le partenariat engagé avec le SMERGC durant la recherche doctorale, grâce à la bourse Cifre, a permis un accès à certaines données afin de renseigner des variables. Cependant, toutes ne sont pas informées, du fait que certaines demandent un travail spécifique, notamment comme on l'a vu celles de faisabilité 1, quand d'autres, notamment celles qui prescrivent l'ajout d'une question dans une démarche existante, ne peuvent tout simplement pas être renseignées à ce jour. Les premiers résultats offrent la possibilité de proposer différentes procédures pour noter l'évolution des variables. Quand les variables ne sont pas renseignées, nous pouvons tout de même soumettre des pistes méthodologiques.

Un premier cas de figure consiste à trouver un moyen de noter les variables type « nombre de .... ». En effet, à partir du relevé du nombre d'actions, de sites valorisés, de personnes présentes etc, comment définir si la variable tend vers -3 ou vers +3 ? Prenons l'exemple de la variable « nombre de sites culturels valorisés / restaurés » de l'IQUATEXT « développement de l'offre culturelle ». Différentes sources ont été sélectionnées pour renseigner la variable : les guides du réseau Ardèche Loisirs et Patrimoine (ALP), ceux du PAH du Vivarais Méridional et des villages de caractères, les guides touristiques du PNR et ceux des différents TACT. En tout, se sont 245 sites à portée culturelle qui sont valorisés dans ces différents documents. Ici, les sites valorisés *via* des associations n'ont pas été pris en compte. Pour estimer la note d'évolution, nous pouvons l'exprimer selon un pourcentage. À titre indicatif, si dans cinq ans se sont 400 sites culturels (patrimoine bâti, lieu d'interprétation du patrimoine culturel et immatériel...) qui sont valorisés, cela fait 155 nouveaux sites représentant une évolution de + 63,26 %. Si en 2020 (n+ 5) il y a plus que 180 sites culturels valorisés cela représente une perte de 65 sites, soit - 26,53 %.

Dans le cadre des enquêtes, les résultats sont déjà traduits sous forme de pourcentage, ce qui permet une analyse rapide de la marge d'évolution. Cependant, ces résultats sont issus de questions à choix multiples : pour une variable nous avons plusieurs réponses. L'idée est de sélectionner la réponse la plus pertinente pour notre étude et de suivre l'évolution de cet item.

Les pourcentages d'évolution représentent une piste pertinente et opérationnelle pour la notation des variables. Le renseignement de l'évolution des variables grâce à une note comprise entre -3 et +3 issu d'un pourcentage d'évolution ou de régression permet ainsi un suivi opérationnel des stratégies mises en place visant à répondre aux objectifs des acteurs.

### 7.2.2.2. *Présentation des variables spécifiques : résultats et pistes de réflexions*

- **IQUATEXT 1 : Perception des lieux et du territoire**

Les variables proposées en faisabilité 1 permettent d'analyser le processus de diversification : en examinant l'image touristique promue à la fois sur les sites internet (type site des offices de tourisme, de l'ADT, voire des prestataires) et dans les brochures touristiques, ces indicateurs permettent de voir les ressources touristiques mises en avant. Ces indicateurs donnent l'occasion d'analyser les choix qui sont faits par les producteurs de la destination et les leviers sur lesquels ils s'appuient pour promouvoir le territoire touristique. Une analyse lexicale et iconographique des sites internet et des brochures touristiques est envisagée : les acteurs souhaitant donner une image « culturelle » à leur territoire, quel est le taux de valorisation du patrimoine culturel ? Dans le cadre de la diversification innovante, il s'agit de faire ressortir le taux (en pourcentage) de valorisation du patrimoine culturel par rapport au patrimoine naturel.

La variable « perception de la destination selon la clientèle » offre la possibilité de comprendre la perception qu'ont les visiteurs de la destination. Elle fait écho aux indicateurs précédents : les axes valorisés par les acteurs et les choix en terme de promotion ont-ils les effets escomptés ? Les visiteurs perçoivent-ils la même image que celle construite et souhaitée par les producteurs de la destination ? Les acteurs ardéchois cherchent à mettre en avant le caractère patrimonial et culturel de leur territoire. Les touristes perçoivent-ils cette caractéristique ? Cette variable qualitative, pour être renseignée, peut être ajoutée au questionnaire de l'ADT dans le cadre de l'enquête menée auprès de la population touristique, sous la forme d'une affirmation : « la destination Ardèche est une destination culturelle » avec une proposition de réponse type « tout à fait d'accord – plutôt d'accord – pas d'accord – pas d'accord du tout ». Dans le cadre de l'évaluation de ces variables, le choix c'est porté sur le suivi de l'item de réponse « tout à fait d'accord », qui permet de suivre le pourcentage de personnes identifiant l'Ardèche comme étant une destination culturelle.

Les critères et les activités déterminantes dans le choix de la destination offrent un aperçu intéressant de la réelle place de l'offre culturelle dans les dynamiques touristiques : nous voyons ici que les activités culturelles ne sont pas déterminantes dans le choix de la destination (2,6 %). De fait, le patrimoine culturel ne participe pas au choix de la destination qui est principalement sélectionnée pour son caractère nature et environnement. Ces résultats montrent le travail qu'il reste à accomplir par les acteurs pour positionner leur offre vers une image culturelle afin d'en faire un critère pour le choix de la destination. Paradoxalement, les activités culturelles sont des activités déterminantes dans le choix de la

destination pour 36 % des personnes interviewées par l'ADT. Si la présence du patrimoine culturel n'est pas un critère déterminant dans le choix de la destination, les activités culturelles, elles, le sont pour plus d'un tiers des personnes interrogées par l'ADT. Cet écart questionne de fait la compréhension de ces questions par les visiteurs interrogés : les termes de « critères » et d'« activités » utilisés par l'ADT dans le questionnaire doivent être précisés aux personnes interrogées. Le suivi de l'évolution de ces pourcentages permet d'analyser et de suivre la place du patrimoine culturel dans le choix de la destination et par extension, dans l'image que se font les visiteurs du territoire.

## IQUATEXT 1 : Perception des lieux et du territoire

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Image touristique promue par la destination sur les sites internet	1	Sites internet des OT / prestataires touristiques	- territoire touristique actuel - département	Pluri-annuelle		% offre culturelle	Analyse lexicale et iconographique des sites internet
Image touristique promue par la destination dans les brochures	1	Brochures OT / prestataires touristiques	- territoire touristique actuel - département	Pluri-annuelle		% offre culturelle	Analyse lexicale et iconographique des brochures
Perception de la destination selon la clientèle	2	Enquête ADT	- territoire touristique actuel - département	Pluri-annuelle		% tout à fait d'accord	Nouvelle question dans l'enquête ADT : « l'Ardèche est une destination culturelle ? » panel de réponses : tout à fait d'accord ; plutôt d'accord ; pas d'accord ; pas d'accord du tout
Critères déterminants dans le choix de la destination	3	Enquête ADT	- TACT APS - département	Pluri-annuelle	Patrimoine, activités culturelles : 2,6 %	% patrimoine, activités culturelles	
Activités déterminantes dans le choix de la destination	3	Enquête ADT	- TACT APS - département	Pluri-annuelle	Pas d'activités particulières : 14,4 % Loisirs récréatifs / détente : 14,6% Sports et loisirs nature : 55,7 % Loisirs culturels : 36 %	% loisirs culturels	

## IQUATEXT 2 : Qualité de l'accueil

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Nombre d'hôtels modernisés	2	ADT CCI	département	annuelle		% hôtels modernisés	Comptabiliser les démarches institutionnelles et privés
Nombre de lits créés en hôtellerie	2	ADT INSEE	département	annuelle	2010 = 8 128 lits	% lits créés	
Classification de l'hôtellerie (en nombre d'hôtels)	3	INSEE	département	annuelle	0* = 11 1* = 10 2* = 84 3* = 26 4* et + = 4	% d'hôtels 3 et 4 * et plus	
Nombre de sites labellisés « qualité tourisme »	3	Direction générale des entreprises	département	annuelle	87	% d'évolution sites labellisés	
Nombre de sites labellisés « tourisme et handicap »	3	Direction générale des entreprises	département	annuelle	20	% d'évolution sites labellisés	
Nombre de formation	3	ADT / MDEF	département	annuelle	22	% d'évolution nombre de formations	
Nombre de professionnels formés	3	ADT / MDEF	département	annuelle		% d'évolution nombre de professionnels formés	
Recommandation de la destination	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	Oui = 99,1 %    Non = 0,9 %	% de réponses oui	
Satisfaction rapport qualité / prix	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	Très satisf. = 33,8 % assez satisf. = 63,2 % peu satisf. = <0,1 % sans opinion = 2,9 %	% très satisfait	



- IQUATEXT 2 : Qualité de l'accueil

Cet IQUATEXT visant à suivre et évaluer les démarches d'amélioration de la qualité de l'accueil se compose de neuf variables spécifiques. Les trois premières variables concernent la qualité de l'hôtellerie. Les chapitres précédents ont en effet permis d'aborder plusieurs fois cette question. Les acteurs ont présenté ce point comme un élément crucial pour la qualité de l'offre et pour l'accueil d'une nouvelle clientèle. Or nous avons vu que l'offre en hôtellerie traditionnelle est minoritaire par rapport à l'offre d'hébergement en plein-air. Ces trois variables permettent donc de suivre l'évolution de l'offre hôtelière. Elles se situent sur trois registres différents : une première variable permet de comptabiliser le nombre d'hôtels modernisés, cette action étant inscrite au schéma de développement touristique de l'ADT (cf chapitre 4, p. x). Il s'agit donc ici de suivre les démarches de modernisation des hôtels existants. La deuxième variable cherche quant à elle à comptabiliser le nombre de lits créés. En 2010, l'Ardèche comptabilisait 8 128 lits en hôtellerie traditionnelle. Il s'agit ici de suivre les démarches de création de nouveaux lits, ce qui complète l'analyse des hôtels modernisés. Concernant la classification de l'hôtellerie ardéchoise, 105 hôtels ont un classement en 2 étoiles et moins sur les 135 hôtels présents sur le territoire. La volonté d'attirer une clientèle « haut de gamme » risque de se heurter au peu d'hôtels de classe supérieure existants. Il existe ici une marge d'amélioration importante. La variable permettant de suivre la classification de l'hôtellerie offre la possibilité d'analyser les efforts engagés. Elle porte principalement sur le suivi du nombre d'hôtels classés en 3 et 4 \* et plus.

Le suivi du nombre de sites labellisés « Qualité tourisme » et « tourisme et handicap » permet également de suivre les efforts entrepris dans la qualité de l'accueil. Le chapitre 4 a permis une première approche des sites reconnus par la marque « Qualité tourisme ». Ils sont au nombre de 87. Concernant le label « tourisme et handicap », seulement 20 sites ont été reconnus. Si des efforts ont là aussi été engagés, ils restent cependant anecdotiques. A titre de comparaison avec les départements limitrophes, le Gard comptabilise 171 sites labellisés « tourisme et handicap » et l'Hérault 123.

La question de la formation des professionnels du tourisme a également été abordée dans le quatrième chapitre. Ce sont 22 formations qui ont été proposées en 2012. Le suivi du nombre de ces formations permet de voir si cette action est reconduite d'année en année et si la thématique des formations évolue. Le nombre de professionnels formés permet d'analyser la motivation des prestataires touristiques : ceux-ci se sont-ils saisis de cette offre de formation ?

La recommandation de la destination par les visiteurs permet de voir si les touristes ayant séjourné en Ardèche recommandent la destination à leurs proches. Cela permet de cerner la satisfaction de la clientèle : si les touristes sont satisfaits de leur séjour, ils recommanderont la destination à d'autres. Ici, 99,1 % des personnes interrogées par l'ADT recommanderont la destination. C'est ce taux de recommandation qui est évalué et suivi. Pour compléter cette

variable, la satisfaction du rapport qualité / prix montre que 33,8 % des personnes interrogées par l'ADT se disent très satisfaites et 63,2 % assez satisfaites. Ces taux de réponses montrent la contradiction pouvant exister entre la perception de la destination par les producteurs de la destination et celle des consommateurs. En effet, nous avons vu dans le chapitre 5 que 16,7 % des acteurs rencontrés dans le cadre de la recherche doctorale citaient le mauvais rapport qualité / prix comme un élément marquant de la non qualité de la destination sud ardéchoise. Or, les personnes pratiquant le territoire à des fins touristiques ne perçoivent pas ce problème. Ce décalage marque les différences de regards entre les acteurs producteurs de la destination et les consommateurs de cette même destination. Cette variable permet de suivre le pourcentage de personnes s'estimant très satisfaites du rapport qualité / prix.

- IQUATEXT 3 : Fluidité des déplacements

Les trois premières variables de cet IQUATEXT concernent l'évaluation du temps de parcours sur des trajets qui ont été identifiés comme problématiques par les acteurs rencontrés (chapitre 5). L'idée avec ces variables est de parcourir la distance entre les communes identifiées en chronométrant le temps de parcours. Ces trajets peuvent être effectués à différentes périodes de l'année et à différentes amplitudes horaires. Le temps de base donné ici est issu du calcul d'itinéraire de google map. Grâce à ces variables, nous pourrions suivre les évolutions des temps de parcours, en traduisant sous forme de pourcentage le temps supplémentaire mis pour effectuer le parcours par rapport au temps de référence ; nous pourrions ainsi voir si les actions engagées afin d'éviter le congestionnement du réseau routier (notamment en limitant les voitures personnelles grâce aux transports en commun) sont efficaces.

La variable concernant les moyens de transport utilisés pour se rendre sur la combe d'Arc, si elle concerne un site en particulier, permet de cerner le comportement des touristes vis-à-vis des transports. Malgré les navettes mises en place, 83,3 % des personnes se rendant sur le site utilisent leur voiture. Ce taux important questionne l'efficacité de la communication autour des navettes : seuls 1,1 % a déclaré s'être rendu sur le site grâce aux navettes. Ici, il s'agit de suivre l'évolution du pourcentage de personnes s'étant rendu sur le site en navette et à vélo. De plus, la variable concernant la connaissance de l'existence des navettes montre que seulement 10,9 % des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête menée par le Syndicat de Gestion des Gorges de l'Ardèche ont connaissance de ces navettes. Ce résultat appuie l'idée que la communication faite autour de ces navettes est à renforcer. Le suivi du pourcentage de personnes ayant connaissance des navettes permet ainsi de voir l'efficacité des actions de communication. La variable sur la fréquence de ces navettes montre pourtant qu'il y a eu 26 rotations par jour entre la commune de Vallon-Pont-d'Arc et la Combe d'Arc durant l'été 2013. Ces résultats montrent un décalage entre les moyens mis en place (navettes) et la réalité des pratiques (utilisation de la voiture).

## IQUATEXT 3 : Fluidité des déplacements

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Temps de parcours Vallon / Combe d'Arc	1	Temps de référence : google map temps de parcours : à définir	Territoire touristique Vallonais	trimestrielle	11 min	% de temps supplémentaire par rapport au temps de référence	Parcourir la distance à différentes périodes de l'année et de la journée
Temps de parcours Ruoms / Vallon	1	Temps de référence : google map temps de parcours : à définir	Territoire touristique Vallonais	trimestrielle	16 min	% de temps supplémentaire par rapport au temps de référence	Parcourir la distance à différentes périodes de l'année et de la journée
Temps de parcours Bourg-Saint-Andéol / Vallon	1	Temps de référence : google map temps de parcours : à définir	Territoire touristique Vallonais	trimestrielle	35 min	% de temps supplémentaire par rapport au temps de référence	Parcourir la distance à différentes périodes de l'année et de la journée
Moyens de transport pour se rendre sur le site de la Combe d'Arc	3	SGGA	site	Pluri-annuelle	Voiture = 83,3 % navette = 1,1 % vélo = 5,8 % moto = 2,9 % à pied = 1,8 % canoë = 0,7 % bus = 0,4 %	% de réponses voiture + vélos	
Connaissance de l'existence des navettes	3	SGGA communauté communes des gorges	Site territoire touristique Vallonais	Pluri-annuelle	Navettes Combe-d'Arc : non = 77,5 % oui = 10,9 %	% de réponses oui	Mettre en place une enquête pour connaître le niveau de connaissance de l'ensemble des navettes
Fréquence des navettes pour se rendre sur le site de la Combe d'Arc	2	communauté communes des gorges	territoire touristique Vallonais	annuelle	26 rotations / jour	% d'évolution du nombre de rotations	
Fréquence des navettes desservant les différents sites touristiques	2	Conseil général	territoire touristique Vallonais	annuelle	21 navettes / jours	% d'évolution du nombre de navettes	
Fréquence des transports en commun longue distance / jour (période estivale)	2	Conseil général	département	annuelle	TER Vallon-Montélimar = 4 Le sept Vallon-Avignon = 5 Vallon-Valence = 5	% d'évolution du nombre total de navettes	
Nombre d'usagers des différentes navettes	2	communauté communes des gorges Conseil général	territoire touristique Vallonais département	annuelle		% d'évolution du nombre d'usagers	
Difficultés de stationnement	3	SGGA	Site Combe d'Arc	Pluri-annuelle	Non = 61,7 % oui = 37,4 %	% de réponse oui	Mettre en place une enquête pour connaître les difficultés de stationnement à l'échelle de la commune touristique de Vallon
Ressenti face au parcours piéton dans la Combe d'Arc	3	SGGA	Site Combe d'Arc	Pluri-annuelle	Dangereuse = 44,2% aisée = 29 % non organisé = 16,3 %	% de réponse « aisée »	

## IQUATEXT 4 : Diffusion du tourisme

variable	faisabilité	origine des données	échelle		résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Nombre d'animations culturelles / patrimoniales hors territoire touristique actuel	1	ADT Offices de tourisme	département	Pluri-annuelle		% de l'évolution du nombre d'animations culturelles	Faire une analyse des brochures promouvant les animations culturelles. Approfondir l'analyse par une cartographie des animations
Nombre de sites culturels hors territoire touristique actuel	1	ADT Offices de tourisme	département	Pluri-annuelle		% de l'évolution du nombre de sites culturels	Faire une analyse des brochures promouvant les sites culturels. Approfondir l'analyse par une cartographie des animations
Nombre de navettes depuis le PEM desservant des sites hors du territoire touristique actuel	1	Gestionnaire du PEM	département	Pluri-annuelle		% de l'évolution du nombre de navettes	Approfondir l'analyse par une cartographie des sites desservis depuis le PEM
Nuitées par territoire TACT	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	Ardèche Verte = 20,4 % Ardèche plein cœur = 23,8 % Sources et volcans d'Ardèche = 22,1 % Ardèche plein sud = 33,8 %	% évolution des nuitées du TACT Ardèche Verte	
Evolution de la période de fréquentation des sites touristiques	2	ADT ALP Sites touristiques	Département sites	annuelle		% évolution de la fréquentation de novembre à mars	Via la billetterie des différents sites touristiques, analyser la période de fréquentation hors saison (novembre-mars)
Evolution de la période d'ouverture des sites touristiques	2	ADT ALP Sites touristiques	Département sites	annuelle	Obligation ALP : 8 mois	% évolution de la période d'ouverture de novembre à mars	
Evolution des nuitées par saisons touristiques	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	Début saison = 24,2 % haute saison = 62 % arrière saison = 13,8 %	% de la fréquentation arrière saison	

Le suivi de la fréquence des navettes desservant les différents sites touristiques aux alentours de Vallon-Pont-d'Arc et des transports en commun longue distance permet d'analyser la dynamique des actions visant la desserte des sites et du territoire touristique.

La variable concernant les difficultés de stationnement nous apprend que la majorité des personnes interrogées (61,7 %) n'a pas rencontré de difficultés alors que les porteurs de la politique Opération Grand Site (OGS) de la combe d'Arc l'estiment problématique. Ce type de résultat permet là aussi d'analyser les divergences entre les perceptions des producteurs de la destination et les consommateurs du même territoire. Il permet de voir les différences de perception qui peuvent exister entre la représentation de ce que devrait être la destination de qualité et son fonctionnement réel. Si les porteurs de la démarche OGS ont ciblé le stationnement comme un des points négatifs de la Combe d'Arc, le ressenti des visiteurs ne va pas dans ce sens. Au final, la volonté des acteurs de construire une destination de qualité semble plus basée sur des représentations du fonctionnement du territoire que sur une analyse réelle de la qualité vécue.

- IQUATEXT 4 : Diffusion du tourisme

La mesure de la diffusion spatiale de l'offre et des pratiques touristiques apparaît plus délicate que l'évaluation de la diffusion temporelle et demande des méthodes plus complexes.

Les premières variables de cet IQUATEXT, le nombre d'animations culturelles / patrimoniales et le nombre de sites culturels restaurés / valorisés hors du territoire touristique actuel, demandent une analyse approfondie des brochures promouvant les animations culturelles et les sites patrimoniaux présentés dans les offices de tourisme du territoire touristique actuel. Par « territoire touristique actuel » nous entendons le territoire principalement fréquenté par les touristes, à savoir le territoire entre les gorges de l'Ardèche et Ruoms.

Ces variables permettent ainsi d'analyser la dynamique de diffusion de la fréquentation en offrant un regard sur les actions de promotion mises en place à ces fins. L'évolution sous forme de pourcentage du nombre d'animations et de sites culturels valorisés en dehors du territoire touristique actuel permet de suivre les dynamiques de valorisation du patrimoine sur l'ensemble du territoire ardéchois. Pour aller plus loin et pour permettre la visualisation de cette dynamique, le suivi peut être complété par une cartographie de ces sites / animations. La cartographie des sites promus permet alors d'analyser la portée spatiale des animations et visites culturelles promues dans les points d'information du territoire touristique actuel. Ces deux premières variables permettent de voir si les brochures de promotion favorisent la diffusion de la fréquentation.



Le nombre de navettes mises en place depuis le Pôle d'Echange Multimodal desservant les sites touristiques situés en dehors du territoire vallonais permet d'analyser les moyens de transport mis en place pour diffuser la fréquentation.

L'analyse des nuitées par Territoire d'Accueil et de Consommation Touristique (TACT) permet quant à elle de voir la répartition spatiale des lieux de séjours des touristes ardéchois. Les premiers résultats montrent qu'au final, la répartition des nuitées n'est pas tant déséquilibrée entre le nord de l'Ardèche et le sud du département. Avec 33,8 % de nuitées le TACT Ardèche Plein Sud est certes favorisé, mais ne montre pas un si grand déséquilibre que celui perçu par les acteurs (chapitre 5). Ici, le choix s'est porté, pour le renseignement des radars, sur le suivi des nuitées du TACT Ardèche Verte. Ce choix se justifie à la fois par le fait que ce territoire est celui le plus au nord du département et que c'est celui qui comptabilisait en 2010, le moins de nuitées.

Le suivi des dynamiques de diffusion temporelle porte principalement sur l'analyse des périodes d'ouverture des sites et des périodes de fréquentation. L'évolution de la période de fréquentation des sites touristiques peut être suivie grâce à la billetterie des différents sites. Nous pouvons ainsi voir la répartition annuelle de la fréquentation et d'observer si cette fréquentation se renforce dans les périodes hors saison, comme c'est le souhait des acteurs (chapitre 5). L'évolution de la fréquentation doit être mise en parallèle à la période d'ouverture des sites : cette variable permet de mesurer le niveau d'implication des gestionnaires de sites touristiques ; ceux-ci sont-ils prêts à ouvrir en dehors de la saison touristique ? Il semble évident que si la période d'ouverture des sites touristiques n'évolue pas, la mise en place d'un tourisme annuel se heurtera à l'absence d'offres et sera donc limitée. Le suivi de la fréquentation et de l'ouverture des sites touristiques en basse saison (novembre à mars) permet de voir si le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc conduit à une dynamique touristique annuelle.

L'évolution des nuitées par saisons touristiques permet d'analyser l'efficacité des actions engagées à des fins de diffusion temporelle de la fréquentation : le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et les démarches engagées dans ce cadre favorisent-elles les nuitées en arrière saison ?

- **IQUATEXT 5 : Qualité de l'expérience des sites touristiques**

Cet IQUATEXT cherche à mesurer le niveau de satisfaction des touristes sur différents lieux touristiques afin d'analyser la qualité de l'expérience.

Une enquête a été mise en place sur le site de la Caverne du Pont d'Arc pour connaître la satisfaction des visiteurs. Les résultats ne sont à ce jour pas connus. Nous avons cependant vu que le travail de terrain mené sur le site nous apprenait que les visiteurs trouvaient la visite trop rapide, au « pas de charge » et qu'ils n'avaient pas pu profiter pleinement de

cette visite. Les enquêtes de satisfaction permettent alors de mesurer concrètement ce qu'il en est, afin d'améliorer les services au besoin. Dans le cadre de la mesure de la variable, il s'agit principalement de suivre le pourcentage de personnes très satisfaites de la visite. L'analyse de l'ensemble de l'enquête de satisfaction apporte des pistes supplémentaires pour la compréhension de l'expérience du visiteur.

Concernant la variable sur la qualité de visite des sites Ardèche Loisirs Patrimoine, des enquêtes de satisfaction peuvent être facilement conduites sur ces sites, que se soit en face à face ou en distribuant des questionnaires à l'entrée des sites. Une étude visant à connaître la typologie des visiteurs a été menée en 2010 mais elle n'avait pas abordée la question de la satisfaction. Dans une optique de gestion qualitative des sites de visites, connaître le point de vue des visiteurs permet de souligner les marges de manœuvre possibles et les pistes d'amélioration envisageables. L'évaluation rend ici compte du pourcentage de visiteurs satisfaits et elle est complétée par l'analyse de l'ensemble de l'enquête.

Une enquête de satisfaction a été menée sur le site de la Combe d'Arc et peut être ici remobilisée. Les premiers résultats permettent déjà d'entrevoir des divergences entre la représentation des acteurs et celle des visiteurs. Comme dans l'IQUATEXT précédent nous pouvons ici soulever les divergences qui existent entre la perception des acteurs de la qualité de la combe d'Arc et la qualité vécue des visiteurs : alors que les acteurs souhaitent réorganiser le fonctionnement de ce site qu'ils jugent sur-fréquenté et pas de qualité, les visiteurs sont satisfaits à 47,2 % (40,3 % plutôt satisfaits et 6,9 % très satisfaits). Ces divergences questionnent quant aux justifications motivant le lancement de la procédure OGS : si les visiteurs sont satisfaits du site et qu'ils n'éprouvent pas de difficultés pour se stationner (IQUATEXT précédent), qu'est ce qui légitime la mise en place de cette action de gestion ? Les questions de la qualité de visite du site et du déplacement ne sont-elles pas un prétexte pour justifier le lancement de cette procédure OGS ? Ces questions interrogent les réels leviers justifiant cette action de gestion. Au final, cette démarche n'est-elle pas mise en place pour contenter les instances internationales (le Comité du patrimoine mondial cf chapitre 4 et 5) plutôt que les visiteurs qui sont déjà satisfaits de leur visite de la Combe d'Arc ? Au-delà de tout jugement, cette question mérite d'être posée afin d'interroger les leviers décisionnels des stratégies de gestion. Le suivi du pourcentage de personnes très satisfaites de sa visite de la Combe d'Arc permet alors d'analyser les impacts de cette OGS sur la satisfaction des visiteurs.

Cet IQUATEXT propose également trois variables visant à connaître le niveau de satisfaction des pratiques associées au sport – nature – plein-air : la descente en canoë, les sites de baignade et les sentiers de randonnée. Ces trois variables permettent d'appréhender le niveau de satisfaction (suivi du pourcentage des personnes très satisfaites) de cette offre touristique qui fait partie intégrante du système touristique sud ardéchois. Là aussi, ces enquêtes offrent des pistes d'amélioration de la qualité en présentant les points défailants de cette offre.

- IQUATEXT 6 : développement de l'offre culturelle

Les variables de cet IQUATEXT cherchent à analyser la dynamique de diversification en suivant le développement de l'offre culturelle. La variable « nombre de sites culturels valorisés restaurés » permet d'analyser les actions mises en place depuis le lancement du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc visant à valoriser le patrimoine culturel. Ces actions concernent aussi bien les sites ALP, le Pays d'Art et d'Histoire, les villages de caractère ainsi que les sites valorisés dans les brochures de promotion de différents TACT. Les données peuvent être élargies aux actions des associations culturelles afin d'avoir un aperçu complet des démarches entreprises à des fins de valorisation du patrimoine culturel. Le nombre d'animations culturelles proposées relève de la même méthodologie et les résultats donnés concernent ici les animations du Syndicat de Gestion de Gorges de l'Ardèche et du Pays d'Art et d'Histoire. L'étude peut ici être élargie aux autres réseaux du territoire.

Le nombre de personnes présentes aux animations culturelles et le nombre de visiteurs des sites culturels permet de connaître le niveau d'intérêt des touristes pour le patrimoine culturel ardéchois et par extension de voir si cette offre répond à une attente de la population touristique.

La variable concernant les activités pratiquées par les touristes lors de leur séjour montre que 77,6 % d'entre eux pratiquent une activité culturelle. Ce chiffre important est à mettre en parallèle avec ceux des variables « critères déterminants dans le choix de la destination » et « activités déterminantes dans le choix de la destination » de l'IQUATEXT « perception des lieux et du territoire ». Ces deux variables montraient qu'un nombre limité de touristes percevaient le caractère culturel de la destination comme un critère déterminant dans le choix de leur séjour en Ardèche. Cependant, une fois sur place, il s'avère que les loisirs culturels sont majoritairement inscrits dans les pratiques des touristes. Ce décalage questionne l'efficacité des moyens de promotion amont des activités culturelles : si elles ne sont pas identifiées en amont du séjour, il apparaît qu'une fois sur place, les touristes se saisissent de cette activité.

## IQUATEXT 5 : Qualité de l'expérience des sites touristiques

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Qualité de l'expérience du fac-similé	3	Gestionnaire Caverne du Pont d'Arc	site	annuelle		% de personnes très satisfaites de leur visite	
Qualité de visites des sites ALP	2	Réseau ALP	site	annuelle		% de personnes très satisfaites de leur visite	Questionner les visiteurs sur la qualité de leur expérience du site
Satisfaction du site de la Combe d'Arc	3	SGGA	site	Pluri-annuelle	Pas du tout satisf. : 22,8 % peu satisf. = 32,3 % plutôt satisf. = 40,3 % très satisf. = 6,9 %	% de personnes très satisfaites de leur visite	
Satisfaction de la descente en canoë	1	SGGA prestataires	Gorges de l'Ardèche	Pluri-annuelle		% de personnes très satisfaites de la descente en canoë	Mettre en place une enquête pour connaître le niveau de satisfaction de cette activité
Satisfaction des sites de baignade	1	SGGA	Gorges de l'Ardèche	Pluri-annuelle		% de personnes très satisfaites des sites de baignade	Mettre en place une enquête pour connaître le niveau de satisfaction de cette activité
Satisfaction des sentiers de randonnée	1	SGGA prestataires	Gorges de l'Ardèche	Pluri-annuelle		% de personnes très satisfaites des sentiers de randonnée	Mettre en place une enquête pour connaître le niveau de satisfaction de cette activité

## IQUATEXT 6 : Développement de l'offre culturelle

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Nombre de sites culturels valorisés	2	ALP / PAH / Villages de caractère / brochures TACT	Département	annuelle	245	% de l'évolution du nombre de sites culturels valorisés	Prendre en compte les actions des associations culturelles
Nombre d'animations culturelles	2	ALP / PAH / Villages de caractère / brochures TACT	Département	annuelle	79	% de l'évolution du nombre d'animations culturelles	Prendre en compte les actions des associations culturelles
Nombre de personnes présentes aux animations culturelles	2	ALP / PAH / Villages de caractère / brochures TACT	Département	annuelle	~ 3 230 (SGGA/PAH)	% de l'évolution du nombre de personnes présentes aux animations	Prendre en compte les actions des associations culturelles
Nombre de visiteurs des sites culturels	2	ALP / PAH / Villages de caractère / brochures TACT	Département	annuelle	922 070 (ALP)	% de l'évolution du nombre de personnes visitant un site culturel	
Activités pratiquées par les touristes lors de leur séjour	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	Pas activités = 1,8 % loisirs récréatifs, détente = 84,9 % sports, loisirs nature = 93,9 % loisirs culturels = 82,8 %	% de loisirs culturels	

- **IQUATEXT 7 : Évolutions socio-économiques du territoire**

Cet indicateur permet d'analyser l'adéquation entre la mise en place d'un tourisme culturel perçu comme un tourisme de qualité et les retombées de ces stratégies sur le développement socio-économiques du territoire. Il permet de cerner les liens potentiels entre tourisme de qualité et développement territorial, même si la part de l'activité touristique dans ce développement est compliquée à saisir.

Une première variable concerne l'évolution du nombre d'emplois sur le territoire départemental. En 2012, l'Ardèche comptabilisait 106 272 emplois. La difficulté principale réside dans l'identification des emplois propres au tourisme. L'ADT estime qu'en 2009, près de 5000 emplois salariés et non-salariés sont liés à l'activité touristique (ADT, 2011). Ce chiffre mérite d'être affiné et actualisé afin de préciser les évolutions de l'emploi dans le secteur du tourisme. Une analyse des différents bassins d'emploi permet également une visualisation des déséquilibres territoriaux potentiels.

L'argent dépensé par les touristes permet d'analyser les retombées financières directes du tourisme. En moyenne, un touriste dépense environ 27,60 euros par jour, en comptant l'hébergement. L'ADT estime que l'activité touristique génère en tout 442 millions d'euros. Nous avons vu que les acteurs souhaitent accueillir une nouvelle population touristique plus fortunée. Cette variable permet de voir si les dépenses augmentent et si la mise en place de la nouvelle offre culturelle favorise des retombées économiques plus conséquentes.

La variable concernant le ressenti de la population locale vis-à-vis des touristes permet de mettre en avant les tensions pouvant exister entre les deux parties prenantes. Elle permet également de voir si l'activité touristique ne nuit pas au bien être de la population locale et si cette dernière cherche à être accueillante auprès des visiteurs. Les conflits d'usage pouvant exister entre la population touristique et la population permanente peut parfois conduire à un malaise et à des tensions. Ici, nous considérons que la population permanente participe à la qualité de l'accueil mais aussi que l'activité touristique ne doit pas détériorer les conditions de vie des habitants. Il s'agit de suivre le pourcentage d'habitants locaux ayant déclaré que l'activité touristique ne nuit nullement à leur qualité de vie. La variable suivante concernant le bien être de la population locale s'intègre dans cette même problématique. Les deux variables peuvent d'ailleurs être renseignées selon une enquête commune menée auprès des habitants. Ici aussi, le suivi du pourcentage des personnes s'estimant heureuses permet d'analyser la qualité de vie.

Les conditions de travail participent également à la qualité de la destination. Les stations touristiques fonctionnant selon un schéma saisonnier rencontrent parfois des difficultés pour loger les travailleurs saisonniers. Le drame de la Clusaz survenu en 2013 où deux saisonniers ont perdu la vie dans le camion leur servant de domicile a relancé les débats autour de l'accueil du personnel saisonnier. L'évolution en pourcentage du nombre d'emplois logés permet ainsi d'avoir un regard sur les conditions d'accueil de ces employés. En parallèle l'évolution des contrats saisonniers permet également de rendre compte des conditions de travail (temps de



travail, salaires...) et offre une analyse complémentaire.

- IQUATEXT 8 : préservation du paysage et de l'environnement

Le Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche et la Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche témoignent des actions menées par le département pour la préservation des paysages et de l'environnement. En tant que support de l'image et des pratiques touristiques, l'environnement fait l'objet d'un suivi régulier et inscrit dans les politiques territoriales.

La mesure de l'évolution des Gaz à Effet de Serre (GES) s'inscrit dans la problématique mondiale concernant le changement climatique. Le niveau des GES est aujourd'hui un indicateur général de la propension des territoires à préserver l'environnement mondial. De nombreuses méthodes d'évaluation du développement durable font appel à ce type d'indicateurs et cette variable s'inscrit dans ce courant.

La variable concernant les actions de préservation et de conservation des paysages et celle concernant la biodiversité consiste à réunir et à synthétiser l'ensemble des actions mises en place. Le suivi (sous forme de pourcentage) des actions d'information / sensibilisation au milieu naturel et le nombre de personnes présentes à ces actions permettent d'analyser la participation et l'implication citoyenne dans la problématique de la préservation du paysage et de l'environnement. La variable concernant l'évolution de la biodiversité et des habitats demande un important travail de synthèse des évaluations conduites dans le cadre des démarches de préservation et de conservation des milieux naturels. Dans ce cadre, nous proposons que la note rendant compte de l'avancée de ces actions soit donnée selon les résultats de l'analyse des études.

## IQUATEXT 7 : Evolutions socio-économiques

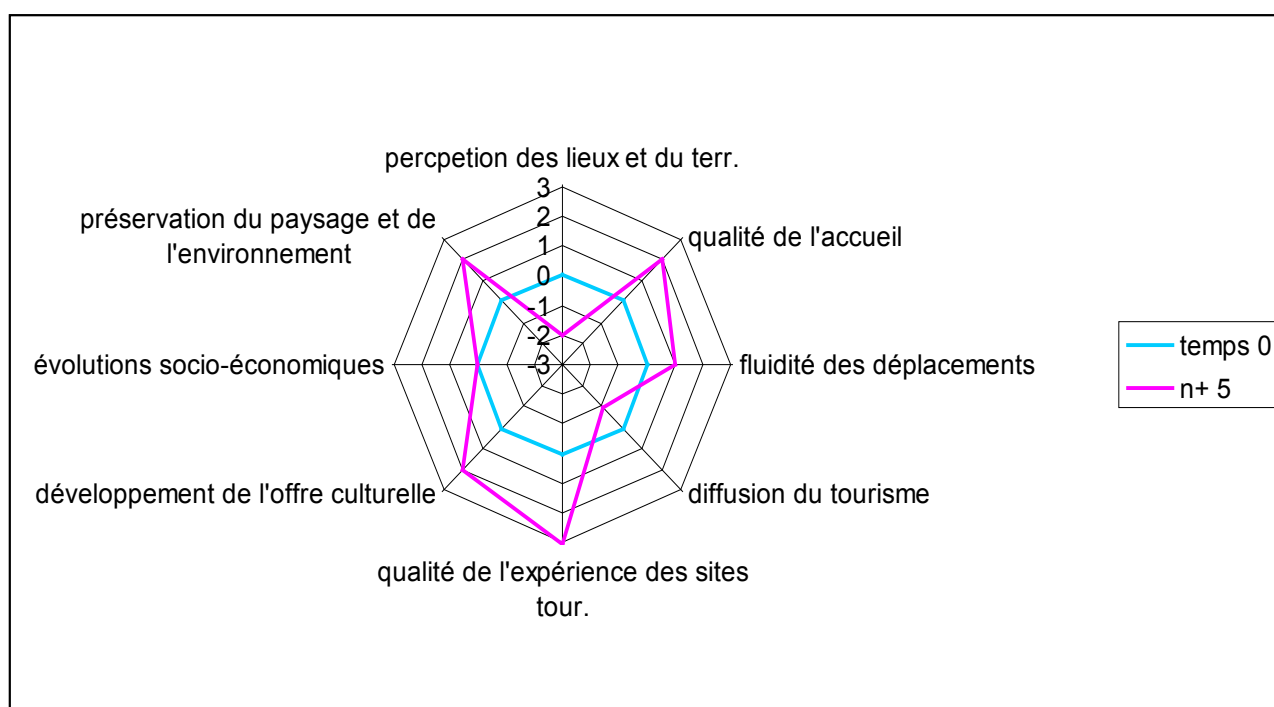
variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Nombre d'emplois	3	INSEE	Département	annuelle	106 272	% évolution du nombre d'emplois	Tenter d'identifier les emplois touristiques
Argent dépensé par les touristes	3	ADT	Département TACT	Pluri-annuelle	26,6 € / jour	% évolution du nombre d'emplois	
Ressenti de la population locale vis-à-vis des touristes	1	A déterminer	Territoire touristique actuel	Pluri-annuelle		% des habitants ayant un ressenti positif	Faire une enquête pour évaluer le ressenti de la population locale
Bien être de la population locale	1	A déterminer	Territoire touristique actuel	Pluri-annuelle		% des habitants déclarant se sentir heureux	Faire une enquête pour évaluer le bien être de la population locale
Nombre d'emplois logés	1	MDEF employeurs	Département	annuelle		% du nombre d'emplois logé	Peut être affier par l'analyse des évolutions des contrats saisonniers (temps de travail, salaire...)

## IQUATEXT 8 : Préservation du paysage et de l'environnement

variable	faisabilité	origine des données	échelle	actualisation	résultats temps 0	méthodologie à n+5	pistes de réflexions
Evolution GES	3	Conseil général Pays Ardèche méridional	PNR Pays Ardèche méridional	annuelle	Total pays = 991 KT éq. CO2 total PNR = 458 KT éq. CO2	% évolution GES	
Actions de préservation et de conservation du paysage	2	SGGA PNR Conseil général	Département	annuelle	OGS = 8 préconisées charte PNR = 3 préconisées	% évolution nombre actions de préservation mise en place	
Actions de préservation et de conservation de la biodiversité	2	SGGA PNR Conseil général	Département	annuelle		% évolution nombre actions de préservation mise en place	
Actions d'information, sensibilisation aux milieux naturels	2	SGGA PNR	département	annuelle	SGGA = 10 PNR = 2	% évolution nombre d'animations mises en place	Compléter les résultats par le nombre de brochures éditées à des fins d'information et de sensibilisation au milieu naturel
Nombre de personnes présentes aux animations	2	SGGA PNR	département	annuelle	SGGA = 110	% évolution nombre de personnes présentes	

L'ensemble des variables des IQUATEXT participe ainsi à la compréhension des évolutions territoriales associées à la qualité et à la diversification de l'offre et du territoire touristique. Ces variables renseignent de nombreux registres, elles ne se situent pas sur le même plan du point de vue de la faisabilité et de l'échelle d'analyse. La méthode a été pensée pour permettre le suivi des évolutions territoriales même si les variables de faisabilité 1 ne peuvent pas être mises en place. Cependant, dans ce cas, la méthode perdra en finesse. Le croisement des échelles d'analyse permet de comprendre les dynamiques selon plusieurs niveaux scalaires, du local au départemental. Cette méthode permet d'aller plus loin que l'évaluation du plan de gestion car elle cherche à rendre compte de la complexité du territoire touristique et de son fonctionnement. Elle cherche à rendre compte de l'ensemble des impacts pouvant être associés au grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc et aux stratégies des acteurs.

La finalité de cette méthode vise à calculer la moyenne d'évolution des différentes variables en indices génériques afin d'analyser les dynamiques des différents IQUATEXT ; les moyennes de chaque IQUATEXT pourront alors être calculées afin de les représenter sur un radar générique (fig . 104)



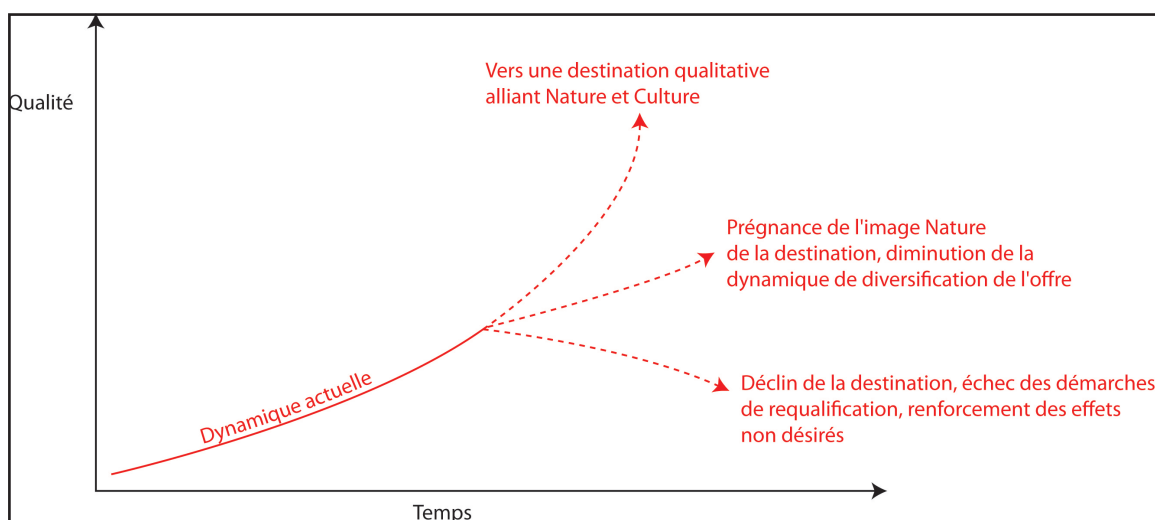
**Fig. 104 : le radar générique IQUATEXT : représentation générale de l'évolution**

Cette représentation finale permettra de visualiser les axes d'évolution des différentes dynamiques qui ont été identifiées pour définir la qualité du tourisme et l'excellence territoriale. Elle rend compte de l'évolution des différents processus définissant un système touristique durable.

### **Conclusion : La méthode IQUATEXT : vers l'analyse de la complexité et des trajectoires territoriales**

Cette méthode IQUATEXT permet une analyse globale des modifications territoriales et touristiques associées aux stratégies de qualité et de diversification du tourisme à des fins d'excellence territoriale au regard des principes de développement durable. En s'appuyant sur la définition de tourisme de qualité, cette méthode analyse à la fois les impacts territoriaux tout en identifiant les interactions existantes entre l'élévation de la qualité et la diversification de l'offre touristique. Elle permet de définir les processus et les résultats des stratégies visant l'amélioration de la qualité d'une destination en les concrétisant par une mesure, quantitative ou qualitative. Grâce à l'approche qualitative, les IQUATEXT offrent la possibilité d'analyser les différences pouvant exister entre les représentations des acteurs sur ce que devrait être un tourisme de qualité et la qualité vécue par la population touristique. En retour, cette approche permet d'étudier le caractère construit de la qualité du tourisme.

Les IQUATEXT permettent ainsi d'analyser les trajectoires d'évolution du système à différents pas de temps (fig. 105).



**Figure 105 : les trajectoires potentielles du système touristique sud ardéchois**

Les IQUATEXT autorisent ainsi le suivi de la capacité d'adaptation du système touristique sud ardéchois au développement de l'offre culturelle dans son fonctionnement. Les porteurs de projet pourront ainsi voir si le système s'adapte dans le sens voulu, à savoir la mise en place d'une offre de qualité où s'allient la valorisation de la ressource environnementale et celle de la ressource culturelle. Le cas de figure de la prégnance de l'offre basée sur la ressource environnementale s'inscrit dans le registre des non-dits du territoire, personne ne l'envisage alors qu'elle est probable. Cette méthode d'évaluation permet également de s'assurer que la

destination n'est pas en déclin, que les démarches visant la qualité du tourisme ne sont pas un échec et que les effets non désirés ne sont pas renforcés.

L'enjeu des IQUATEXT réside également dans le fait qu'ils participent à la construction de la qualité en permettant le réajustement des actions. Ils permettent également d'intégrer l'ensemble des acteurs du territoire dans une réflexion globale sur les évolutions territoriales.

Au-delà de l'analyse des impacts Les IQUATEXT offrent également la possibilité de redonner du sens à la gouvernance grâce à la mise en réseau des acteurs, à la fois à travers la mutualisation des données mais aussi aux réflexions globales que ces indicateurs nécessitent. En réunissant les données issues de plusieurs structures, cette méthode permet la communication entre les différents acteurs du territoire, qu'ils soient privés ou institutionnels. Il est ainsi possible de réunir des données qui sont aujourd'hui dispersées au sein des différentes structures. Elle s'inscrit ainsi dans les problématiques actuelles de réduction des fonds publics grâce à la mutualisation des moyens d'observation et d'évaluation.

Dans une perspective de développement de la méthode, et afin de rendre opérationnelle cette méthode, la création d'un Système Territorial d'Information (SIT) peut être envisagée. Grâce à une plate-forme internet, cet outil permettrait l'observation et le suivi territorial (Noucher, 2007). En réunissant l'ensemble des données et en mutualisant les moyens, cette plate-forme peut constituer un outil d'aide à la décision mais également un outil d'information. En réunissant les données chiffrées, en les spatialisant grâce à des cartes, cet outil permettrait à l'ensemble des acteurs impliqués dans le système touristique d'avoir un aperçu rapide et efficace des effets des stratégies de diversification et de qualité du tourisme.



# CONCLUSIONS GÉNÉRALES

A partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, cette recherche doctorale a permis d'analyser les dynamiques de diversification et de qualité du tourisme sud ardéchois. L'écriture impose une approche linéaire de processus nécessairement interactifs, lesquels ont été abordés dans les sept chapitres constituant cette thèse. Le chapitre 1 a permis une approche et une analyse bibliographique du concept de qualité du tourisme. Le chapitre 2 a présenté la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et le contexte touristique dans lequel s'est inscrite la découverte de cette grotte ornée. Cette première partie offre ainsi un aperçu académique des concepts mobiliser dans cette recherche doctorale et pose un diagnostic de l'état du système touristique, de son fonctionnement actuel, afin d'amener la compréhension des enjeux de la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. La deuxième partie présente les stratégies et les attentes contemporaines associées aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Le troisième chapitre a permis une analyse diachronique des démarches de restitution et d'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial afin de saisir les enjeux actuels de ces deux démarches, notamment en terme de développement territorial. Le quatrième chapitre a ensuite présenté les actions territoriales et touristiques contemporaines mises en place. Nous avons ainsi pu étudier les stratégies de diversification et d'élévation de la qualité impulsées par les projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Le cinquième chapitre a quant à lui permis d'analyser les attentes des acteurs du territoire vis-à-vis du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc : entre l'évolution de l'image du territoire, la diffusion spatio-temporelle de la fréquentation et l'augmentation de la qualité à des fins d'excellence territoriale, ces attentes traduisent les enjeux touristiques associés à ce grand projet. La troisième partie a ensuite présenté l'intérêt de l'évaluation et du suivi des politiques territoriales et touristiques. La recherche bibliographique du sixième chapitre sur l'évaluation et les indicateurs a permis une analyse critique des méthodes mises en place. Cette analyse a ensuite pu être mise en perspective avec nos réflexions sur l'évaluation. C'est ainsi que le septième et dernier chapitre présente la méthode IQUATEXT, qui permet une évaluation globale des retombées du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Ce découpage par parties et chapitres a permis d'aborder pour partie la complexité des enjeux territoriaux liés aux projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc ; cette conclusion générale a comme objectif d'en souligner les principaux enseignements tout en les mettant en perspective afin de pousser les réflexions engagées.

Dans un premier temps, nous aimerions revenir sur le contexte de réalisation de cette thèse. Une recherche et les résultats produits ne prennent en effet tout leur sens qu'au regard des conditions dans laquelle celle-ci a été effectuée et des limites rencontrées.

Réalisée au sein du Syndicat Mixte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet-Pont-d'Arc (SMERGC), cette thèse s'est effectuée dans le cadre d'une convention CIFRE. Ce mode de financement a ainsi montré des intérêts certains mais également des limites. De ce fait, l'accès aux documents a été facilité, ce qui a permis une analyse quasiment exhaustive du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Grâce aux documents issus des archives du SMERGC (anciens projets ERGC, documents traitant de l'inscription au patrimoine mondial...) mais aussi grâce à ceux obtenus durant les trois ans de présence au sein du syndicat mixte (documents préparatoires et comptes rendus de réunion, documents d'étapes des différentes démarches), une analyse diachronique et une étude fine du grand projet a pu être menée. La présence au SMERGC a également favorisé un accès et des rencontres régulières avec les différents acteurs, lors des réunions, assemblées générales, comités scientifiques etc., auxquels

nous avons pu assister. Par ailleurs, le suivi des diverses rencontres entre les acteurs a permis d'affiner l'analyse des documents stratégiques. Le suivi interne des projets représente un avantage indéniable dans l'analyse du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc.

Cependant, la conduite d'une thèse à travers une bourse CIFRE présente également des limites. Interroger les jeux d'acteurs avec lesquels on travaille place la doctorante dans une position délicate, entre collaborateur et observateur, à la fois acteur et partie prenante. Cette ambivalence a nécessité un important travail de distanciation, lequel était d'autant plus difficile à conduire du fait de l'hyper-contemporanéité du projet et de la difficulté qu'il y a à avoir un regard critique sur des projets en train de se mettre en place. De plus, travailler sur des dynamiques territoriales actuelles, au sein d'une cellule de projets, se traduit par un flux d'information continu, avec l'édition permanente de nouveaux documents stratégiques et l'évolution des stratégies. Aussi, il a fallu à un moment donné cesser la mise à jour, au risque que cette surabondance d'informations nuise au travail de distanciation et à la réflexion. De manière indirecte, cette mise à distance par rapport aux nouveaux documents produits s'est *in fine* faite d'elle-même dans la mesure où depuis la fin du contrat CIFRE en 2014 il a été beaucoup plus délicat d'accéder aux nouveaux documents produits.

Cette mise à distance de la doctorante interroge en retour les modalités de fonctionnement de la Recherche-Action Collaborative (RAC) dans le cadre d'un financement d'une thèse *via* une bourse CIFRE et particulièrement lorsqu'il est question d'analyser des jeux et des stratégies d'acteurs. Il y a effectivement eu une collaboration entre les deux parties durant la durée du contrat, mais qu'en est-il après ? Ici, l'apport principal de cette recherche-action collaborative a été la mise en place des indicateurs de suivi du plan de gestion. Mais alors même que cette méthode a été validée par l'ICOMOS, ne nous sommes pas tenues au courant de l'évolution de cette démarche et des résultats des indicateurs mis en place.

Une RAC est censée être le fruit d'une collaboration entre les deux parties depuis la problématisation du sujet de recherche jusqu'aux résultats (Peyrache Gadeau et *al.*, 2013). Dans le cadre de cette thèse, des moments pouvant s'apparenter à de la RAC ont été mis en place : les comités de thèse, où se réunissaient les personnes référentes du SMERGC, les directeurs de thèse, des chercheurs invités et la doctorante et durant lesquels été présentées et discutées les orientations de la recherche doctorale. Aurait-il fallu faire perdurer ces temps d'échanges au-delà du contrat pour que cette recherche rentre dans une réelle dynamique collaborative ? Cette recherche doctorale et la création des IQUATEXT répondent à une commande des porteurs de projet et notamment du SMERGC, qui souhaitait pouvoir évaluer les impacts territoriaux de leurs projets. L'avenir de ce suivi et de la mise en place des IQUATEXT sur le territoire ardéchois permettra dès lors d'apprécier dans quelle mesure cette recherche s'inscrit réellement dans une recherche-action collaborative où les résultats produits sont directement saisis par les acteurs commanditaires.

Le point d'entrée de cette recherche doctorale portait sur l'analyse des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et de leurs enjeux territoriaux. Grâce à la présence de la doctorante au sein du SMERGC, le projet de restitution ainsi que la démarche d'inscription au patrimoine mondial ont pu être finement étudiés. De fait, la complémentarité entre les deux démarches a pu être analysée afin de saisir l'implication de ces projets dans les réflexions engagées dans l'évolution de l'offre touristique. L'accès aux documents présentant les anciens projets a été facilité pour permettre une analyse diachronique exhaustive de ce projet de restitution et de la candidature UNESCO. Cet historique a ainsi permis de voir que,

depuis l'annonce de ces deux projets, ces derniers recoupent plusieurs enjeux, allant de la transmission des patrimoines à des enjeux de développement territorial.

La recherche doctorale a ainsi questionné les moyens mis en place pour créer une offre touristique à partir de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Etant donné que la grotte a été fermée au public dès sa découverte, comment mettre en tourisme ce patrimoine ? La création d'un fac-similé a été établie dès la découverte de la grotte, mais comment transmettre ce patrimoine préhistorique ?

La première partie du deuxième chapitre a présenté le projet finalisé qui porte sur la réalisation d'une « vraie fausse grotte » : afin d'offrir à voir la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les porteurs du projet ont cherché à mettre en place des méthodes innovantes, où les techniques de restitution mêlent les gestes de la préhistoire (dessin au fusain, ocres naturelles) aux savoir-faire contemporains (utilisation de la 3D). L'ensemble des techniques de réalisation a été discuté et validé lors des comités scientifiques de l'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, ce qui a permis au projet de bénéficier d'une caution scientifique, certifiant la qualité de la restitution. La présence de la doctorante lors de ces comités scientifiques a permis d'étudier en profondeur les discours des acteurs : la notion de transfert de patrimonialité a ainsi pu être conceptualisée en analysant le transfert des valeurs patrimoniales transfigurant la Caverne du Pont d'Arc (Malgat et al., 2012, Malgat et al., 2015). Mais reproduire certaines œuvres et le concrétionnement de la grotte, même le plus fidèlement possible, cela suffit-il à transmettre l'émotion ? La modalité de la visite prend une place particulière dans la qualité de la visite du fac-similé et nous avons vu que le profit peut se faire au détriment des émotions ressenties lors de la visite de la copie (notamment avec le temps d'arrêt imposé et relativement court de 5 minutes devant les panneaux pariétaux). Ceci renvoie principalement aux questions de la délégation de service public : comme toute structure entrepreneuriale privée, le délégataire est tenu par des questions de rentabilité économiques.

Au-delà de donner à voir la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la Caverne du Pont d'Arc est également mobilisée par les porteurs de projet comme un levier pour le développement territorial et pour l'évolution du tourisme. De ce fait, ils souhaitent que ce site soit structurant pour le territoire. S'il est encore trop tôt pour affirmer ou infirmer la présence de retombées réelles sur le territoire, nous avons cependant vu que la réalisation de cette infrastructure a donné aux acteurs l'occasion de réfléchir et d'organiser une nouvelle offre touristique. Et la valeur structurante de l'ERGC réside principalement dans le fait qu'il ait été vecteur d'une stratégie territoriale globale visant la diversification et la qualité du tourisme, point sur lequel nous reviendrons un peu plus tard dans la conclusion.

Tout comme le projet de restitution, la présence de la doctorante au sein du SMERGC a permis une analyse exhaustive de la procédure de candidature puis d'inscription, de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Là encore, une analyse des différents documents mis à disposition a permis une étude diachronique de cette démarche. Ainsi, il a pu être fait état de l'évolution des périmètres sélectionnés par les porteurs de projet pour représenter le bien candidat, puis inscrit. Dans un premier temps, les choix orientaient les acteurs vers la proposition d'un bien mixte, puis culturel, intégrant la combe d'Arc et la grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Finalement, après de nombreuses discussions, les périmètres ont été resserrés autour de la seule cavité ornée (Duval, Gauchon, 2013 ; Malgat, Delannoy, 2014). La deuxième partie du chapitre 2 a ainsi montré que cet ajustement progressif des périmètres souligne en retour l'évolution des valeurs patrimoniales attribuées à un espace géographique ainsi que leurs modalités de construction. D'abord porteuse d'un esprit des lieux et définit

comme « l'écrin paysager » de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, la Combe d'Arc est finalement le cœur d'une stratégie visant plus la gestion de la fréquentation que la valorisation patrimoniale. En effet, pensée dans un premier temps comme l'espace permettant de valoriser l'esprit des lieux et la valeur patrimoniale du site, la combe d'Arc est finalement le support d'une stratégie de gestion de la fréquentation, notamment à travers la question des transports. Les stratégies mises en place visent ainsi principalement la gestion et l'organisation des transports et de l'accès au site plutôt que la valorisation patrimoniale. L'évolution de ces périmètres permet ainsi de saisir les enjeux territoriaux liés à tout processus de patrimonialisation et plus encore lorsqu'il est question d'inscription au patrimoine mondial par l'UNESCO. Ici, le dossier de candidature UNESCO a été mobilisé afin de légitimer des actions qui ne faisaient pas forcément consensus à l'échelle locale. La dernière partie du chapitre 4 a démontré que les porteurs de projet se sont emparés de l'inscription pour tenter de résoudre des problèmes locaux ; l'Opération Grand Site relancée sur la site de la combe d'Arc, zone tampon du bien inscrit, illustre bien ce propos. Dans ce cadre, ils ont mobilisé la candidature pour mettre en place une politique de gestion spécifique. Ceci traduit la façon dont ils composent avec l'existant pour répondre avec ce qu'ils imaginent et présentent comme étant les attendus du Comité du patrimoine mondial. Ils mobilisent cette démarche et définissent les exigences du Comité du patrimoine mondial à l'aune de leurs propres attentes et de leurs propres conceptions de ce que doit être le tourisme sur leur territoire. Les porteurs de projet et notamment le Conseil général justifient leurs stratégies de gestion par ce qu'ils présentent comme étant les exigences du Comité du patrimoine mondial, mais surtout, ils se servent de leurs propres définitions de ces exigences pour conduire et finaliser une démarche initiée de longue date sur le territoire en amont même de la découverte de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les premières réflexions et démarches de requalification paysagères datant du début des années 1990 avec le lancement de la première OGS au niveau des gorges (Duval, Gauchon, 2007). La démarche d'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc légitime de fait le relancement de la stratégie OGS : les acteurs imposent une démarche de gestion en la justifiant à travers un discours mettant en avant la nécessité de procéder de telle ou telle manière. Ils ont ainsi mobilisé la candidature UNESCO afin de légitimer la conduite d'une nouvelle OGS et les stratégies de gestion associées. Ainsi, la candidature de la grotte à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial a été saisie comme une justification (voire comme un alibi) pour mettre en œuvre cette stratégie OGS.

Cette procédure d'inscription est le support de légitimation de stratégies imposées par des acteurs décisionnaires. La dernière partie du chapitre 4 a ainsi démontré que cette imposition se heurte cependant aux réalités locales. Pour faire consensus, il est question d'adhésion, de persuasion des acteurs locaux à ces projets portés par les élus et les collectivités territoriales.

La réactivation de la politique OGS a pris une place importante dans l'argumentation de la candidature UNESCO et notamment dans la dialectique de la gestion de la zone tampon permettant la conservation de l'intégrité et de l'authenticité du bien. Elle est présentée comme une stratégie centrale pour assurer la conservation du bien et de son territoire environnant. Mais au final, l'inscription au patrimoine mondial aurait-elle réellement été (re)mise en cause par le Comité du patrimoine mondial si cette politique OGS n'avait pas été relancée ? Si cette question ne peut être résolue, elle mérite cependant d'être posée : elle fait écho aux représentations et aux perceptions de porteurs de projet de ce que doit être le territoire pour « mériter » cette inscription. La conduite effective de l'OGS dans les années à venir et les moyens déployés pour obtenir le label Grand Site de France viendront infirmer ou confirmer l'hypothèse selon laquelle la relance de l'OGS a été avant tout pensée comme un moyen de permettre l'inscription au patrimoine mondial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, indépendamment des volontés locales de devenir effectivement un Grand Site de France. Cette étude de cas permise par la recherche doctorale est un bon exemple des logiques cumulatives et de l'utilisation à la fois conjointe et

détournée que les acteurs territoriaux peuvent faire des différentes politiques publiques afin de servir des stratégies de distinction territoriale.

En termes de dynamiques touristiques, cette candidature et l'obligation d'élaborer un plan de gestion du bien ont été saisis par les acteurs comme un moyen de légitimer des actions de diversification et de qualité globale du tourisme. Sous couvert des orientations dictées par le comité du patrimoine mondial (et plus encore des perceptions et représentations que les acteurs locaux en ont), les porteurs de projet se sont saisis de la candidature UNESCO afin de ré-organiser l'offre, aussi bien à l'échelle locale qu'à l'échelle départementale. Fer de lance d'une volonté de changement, la candidature est perçue par les acteurs porteurs comme une occasion unique pour infléchir le système touristique vers la valorisation patrimoniale et vers la qualité. Faisant à leur yeux office de label, l'inscription UNESCO est porteuse de nombreuses ambitions, aussi bien en termes de promotion que d'organisation territoriale. Les porteurs de projet perçoivent cette reconnaissance comme un vecteur de fréquentation touristique de qualité, même si la relation entre l'augmentation de la fréquentation touristique et l'inscription sur la liste du patrimoine mondial n'est pas clairement établie (Talandier, 2008 ; Pringent, 2011).

Cette inscription est perçue comme une aubaine aussi bien pour le territoire que pour la Caverne du Pont-d'arc, qui donne à voir un bien du patrimoine mondial de l'UNESCO. L'inscription de la grotte originale légitime et certifie la réalisation de la copie. En retour, la construction d'un fac-similé participe, selon l'argumentation des porteurs de la candidature, à la conservation et à la préservation de la Valeur Universelle Exceptionnelle de la cavité ornée. La fin du chapitre 3 a montré que l'inscription de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc sur la liste du patrimoine mondial et la Caverne du Pont d'Arc, se nourrissent l'une l'autre et fonctionnent en complémentarité, que ce soit sur le plan patrimonial, mais également sur le plan territorial. En effet, les porteurs de projet présentent la réalisation de l'espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc et l'inscription de la cavité ornée sur la liste du patrimoine mondial comme le cœur d'une stratégie globale, visant l'évolution de l'ensemble du tourisme et du territoire. La complémentarité de ces deux démarches réside également dans la valeur ré-organisationnelle qui leur est attribuée et dans les ambitions dont elles sont porteuses, notamment en termes de diversification, de qualité et de durabilité du tourisme.

Ces projets de valorisation patrimoniale sont mobilisés dans des stratégies globales de développement territorial. Cette étude doctorale permet ainsi l'analyse théorique de la relation entre la valorisation d'un objet patrimonial et le développement territorial. A partir des projets de valorisation de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, cette recherche doctorale a permis d'analyser les relations pouvant exister entre la diversification de l'offre grâce au tourisme culturel, la qualité et la durabilité du tourisme.

L'analyse des documents stratégiques, des actions (chapitre 4) et des discours des acteurs (chapitre 5) a permis de cerner les relations qui sont identifiées, du point de vue des acteurs, entre la diversification de l'offre et la qualité du tourisme. Ce couple conceptuel est principalement mobilisé par les acteurs afin d'atténuer les limites perçues du système touristique, notamment en ce qui concerne la surfréquentation et le tourisme de masse, qui selon eux, nuisent à la durabilité. Ainsi, l'opposition entre quantité et qualité conceptualisée dans le premier chapitre transparaît dans le regard que portent les acteurs sur le taux et le type de fréquentation de leur territoire (chapitre 5). Cette perception de la fréquentation comme un marqueur de la non qualité et de la non durabilité des lieux est issue d'une représentation



particulière de ce que doit être un «bon» territoire touristique ; elle est propre aux acteurs du territoire, producteurs et gestionnaires de la destination.

Le travail de thèse a permis de mettre en avant le décalage existant entre 1/ les attentes et les objectifs des porteurs de projet et 2/ le ressenti des touristes. La satisfaction de la clientèle touristique ne semble pas décroître proportionnellement par rapport à la hausse de la fréquentation et les touristes sud ardéchois ne semblent pas percevoir la fréquentation comme un désagrément, ce que l'étude conduite auprès des touristes a permis de vérifier (chapitre 5). Le niveau de satisfaction de la clientèle touristique offre un autre point de vue que celui des porteurs de projet sur l'offre touristique actuelle. Les visiteurs ont un autre regard sur le fonctionnement du territoire et ne perçoivent pas les limites de la concentration spatio-temporelle présentées par les porteurs de projet. De ce fait, la satisfaction clientèle ne peut pas définir à elle seule la qualité du tourisme.

Ces paradoxes entre la satisfaction selon les consommateurs de la destination et celle perçue par les acteurs du territoire questionnent les objectifs d'un tourisme de qualité. La qualité doit-elle être mise en place pour répondre aux représentations des acteurs ? Pour correspondre aux attentes des consommateurs ? Ces questionnements renvoient aux différents positionnements des acteurs vis-à-vis des objectifs de la qualité et de la diversification du tourisme. D'une part, il s'agit de faire évoluer l'offre touristique, à la fois pour introduire des séquences culturelles dans les pratiques touristiques des personnes venant déjà sur le territoire mais aussi pour répondre à une nouvelle clientèle potentielle perçue comme plus exigeante. D'autre part, la création d'un tourisme culturel de qualité vise principalement à la restructuration du territoire en le ré-organisant autour de cette nouvelle forme de tourisme. Ces deux objectifs se complètent et interagissent : il s'agit de faire évoluer le territoire afin de favoriser de nouvelles pratiques, perçues par les acteurs porteurs comme étant moins impactantes et plus respectueuses des principes du développement durable. L'enjeu sous-jacent est bel et bien de répondre aux limites perçues du fonctionnement territorial et touristique actuel. Les porteurs de projet mobilisent ainsi le patrimoine culturel dans le but de limiter la surfréquentation et le tourisme de masse, aujourd'hui dénigrés. Le tourisme culturel est ainsi présenté comme un tourisme de qualité, intégrant les principes de la durabilité, notamment car il est défini comme ayant une plus faible pression environnementale.

Cette opposition présentée par les acteurs entre tourisme de masse et tourisme culturel de qualité fait écho aux valeurs attribuées au tourisme culturel. Ils attribuent à cette forme de tourisme basée sur la valorisation de la ressource patrimoniale une image gratifiante pour les territoires (chapitre 5). Ils véhiculent ainsi une image préconçue du tourisme culturel : cette forme de tourisme assurerait, de fait, une durabilité socio-économique des dynamiques touristiques et du territoire d'accueil. Elle est perçue comme étant à même de générer une fréquentation de visiteurs issus de catégories socio-professionnelles supérieures engendrant des retombées socio-économiques plus avantageuses que la clientèle actuelle qui est perçue comme bénéficiant gratuitement des atouts environnementaux (alors même que les pratiques touristiques de nature engendrent elles-aussi des retombées économiques !). Le tourisme culturel est ainsi présenté comme bénéfique pour le développement économique du territoire et mais aussi comme favorisant une fréquentation annuelle. Se pratiquant toute l'année, cette forme de tourisme serait une réponse à la saisonnalité et à la concentration de la fréquentation touristique actuelle, laquelle, organisée autour du tourisme sport - nature - plein-air dépend davantage des conditions météorologiques. En même temps, cette vision ségrégationniste d'un tourisme culturel porteur d'une autre forme de fréquentation ne fait pas l'unanimité : il

existe des formes de tourisme culturel de masse, porteuses de dégradations et de déséquilibres socio-économiques, qui ont nourri les débats sur les relations entre tourisme et patrimoine (Dupavillon, 1993 ; Origet du Cluzeau, 2013 ; Lazzaroti, 2000). Et à l'inverse, la dimension « négative et impactante » du tourisme de nature repose bien souvent sur des appréciations subjectives et reste à démontrer en fonction des caractéristiques propres à chaque étude de cas.

Pour autant, il semble bien que l'image même du patrimoine culturel, en tant qu'objet intégrant des valeurs historiques et affectives, porte en elle-même une certaine forme de qualité. Le caractère historique du patrimoine culturel sous-entend, pour les acteurs, un aspect pédagogique : le patrimoine culturel est source de curiosité et d'apprentissages et participe à l'éducation personnelle et collective des individus. Les voyages éducatifs des aristocrates du XIX<sup>ème</sup> siècle semblent encore bien présents dans l'inconscient collectif.

La reconnaissance du patrimoine en tant que support d'un tourisme perçu comme plus avantageux questionne ainsi la place de la diversification dans la qualité et la durabilité du tourisme, appréhendée à travers la notion de diversification innovante. Cette dernière a été définie dans le premier chapitre comme innovante à la fois par la reconnaissance et la valorisation d'une ressource autre que celle mobilisée historiquement sur le territoire, mais aussi par le fait que la mobilisation de cette nouvelle ressource vise à faire évoluer le fonctionnement d'un territoire donné. Dans le cadre du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, les acteurs producteurs de la destination cherchent cette diversification innovante en se basant sur un panel de ressources jusqu'ici latentes (les dolmens par exemple) tout en renforçant la place de certaines ressources jusqu'ici en position annexe de l'offre touristique (les Villages de Caractère). Ils cherchent ainsi à infléchir le fonctionnement de leur système.

Cette diversification du tourisme ardéchois est également innovante par les réflexions initiées autour de la diffusion de la fréquentation. Les acteurs locaux estiment en effet que l'ouverture de l'offre touristique à un ensemble de sites patrimoniaux favorise la diffusion de la fréquentation vers des territoires aujourd'hui périphériques du territoire historiquement fréquenté. Ils considèrent que la valorisation du continuum historique couvrant l'ensemble du territoire départemental participe à la diffusion spatiale de la fréquentation, en créant de nouvelles sources de curiosité. Le chapitre quatre a permis de présenter l'ensemble de la stratégie touristique mise en place à ces fins : ainsi, l'organisation et la planification d'une nouvelle offre touristique participe à l'évolution souhaitée du fonctionnement territorial.

En parallèle de cette diversification, les acteurs du territoire se sont investis dans une campagne de labellisation, que se soit en mobilisant les procédures nationales (telle que la marque « Qualité tourisme ») ou en mettant en place des démarches plus locales (« Ardèche le Goût » par exemple). En cherchant à encadrer l'offre par des labels dits « de qualité », les acteurs souhaitent promouvoir positivement leur territoire touristique. Grâce à l'existence d'un cahier des charges, les labels sont mobilisés dans les processus d'amélioration de la qualité. Mais paradoxalement, les normes édictées par les cahiers des charges ont tendance à banaliser l'offre et à l'inscrire dans des principes de qualité codifiés, ce qui limite en retour l'innovation. Les labels nationaux, dont les cahiers des charges sont rédigés par le haut et pouvant ainsi se heurter aux réalités locales, s'opposent aux labels territoriaux, mis en place localement, plus ciblés sur la spécificité et l'identité du territoire. La croissance exponentielle de labels se voulant toujours plus en adéquation avec les évolutions sociétales ou avec les réalités locales conduit à une profusion de ces marques distinctives, ce qui conduit à leur illisibilité. Par ailleurs, l'impact des labels sur la consommation touristique et sur les choix de touristes n'est pas réellement évalué. A ce titre, la connaissance des perceptions des visiteurs vis-à-vis des différents labels représente une perspective de travail intéressante et fait partie des pistes de travail que nous envisageons dans la suite de cette recherche doctorale.

Outre la construction d'un tourisme de qualité durable, les stratégies de diversification et de labellisation visent également l'évolution de l'image touristique du territoire. Pour faire évoluer l'image, les producteurs de la destination se basent donc sur la valorisation d'une nouvelle ressource, la ressource culturelle, dont la grotte Chauvet-pont-d'Arc est le point d'orgue. Grâce aux actions mises en place (cf. descriptif dans le chapitre 4), ils souhaitent ajouter à l'image actuelle une nouvelle représentation du territoire. Dans quelle mesure peut-on cependant imposer une image touristique aux visiteurs actuels et futurs ? La perception de la destination touristique repose en grande partie sur des aprioris et sur des images inconscientes. L'étude des perceptions des acteurs sur ce qu'est l'image touristique (chapitre 5) montre que cette dernière est issue d'une construction sociale et sociétale. L'évolution d'une image touristique nécessite un mouvement d'ensemble et ne peut être infléchie seulement par le haut ; elle doit également être acceptée et partagée localement.

Sur notre terrain d'étude, cette nouvelle image souhaitée par les porteurs de projet n'est pas forcément acceptée par les acteurs locaux. S'ils reconnaissent volontiers que le sud Ardèche et notamment la région de Vallon-Pont-d'Arc réunissent un panel d'atouts à la fois naturels et culturels, ils n'acceptent pas forcément les efforts entrepris (et l'argent investi) par les décideurs car ils ne perçoivent pas les mêmes difficultés sur le territoire. Leur rapport à la destination est différent et s'ils ne contestent pas l'existence des limites du fonctionnement actuel, ils ne lui donnent pas la même importance. Selon eux, l'image du territoire touristique est avant tout basée (et restera basée) sur le canoë et sur les loisirs fluviaux. Ils ne pensent pas que le tourisme culturel puisse avoir une réelle existence sur le territoire. De plus, ils considèrent les problèmes perçus par les décideurs, comme la concentration spatio-temporelle, comme des problèmes ponctuels, qui n'impactent le territoire que sur une courte période (chapitre 5). Localement, faire évoluer l'image de la destination est perçu comme une attaque de l'image actuelle. Selon eux, vouloir faire évoluer le type de fréquentation touristique est une insulte à la fréquentation actuelle : ils ne pensent pas que la fréquentation associée au tourisme sport – nature – plein-air soit plus dégradante, plus impactante et moins avantageuse économiquement que la population touristique culturelle. Ces différentes prises de position sur la valeur ajoutée de la fréquentation culturelle démontre ainsi le caractère construit et perçu des représentations du tourisme culturel.

L'évolution d'une image touristique dépend alors 1/ des décisions prises par les porteurs de projet, 2/ de l'adhésion des acteurs locaux à cette nouvelle image mais aussi 3/ des perceptions que les visiteurs ont de leur territoire de séjour. Ces différences de regard selon les échelles d'actions et les catégories d'acteurs font écho aux interactions scalaires très présentes dans le grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc. Les porteurs de projet ont mis en place des actions croisant aussi bien le global que le local. Des stratégies départementales nourrissent des actions locales et vice-versa. L'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial et notamment les actions mises en place pour obtenir cette inscription illustrent ces croisements d'échelle. Ils se sont saisis de cette démarche pour repenser l'organisation de leur tourisme et de leur territoire, aussi bien à l'échelle du site qu'à l'échelle départementale. Des décisions globales ont nourris les stratégies de gestion locales et vice-versa. Nous pouvons ainsi introduire la notion de glocal traduisant la coopération entre les différentes échelles d'intervention (Vanier, 2006).

Entre gestion et planification touristique, la qualité et la durabilité du tourisme se définissent à travers le prisme de l'anticipation. En mettant en place différentes démarches de diversification et d'amélioration de la qualité, les acteurs cherchent à orienter le fonctionnement de leur territoire afin de favoriser la création d'un tourisme de qualité, en réponse au tourisme actuel que beaucoup décrivent comme étant non structuré. En cherchant à gérer et à planifier, les acteurs pointent du doigt les dysfonctionnements qu'ils souhaitent corriger. Cela amène à une relecture des modalités d'usages du territoire et ce à différentes échelles. Les acteurs cherchent à mettre en place un développement territorial souhaité et encadré ; ceci implique une organisation territoriale spécifique car elle aura été réfléchi et planifiée de façon à fonctionner selon les ressorts et les perceptions des acteurs de ce qu'est un tourisme de qualité. Et c'est principalement à travers ces réflexions et ces questionnements que le tourisme s'inscrit dans une démarche de qualité.

Au terme de ce travail doctoral, nous avançons ici comme élément de conclusion que les capacités ré-organisationnelles du tourisme culturel proviennent principalement de la planification et de la gestion que s'imposent les acteurs. Ils pensent un développement spécifique à partir de cette forme de tourisme, ils cherchent à l'organiser, à la planifier et à l'encadrer et c'est là que l'on retrouve les vertus positives et curatives du tourisme culturel. Si l'on met en valeur un patrimoine culturel sans réflexions préalables, cela ne peut alors être considéré comme un tourisme de qualité, car l'on retrouvera les mêmes limites que celles pointées dans le tourisme de nature (dégradations, pollutions, etc.). En ce sens, le tourisme culturel n'est pas porteur de qualité et de durabilité en soi : sa dimension qualitative dépend fondamentalement des stratégies de gestion mises en place. Suivant cette idée, un tourisme sport - nature - plein-air peut tout autant être de qualité, à condition qu'il soit encadré et géré, et qu'il soit mobilisé dans la construction de projets territoriaux impliquant des acteurs situés à différentes échelles.

Ainsi, nous pouvons définir le tourisme de qualité sous le prisme de la gestion, où la pratique et l'offre touristique ont été organisées et planifiées selon les principes du développement durable. C'est dans ce cadre que nous pouvons alors parler d'excellence territoriale.

Enfin, notre recherche doctorale a permis d'avancer sur les enjeux d'évaluation de grands projets touristiques et sur les effets territoriaux de ces derniers. Afin de connaître les retombées des stratégies de diversification et de qualité du tourisme, il s'agit d'évaluer l'évolution du système touristique dans son ensemble. L'évaluation des stratégies territoriales mises en place permet de faire la part des choses entre les déclarations d'intention et ce qui est effectivement mis en place. Le suivi et l'évaluation du plan de gestion rentrent clairement dans ce cadre : les actions identifiées et affichées par les acteurs et qui visent à répondre aux orientations internationales sont-elles réellement mises en place ? Et, plus encore, leur mise en place engendre-t-elle les effets initialement souhaités ?

En vue de suivre les effets de l'inscription au patrimoine mondial de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, une partie du travail doctoral a conduit à élaborer les indicateurs du plan de gestion (chapitre 6). Ces indicateurs ont été construits de manière à rendre compte le plus fidèlement possible de l'avancée des différentes actions annoncées par les acteurs porteurs. Basés sur les objectifs des acteurs, ils permettent de suivre les moyens mis en place pour atteindre lesdits objectifs fixés et d'analyser les résultats de ces stratégies. De fait, l'évaluation du plan de gestion constitue une base intéressante pour l'étude des retombées de l'inscription d'un bien sur la liste du patrimoine mondial.

En reflétant les attentes des acteurs, cette évaluation permet également d'aller plus

loin dans l'analyse des perceptions en matière de tourisme durable : elle offre la possibilité de rendre compte des traductions locales des injonctions internationales, ou tout du moins des représentations que les acteurs locaux ont de ces orientations internationales. Grâce à une analyse fine des stratégies mises en place et des effets désirés, le suivi du plan de gestion et l'analyse des actions mises en place traduisent la vision des acteurs sur ce qu'est un développement durable et la qualité du tourisme. Les indicateurs rendent alors compte des représentations des acteurs. Cependant, créer des indicateurs à partir des actions des acteurs ne permet pas d'appréhender la complexité territoriale inhérente à l'analyse et au suivi de tout système territorial. Ils traduisent une vision particulière et ne permettent pas une analyse globale des avancées territoriales. Dans le cadre de notre étude, ils traduisent l'importance accordée au tourisme culturel en tant que tourisme support de qualité et de durabilité. *A contrario*, le tourisme sport – nature – plein-air n'est pas suivi ni évalué par les indicateurs du plan de gestion car cette forme de tourisme n'est pas inscrite dans les actions de ce document de gestion. De ce fait, cette absence démontre la vision qu'ont les décideurs de la durabilité de leur territoire, qui ne passe visiblement pas par l'offre environnementale.

Afin d'aller plus loin dans l'analyse des retombées du grand projet grotte Chauvet-Pont-d'Arc, le septième chapitre a présenté la méthode IQUATEXT qui a été développée dans le cadre de cette recherche doctorale. Les Indicateurs de QUALité du Tourisme et d'EXcellence Territoriale sont élaborés sur la base de la définition de la qualité du tourisme, recoupant nos recherches bibliographiques (chapitres 1 et 6) et nos analyses de terrain (chapitres 4 et 5). Ces indicateurs proposent une vision globale du territoire et du système touristique, avec comme objectif de rendre compte de la complexité territoriale et d'alimenter une réflexion en termes de trajectoire territoriale.

Traduis sous forme de variables spécifiques, les IQUATEXT permettent une analyse fine de l'évolution du système territorial et ce, à plusieurs niveaux scalaires : cette évaluation intègre une étude aussi bien au niveau du site, très localisée, qu'à l'échelle départementale, pour une analyse générale des croisements d'échelle s'opérant dans les stratégies mises en place. La méthode IQUATEXT vise ainsi la compréhension des dynamiques entrant en jeu dans les stratégies territoriales de diversification et de qualité du tourisme tout en offrant un outil opérationnel pour le suivi des différentes actions. En faisant participer les acteurs du territoire, aussi bien institutionnels, politiques que la société civile, cette méthode offre un regard innovant pour appréhender les trajectoires touristiques et territoriales.

L'intérêt de cette méthode réside également dans sa reproductibilité. En effet, les IQUATEXT ont été pensés afin d'être opérationnels sur d'autres territoires touristiques, afin d'analyser les différents systèmes touristiques et d'examiner les différentes réponses des systèmes territoriaux aux stratégies de diversification et de qualité du tourisme. La mise en place de cette méthode nécessite un travail de diagnostic amont qui permet en lui-même un aperçu de la qualité de différentes destinations touristiques. Les indicateurs génériques peuvent ensuite être déclinés en variables spécifiques selon les résultats du diagnostic et les stratégies propres aux différents territoires. Ainsi, les variables spécifiques différencieront selon les destinations et les stratégies politiques mises en place. Cette méthode d'évaluation IQUATEXT peut être conduite sur n'importe quel type de territoire touristique (station de sport d'hiver, station littorale, ville touristique, etc.) à condition que celui-ci fasse l'objet d'une volonté de diversification et d'évolution. En effet, cette méthode vise à accompagner le changement et son intérêt est moindre dans le cadre d'un territoire touristique statique, même si elle permettrait un aperçu de la qualité de ce type de territoire touristique. La mise en place de cette méthode d'évaluation peut tout particulièrement être pertinente dans



le cadre de territoires touristiques marqués par des dynamiques semblables à celle du sud Ardèche. Ceci est par exemple le cas dans la vallée de la Vézère (Dordogne) où un nouveau fac-similé de la grotte de Lascaux (appelé Lascaux 4) sera inauguré à la fin de l'année 2016. Cette méthode d'évaluation peut aussi être intéressante dans le cadre de l'ouverture d'un musée ou d'un centre touristique culturel. (exemple ??)

Une analyse comparative permettrait dès lors d'étudier les différentes approches de la qualité dans le monde du tourisme et au final, de construire un référentiel des processus d'amélioration de la qualité de l'offre.

Aujourd'hui, un an après l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, la mise en place de cette méthode d'évaluation représente d'autant plus un enjeu de taille. En effet, la question des retombées de l'ouverture de l'espace de restitution et de l'inscription de la grotte sur la liste du patrimoine mondial fait actuellement débat sur le territoire, notamment à travers les enquêtes médiatiques locales traitant de ce sujet.

L'évaluation des retombées et l'analyse des trajectoires territoriales et touristiques représentent un enjeu scientifique auquel la thèse a répondu. Mais elle répond aussi à un enjeu politique : grâce à cette recherche doctorale, il existe désormais un outil pour évaluer l'évolution territoriale et touristique globale suite à la mise en place de stratégies de diversification et de qualité du tourisme. Désormais, les acteurs territoriaux ont la main pour se saisir de cet outil. L'aptitude à mettre en place des évaluations dépend en partie des contextes culturels dans lesquels on se situe : si les acteurs territoriaux des pays anglophones sont souvent avides de ce genre de démarche, ces pratiques restent plus discrètes dans les pays francophone.

L'évaluation pourrait pointer en retour les limites des stratégies mises en place et pourrait, au final, être contre-productive par rapport à des intérêts, des positions, des points de vue que les acteurs territoriaux cherchent à préserver.

Mettre en place l'évaluation et les indicateurs réalisés peut être à double tranchant et la mise en place de cette méthode nécessite un certain courage politique et une capacité à entendre / reconnaître les limites des actions engagées et à en tirer des enseignements constructifs. C'est dans ce contexte de régulation que cette méthode d'évaluation prend tout son sens.

# BIBLIOGRAPHIE

---

## A

---

ACHIN C., GEORGE-MARCELPOIL E., 2013, Sorties de piste pour la performance touristique des stations de sports d'hiver, in *Tourisme et Territoires*, vol. 3 : 67-92.

AGENCE FRANCAISE DE L'INGENIERIE TOURISTIQUE, 1993, *La diversification de l'offre de loisirs dans les stations de sports d'hiver Françaises et étrangères. Analyses et proposition*, Ministère de l'équipement, des transports et du tourisme, HTL Conseil, presses de l'Atelier Huguénot, 107 p.

ALDEBERT B., 2006, *Technologies de l'information et de la communication et innovation: implications organisationnelles et stratégiques dans les entreprises touristiques des Alpes-Maritimes*, thèse de doctorat en droit-économie-gestion, sous la direction de SAGLIETTO L., SPLINDER J., université de Nice-Sophia Antipolis, Tome 1, 395 p.

ALDHUY J., 2008, Au-delà du territoire, la territorialité ? in *Géocdoc*, n° 55 : 35-42.

ALEGRE J., GARAU J., 2010, Tourist satisfaction and dissatisfaction, in *Annals of tourism research*, vol. 37, n° 1 : 52-73.

ALPHANDÉRY P., BERGUES M., 2004, Territoires en questions : pratiques des lieux, usages d'un mot, in *Ethnologie française*, vol. 97, n° 1 : 5-12

ANTEBLIAN B., GRAILLOT L., MENCARELLI R., 2011, Comment gérer des expériences extraordinaires ? Analyse et recommandations à partir d'une immersion dans les parcs de loisirs, in *Decision marketing*, n° 64 : 5-10

ANTOINE S., 1998, Du bon usage du développement durable, in *Economies et Sociétés, développement, croissance et progrès*, Série F., n° 36, vol. 1 : 205-212.

AP J. 1992, Residents' perceptions on tourism impacts, in *Annals of Tourism Research*, vol. 19 n° 4 : 665-690.

ATOUT FRANCE, 2007, *Fréquentation et valorisation touristique des cavités souterraines*, article grand angle, np.

ATOUT FRANCE, 2008a, *La qualité, un outil au service du management et de la satisfaction client*, article grand angle, np.

ATOUT FRANCE, 2008b, *La mise en oeuvre des plans qualité territoriaux*, article grand angle, np.

ATOUT FRANCE, 2013, *Choisir un label d'hébergement de tourisme durable, panorama des démarches existantes, focus sur le réseau Gîtes Panda à travers ses clientèles*, éd. Atout France, 173 p.

AVOCAT C., 1982, Approche du paysage, in *Revue de géographie de Lyon*, vol 57, n° 4 : 333-342.

AZÉMA M., 2011, *La préhistoire du cinéma. Origines paléolithiques de la narration graphique et du cinématographe*, éd. Errance, 293 p.

## B

---

BABELON J.-P., CHASTEL A., 2012, *La notion de patrimoine*, éd. Liana Levi, 178 p.

BARBILLON E., LE ROY J., 2012, *Petit manuel méthodologique de l'entretien de recherche de la problématique à l'analyse*, éd. Enrick B., 64 p.

BEAUDET G., 2004, De la certification normative à la position éthique : les avenues d'un tourisme responsable, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 16-21.

BÉDARD F., 2008, Le développement d'un outil de mesure de l'excellence des destinations touristiques, in *Téoros*, vol. 27, n° 1 : 77-79.

BÉDARD F., 2011, L'excellence des destinations, in *Téoros*, vol. 30, n° 1 : 9-11.

BÉDARD F., CASTANEDA C., 2009, Première expérimentation du Système de Mesure de l'Excellence des destinations (SMED), le cas de la vallée du Douro au Portugal, in *Téoros*, vol. 28, n° 1 : 97-100.

BEDARD F., GUERRERO J., CASTANEDA C., ARREOLA FLORES G., 2010, *Le Système de Mesure pour l'Excellence des Destinations (SMED) : développement et expérimentation*, communication présentée à la conférence TTRA-Canada, Québec, 14 octobre 2010, 14 p.

BENHAMOU F., 2010, L'inscription au patrimoine mondial de l'humanité, la force d'un langage à l'appui de la promesse de développement, in *Tiers-Monde*, vol. 2, n° 202 : 113-130.

BENHAYOUN G., LAZZERI Y., MOUSTIER E., 2007, Elaboration d'un référentiel d'indicateurs territoriaux de développement durable, in LAZZERI Y., *Les indicateurs de développement durable. Questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 191-210

BENOS R., 2011, *Patrimonialisation de la montagne et action publique territorialisée. La politique « Grand site » dans le massif du Canigou*, thèse de géographie-aménagement, université Toulouse 2 le Mirail, sous la direction de CHARLERY DE LA MASSELIÈRE B., 503 p.

BERGERY L., 2002, *Qualité globale et tourisme*, éd. Economica, coll. Connaissance de la gestion, 236 p.

- BERGERY L., DEJOUX C., 2006, Élargissement de la notion d'excellence, vers l'excellence durable, in *Gestion 2000*, n° 6 : 147-164.
- BERQUE A., 1984, Paysage-empreinte, paysage-matrice : élément de problématique pour une géographie culturelle, in *Espace géographique*, tome 13, n°1 : 33-34.
- BERTOLINI G., 2008, Service public local des déchets ménagers. A la recherche d'indicateurs de performance, in *Développement durable et territoires*, revue en ligne : <http://developpementdurable.revues.org/5743>, 15 p.
- BESANCENOT F., 2006, *Territorialité, durabilité : un seul enjeu ? Réflexions sur la mise en oeuvre d'un développement territorial durable à partir d'un exemple : le Bassin Potassique Alsacien*, Thèse doctorat en géographie, sous la direction de WICHEREK S., Ecole Normale Supérieure - Lettres et sciences humaines, Lyon, 625 p.
- BIOT V., 2006, *Le tourisme souterrain en France*, Karstologia mémoires, n°15, éd. à compte d'auteur, 236 p.
- BIOT V., DUVAL M., GAUCHON C., 2007, l'Aven d'Orgnac, identification d'un haut lieu du tourisme souterrain, in DELANNOY J.-J., GAUCHON C., JAILLET S., (coord.), *l'Aven d'Orgnac, valorisation touristique, apports scientifiques*, coll. Edytem, cahiers de géographie, n°5 : 12-35.
- BLONDIAUX L., 2007, La démocratie participative, sous conditions et malgré tout. Un plaidoyer paradoxal en faveur de l'innovation démocratique, in *Mouvement*, vol. 2, n° 50 : 118-129
- BOIDIN B., 2004, Développement humain, développement durable et "pays en développement" : comment articuler et mesurer les différentes dimensions ?, in *Développement durable et territoires*, revue en ligne : <https://developpementdurable.revues.org/1700>, 19 p.
- BOISNAIS M-T, LHOTE H., 1968, Préhistorique (art), in *Encyclopédia Universalis*, vol. 13 : 491-499
- BONERANDI E. 2005, Le recours au patrimoine, modèle culturel pour le territoire ?, in *Géocarrefour*, vol 80, n° 2 : 91-100.
- BONIN S. 2004, Au-delà de la représentation, le paysage, in *Strates*, n°11, [en ligne] <https://strates.revues.org>, 11 p.
- BONNIOT A., BOUCHAUD M., GUILLOT M., MARSAT J.-B., BLASQUIET-REVOL H., GAUNOT A., 2010, *De l'importance d'impliquer tous les acteurs d'un territoire dans la pérennisation d'une destination touristique. Illustration à partir du cas de la Chaise-Dieu et de son festival de musique sacrée*, Colloque ASRDLF, 20-22 septembre, Clermont-Ferrand, 18 p.
- BONNEMAINS A., 2015, *Vulnérabilité et résilience d'un modèle de développement alpin. Trajectoire territoriale des stations de sports d'hiver de haute altitude de Tarentaise*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de GAUCHON C., université de Grenoble, 519 p.
- BONNEMAISON J., 1981, Voyage autour du territoire, in *l'Espace géographique*, n° 4 : 249-262.
- BOQUET M., 2012, *Quel est l'impact local d'un grand équipement culturel ? Approche territoriale appliquée au cas du Centre Pompidou Metz*, Communication au colloque l'association de science régionale de langue Française, Belfort, 9-10 juillet 2012, [en ligne] [https://www.researchgate.net/profile/Gregory\\_Hamez/publication/264159055\\_QUEL\\_EST\\_L'IMPACT\\_LOCAL\\_D'UN\\_GRAND\\_EQUIPEMENT\\_CULTUREL\\_APPROCHE\\_TERRITORIALE\\_APPLIQUEE\\_AU\\_CAS\\_DU\\_CENTRE\\_POMPIDOU\\_METZ/links/53d02f060cf2fd75bc5d19bc.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Gregory_Hamez/publication/264159055_QUEL_EST_L'IMPACT_LOCAL_D'UN_GRAND_EQUIPEMENT_CULTUREL_APPROCHE_TERRITORIALE_APPLIQUEE_AU_CAS_DU_CENTRE_POMPIDOU_METZ/links/53d02f060cf2fd75bc5d19bc.pdf)
- BOSKOVIC S., 2006, Le temps et l'espace, de la conscience mythique à la conscience phénoménologique, in *Mémoire(s), identité(s), marginalité (s) dans le monde occidental contemporain*, vol. 2, 16 p.
- BOTH J.-F., DA CUNTRA A., MAGER C., 2003, Évaluation du territoire, développement durable et indicateurs : un pragmatisme raisonné, in DA CUNHA A., RUEGG J., *Développement durable et aménagement du territoire*, éd. Presses Polytechnique et Universitaire Romande : 221-239.
- BOUCHÉ N., 2005, *Sites, hauts lieux culturels et patrimoniaux: Quels projets de gestion et d'aménagement pour quel accueil et dans quelles conditions ?*, in: 15th ICOMOS General Assembly and International Symposium : 'Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes', 17 – 21 oct 2005, Xi'an, China.
- BOUIN F., 2009, Le tourisme est-il vecteur de mise en valeur durable ?, in AUDREDIE D. (dir.), *Patrimoine et tourisme*, éd. Presse Universitaire de Bordeaux : 25-29.
- BOULANGER P., 1970, *Guide des cavernes touristiques de France*, éd. Latines, 267 p.

- BOULANGER P.-M., 2004, *Les indicateurs de développement durable: un défi scientifique, un enjeu démocratique*, Les séminaires de l'Iddri, n° 12, 23 p.
- BOUSQUET M., 2011, Comment concevoir un projet touristique sur le territoire, in ALLEMAND S., *Culture, tourisme, territoire, des synergies à construire*, éd. La librairie des territoires : 58-62.
- BOUTAUD A., 2002, Développement durable, quelques vérités embarrassantes, in *Economie et humanisme*, n° 363 : 4-6.
- BOUTAUD A., 2007, L'évaluation du développement durable, du global au local : penser le changement ou changer le pansement ?, in LAZZERI Y., *Les indicateurs de développement durable. Questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 29-44
- BOWEN E. H., ALMEIDA SANTOS C., 2006, JENNINGS G., POLOVITZ NICKERSON N. (dir.), *Quality tourism experience* : 38-56.
- BOZON P., 1978a, Note sur l'essor touristique du département de l'Ardèche, in *Revue de géographie de Lyon*, vol. 53, n° 4 : 355-360
- BOZON P., 1978b, *L'Ardèche, la terre et les hommes du Vivarais*, éd. Hermès, 249 p.
- BRÉDIF H., 2008, La qualité comme moyen de repenser le développement durable, in *Espaces Temps.net*, [en ligne] [www.espacestemp.net/articles/qualite-developpement-durable/](http://www.espacestemp.net/articles/qualite-developpement-durable/), 16 p.
- BRIASSOULIS H., 2001, Sustainable development and its indicators : through a (planner's) glass darkly, in *Journal of environmental planning and management*, vol. 44, n°3 : 409-427
- BRIQUEL V., 2006, Diversité des enjeux de développement au sein de la région alpine et construction d'un système d'indicateurs, in LAZZERI Y., *Les indicateurs territoriaux de développement durable, questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 175-190
- BROCHOT A., 2008, Les territoires de l'excellence au risque du quotidien, in *Strates*, n° 14, [en ligne] <https://strates.revues.org/gate3.inist.fr/6724>, 11 p.
- BROWN D., 1999, Des faux authentiques, tourisme vs pèlerinage, in *Terrain*, n° 33 : 41-56.
- BRUNET R., 1995, La géographie, science des territoires et des réseaux, in *Cahiers de géographie du Québec*, n° 108, vol. 39 : 477-482.
- BUSSEUIL J.-M. (rapp.), 2006, *Tourisme et loisirs liés aux voies navigables et lacs en Rhône-Alpes*, rapport validé par le Conseil Economique et Social, assemblée plénière 18 avril 2006, 48 p.

## C

CACHATS S., 2007, *Processus et enjeux de localisation d'une infrastructure touristique. L'exemple de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet*, travail d'étude et de recherche, master 2, sous la direction de GAUCHON C., université de Savoie, 165 p.

CACHAT S., DUVAL M., GAUCHON C., 2012, Ici, là ou ailleurs ? Les enjeux liés à la localisation d'un grand équipement, l'Espace de restitution de la grotte Chauvet, in *Revue monde du tourisme*, n° 5 : 13-30.

CAIRE G., ROULLET-CAIRE M., 2001, Le tourisme peut il être un élément de développement durable ?, communication forum « *les enjeux du développement durable* », 20-22 mars 2001, Poitiers, 13 p.

CANOVA N., 2008, Du développement des territoires culturels au développement culturel des territoires : pour un métissage, œuvre de la durabilité, manuscrit auteur, colloque international « *le développement culturel : un avenir pour les territoires ?* », 17-18 avril, Nîmes, 9 p.

CANOVA N., 2009, Questionner les risques de la mobilisation du patrimoine culturel immatériel (PCI) dans le développement territorial, manuscrit auteur, *2ndes journées internationales du patrimoine immatériel*, 27 novembre 2009, Clermont-Ferrand, 7 p.

CASPAR R., 2009, Stratégies culturelles territoriales, l'exemple du Réseau Culturel Terre Catalane, in ORIGET DU CLUZEAU C., TOBELEM J.-M., *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 135-148

CAZES G., 1998, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Bréal. 189 p.

CERON J.-P., DUBOIS G., 1999, *Théorie et pratique des IDD, leçons d'applications au tourisme*, Draft, 18 p.

CERON J.-P., DUBOIS G., 2002, *Le tourisme durable dans les destinations, guide d'évaluation*, éd. Pulim, 149 p.

CHABANNES L., 1866, *Traité des eaux minérales de Vals*, Aubenas, impr. Léopold Escudier, 404 p.

CHAMEROY F., CHANDON J.-L., 2010, *Les labels ont-ils des effets sur les attitudes des consommateurs ?*, communication présentée au 9<sup>ème</sup> congrès des tendances du marketing en Europe, Venise, 21-23 janvier 2010, 27 p.



- CHARLES E., THOUÉMENT, H., 2007, Le label territorial, facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne, in *Téoros* vol. 26, n° 2 : 33-38.
- CHAUMIER S., JACOBID., 2008, Nouveaux regards sur l'interprétation et les centres d'interprétation, in *La lettre de l'OCIM*, n° 119 : 4-11.
- CHAUMIER S., 2009, Le désir d'en être ou l'excellence de la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco, in MOESCHLER (DE) O., THÉVENIER O., *Les territoires de la démocratisation culturelle. Équipements, événement, patrimoines : perspectives franco-suisse*, éd. L'Harmattan : 109-114.
- CHAUVET J.-M., BRUNEL E., HILLAIRE C., 2015, *La grotte Chauvet et autres découvertes*, éd. equinoxe, coll. Grands Carres, 240 p.
- CHAZEAU P., 1998, Le parc à thème, production touristique hors sol. Marketing de la visite et implication en termes d'aménagement du territoire, in *Les cahiers de l'espace*, n° 58 : 88-96.
- CHÉTIMA M., 2011, Par ici l'authenticité ! Tourisme et mise en scène du patrimoine culturel dans les monts Mandara au Cameroun, in *Téoros*, vol. 30, n° 1 : 44-54.
- CHIADMI N., GALLONJ C., LE COROLLER C., 2009, *L'innovation dans le tourisme, logiques, modèles et trajectoires*, Communication au congrès «L'innovation dans le tourisme : logiques, modèles, trajectoires», novembre 2009, Dijon, 15 p.
- CLARY D. 1993. *Le tourisme dans l'espace français.*, éd. Masson, 358 p.
- CLOTTE J., 2001, *La grotte Chauvet, l'art des origines*, éd. du Seuil, 226 p.
- CLOTTE J., 2002, *L'art rupestre, une étude thématique et critères d'évaluation*, Occasional papers for the world heritage convention, 2<sup>ème</sup> édition, ICOMOS, 15 p.
- CLOTTE J., 2003, De « l'art pour l'art » au chamanisme : l'interprétation de l'art préhistorique, in *la revue pour l'histoire du CNRS*, n° 8, [en ligne] [histoire-cnrs.revues.org.gate3.inist.fr/553#quotation](http://histoire-cnrs.revues.org.gate3.inist.fr/553#quotation), 13 p.
- CLOTTE J., AZÉMA M., 2005, *Les félins de la grotte Chauvet*, éd. Seuil, 125 p.
- CLOTTE J., 2008, *L'art des cavernes*, éd. Phaidon, 326 p.
- CLOTTE J., 2011, *Pourquoi l'art préhistorique ?*, éd. Folio essais inédit, 334 p.
- CLOTTE J., 2013, *La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, sanctuaire préhistorique*, éd. Le dauphiné libéré, coll. Les patrimoines, 51 p.
- COHEN C., 1999, Faux et authenticité en préhistoire, in *Terrain*, n° 33 : 31-40.
- COLARDELLE M., 1992, La dimension économique du patrimoine, in NEYRET R. (dir.), *Le patrimoine, atout du développement*, éd. Presse Universitaire de Lyon, coll. Transversales : 45-47.
- COLARDELLE M., BERGER M.-T., 1999, La mise en valeur du patrimoine archéologique et les musées de site, in *Cahier du GRHIS*, n° 9 : 49-63
- COLLOT M., 1986, Points de vue sur la perception des paysages, in *Espace géographiques*, tome 15, n° 3 : 211-217.
- COLOMBANI L., 1987, *Fréquentation touristique et protection de l'environnement dans la Réserve Naturelle des Gorges de l'Ardèche*, Thèse de troisième cycle de géographie, sous la direction de TOUPET C., DAUDÉ G., Université Jean-Moulin Lyon 3, 307 p.
- COMMISSION FRANÇAISE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE, 2002, *Avis n° 2002-07 sur la culture et le développement durable*, 2 p.
- CORNELOUP J., 2006, Ambiance et univers culturel dans les stations de sports d'hiver, in BOURDEAU P., *Les sports d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?*, éd. Lavoisier : 173-181.
- CORNELOUP J., BOURDEAU P., 2004, Les sports de nature entre pratiques libres, territoires, marchés et logiques institutionnelles, in *Cahier espace*, n° 81 : 117-124.
- CORNELOUP J., BOURDEAU PH., MAO P., 2005, La culture, vecteur de développement des territoires touristiques et sportifs, in *Montagne Méditerranéennes*, n° 22 : 7-20
- COUSIN S., 2006, De l'Unesco aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel, in *Autrepart*, vol. 4, n° 40 : 15-30.
- COUSIN S., 2006a, Le « tourisme culturel », un lieu commun ambivalent, in *Anthropologie et société*, vol. 30, n° 2 : 153-173.
- COUSIN S., 2008, L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel, généalogie d'un « bon » tourisme, in *Civilisation*, n° 57 : 41-56.
- COUSIN S., RÉAU B., 2011, L'avènement du tourisme de masse, in *les grands dossiers des sciences humaines*, n° 3 : 52-55



CROMIN J. J., BRADY K. M., HULT M.G T., 2000, Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environment, in *Journal of retailing*, vol. 76, n° 2 : 193-218.

CROUTSCHE J.-J., 2003, Comportements et choix en matière de destination touristique : modèle ECCT, in *Téoros*, n° 22, vol. 1 : 51-57.

CUSIMANO G., GIANNONE M., 2008, Le tourisme culturel. De nouveaux produits pour de nouveaux territoires, in *Géographie et Culture*, n° 64 : 33-51

## D

DAGNIES J., 2009, Le vécu des professionnels du tourisme wallon impliqués dans la fabrication d'une démarche qualité, in *Pyramides*, vol. 18, p. 125-150.

DAGNIES J., 2010, Qualité, satisfaction et fidélité, in DECROP A., *Le touriste consommateur, comprendre les comportements pour améliorer son efficacité marketing*, éd. De Boeck : 233-258.

DANADIEU P., 2007, Le paysage, un paradigme de médiation entre l'espace et la société ?, in *Economie rurale*, n° 297-298 : 5-9.

DAUDÉ G., 1986, Tourisme et nature: à travers l'exemple des gorges de l'Ardèche, in *Revue de géographie de Lyon*, vol. 61, n°4 : 409-440.

DAVALLON J., 2006, *Le don du patrimoine, une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, éd. Lavoisier, 222 p.

DEBARBIEUX B., 1995a, Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique, in *Espace Géographique*, n° 2 : 92-112.

DEBARBIEUX B., 1995b, *Tourisme et montagne*, éd. Economica, 107 p.

DEBARBIEUX B., 1999, Le territoire : histoires en deux langues, in CHEVALLON C., RAGOUET P., SAMERS M., *Discours scientifique et contexte culturels. Géographies Françaises à l'épreuve post-moderne*, éd. Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine : 33-34.

DEBOS F., 2008, Le partenariat «viticulteurs-institutionnels du tourisme» : clé de voûte d'un oenotourisme performant, in *Market management*, n° 2, vol. 8 : 62-73

DECAMPS M., VICARD F., 2010, Mesurer le développement durable : jeux d'indicateurs et enjeux locaux, in *Revue d'économie régionale*, n° 4 : 749-771.

DECROP A., 2010, *Le touriste consommateur, comprendre les comportements pour améliorer son*

*efficacité marketing*, éd. De Boeck, 320 p.

DEDEIRE M., 2009, Tourisme culturel, économie de la connaissance et développement territorial, in AUDREDIE D. (dir.), *Patrimoine et tourisme*, éd. Presse Universitaire de Bordeaux : 45-60.

DE HOORNE O., TRANSLER A.-L., 2007, Autour du paradigme d'écotourisme, in *Etudes caribéennes*, n° 6, 10 p. [en ligne] <https://etudescaribeennes.revues.org/414>

DE KETELE J.-M., ROEGIERS X., 2009, *Méthodologie du recueil d'informations. Fondements des méthodes d'observation, de questionnaire, d'interview et d'étude de documents*, éd. De Boeck, 193 p.

DELAMARRE A., 2002, *La prospective territoriale*, éd. La documentation française, 109 p.

DELANNOY J.-J., PERRETTE Y., DEBARD E., FERRIER C., KERVAZO B., PERROUX A.-S., JAILLET S., QUINIF Y., 2004, Intérêt de l'approche morphogénique pour la compréhension globale d'une grotte à haute valeur patrimoniale : la grotte Chauvet (Ardèche), in *Karstologia*, n° 44 : 25-42.

DELANNOY J.-J., JAILLET S., FUDRAL S., GASQUET D., KAUFMANN O., SABAUT M., PLOYON E., 2007, L'aven d'Orgnac : un jalon karstique pour la reconstitution paléogéographique de l'interfluve Ardèche / Cèze, in DELANNOY J.-J., GAUCHON C., JAILLET S. (dir.), *l'Aven d'Orgnac. Valorisation touristique, apports scientifiques*, in *Collection EDYTEM*, n° 5 : 117-148.

DELANNOY J.-J., DUVAL M., GAUCHON C., JAILLET S., PAILLET A., PERRETTE Y., PLOYON E., SADIER B., 2008, *Étude préalable au projet d'extension de classement du site des abords du Pont d'Arc – Ardèche*, Rapport scientifique, 120 p.

DELANNOY J.-J., GAUCHON C., 2008, Lascaux et la conservation de l'art préhistorique en milieu souterrain, in *Karstologia*, n° 52 : 51-56.

DELANNOY J.-J., SADIER B., JAILLET S., PLOYON E., GENESTE J.-M., 2010, Reconstitution de l'entrée préhistorique de la grotte Chauvet-Pont d'Arc (Ardèche, France) : les apports de l'analyse géomorphologique et de la modélisation 3D, in *Karstologia*, n° 56 : 17-34.

DELANNOY J.-J., JAILLET S., PAILLET A., SADIER B., 2011, *Identification colométrique des écaillés de l'anamorphose de la grotte Chauvet. Construction d'un référentiel méthodologique*, 84 p.

DELANNOY J.-J., GENESTE J.-M., DAVID B., KATHERINEM., GUNNR.-J., WHEARR.-L., 2012a, Apports de la géomorphologie dans l'aménagement

- et la construction sociale de sites préhistoriques. Exemples de la grotte Chauvet-Pont d'Arc (France) et de Nawarla Gabarnmang (Australie), in *PALEO, revue d'archéologie préhistorique*, n° 23 : 85-104.
- DELANNOY J.-J., GENESTE J.-M., JAILLET S., BOCHE E., SADIÉ B., 2012b, Les aménagements et structures anthropiques de la grotte Chauvet-Pont d'Arc : apport d'une approche intégrative géomorpho-archéologique, in DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., (dir), *Karsts, Paysages et Préhistoire*, collection EDYTEM, n° 13 : 43-62.
- DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., (sous la direction de MONNEY J.), 2012c, *Projet Datation Grottes Ornées. Grotte des deux Ouvertures, Grotte aux Points, Rapport DRAC Rhône-Alpes*, 2 volumes.
- DELANNOY J.-J., CLAUDE M., HUGUET D., 2013, *Carnet de faciès de l'anamorphose de la grotte Chauvet Pont d'Arc, carte HT et modèle 3D texturé*, 119 p.
- DELANNOY J.-J., JAILLET S., (dir.), 2013, *Aven d'Orgnac : topographie, cartographie, sédimentologie et 3D, Rapport étude 2011-2012, Orgnac, Grand site de France*, DREAL Rhône-Alpes, 2 volumes.
- DELANNOY J.-J., GAUCHON C., JAILLET S., (DIR), 2007, *L'Aven d'Orgnac. Valorisation touristique, apports scientifiques*, collection EDYTEM, n° 5, 178 p.
- DELANNOY J.-J., BOCHE E., CAILHOL D., COUCHOUD I., CHALMIN E., DRYSDALE R., DUVAL M., DZIKOWSKI M., GAUCHON C., HOBLEA F., JAILLET S., LIGNIER V., MALGAT C., NEHME C., PERETTE Y., POULENARD J., QUIERS M., SADIÉ B., 2014, *L'objet emblématique karst. Paysages, mémoires de l'environnement et des hommes. Dix années de recherches au laboratoire EDYTEM*, in ASTRADE L., DELANNOY J.-J., (coord.), *Environnement, dynamiques et territoires de la montagne, 10 ans de recherches au laboratoire EDYTEM*, coll. EDYTEM, n° 16 : 51-84
- DELFOSSÉ C., GEORGES J.-M., 2013, Artistes et espace rural : l'émergence d'une dynamique créative, in *Territoire en mouvement*, n° 19-20, vol. 2 : 77-89
- DEPRENE H. (dir.), 2007, *Le tourisme durable*, éd. L'Harmattan, coll. *Tourismes et société*, 131 p.
- DEPRAETERE S., 2006, Les indicateurs et l'évaluation : un levier de mobilisation pour le développement durable ? L'expérience du Nord-Pas-de-Calais, in LAZZERINI Y., *Les indicateurs territoriaux de développement durable, questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 125-138
- DEPREST F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse, écologie face au territoire*, éd. Belin, coll. *Mappemonde*, 208 p.
- DESTATTE P., 2010, La prospective, un outil majeur pour appréhender le développement durable, exposé présenté au *Collège régional de Prospective de Wallonie*, Namur, 16 oct. 2010, 17 p.
- DEVEZA C., COPIN-MERLET L., 2010, Le patrimoine comme outil de valorisation et de développement : rôle et mission d'un territoire labellisé Ville ou Pays d'Art et d'Histoire, in FÉRÉOL G. (dir), *Tourisme et patrimoine*, éd. E.M.E, coll. *proximité sociologie* : 171-184.
- DEWAILLY J.-M., 1997, L'espace récréatif : du réel au virtuel ?, in *L'espace géographique*, vol. 3 : 205-213.
- DI MÉO G., 1987, Objectivation et représentation des formations socio-spatiales : de l'acteur au territoire, in *Annales de Géographie*, n° 537 : 564-594.
- DI MÉO G., 1994, Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle, in *Espace et société*, n° 78, vol. 3 : 16-34.
- DI MÉO G., 2007, *Processus de patrimonialisation et construction des territoires, acte colloque Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes : connaître pour valoriser*, Poitiers, 19 p.
- DOUMIT L.-M., 2007, *La valorisation du patrimoine endokarstique libanais*, Thèse de doctorat de Géographie, sous la direction de ADJIZIAN-GERARD J., Université Saint Joseph de Beyrouth, Liban, en co-tutelle avec l'Université de Savoie, 280 p.
- DROST A., 1996, Developing sustainable tourism for world heritage sites, in *Annals of tourism Research*, vol. 23, n° 2 : 479-492.
- DUBEY G., 1996, Les relations sociales à l'aune de la réalité virtuelle, in *Quaderni*, n° 28 : 37-46.
- DUBOIS C., 2009, Le paysage, enjeu et instrument de l'aménagement des territoires, in *Biotechnologie, agronomie, société et environnement*, vol. 13, n° 2 : 309-316
- DUBOIS G., 2000, Des indicateurs pour un diagnostic environnemental du tourisme Français, in *La lettre de l'observatoire*, n° 57 : 1-10.
- DUBOIS G., CERON J-P, 2000, Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement, in *Cahier espaces*, vol. 67 : 30-46.
- DUBOIS G., CERON J-P, 2003a, Construire et communiquer les indicateurs de développement durable : comment traduire la transversalité ?, *Journées de la SFE Évaluation et développement durable*, 27-29 Octobre, Limoges, version non définitive, 18 p.
- DUBOIS G., CERON J-P, 2003b, *Tourism and*

- sustainable development indicators : the gap between theoretical demands and practical achievements, in *Current issues in tourism*, vol. 6, n°1 : 54-75
- DUBOIS G., CERON J-P, RAOUL-DUVAL J., 2000, *Théorie et pratique des indicateurs de développement durable, leçons d'application au tourisme*, Institut de recherche pour le développement, 17 p.
- DU BOYS A., 1842, *Album du Vivarais ou itinéraire historique et descriptif de cette ancienne provins, Grenoble*, impr. Prudhomme, 271 p.
- DUCHASTEL J., LABERGE D., 2011, Le mesure comme représentation de l'objet, analyse et interprétation, in *Sociologies, théorie et recherche*, 15 p.
- DUPAVILLON C., 1993, Du patrimoine d'abord, du tourisme ensuite, de l'économie enfin, *Tourisme et culture de la coexistence au partenariat*, synthèse des rencontres de Courchevel, 24-26 janvier 1993 : 45-48
- DUPRAZ D., 1995, Pour une histoire du tourisme en Ardèche, in *Mémoire d'Ardèche et Temps présent*, n° 45-1 : 3-8
- DURANDE-MOREAU A., 2002, *Les signes de confiance en tourisme, certification et labels. Trois études de cas*, 2ème colloque des IUP-THTL, territoires et marchés, université de Savoie, sur CD-ROM.
- DUVAL M., 2007a, *Dynamiques spatiales et enjeux territoriaux des processus de patrimonialisation et de développement durable : étude comparée des gorges de l'Ardèche et du karst Slovène*, Thèse de doctorat en Géographie, sous la directions de GAUCHON C., Université de Savoie, 516 p.
- DUVAL M., 2007b, La notion de vulnérabilité dans l'étude des relations tourisme / patrimoine. Etude de cas : sites aménagés des plateaux et gorges de l'Ardèche, in LAZZAROTTI O., VIOLIER P., *Tourisme et patrimoine, un moment du monde*, éd. Presses de l'université d'Angers : 70-84.
- DUVAL M., 2008, Patrimonialisation et mise en en tourisme des espaces naturels : l'exemple des gorges de l'Ardèche, in *Géographie et culture*, n° 66 : 61-78.
- DUVAL M., 2010, Dynamiques territoriales et développement culturel : la grotte Chauvet comme facteur de réorganisation des gorges de l'Ardèche et outil de légitimation des jeux d'acteurs? In FOURNIER L.-S., BERNIÉ-BOISSARD C., CROZAT D., CHASTAGNER C., (dir.), *Développement culturel et territoires*, Paris, éd. L'Harmattan : 123-149.
- DUVAL M., GAUCHON C., 2006, Une réhabilitation volontariste : l'Opération Grand Site à l'aven d'Orgnac, in *Revue Espaces*, n° 236 : 36-38.
- DUVAL M., GAUCHON C., 2007, Analyse critique d'une politique d'aménagement du territoire, les Opérations Grands Sites, in *Annales de Géographie*, n°654 : 147-168
- DUVAL M., GAUCHON C., 2013, Le patrimoine : une affaire de choix. La candidature de la grotte Chauvet au patrimoine mondial, in *Ardèche Archéologie*, n° 30 : 89-94.

---

## E

- ECKERT D., 1996, *Évaluation et prospective des territoires*, éd. Reclus - La documentation Française, 256 p.
- ÉQUIPE MIT, 2000, La mise en tourisme des lieux : un outil de diagnostic, in *Mappemonde*, vol 1, n° 57 : 2-6.
- ENIZAN ALSAQRE O. Z., 2011, *Investigating the effects of tangible and intangible factors customers' perceived sevice quality and loyalty in hotel industry in Al-Ladhiqiyah, Syria*, 143 p. [en ligne] cf.cdn.untwo.org/sites/all/files/alsaqr\_research.pdf
- ERWANN C., THOUÉMENT H., 2007, Le label territorial facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne, in *Téoros*, n° 26, vol.2 : 33-38.

---

## F

- FAUCHEUX S., FROGER G., 1994, Le «revenu national soutenable» peut-il être un indicateur de soutenabilité ?, in *Revue Française d'économie*, vol. 9, n° 2 : 3-35
- FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE, 1998, *Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés*, 32 p.
- FERUGLIO V., 2005, De la faune au bestiaire. La grotte Chauvet-Pont-d'Arc aux origines de l'art pariétal paléolithique, in *C.R Palevol*, n° 5 : 213-222.
- FILLOZ V., COLOMB V., 2011, De l'étiquette à la marque, la labellisation comme unificateur des projets territoriaux, in *Développement durable et territoire*, n° 2, vol. 2, revue en ligne <https://developpementdurable.revues.> 10 p.
- FILSER M. 2005, Le management des activités culturelles et de loisirs : questions stratégiques et état des recherches académiques, in *Management & Avenir* vol 5, n° 3 : 179-189.



- FLATRÈS-MURY H., 1982, Analyse et évaluation des paysages, in *Revue de géographie de Lyon*, vol. 57, n°4 : 343-363.
- FLORENT L., 2011, L'utilisation du label Unesco dans la communication touristique. Entre choix et contrainte, in *Téoros*, vol. 30, n° 2 : 17-27.
- FOURNY M.-C., DENIZOT D., 2007, La prospective territoriale, révélateur et outil d'une action publique territorialisée, in DODIER R., ROUYER A., SÉCHET R., (dir), *Territoire en action et dans l'action*, éd. Presses Universitaires de Rennes : 29-44.
- FRACHON V., 1860, *Notice médicale sur les eaux minérales de Celles-les-Bains (Ardèche)*, Grenoble, impr. F. Allier père et fils, 68 p.
- FRANÇOIS, H., HIRCZAK M, SENIL N., 2006, Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources, in *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n° 5, p. 683-700
- FRANÇOIS H., 2008, durabilité des ressources territoriales et tourisme durable : vers quelles convergences ?, in *Géographie, économie, société*, vol. 1 : 133-152.
- FRANCUS DR., 1970, *Voyage le long de la rivière d'Ardèche*, éd. Imprimerie Lienhart et Cie, 483 p.
- FREY S. B., STEINER L., 2011, World heritage List : does it make sense ?, in *International journal of Cultural Policy*, vol. 17, n°5 : 555-573
- FROCHOT I., 2008, Customers' perception of ski resorts' images : implications for resorts' positioning strategies, in *Tourism and Hospitality Research*, n° 8 : 298-308
- FROCHOT I., LEGOHÉREL P., 2007, *Le marketing du tourisme*, éd. Dunot, 276 p.
- FROCHOT I., LEGOHÉREL P., 2014, *Le marketing du tourisme*, 3ème édition, éd. Dunot, 326 p.
- FRUSTIER P., VOISIN J., 2004, *Culture, communication, tourisme : la mise en scène patrimoniale des territoires*, Colloque Communication et culture n° 7 INTERCOM, Porto Alegre (Bresil), 28-29 Aout, communication orale, 14p.
- FURT J.M., 2011, Le patrimoine, alibi du développement touristique local ?, in FURT J.M. ET MICHEL F. (dir), *Tourismes, patrimoines et société* : 25-36
- GAGNON S., 2007a., L'attractivité touristique des territoires, in *Téoros*, vol 26, n° 2 : 3-4.
- GAGNON S. 2007b, Attractivité touristique et "sens" géo-anthropologique des territoires, in *Téoros* vol. 26, n° 2 : 5-11.
- GALLET S., 2010, Combiner tourisme et conservation patrimoniale. Exemple d'une gestion écologique de la fréquentation sur le site magalithique de Carnac, in *Téoros*, vol. 29, n° 2 : 139-146.
- GAUCHON C., 1994, Thermalisme et tourisme en moyenne montagne – Choranche et la Bauche, in Comité des travaux historiques et scientifiques (éd.), *Villes d'eaux, histoire du thermalisme* : 381-393.
- GAUCHON C., 1997, *Des cavernes et des hommes*, Karstologia Mémoires n°7, 248 p.
- GAUCHON C., 2009, Les gorges de l'Ardèche et la grotte Chauvet. Redéfinition d'une région touristique, in *Téoros*, vol. 28, n° 1 : 80-92.
- GAUCHON C., 2010, *Tourisme et patrimoine, un creuset pour les territoires ?*, Habilitation à Diriger les Recherches, Université de Savoie, 211 p.
- GAUCHON C., JAILLET S., PRUD'HOMME F., 2012, Dynamique de la construction topographique et toponymique à l'aven d'Ornac (Ardèche, France), in DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., (dir), *Karsts, Paysages et Préhistoire*, in *collection EDYTEM*, n° 13 : 157-176.
- GELLEREAU M. 2003, Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ?, in *Études de communication*, n°26 : 54-68.
- GÉLY B., 2008, *Grottes ornées de l'Ardèche, l'art des cavernes*, éd. Le Dauphiné, coll. Les patrimoines, 51 p.
- GENESTE J.-M., 1999, Les grottes ornées et les sites d'art pariétal paléolithique ouverts au public en France, in *Les nouvelles de l'archéologie*, n°77 : 13-19.
- GENESTE J.-M., 2012, La grotte Chauvet-Pont-d'Arc, 1994-2012 : une rétrospective anthropologique, in DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., (dir), *Karsts, paysages et préhistoire*, in *collection Edytem*, n° 13 : 13-20.
- GENOVESE R.-A., 2008, Protecting the spirit of place in order to construct a policy for life, in ICOMOS, *L'esprit des lieux entre le matériel et l'immatériel*, actes symposium Quebec, Canada, 29 sept-4 oct., 9 p.

- GEOFFROY A., VIBERTA., MORATILLE N., PYF., SAYFI S., BAUTIAS L., 2014, *Création de produits touristiques innovants, introduction de nouveauté sur le massif de l'Aigoual*, travail de master 1 « Tourisme et développement durable des territoires », sous la direction de VILLEPONTOUS S., CROZAT D., CARRIÉ C., université Paul-Valéry, Montpellier 3, 49 p.
- GÉRARDOT M., 2011, Les sites classés Unesco comme moteurs de la promotion d'une destination : l'exemple de Budapest, in *Téoros*, vol. 30, n° 2 : 28-36.
- GILBERT N., PROULX I., 2004, L'employé : la clé du virage qualité en tourisme, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 22-26.
- GILLET C., 2011, Risque et excellence d'une destination touristique : l'exploration de la relation entre deux concepts antinomiques. Étude de cas dans le secteur institutionnel touristique de la région Bretagne (France), in *Téoros*, vol. 30, n° 1 : 55-63
- GIRAUD-SOULAVIE J.-L., 1780, *Histoire naturelle de la France méridionale. Histoire naturelle du Vivarais, Tome premier*, Nîmes, impr. De Belle, 492 p.
- GIRAUT F., 2008, Conceptualiser le territoire, in *Historiens et géographes*, n° 403 : 57-68.
- GLEYZE J.-F., 2007, Effets spatiaux et effets réseaux dans l'évaluation d'indicateurs sur les nœuds d'un réseau d'infrastructures, in *Cybergéo : European Journal of Geography*, 24 p.
- GOBLOT E., 1901, *Le vocabulaire philosophique*, éd. Armand Colin, 523 p.
- GODET M., 2001, Prospective et dynamique des territoires, in *Futuribles*, n° 269 : 25-34.
- GOUJON M., 2008, L'indice de développement humain : une évaluation pour la Réunion, in *Région et développement*, n° 27 : 225-244
- GOXE A., 2009, Les indicateurs synthétiques de développement durable : entre outils techniques et instruments de mobilisation, in GOXE A., *L'évaluation des politiques publiques locales de développement durable, portée juridique, instrumentation et acteurs*, rapport final, CÉRAPS : 69-84
- GRANDPRÉ (DE) F., 2007, Attractions, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional, in *Téoros*, vol. 26, n° 2 : 12-18.
- GRAVARI-BARBAS, M., JACQUOT S., 2009, *Les impacts de l'inscription au Patrimoine Mondial de l'Humanité, discours et motivations des acteurs*, Colloque « Vivre du patrimoine », 29-30 Janvier, Corte, communication orale, 19 p.
- GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT S., 2010, *Villes françaises du patrimoine mondial et tourisme, protection, gestion, valorisation*, Actes de la journée culture, tourisme développement, 94 p. [en ligne] [https://www.univ-paris1.fr/fileadmin/colloque-muséetourisme/VILLES\\_PATRIMOINE\\_MONDIAL\\_IREST\\_CHAIRE.pdf](https://www.univ-paris1.fr/fileadmin/colloque-muséetourisme/VILLES_PATRIMOINE_MONDIAL_IREST_CHAIRE.pdf)
- GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT S., (coord.), 2014, *Patrimoine mondial et développement : au défi du tourisme durable*, éd. Presses de l'Université du Québec, coll. Nouveaux patrimoines, 312 p.
- GRAVARI-BARBAS M., RENARD C., 2010, Une patrimonialisation sans appropriation ? Le cas de l'architecture du Havre, in *Norois*, n° 217, vol. 4 : 57-73.
- GREFFE X., 2011, L'économie politique du patrimoine culturel : de la médaille au rhizome, in ICOMOS, 17th General Assembly, 27 novembre-02 décembre, Paris, 9 p. [en ligne] [openarchive.icomos.org/1307/1/IV-3-Article6\\_Grefe.pdf](http://openarchive.icomos.org/1307/1/IV-3-Article6_Grefe.pdf)
- GREFFIER L., 2011, Comment les pratiques culturelles locales peuvent stimuler de nouvelles pratiques touristiques sur un territoire, in ALLEMAND S., *Culture, tourisme, territoire, des synergies à construire*, éd. La librairie des territoires : 21-33.
- GUÉRIN M.-T., BÉDARD F., 2006, La recherche managériale sur les destinations touristiques Indexpérience : une méthode d'évaluation de l'expérience touristique, in *Téoros*, vol. 25, n° 3 : 77-80.
- GUILLERMIN P., 2014, Orgnac-l'Aven (Ardèche), cité de la préhistoire. Une cité de la préhistoire vient d'ouvrir ses portes en Ardèche, in *La revue des musées de France - revue du Louvre*, n° 4 : 4-7
- GUMUCHIAN H., GRASSET E., LAJARGE R., ROUX E., 2003, *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, éd. Economica, coll. Anthropos, 180 p.
- GUMUCHIAN H., PECQUEUR B., 2007, *La ressource territoriale*, éd. Economica, coll. Anthropos, 252 p.
- GUNN R. G., 1997, Rock art, occupation and myth, the correspondance of symbolic and archeological sites within Arrernte rock art complexes of central Australia, in *Rock art Research*, vol. 14, n° 2 : 124-136.



## H

HAZEBROUCQ J.-M., 2006, Destinations innovantes et développement du tourisme, in *les cahiers du laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation*, n° 134, 22 p.

HAZEBROUCQ J.-M., 2009, De l'espace touristique à la " destination touristique ", un " territoire " qui se projette, in LEMASSON J.-P., VIOLIER P. (dir.), *Destinations et territoire, coprésence à l'œuvre*, Vol. 1, éd. Téoros : 7-25.

HEINICH N., 2009, *La fabrique du patrimoine, «de la cathédrale à la petite cuillère»*, éd. La maison des sciences de l'Homme, Paris, 288 p.

HOCKINGS M., SOLTON S., DUDLEY N., 2000, *Evaluating effectiveness : a framework for assessing the management of protected area* , éd. Adrian Phillips, série best practice protected area, n°6, 132 p.

HOCKINGS M., SOLTON S., DUDLEY N., LEVERINGTON F., COURREAU J., 2008, *Evaluation de l'efficacité : un cadre pour l'évaluation de l'efficacité de la gestion des aires protégées*, 2<sup>ème</sup> édition, UICN, 105 p.

## I

ICOMOS, 1999, *Charte internationale du tourisme culturel, la gestion du tourisme aux sites de patrimoine significatif*, 12<sup>ème</sup> assemblée générale au Mexique, 6 p.

ICOMOS, 2006, *Rock art of latin America and the Caribbean*, thematic study, 278 p. [en ligne] [www.icomos.org/studies/rockart-latinamerica/fulltext.pdf](http://www.icomos.org/studies/rockart-latinamerica/fulltext.pdf)

ICOMOS, 2010, *L'art rupestre : orientations préalables à une proposition d'inscription dans le cadre de la convention du patrimoine mondial*, 10 p.

ICOMOS, 2011a, *Déclaration de Paris sur le patrimoine comme moteur de développement*, XVII<sup>ème</sup> assemblée générale, 6 p.

ICOMOS, 2011b, *Guidance on Heritage Impact Assessments for cultural world heritage*, 20 p.

IFEN, 2003, *45 indicateurs de développement durable : une contribution de l'Ifen*, coll. Études et travaux, n° 41, éd. Ifen, 144 p.

IFEN, 2008, Les indicateurs globaux d'environnement et de développement durable, synthèse des travaux réalisés pour le séminaire du conseil scientifique de l'IFEN du 25 juin 2007 et compte rendu, *Les dossiers de l'IFEN*, n° 11, 44 p.

ISAAC H., 1998, Les référentiels normatifs de la qualité sont-ils adaptés aux entreprises de service ?,

communication au 5<sup>ème</sup> séminaire international de recherche en management des activités de services, La-Lande-Les-Maures, juin 1998, np.

IZABEL Y., 2003, *Les méthodes d'évaluation de la capacité de charge des destinations touristiques* , Travail de fin d'étude, Diplôme d'études spécialisé en gestion de l'environnement, sous la direction de GODARD M-F, 114 p.

## J

JAILLET S., SADIÉ B., DELANNOY J.-J., PLOYON E., 2009, Identification de morphologies pariétales en grotte à partir d'un lever laser 3D. Applications aux salles rouges de l'Aven d'Orgnac (Ardèche, France), in *Revue Française de Photogrammétrie et de Télédétection, colloque Lidar ESGT*, France, n° 191 : 3-8.

JAILLET S., SADIÉ B., HAJRI S., PLOYON E., DELANNOY J.-J., 2011, Une analyse 3D de l'endokarst : applications lasergrammétriques sur l'Aven d'Orgnac (Ardèche, France), in *Géomorphologie : relief. Processus. Environnement*, n° 4 : 379-394.

JAZRA-BANDARRA N., 1993, Évaluation et suivi des actions de développement rural, in *Economie rurale*, n° 213 : 24-28.

JENNINGS G., 2006, Perspectives on quality tourism experiences : an introduction, in JENNINGS G., POLOVITZ NICKERSON N., *Quality tourism experience*, éd. Elsevier : 1-21.

JENNINGS G., POLOVITZ NICKERSON N., 2006 *Quality tourism experience*, éd. Elsevier, 253 p.

JEUNG MW R., YEE MS W., 2011, Tourism diversification : building on competitive potential in the destination, *National conference tourism : creating a brilliant blend*, 8-11 février, 12 p.

JOERIN F., LEBRETON M., DESTIHEUX G., 2005, Des systèmes d'indicateurs pour aider les acteurs à manipuler la complexité territoriale, Colloque de l'Observatoire universitaire de la Ville et du Développement durable, «*Développement urbain durable, gestion des ressources et gouvernance*», 21-23 Septembre, Lausanne, 9 p.

JOKILETO J., 2006, World heritage : defining the outstanding universal value, in *City and time*, n° 2, vol. 1, 10 p.

JOLIVET M.-J., LÉNA P., 2000, Des territoires aux identités, in revue *Autrepart*, n°14, p. 5-16.

JONCOUR Y., RAYMUNDIE O., 2001, L'irresponsabilité partagée dans la gestion déléguée des services publics, in *Politiques et management public*, vol. 19, n° 1 : 59-79.

---

## K

KADRI B., KHOMSI M. R., BONDARENKO M., 2011, Le concept de destination, diversité sémantique et réalité organisationnelle, in *Téoros*, vol. 30, n° 1 : 12-24.

KNAFOU R., BRUSTON M., DEPREST F., DUHAMEL P., GAY J-C, SACAREAU I., 1997, Une approche géographique du tourisme, in *L'espace géographique* n°3 : 193-204.

KREZIAK D., FROCHOT I., 2011, Co-construction de l'expérience touristique, les stratégies des touristes en station de sport d'hiver, in *Décisions Marketing*, n° 64 : 23-33

---

## L

LAGANIER R., VILLALBA B., ZUINDEAU B., 2002, Le développement durable face au territoire : élément pour une recherche pluridisciplinaire, in *Développement Durable et Territoire*, revue en ligne <https://developpementdurable.revues.org/774>, 15 p.

LAMARAH., 2009, Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales, in *Développement durable et territoires*, revue en ligne <https://developpementdurable.revues.org/8208>, 16 p.

LAMONTAGNE M.-A., PORCEDDA A., BAUDRY M., LAVOIE S., RENUCCI R., THROSBY D., THUMERELLE P., 2012, Table Ronde Culture, économie et développement durable, *colloque international Culture, économie et développement durable*, 22-23 novembre, Paris, 18 p.

LANDEL P-A, MAO P. 2007, Le diagnostic de territoire et la création d'activités touristiques à partir du patrimoine, in LAZZAROTI O., VIOLIER P., *Tourisme et patrimoine un moment du monde*, éd Presses Universitaires d'Angers : 175-186.

LANDEL P.-A., CANOVA N., 2009, La place de la culture et du patrimoine dans les Pôles d'Excellence Rurale : pour un dépassement de la valeur économique du patrimoine, actes du XLVI<sup>e</sup> colloque ASRDLF « *Entre projets locaux de développement et globalisation de l'économie : quels équilibres pour les espaces régionaux ?* », 6-8 juillet 2009, Clermont-Ferrand, France, 16 p.

LANDEL P-A., SENIL N., 2008., Les nouveaux territoires et leurs noms entre projet et compétitivité : le cas des « pôles d'excellence rurale », in *L'Espace Politique*, n°5, Néotoponymie, [en ligne] [espacepolitique.revues.org.gate3.inist.fr/270](http://espacepolitique.revues.org.gate3.inist.fr/270)

LANDEL P-A., SENIL N. 2009., Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement in *Développement durable et territoires*, Dossier 12 : Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable, revue en ligne [revue en ligne https://developpementdurable.revues.org/7563](https://developpementdurable.revues.org/7563)

LANDEL P.-A., SAEZ G., 2014, De la coordination des normes à la construction des ressources territoriales. Le cas des Villes et Pays d'Art et d'Histoire en Rhône-Alpes, in FOURNIER M., *Labellisation et mise en marque des territoires*, Clermont-Ferrand, 8-10 novembre, France : 345-360

LAPLANTE M., 1992, le patrimoine en tant qu'attraction touristique : histoire, possibilité et limites, in NEYRET R. (dir.), *Le patrimoine, atout du développement*, éd. Presse Universitaire de Lyon, coll. Transversales : 49-61.

LARCENEUX F., 2001, *Proposition d'un modèle théorique d'analyse de l'impact des signaux de qualité sur l'évaluation des attributs du produit par le consommateur : le MASIA*, communication au 17<sup>ème</sup> congrès international de l'AFM, mai 2001, Deauville, 36 p.

LARCENEUX F., 2003, Segmentation des signes de qualité : labels expérientiels et labels techniques, in *Décision Marketing*, n° 29 : 35-46

LARDON S., 2003, Diagnostic de territoire et représentation spatiale : les chorèmes, graphes et jeux, in DEBARBIEUX B., LARDON S., (dir.), *Les figures du projet de territoire*, éd. De l'aube Datar : 109-129.

LARDON S., PIVETEAU V. 2005, Méthodologie de diagnostic pour le projet de territoire : une approche par les modèles spatiaux, in *Géocarrefour* vol. 80, n°2. Le diagnostic des territoires : 75-90.

LARID M., 2008, La zone côtière humide de Réghaia dans le littoral Est Algérois (Algérie): Contribution méthodologique à son plan de gestion, in *Cybergeog : European Journal of Geography*, [en ligne] [cybergeog.revues.org/18852](http://cybergeog.revues.org/18852)

LASLAZ L., 2005, *Les zones centrales des parcs nationaux alpins Français (Vanoise, Ecrins, Mercantour). Des conflits au consensus social ?*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de BERNIER X., université de Savoie, vol. 1, 539 p.

LASLAZ L., 2007, « *L'escroquerie des « éco-taxes » : analyse critique des dispositifs de restriction et de contingentement de la fréquentation touristique dans*

- les parcs nationaux alpins français, pré-actes, 6<sup>ème</sup> rencontre de Mâcon « tourisme et territoires », 13-15 septembre 2007, 10 p.
- LASLAZ L., 2010, Parcs nationaux de montagne et construction territoriale des processus participatifs, in *Revue de géographie alpine*, vol. 98, n° 1 : 9-27
- LAURIOL J., 2004, Le développement durable à la recherche d'un corps de doctrine, in *Revue française de gestion*, vol. 5, n° 152 : 137-150.
- LAZZAROTTI O., 2000, Patrimoine et tourisme : un couple de la mondialisation, in *Mappemonde*, n° 57, vol. 1 : 116-118.
- LAZZAROTTI O., 2003, Tourisme et patrimoine: ad augusta per angustia, in *Annales de Géographie* vol. 112, n° 629 : 91-110.
- LAZZAROTTI O., 2011, *Patrimoine et tourisme, histoires, lieux, acteurs, enjeux*, éd. Belin, 302 p.
- LAZZERI Y., MOUSTIER E., 2006, Les expériences territoriales d'élaboration d'indicateurs de développement durable, in LAZZERI Y., *Les indicateurs territoriaux de développement durable, questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 77-103
- LAZZERI Y., SALORD S., 2006, *Les indicateurs territoriaux de développement durable questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan, 323 p.
- LAZZERI Y., 2008, La mesure du développement durable : expériences et questionnements, in *Responsabilité et environnement*, n° 52 : 31-36.
- LE GALL-ELY M., URBAIN C., GOMBAULT A., BOURGEON-RENAULT D., PETR C., 2007, une étude exploratoire des représentations de la gratuité et de ses effets sur le comportement des publics des musées et des monuments, in *Recherche et application en marketing*, vol. 22, n° 2 : 23-37
- LEHALLE E., 2009, Quelle stratégie pour le tourisme culturel en France ?, in ORIGET DU CLUZEAU C., TOBELEM J-M, *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 53-72.
- LEHALLE E., 2011, *Le tourisme culturel*, éd. Territorial, 161 p.
- LELOUP F., MOYART L., PECQUEUR B., 2005, La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ?, in *Géographie, économie, société*, n°4, vol. 7 : 321-332.
- LEMAISTRE A., CAVALIER S., 2002, Analyses et perspectives de gestion du Programme international d'Angkor, in *Museum international*, n° 213-214/117-125
- LENSSEN-ERZ T., 2008, L'espace et le discours dans la signification de l'art rupestre : exemple de Namubie, in *Préhistoire, art et société*, Tome LXIII : 159-169.
- LEQUIN M., 2002, L'écotourisme, expérience d'une interaction nature-culture, in *Téoros*, vol. 21, n° 3 : 38-42
- LESNE A., ZIN M., 2009, Évaluer les destinations touristiques dans un contexte de multiplication des expériences offertes aux touristes internationaux, in LEMASSON J.-P., VIOLIER P. (dir.), *Destinations et territoire, coprésence à l'œuvre*, Vol. 1, éd. Téoros : 81-91.
- LOUARGANT S., DENIZOT D., 2010, Les réseaux de la prospective à l'aune du développement territorial, in BLETON-RUGET A., COMERÇON N., VANIER M. (dir.), *Réseaux en question : utopies, pratiques et prospectives*, éd. Institut de Recherche du val de Saône-Maconnais : 219-230
- LUXEN J.-L., 2011, Les conditions de retombées économiques favorables, in ICOMOS, 17th General Assembly, 27 novembre-02 décembre, Paris, 2 p., [en ligne] [openarchive.icomos.org/1285/1/IV-1-Article\\_Luxen.pdf](http://openarchive.icomos.org/1285/1/IV-1-Article_Luxen.pdf)

---

## M

---

- MABY J., 2003a, Propositions liminaires pour éclairer le concept d'objet géographique, in MABY J. (dir.), *Objets et indicateurs géographiques*, éd. Laboratoire de géographie d'Avignon : 7-13.
- MABY J., 2003b, Approche conceptuelle et pratique des indicateurs en géographie, in MABY J. (dir.), *Objets et indicateurs géographiques*, éd. Laboratoire de géographie d'Avignon : 16-41.
- MACCHIAVELLI A., 2009, Le tourisme alpin. Conditions et ambivalences face à l'innovation, in *Revue de géographie alpine / journal of alpine research*, n° 97 : 84-100.
- MAGGIO L., 2013, Les fac-similés de la tombe égyptienne de Sennefer : une solution pour la conservation de l'original ? In *In situ, revue des patrimoines*, n° 22, 23 p.
- MALGAT C., 2010, *Les enjeux territoriaux autour de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet. Entrée patrimoniale et systémique*, Université de Savoie, Mémoire de Master 2, 32 p.
- MALGAT C., 2014, Quelle évaluation pour quelle durabilité ? Enseignements à partir du projet



- UNESCO de la grotte Chauvet (Ardèche, France), in GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT S., (dir.), *Patrimoine mondial et développement au défi du tourisme durable*, éd. Presses de l'Université du Québec : 223-246
- MALGAT C., BUFFAT R., 2013, Bourse CIFRE, une formation à la recherche-action collaborative, [en ligne] [http://aifris.eu/03upload/uplolo/cv1878\\_1293.pdf](http://aifris.eu/03upload/uplolo/cv1878_1293.pdf)
- MALGAT C., DUVAL M., 2014, La labellisation UNESCO de la grotte Chauvet, une démarche internationale pour une reconfiguration locale, in FOURNIER M., *Labellisation et mise en marque des territoires*, Clermont-Ferrand, 8-10 novembre, France : 395-409
- MALGAT C., DUVAL M., GAUCHON C., 2012, Donner à voir un patrimoine invisible, de l'original à la copie. Le cas de l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, in DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., *Karsts, paysages et patrimoine*, coll. Edytem, n° 13 : 99-114.
- MALGAT C., DUVAL M., GAUCHON C., 2015, Fac-similés et transfert de patrimonialité, in *Culture et Musée*, n° 25 : 141-163
- MALGAT C., DELANNOY J.-J., 2014, La valeur universelle exceptionnelle, entre conviction et sélection. Exemple de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc (Ardèche - France), in CHEVENEZ A., NOVELLO PAGLIANTI N., *L'invention de la Valeur Universelle Exceptionnelle de l'UNESCO. Une utopie contemporaine*, éd. L'Harmattan, coll. logiques sociales : 78-94
- MANCEBO F., 2006, *Le développement durable*, éd. Armand Colin, coll. U Géographie, 269 p.
- MARCELPOIL E., PERRET J., 2002, Les richesses des pratiques de tourisme à la ferme, in TOLRON J. (coord.), hors série revue *Ingénierie, eau, agriculture, territoires. Aménités rurales, une nouvelle lecture des enjeux territoriaux* : 43-52.
- MARCHAND G., 2010, *Un système d'indicateurs pour évaluer les impacts territoriaux des politiques de développement durable dans les zones rurales d'Amazonie brésilienne : l'expérience IDURAMAZ*, thèse de doctorat en géographie, aménagement et urbanisme, sous la direction de DROULERS M., université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, 442 p.
- MARCOTTE P., BOURDEAUL., 2010, La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO: Compatible avec le développement durable ?, in *Management & Avenir*, vol. 34, n° 4 : 270-288.
- MARCOTTE P., BOURDEAUL., LEROUX E., 2011, Branding et labels en tourisme : réticences et défis, in *Management et Avenir*, vol. 7, n° 47 : 205-222
- MAUD'HUI P., 2004, Retombées économiques des attractions touristiques à caractère patrimonial ou culturel : un modèle d'évaluation proposée par l'AFIT, acte colloque *Géographie et patrimoine, actualités, interactions, perspectives*, actes Université européenne d'été, Orléans : 103-107.
- MAUREL, C., 2009, L'UNESCO aujourd'hui, in *Vingtième Siècle*, vol. 102 n°2 : 131-144
- MÉASSON L., 2008, Utilité de l'évaluation et territorialité, communication au *Séminaire INRA Goto (gouvernance territoriale)*, lieu, 22 p.
- MEDA D., 2002, *Pour de nouveaux indicateurs de richesse*, séminaire DARES, 15 octobre 2002, Paris, 5 p.
- MENDIBIL D., 1989, Publicité et géographie : paysages, images et discours, in *Strates*, n°4. <http://strates.revues.org/4162>, 9 p.
- MENDIBIL D., 2008, Dispositif, format, posture : une méthode d'analyse de l'iconographie géographique , in *Cybergeo : European Journal of Geography* [en ligne] [cybergeo.revues.org/16823](http://cybergeo.revues.org/16823)
- MERASLI S. 2004, La qualité dans l'industrie du tourisme : un impératif majeur pour un tourisme durable, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 10-15.
- MERASLI S., 2011, *Attractivité durable des destinations touristiques*, éd. Balzac, coll. Sciences et tourisme, 197 p.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER B., 2002, *Analyser les territoires, savoirs et outils*, éd. Presse Universitaire de Rennes, 166 p.
- MESPLIER-PINET J., 2006, D'espaces de destination à espaces de projet : quels enjeux pour les territoires touristiques ?, in *CPAU Aquitaine*, bulletin n° 41 : 7-14
- MESPLIER-PINET J., 2009, Culture et patrimoine aujourd'hui, peuvent-ils contribuer au développement touristique ?, in AUDREDIE D. (dir.), *Patrimoine et tourisme*, éd. Presse Universitaire de Bordeaux : 11-24
- MICLET G., 1977, Indicateurs sociaux, indicateurs d'environnement, in *Economie rurale*, n°120 : 11-17
- MICOUD A., 2005, La patrimonialisation, ou comment redire ce qui nous relie, in BARRÈRE C., BARTHÉLÉMY D., NIEDDU M., VIVIER F.-D., *Réinventer le patrimoine, de la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ?*, éd. l'Harmattan : 81-96.
- MINVIELLE P., 1970, *Guide de la France*

souterraine, éd. Claude Tchou, 477 p.

MIOSSEC J.-M., 1977, L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme, in *Annales de Géographie*, n° 473, t. 86 : 55-70.

MOINE A., 2006, Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie, in *l'Espace géographique*, n° 2, vol. 35 : 115-132.

MOINE A., 2007, *Le territoire : comment observer un système complexe*, éd. L'Harmattan, 176 p.

MOINE A., FAIVRE E., 2011, *Le territoire comme un système complexe : de la représentation à l'action*, Conférence intercontinentale Intelligence du territoire, 12-14 Oct, Gatineau (Québec), 11 p.

MOLLARD C., 1993, La valorisation économique du gisement culturel, in AMERICAN EXPRESS COMPANY, *Tourisme et culture, de la coexistence au partenariat, synthèse des rencontres de Courchevel*, 24-26 janvier 1993, éd. Fondation Express : 45-48.

MOLLARD M.-A., 2001, Qualité et développement territorial : un grille d'analyse théorique à partir de la rente, in *Economie rurale*, n° 263 : 16-34.

MONNEY J., 2012, Et si d'un paysage l'on contait passé. Tissu de sens et grotte ornées le long des gorges de l'Ardèche, in *Karsts, paysages et préhistoire*, coll. Edytem, n° 13 : 21-42.

MONTPETIT R., 2005, Expositions, parcs, sites : des lieux d'expériences patrimoniales, in *Culture et Musée*, vol. 5, n° 1 : 111-133

MORISSET L. K., DORMALES M., 2011, Patrimoine mondial. Les enjeux locaux, in *Téoros*, vol. 30, n°2 : 3-5.

MORRONGIELLO C., 2014, *Les vacances selon le web 2.0*, communication orale « Amphi pour tous », Chambéry, le 3 juin 2014.

MOUGEY C., 2009, Quelques considérations générales sur le tourisme et la culture, in ORIGET DU CLUZEAU O., TOBELEM J.-M., *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 35-51.

MOULIN C., 1994, Tourisme international et sites du patrimoine mondial : la quadrature du cercle ? In *Revue de tourisme*, n° 1 : 27-32.

MUSSO P., 2010, Utopie et idéologie des réseaux, in BLETON-RUGET A., COMMERÇON N., VANIER M., *Réseaux en question : utopies, pratiques et prospective*, éd. Institut de recherche du Val de Saône-Maconnais : 21-30.

---

## N

---

NANNIPIERI O., 2011, L'homme, la machine et le sacré : quand la réalité virtuelle réenchante le monde, in *Journal of communication studies*, vol. 4, n° 28 : 191-202.

NEAULT C., 2004, L'évaluation de la performance dans l'industrie touristique : de quoi parlons-nous ?, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 61-63

NÉGRIER E., 1989, Réseau, régulation, territoire, in *Quaderni*, n° 7 : 55-59.

NOPPEN L., MORISSET L.K., 2003, Le patrimoine est-il soluble dans le tourisme ?, in *Téoros*, n° 22, vol. 3 : 2-6

---

## O

---

OFFNER J.-M., 2010, Faut-il sauver la notion de réseau ? in BLETON-RUGET A., COMMERÇON N., VANIER M., *Réseaux en question : utopies, pratiques et prospective*, éd. Institut de recherche du Val de Saône-Maconnais : 13-30.

OLIVIER L., BEDARD G., FERRON J., 2005, *L'élaboration d'une problématique de recherche, sources et méthodes*, éd. L'Harmattan, 94 p.

OLIVIER DE SARDAN J.-P., 1995, la politique de terrain : sur la production de données en anthropologie, in *Enquête*, n°1, 27 p.

OLU E. 2008, L'argument culturel du "touristique", l'argument touristique du culturel, symptômes de "la fin du muséal", in *Téoros* vol. 27, n°3 : 9-17.

ORIGET DU CLUZEAU C., 2009, Culture, tourisme et développement, les enjeux d'une rencontre, in ORIGET DU CLUZEAU C., TOBELEM J.-M., *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 17-33

ORIGET DU CLUZEAU C., 1998, Ça n'aurait jamais dû marcher, in *Les cahiers de l'espace*, n° 58 : 4-6.

ORIGET DU CLUZEAU C., 2007. *Le Tourisme Culturel*, 4<sup>e</sup> éd. Que sais-je ?, Presses universitaires de France. 127 p.

ORIGET DU CLUZEAU C., 2013, *Le tourisme culturel. Dynamiques et prospective d'une passion durable*, éd. De Boeck, coll. Tourisme, compétences et métiers, 96 p.



## P

- PAGES D., 2000, Des mondes parfaits aux mondes possibles : les territoires équivoques de l'utopie, in *Quaderni*, n° 41 : 43-63.
- PAQUEROT M., QUEFFELEC A., SUEUR I., BIOT-PAQUEROT G., 2011, L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie ? In *Management et Avenir*, vol. 5, n° 45 : 280-296.
- PAQUIN B., TURGEON N., 2004, La clientèle et le facteur "WOW !" : comment matérialiser une expérience de qualité, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 27-33.
- PAQUOT T., 2010, Pratiques, projets et stratégies territoriales, bref état des savoirs, in MARECHAL L. (red. en chef), *CPDT 2009, territoire(s) wallon(s)*, éd. Ghislain Géron : 11-21.
- PARENT F., 1998, La famille des parcs à thème s'est considérablement agrandie, des parcs d'attractions aux écomusées, en passant par les parcs à thème et les aquariums, in *Les cahiers de l'espace*, n° 58 : 8-13.
- PATIN V., 2012, *Tourisme et patrimoine*, éd. La documentation Française, 206 p.
- PATIN V., VINCENT J.-M., 1993, Patrimoine, culture et tourisme en France, in *Economics of conservation* : 116-118.
- PECQUEUR B., LANDEL P.-A., SENIL N., CANOVA N., ROBINET N., JULIAN X., 2007, *Les pôles d'excellence rurale en 2007 : territoires concernés, ressources mobilisées, organisations des acteurs. Quels modes d'observation à des fins d'évaluation ? Phase 1 : étude à l'échelle nationale*, DIACT, 21 p.
- PERCHERON D., 2009, Le Louvre à Lens, in *journal de l'école de Paris du management*, vol 4, n° 78 : 27-32.
- PERRET B., 2008, *L'évaluation des politiques publiques*, éd. La Découverte, coll. Repères, 120 p.
- PESQUEUX Y. 2009, La notion de territoire, communication *Colloque Propedia-Observatoire économique des banlieues*, décembre 2005, Paris, 27 p. [en ligne] <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00479794/document>
- PETIOT R., 2004, Réflexion sur la question de la création de la valeur touristique, in *Téoros*, vol. 22, n° 3 : 50-54.
- PEYRACHE-GADEAU V., 2007, Territoire touristique : capacités d'innovation et vulnérabilités, in *Loisirs et société*, vol. 30, n° 1 : 157-172.
- PEYRACHE-GADEAU V., GONZALEZ LAPORTE C., GOUIN S., 2013, Les modalités attendues de la recherche-action collaborative dans les territoires de montagne : expériences de partenariat Espace Belledonne / Labex ITEM, Communication au colloque international AIFRIS-PREFAS « *Les recherches-action collaboratives : une révolution silencieuse de la connaissance* », 27-29 mai 2013, Dijon, 8 p. [en ligne] [aifris.eu/03upload/uplolo/cv1813\\_1249.pdf](http://aifris.eu/03upload/uplolo/cv1813_1249.pdf)
- PICAZO J.-M., 1998, Un espace de qualité, garant de l'avenir du tourisme, in *Méditerranée*, tome 89, vol. 2-3 : 75-80.
- PIRIOU J., 2009, Une approche régionale de la destination touristique, étude de cas de la vallée de la Loire et du bassin lémanique, in LEMASSON J.-P., VIOLIER P. (dir.), *Destinations et territoire, coprésence à l'œuvre*, Vol. 1, éd. Téoros : 38-44.
- PIRIOU J., 2011, Le haut-lieu touristique, un cadre d'analyse de l'excellence d'une destination, in *Téoros*, vol. 30, n° 1 : 25-32.
- PLEINTEL M., 2011, *Art contemporain en milieu rural : un état des lieux*, Mémoire pour l'obtention du diplôme EDHEC, Business school, 74 p.
- POISSON J., 2004, Le voyage aux eaux : histoire de la desserte ferroviaire des stations thermales, in *revue d'histoire des chemins de fer*, n° 31 : 201-233.
- PORTOLÈS J.-B., MADORRAN E.-R., 2012, Variation autour du concept d'empreinte culturelle. Définition du concept et modes de mesure, in *Colophon*, éd. Centre Maurits Coppieters, n° 5, 55 p.
- POTTER (DE) L., 1859, *Dictionnaire rationnel des mots les plus usités en sciences, en philosophie, en politique, en morale et en religion*, éd. A. Schinée, 348 p.
- PRALONG J.-P., 2009, Pour une mise en valeur touristique et culturelle des patrimoine des l'espace alpin : le concept d'« histoire totale », in *Histoire des Alpes*, n° 9 : 301-310
- PRATS M., 1981, La question de l'authenticité, in *Les cahiers de la section française de l'ICOMOS*, n° 22 : 191-193.
- PRATS M., 2004, Les opérations grands sites : des laboratoires où concilier protection et développement, in dir. *Économie et patrimoine. Actualités, interactions, perspectives*, Actes universités Européennes d'été, Orléans : 40-44.
- PRATS M., THIBAUT J.-P., 2003, Qu'est ce que l'esprit des lieux, in ICOMOS, 14 th general assembly and international symposium : "place, memory, meaning : preserving intangible values in monumental and sites", 27-31 oct. 2003, Victoria

Falls, Zimbabwe, 4 p.

PREUIL S., 2014, *La mise en tourisme du patrimoine Khmer de la province de Siem Reap au Cambodge. Aide à la lutte contre la pauvreté ou facteur de paupérisation ?*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de LERICHE F., université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines, 336 p.

PRIGENT L., 2004, *Valeur d'usage et valeur d'existence d'un patrimoine. Une application de la méthode d'évaluation contingente au Mont Saint Michel*, Thèse de doctorat en sciences économiques, sous la direction de BONCOEUR J., Université de Bretagne occidentale, 358 p.

PRINGENT L., 2011, Le patrimoine mondial est-il un mirage économique ? Les enjeux contrastés du développement touristique, in *Téoros*, vol. 30, n°2 : 6-15.

PRINGENT L., 2013, L'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco, les promesses d'un label ?, in *Revue internationale et stratégique*, vol. 2, n° 90 : 127-135.

PROUS A., 1994, L'art rupestre du Brésil, in *Préhistoire ariégeoise, bulletin de la société préhistorique Ariège-Pyrénées*, tome XLIX : 77-144.

PROULX I., GILBERT N., 2004, La qualité en tourisme : la fin justifie les moyens !, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 1-5

PRUD'HOMME R., GRAVARI-BARBAS, M., JACQUOT S., TALANDIER M., NICOT B-H., ODZIRLIK B., 2008, *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du Patrimoine Mondial : trois études*, Rapport pour le comité du patrimoine mondial, non publié, 149 p.

PUCCI P., VACHERET G., 1999, Interconnexion et rôle des nœuds d'infrastructures : du sectoriel au général, in *Flux*, n° 38 : 30-38.

PUMAIN D., SAINT-JULIEN T., 2004, *L'analyse spatiale, localisation dans l'espace*, éd. Armand Colin, 167 p.

PUYDEBAT J.M., 1998, Un centre d'interprétation n'est pas un parc à thème ! Analyse théorique et pratique à travers l'exemple du château d'Anvers, in *Les cahiers de l'espace*, n°58 : 46-51

## R

RAFFESTIN C., 1982, Remarques sur les notions d'espace, de territoire et de territorialité, in *Espaces et sociétés*, n° 41 : 167-171.

RAFFESTIN C., 1983, La territorialité mal aimée et/ou mal comprise ou les avatars d'une notion mal aimée et/ou mal comprise, in *Espace géographique*, n° 4, vol. 12 : 305-306.

RAFFESTIN C., 1986, Ecogénèse territoriale et territorialité, in AURIAC F., BRUNET R., *Espaces, jeux et enjeux*, p. 175-185.

RAUCH A., 2001, Les loisirs sous la tente, traditions et innovations d'une pratique sociale, in *Ethnologie Française*, n° 4, vol. 31 : 599-605

RAVANEAU G., SIROST O., 2001, Le camping ou la meilleure des républiques. Enquêtes ethnographique dans l'île de Noirmoutier, in *Ethnologie Française*, n° 4, vol. 31 : 669-680.

RECH Y., MOUNET J.-P., BRIOT M., 2009, L'innovation dans les sports de nature : l'irruption de nouvelles activités dans une station de sports d'hiver, in *Espaces et société*, vol. 1, n° 136-137 : 155-171

REINIUS, S. W., FREDMAN P., 2007, Protected areas as attractions, *Annals of Tourism Research* vol.34, n° 4 : 839-854.

RHEAULT M., 2004, La classification de l'hébergement touristique : un outil essentiel à la qualité du produit, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 - 38-41.

RICHARD M., 2008, L'esprit du lieu se cache-t-il dans le nom du lieu ? L'esprit du lieu et la toponymie : les dieux, la mémoire et l'invitation au voyage, in ICOMOS, *L'esprit des lieux entre le matériel et l'immatériel*, actes symposium Quebec, Canada, 29 sept - 4 oct., 10 p.

ROLLAND-MAY C., 2000, *Evaluation des territoires, concepts, modèle, méthode*, éd. Hermès, 381 p.

ROUDIL J.-L., 2010, *Préhistoire de l'Ardèche*, éd. Du Chassel, 195 p.

ROUSSEAU C., 2004, *Label écologique européen : quels impacts sur les choix de consommation ?*, éd. Centre de Recherche et d'informations des organisations de consommateurs, 25 p.

ROUSSEAU S., HOLEC N., GOXE A., 2006. " Appel à contribution n°8 "Méthodologies et pratiques territoriales de l'évaluation en matière de développement durable" ", in *Développement durable et territoires*, revue en ligne <http://developpementdurable.revues.org/1704>.

ROY J-B., 2005, Les parcs archéologiques au risque du parc de divertissement, in *Culture & Musées*, vol. 5, n° 1 : 37-63.

ROZMAN Ć., POTOČNIK M., PAŽEK K., BOREC A., MAJKOVIĆ D., BOHANCE M., 2009, A multi-criteria assessment of tourist farm service quality, in *Tourism Management*, n° 30 : 629-637

RUDOLF F., 2006, Indicateurs de développement durable et processus de modernisation, in LAZZERI Y., *Les indicateurs territoriaux de développement durable, questionnements et expériences*, éd. L'Harmattan : 45-58

## S

SAADÉ W., 2009, Eloge d'un tourisme culturel lent, le tourisme culturel et son éthique, in ORIGET DU CLUZEAU C., TOBELEM J-M, *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 195-212.

SABOURDY M., 2009, *Conservation et vulgarisation de l'art pariétal : le «musée imaginaire» de la préhistoire*, Mémoire de master 2 Biogéométrie - production et diffusion des savoirs scientifiques, spécialité journalisme scientifique, sous la direction de LEFEBVRE T., université Paris Diderot, Paris 7, 103 p.

SADIER B., 2004, *étude géomorphologique d'un grand vide karstique. Exemple de la salle 2 du réseau II d'Ornagnac-Issirac*, université de Savoie, mémoire de master 1, 84 p.

SADIER B., 2013, *3D et géomorphologie karstique : la grotte Chauvet et les cavités des gorges de l'Ardèche*, université de Savoie, thèse de doctorat de Géographie, sous la direction de DELANOY J.-J., 478 p.

SADIER B., DELANNOY J.-J., BENEDETTI L., BOURLÈS D., JAILLET S., GENESTE J.-M., LEBATARD A.-E., ARNOLD M., 2012, Further constraints on the Chauvet cave artwork elaboration, in *Proceeding of the national academy of sciences*, n° 109, vol. 21 : 8002-8006.

SAEZ G., LANDEL P.-A., PERIGOIS S., 2007, *«Villes et Pays d'Art et d'Histoire en Rhône-Alpes», bilan et perspectives*, Rapport final, étude pilotée par l'Observatoire des politiques culturelles, DRAC, 141 p.

SANCHEZ A., 1998, Le concept de parc à thème. Définition, évolution et perspectives, in *Les cahiers de l'espace*, n° 58 : 14-23.

SALAZAR N. B., 2014, 1972-2012 : forty years of world heritage convention. Time to take tourism seriously ?, in GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT S., (coord.), *Patrimoine mondial et développement : au défi du tourisme durable*, éd. Presses de l'Université

du Québec, coll. Nouveaux patrimoines : 27-46

SELOUDRE J-P., 2009, Les fonctions du regard touristique. Peut-on parler d'une " médiation touristique?", in AUDREDIE D. (dir.), *Patrimoine et tourisme*, éd. Presse Universitaire de Bordeaux : 67-82.

SEMPE L., 2009, Approche marketing de la notion de " représentation mentale ", la construction d'une identité territoriale et patrimoniale, in AUDREDIE D. (dir.), *Patrimoine et tourisme*, éd. Presse Universitaire de Bordeaux : 31-36.

SENILN., 2011, *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation dans les territoires ruraux en France et au Maroc*, thèse de doctorat en géographie, sous la direction de PECQUEUR B., université de Grenoble, 561 p.

SHARPLEY R., 2002, Rural tourism and the challenge of tourism diversification : the case of Cyprus, in *Tourism Management*, n° 23 : 233-234.

SIBERTIN-BLANC M., 2011, Comment positionner la culture au cœur d'un projet de territoire, in Allemand S., *Culture, tourisme, territoire, des synergies à construire*, éd. La librairie des territoires : 47-53.

SIGNORET P., MOINE A., 2008, Du territoire au territoire par l'observation, prendre en compte la diversité des territoires et adapter les méthodes et les outils, *Acte colloque conférence internationale d'intelligence territoriale*, Besançon, 19 p.

SIGNORET P., 2008, Le territoire dans les systèmes d'observation : approche conceptuelle et perspectives, *Acte du XLV ème colloque de l'ASDRLF*, Rimousti, Québec, Canada, 15 p.

SIROST O., 2001, Les débuts du camping en France : du vieux campeur au village de toile, in *Ethnologie Française*, n° 4, vol. 31 : 607-620.

SIROST O., 2001, Camper ou l'expérience de la vie précaire au grand air, in *Ethnologie Française*, n° 4, vol. 31 : 581-589.

SIROST O., 2002, Habiter en camping ou l'art de se nicher dans le paysage, in *Communications*, n° 73 : 49-64.

SOULÉ B., 2007, Observation participante ou participation observante ? Usages et justification de la notion de participation observante en sciences sociales, in *Recherches qualitatives*, vol. 27, n°1 : 127-140

SUD DE FRANCE DEVELOPPEMENT, 2013, *Tourisme, programme 2013*, 32 p.



## T

TALENDIER M., 2008, Le classement Unesco favorise-t-il l'activité touristique et le développement économique locale ? Une étude économétrique du cas de la France, in GRAVARI-BARBAS M. et Al., *les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial, 3 études*, non publié : 72-111

TANGUAY J., 2004, La qualité en tourisme : de la norme à la destandardisation, in *Téoros*, vol. 23, n° 2 : 5-9.

TARDIF J., 2003, Ecotourisme et développement durable, in *Vertigo*, vol. 4, n° 1 [en ligne] vertigo.revues.org.gate3.inist.fr/4575

THEYS J., 2000, Quelles recherches sur le développement durable ? Un détour par les indicateurs, in *Notes du centre de prospective et de veille scientifique*, n° 13 : 111-117.

THEYS J., 2002, L'approche territoriale du «développement durable», condition d'une prise en compte de sa dimension sociale, in *Développement durable et territoire*, revue en ligne : <https://developpementdurable.revues.org/???>, 14 p.

THEYS J., 2012, L'approche territoriale du « développement durable », condition d'une prise en compte de sa dimension sociale, in *Développement durable et territoires*, revue en ligne : <https://developpementdurable.revues.org/1475>, 12 p.

THIBAUT J.-P., (coord.), 2009, *Petit traité des grands sites*, éd. Actes Sud, 220 p.

THOMIN J.P., 1993, Un site culturel à forte vocation touristique est-il très éloigné d'un parc à thème ?, in *Téoros*, vol. 12, n° 3 : 22-25

THROSBY D., 2008, La place de la culture dans le développement durable : réflexions sur la future mise en œuvre de l'article 13, in UNESCO, *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, CE/08/Throsby/Art.13, 6 p.

TOBELEM J.-M., 2009, Culture, croissance et développement, in ORIGET DU CLUZEAU C., TOBELEM J.-M., *Culture, tourisme et développement, les voies d'un rapprochement*, éd. L'Harmattan : 237-271

TOMAS F. 1994, Du paysage aux paysages, pour une autre approche paysagère, in *Revue de géographie de Lyon*, vol. 69, n°4 : 277-286.

TORRES E., 2000, Adapter localement la problématique du développement durable : rationalité procédurale et démarche-qualité, in *Développement durable et territoire*, éd. Presses universitaires de Septentrion, p. ?

TORRENTE P., 2011, Culture et tourisme : deux notions associées pour le meilleur et pour le pire, in ALLEMAND S., *Culture, tourisme, territoire, des synergies à construire*, éd. La librairie des territoires : 54-57.

TOSELLO G., DALIS A., FRITZ C., 2012, Copier pour montrer, connaître avant de copier. Entre recherche et médiation, le fac-similé d'art préhistorique, in DELANNOY J.-J., JAILLET S., SADIÉ B., (coord.), *Karsts, paysages et préhistoire*, coll. Edytem, n°13 : 89-98.

TURGEON L., 2003, L'esprit du lieu : entre le matériel et l'immatériel. Présentation de la thématique du colloque, in ICOMOS, 14 th general assembly and international symposium : "place, memory, meaning : preserving intangible values in monumental and sites", 27-31 oct. 2003, Victoria Falls, Zimbabwe, 8 p.

## U

UNESCO, 1972, *Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel*, paris, 15 p.

UNESCO, 1978, *Orientations devant guider la mise en œuvre de la convention du patrimoine mondial*, 13 p.

UNESCO, 2002, *Monitoring world heritage*, World heritage papers n°10, 132 p.

UNESCO, 2005, *Orientations devant guider la mise en œuvre de la convention du patrimoine mondial*, 162 p.

UNESCO, 2008, *Trousse à outils : amélioration de notre patrimoine. Evaluer l'efficacité des la gestion des sites naturels du patrimoine mondial*, World heritage papers n°23, 103 p.

UNESCO, 2009, *World heritage and buffer zone*, in *world heritage paper*, n° 15, 200 p.

UNESCO, 2010a, *Tourisme durable, entre menace et espoir*, revue « *patrimoine mondial* » n° 58, 120 p.

UNESCO, 2010b, *Avancement du tourisme durable sur les sites du patrimoine mondial naturels et culturels*, Rapport sur l'atelier international aux grottes de Mogao, site du patrimoine mondial, Chine, 26-29 septembre, WHC-10/34. COM/INF.5F.1, 45 p.

UNESCO, 2011, *Avenir de la convention du*

*patrimoine mondial*, 18<sup>ème</sup> session de l'assemblée générale des Etats parties à la convention sur la protection du patrimoine mondial naturel et culturel, Paris, 7-9 novembre 2011, WHC-11/18.GA/11, 11 p.

UNESCO, 2011a, *Orientations devant guider la mise en oeuvre de la convention du patrimoine mondial*, 165 p.

UNESCO, 2012a, Développement durable, revue « *patrimoine mondial* », n° 65, 112 p.

UNESCO, 2012b, *Convention du patrimoine mondial et développement durable*, Rapports du centre du patrimoine mondial et des organisations consultatives, 36<sup>ème</sup> session, Saint Pétersbourg, 24 juin-6 juillet 2012, WHC-12/36.COM/5C, 6 p.

UNESCO, 2012c, *Orientations devant guider la mise en oeuvre de la convention du patrimoine mondial*, 168 p.

UNESCO, 2013, *Orientations devant guider la mise en oeuvre de la convention du patrimoine mondial*, 171 p.

UNESCO, 2014, *Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel mondial*, Comité du patrimoine mondial, 38<sup>ème</sup> session, Doha, Qatar, 15-21 juin 2014, 288 p.

UNESCO, 2014a, *Gérer le patrimoine culturel*, Manuel de référence, 166 p.

URBAIN J.-D., 2002, *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, éd. Payot, 354 p.

URIELY N., 2005, The tourist experience, conceptual developments, in *Annals of tourism research*, vol. 32, n° 1 : 199-216.

## V

VALLADAS H., CLOTTES J., GENESTE J.-M., GARCIA M., ARNOLD M., CACHIER H., TISNERAT-LABORDE N., 2001, Evolution of prehistoric cave art, in *Nature*, n° 413 : 479

VAN DER AA BART J.M., 2005, *Preserving the heritage of humanity ? Abstaining world heritage status and the impact of listing*, thèse de science spatiale, sous la direction de Dr F. ZWARTS, université de Groningen, 208 p.

VANIER M., 2006, Partager la souveraineté territoriale : objets, modes et principes de l'Etat "glocal", in *Rives Méditerranéennes*, n° 25 : 9-18

VIEL A., 2003, Quand souffle "l'esprit des lieux", in ICOMOS, 14<sup>th</sup> general assembly and international symposium : "*place, memory, meaning : preserving intangible values in monumental and sites*", 27-31

oct. 2003, Victoria Falls, Zimbabwe, 8 p.

VENTURINI J. E., 2011, Tourisme culturel et développement durable, in ICOMOS, *Le patrimoine, moteur de développement*, p. 567-574.

VENZAL-BARDE C., 2006, Culture scientifique et tourisme : exemple du réseau des " musées du Verdon ", in *Méditerranée*, n° 107 : 87-92.

VERNIÈRES M., 2012, La contribution du patrimoine au développement local : enjeux et limites de sa mesure, Communication colloque *La mesure du développement*, 1-3 février 2012, Paris, 11 p.

VESCHAMBRE V. 2007, Patrimoine : un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales, in *Annales de géographie*, vol. 656, n° 4 : 361-381.

VILLALBA B., GOXE A., LIPOVAC J.-C., 2005, Evaluer le développement durable : enjeux, méthodes, démarches d'acteurs, in *Développement durable et territoires*, revue en ligne : <https://developpementdurable.revues.org/1676>, 17 p.

VIOLLIER P., 2009, Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques, in LEMASSON J.-P., VIOLLIER P. (dir.), *Destinations et territoire, coprésence à l'œuvre*, Vol. 1, éd. Téoros : 26-37.

VOGT A.-C., FESENMAIER D. R., 1995, Tourists and retailers' perceptions of services, in *Annals of tourism research*, vol. 22, n° 4 : 763-780.

VOLKEN H., 2007, Les fondements : mesure pour mesure, in *Revue européenne des sciences sociales*, vol. XLV, n° 138, 13 p.

VOURC'H A., 2005, *Le tourisme dans les grands sites de patrimoine : quel impact écologique ? Le bilan des grands sites de France*, 15<sup>th</sup> ICOMOS General Assembly and International Symposium : 'Monuments and sites in their setting - conserving cultural heritage in changing townscapes and landscapes', 17 - 21 oct 2005, Xi'an, China. 4 p.

## W, X, Y, Z

WEIERMAIN K., FUCHS M., 1999, Measuring tourist judgement on service quality, in *Annals of tourism research*, vol. 26, n° 4 : 1004-1021.

WEISSBERG J.L., 1998, Le déplacement virtuel de Lascaux, in *Publics et musées*, n° 13 : 129-145.

ŽABKAR V., MAKOVIC BRENCIĆ M., DMIKOVIĆ T., 2010, Modeling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level, in *Tourism Management*, n° 31 : 537-546.



ZINS M., 1993, Enjeux stratégiques des parcs thématiques : Amérique du Nord et Europe, in *Téoros*, vol. 12, n° 3 : 5-9.

## SOURCES

A.A., nda, *Projet de protection et de valorisation des dolmens*, np.

A.A., ndb, *Initiative partenariale de valorisation du patrimoine dolménique*, Cahier des charges en vue de réaliser uen étude/action dans le cadre du dispositif Fracet, np.

A.A., 2009, *Mise à disposition gratuite de la grotte des Huguenots à la commune de Vallon-Pont-d'Arc*, Convention, 3 p.

A.A, 2013, *Compte rendu de la réunion sur la mise en place d'une convention autour du projet de protection et de valorisation des dolmens en Ardèche*, réunion du 4 avril 2013, mairie de Saint-Alban-d'Auriolles, 3 p.

A.A, 2013a, *Convention de partenariat pour la constitution du réseau de médiation des patrimoines naturels et culturels de l'Ardèche Méridionale*, 6 p.

A.A., 2015, *Contrat de plan Etat-Région 2015-2020 en Rhône-Alpes - la déclinaison en Ardèche*, dossier de presse du 21 février 2015, 15 p.

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'ARDÈCHE., 2010, *Candidature Pôle d'Excellence Rurale 2010 «Mutation par l'innovation de l'hôtellerie et de l'accueil touristique de groupe en Ardèche»*, 17 p.

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'ARDÈCHE, 2012, *Enjeux et stratégie touristiques autour du grand projet Chauvet-UNESCO*, Journée d'information / mobilisation des acteurs du tourisme ardéchois, 23 mars 2012 Vinezac, 27 mars Vion, np.

AGENCE FOLLÉA-GAUTHIER, 2013, *Étude pour la requalification du site classé du Pont d'Arc et de ses abords (Opération Grand Site)*, Phase 3 / Fiches action - document d'étape, 01 octobre 2013, 79 p.

AGENCE FOLLÉA-GAUTHIER, 2013a, *Etude pour la requalification du site classé du Pont d'Arc et de ses abords (Opération Grand Site)*, Projet et programme d'actions, 177 p.

ARDÈCHE LOISIRS ET PATRIMOINE, nd, *Charte d'engagement - Adhérents Ardèche Loisirs et Patrimoine*, 1 p.

ATELIER BLEU, 2013, *Étude-Action structuration de filières thématiques touristiques départementales autour du grand projet Chauvet*, Comité de pilotage du 17 juillet 2013, 95 p.

AVEN D'ORGNAC GRAND SITE DE FRANCE, 2010, *Projet scientifique et culturelle du musée de Préhistoire d'Orgnac*, 24 p.

CLOTTE J., 1995, Rapport sur des découvertes à Vallon-Pont-d'Arc (Ardèche), in SMERGC, 2011a, *la grotte Ornée Chauvet-Pont-d'Arc*, Tome 1, dossier de candidature : 83-90

CLOTTE J., 2000, *Rapport sur la grotte Chauvet*, 14 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, nd, *Site classé des abords du Pont d'Arc et Espace de restitution de la grotte Chauvet, un projet d'ensemble*, Département de l'Ardèche, Terre d'Audace, 59 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, nda, *Schéma départemental de développement touristique, nouvelles orientations 2012-2014*, en collaboration avec Ardèche Tourisme, 38 p.

CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, 2000, *Espace de restitution de la grotte Chauvet, un enjeu d'aménagement du territoire pour le département de l'Ardèche et la région Rhône-Alpes*, Terre d'Audace, département de l'Ardèche, 44 p.

CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, 2000a, *Espace de restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, un enjeu de territoire*, 31 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE 2001, *Les porteurs de lumière, Présentation générale*, 21 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2001a, *Les porteurs de lumière, dossier 1 : scénario de visite et scénographie*, 47 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2001b, *Les porteurs de lumière, dossier 2 : morphing de la grotte Chauvet et décors virtuels*, 33 p.

CONSEIL GENERAL, DE L'ARDÈCHE 2001c, *Les porteurs de lumière, dossier 3 : mise en oeuvre de la restitution de la grotte, des représentations pariétales, de la géologie et paléontologie, et étude des techniques de relevé*, 45 p.

CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2003, *Délibérations du Conseil général, Décision modificative n° 2 séance du 30 septembre 2003, demande d'inscription de la Combe d'Arc sur la liste du patrimoine mondial*, np.

CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, 2004, *Document cadre pour l'élaboration de la nouvelle*

- convention de l'opération Grand Site du Pont d'Arc et des Gorges de l'Ardèche*, document de travail, 12 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2005, *Projet Chauvet - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion de travail du jeudi 30 juin 2005, à l'hôtel du département, Privas, 3 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2005a, *Projet Chauvet-Pont-d'Arc - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion de l'équipe opérationnelle du 6 octobre 2005, sous préfecture de Largentière, 4 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2006, *Projet Chauvet-Pont-d'Arc - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion de l'équipe opérationnelle Etat-Région-Département du 26 juin 2006, à la DRAC Rhône-Alpes (Lyon), 3 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2007, *Format pour la soumission d'une liste indicative, nom du bien : la Grotte ornée Chauvet-Pont d'Arc*, document provisoire, 6 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2007a, *Projet Chauvet-Pont-d'Arc - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion de l'équipe opérationnelle Etat-Région-Département du 13 septembre 2007, hôtel du département, Privas, 4 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2007b, *Projet Chauvet-Pont-d'Arc - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion de l'équipe opérationnelle Etat-Région-Département du 29 novembre 2007, à la DRAC Rhône-Alpes (Lyon), 5 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2008, *Projet Chauvet-Pont-d'Arc - Patrimoine mondial*, Compte-rendu de la réunion du 11 mars 2008 au Ministère de la Culture (Direction de l'Architecture et du Patrimoine), 3 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2010, *Schéma départemental du tourisme 2008-2011*, Dossier d'évaluation 2009, 36 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2011, *Plan de déplacement pour assurer l'accessibilité et la desserte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet et son territoire environnant*, document final, 73 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2011a, *Plan de déplacement pour assurer l'accessibilité et la desserte de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet et son territoire environnant*, rapport de synthèse, 13 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2012, *Schéma départemental de développement touristique 2012-2014*, np
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2013, *Reliefs, le magazine du Conseil général*, mars/avril 2013, n°56, 31 p.
- CONSEIL GENERAL DE L'ARDÈCHE, 2015, *Ardèche Tourisme Horizon 2020, stratégie départementale de développement touristique 2015-2020*, 114 p. [en ligne] [http://www.wobook.com/WB\\_k8Ws1Ke64/PLAN-ARDECHE-TOURISME-BDef-web-pour-wobook.html](http://www.wobook.com/WB_k8Ws1Ke64/PLAN-ARDECHE-TOURISME-BDef-web-pour-wobook.html)
- CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, RÉGION RHÔNE-ALPES, ÉTAT FRANÇAIS, 2008, *Contrat de projet État-Région 2007-2013, Grand projet n° 8 «Créer l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet-Pont-d'Arc»*, 19 p.
- CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDÈCHE, MAIRIE DE VALLONT-PONT-D'ARC, 2011, *Note d'intentions pour la requalification du site classé du Pont d'Arc et ses abords*, 22 p.
- CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDÈCHE, MAIRIE DE VALLONT-PONT-D'ARC, 2012, *Opération Grand Site de la Combe d'Arc, Plan stratégique de concertation et de communication du projet*, Comité de pilotage, 1<sup>er</sup> octobre 2012, Préfecture de Privas, 3 p.
- CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ARDÈCHE, SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDÈCHE, MAIRIE DE VALLONT-PONT-D'ARC, 2014, *Opération Grand Site des Gorges de l'Ardèche, requalification des abords du Pont d'Arc*, Approuvé par le comité de pilotage du 15 octobre 2014, 120 p. [en ligne] [http://www.gorgesdelardeche.fr/download/extranet/ogs\\_gorges\\_de\\_lardeche.pdf](http://www.gorgesdelardeche.fr/download/extranet/ogs_gorges_de_lardeche.pdf)
- EDYTEM, DIREN RHÔNE-ALPES, 2008, *Etude préalable au projet d'extension de classement du site des abords du pont d'Arc, Ardèche*, 156 p.
- EUROËKA - MARKETING CONSEIL, 2013, *Rapport d'étude - Enquête auprès des visiteurs des Villages de Caractère de l'Ardèche*, 93 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/002578710378bc699b703>
- GAUTHIER M., 2012, *Réflexion sur des mesures de préservation des espaces naturels aux abords de l'ERGC ?*, travail de stage de fin d'étude, présenté à Privas, le 28 septembre 2012, Montpellier SupAgro, np.
- GRAND PROJET CPER N° 8 GROTTES CHAUVET-PONT-D'ARC, 2009, *Cahier des charges de l'appel à projets «mise en valeur et en réseau des sites patrimoniaux»*, np.
- GRAND PROJET RHÔNE-ALPES CHAUVET,

2010, *Protocole 2011-2016*, 48 p.

ICOMOS, 2012, *Grotte Chauvet (France) N° 1426, évaluation de la procédure d'urgence*, in ICOMOS, 2012, *Evaluation des propositions d'inscription de biens mixtes et culturels sur la liste du patrimoine mondial - proposition d'inscription sur la liste du patrimoine mondial soumises pour examen en urgence* : 13-21. [en ligne] <http://whc.unesco.org/archive/2012/whc12-36com-8B1infAdd2-fr.pdf>

ICOMOS, 2013, *Liste du patrimoine mondial, la grotte Ornée, question complémentaire*, courrier du 13 décembre 2013, Ambassadeur délégation permanente de la république française auprès de l'UNESCO, np.

ICOMOS, 2014, *Grotte ornée du Pont d'Arc (France) N° 1426, rapport d'inscription*, in ICOMOS, 2014, *Évaluations des propositions d'inscription de biens mixtes et culturels sur la liste du patrimoine mondial* : 13-21, [en ligne] <http://whc.unesco.org/archive/2014/whc14-38com-inf8B1-fr.pdf>

JACOTOT P., GUILLAUMONT N., 1999, *La Trace, projet d'aménagement de la combe d'Arc*, Notice descriptive APS, 26 p.

JACOTOT P., GUILLAUMONT N., 1999a, *La Trace, projet d'aménagement de la combe d'Arc*, Dossier graphique, 31 p.

MAISON DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION, 2014, *Mieux répondre aux attentes des clientèles Grand Projet la Caverne du Pont d'Arc*, 35 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/003220431a1855a923ff7>

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, 1982, *Décret portant classement parmi les sites pittoresques des abords du «Pont d'Arc» à Labastide de Virac, Lagorce, Salavas et Vallon-Pont-d'Arc (Ardèche)*, 4 p.

MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT, SIVA, MINISTÈRE DU TOURISME, 1993, *Opération «grand Site», sites protégés du Pont d'Arc et des Gorges de l'Ardèche, charte de mise en valeur*, 57 p.

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'ÉNERGIE, 2013, *Décret du 07 janvier 2013 portant sur le classement parmi les sites du département de l'Ardèche de l'ensemble formé par les abords du Pont d'Arc et de la grotte Chauvet (surface et tréfonds) sur le territoire de la commune de Vallon-Pont-d'Arc*, 1 p.

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2003, *Bilan touristique 2003*, CDT, 50 p. [en ligne] <http://pro.ardeche-guide.com/les-archives-des-bilans-touristiques>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2007, *La*

*fréquentation et les clientèles touristiques de l'Ardèche. Étude 2005*, document de synthèse, CDT, 23 p.

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2008, *Études thématiques : la labellisation des villages de caractère : un levier pour le développement du tourisme culturel en Ardèche ?*, ADT, np. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/002578710dd2dfab729db>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2008a, *Atlas des équipements touristiques de l'Ardèche*, édition 2008, CDT, 64 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/002578710e8e54270ba74>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2008b, *Bilan touristique 2008*, ADT, 40 p. [en ligne] <http://pro.ardeche-guide.com/les-archives-des-bilans-touristiques>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2009, *Les activités sportives de nature au coeur de l'économie touristique de l'Ardèche*, document de synthèse, les dossiers de l'observatoire, CDT, 19 p. [en ligne] [http://doc.sportsdenature.gouv.fr/doc\\_num.php?explnum\\_id=202](http://doc.sportsdenature.gouv.fr/doc_num.php?explnum_id=202)

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2011, *Étude des visiteurs de la Combe d'Arc 2010-2011*, ADT, SGGa, 20 p.

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2011a, *Les clientèles des sites d'Ardèche Loisirs et Patrimoine. Profil des visiteurs, origine géographique, canaux de communication*, ADT, 20 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/00257871067b86dc06a23>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2011b, *Chiffres clés de l'économie du tourisme en Ardèche, Année 2010*, ADT, 10 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/0025787107bf774a44e57>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2012, *La fréquentation et les clientèles touristiques de l'Ardèche. Étude 2010-2011*, ADT, 24 p. [en ligne] <http://pro.ardeche-guide.com/la-clientele-en-2010>

OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE, 2012a, *La fréquentation et les clientèles touristiques de l'Ardèche, étude 2010-2011*, Strate étudiée : les séjours sur le territoire Ardèche Plein Sud, ADT, 24 p. [en ligne] <http://pro.ardeche-guide.com/la-clientele-en-2010>



- OPPIDUMSIS, 2006, *Processus de recherche d'un site d'implantation pour l'espace de restitution de la Grotte Chauvet-Pont-d'Arc*, document de synthèse, 128 p.
- OPPIDUMSIS, 2010, *Assistance/conseil pour la définition d'une stratégie touristique autour du grand projet «Grotte Chauvet-Pont-d'Arc», Phase 1 - analyse de fréquentation attendue / recherchée*, Syndicat mixte du pays Ardèche Méridionale, 130 p.
- OPPIDUMSIS, 2010a, *Définition d'une stratégie touristique autour du grand projet «Grotte Chauvet-Pont-d'Arc», rendu Phase 2 - stratégie de développement*, Syndicat mixte du pays Ardèche Méridionale, 27 p.
- OPPIDUMSIS, 2010b, *Définition d'une stratégie touristique autour du grand projet «Grotte Chauvet-Pont-d'Arc», Phase 3 - plan d'actions*, Syndicat mixte du pays Ardèche Méridionale, 55 p.
- PRÉFECTURE DE L'ARDÈCHE, 2011, *Arrêté préfectoral n° 2011-348-0021 portant modification des statuts du syndicat mixte «Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc», np.*
- SCENE, 2011, *Réalisation de l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, Commune de Vallon, DCE, carnet 5 : détails muséographiques*, 88 p.
- SMERGC, 2009, *Compte rendu du comité opérationnel UNESCO*, 23 septembre 2009, Espace Rhône-Alpes, Privas, 4 p.
- SMERGC, 2010, *Carnet de voyage n° 2 pour une candidature UNESCO*, np.
- SMERGC, 2011a, *la grotte Ornée Chauvet-Pont-d'Arc, Tome 1, dossier de candidature*, 296 p. [en ligne] <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1426.pdf>
- SMERGC, 2011b, *la grotte Ornée Chauvet-Pont-d'Arc, Tome 2, Plan de gestion*, 290 p. [en ligne] <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1426.pdf>
- SMERGC, 2011c, *la grotte Ornée Chauvet-Pont-d'Arc, Tome 3, Annexes*, 290 p. [en ligne] <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1426.pdf>
- SMERGC, 2011d, *Rapport projet de délibération et Annexes - Délégation de service public de l'Espace de Restitution de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc, Convention et Annexes à la délégation de service public*, np.
- SMERGC, 2011e, *Rapports complémentaires et projets de délibération*, séance du 21 novembre 2011, np.
- SMERGC, 2011f, *Charte pour la mise en oeuvre et le suivi du plan de gestion de la candidature UNESCO de la grotte Chauvet-Pont-d'Arc*, 8 p.
- SMERGC, 2012, *Etude pour la définition d'une offre de transport collectif et de stationnements à l'échelle du territoire de la future communauté de communes des gorges de l'Ardèche*, 8 p.
- SMERGC, 2013, *Plan de déplacement pour assurer l'accessibilité de l'ERGC et de son territoire environnant*, comité de pilotage, Privas, 5 février 2013, 44 p.
- SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE, 2012, *Diagnostic socio-économique de la vallée de l'Ibie*, 108 p. [en ligne] <http://www.villeneuveberg.fr/ressources/articles/diagnostic-socio-economique-452.pdf?1462749192>
- SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE, 2012b, *Opération Grand Site Combe d'Arc*, Relevé des conclusions du comité de pilotage du 1<sup>er</sup> octobre 2012, préfecture de Privas, 3 p.
- SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE, 2013, *Compte-rendu du conseil participatif OGS Pont d'Arc*, 21 mai 2013, relevé de conclusions du conseil participatif - atelier «Modes de découvertes du site classé», 8 p.
- SYNDICAT DE GESTION DES GORGES DE L'ARDECHE, 2013a, *Synthèse des entretiens individuels*, OGS du Pont d'Arc, Conseil participatif, 4 p.
- SYNDICAT MIXTE DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES MONTS D'ARDÈCHE, 2011, *Rapport de charte du Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche 2013-2025*, 123 p. [en ligne] <http://fr.calameo.com/read/00038517522ed3e491091>
- SYNDICAT MIXTE DU VIVARAIS MÉRIDIONAL, 2011, *Un dossier de candidature pour un Pays d'Art et d'Histoire en Vivarais Méridional*, 155 p. [en ligne] <http://www.vivaraismeridional.fr/docs/publics/DOSSIERCandidaturePAH.pdf>
- SYNDICAT MIXTE DU PAYS ARDÈCHE MÉRIDIONALE, 2010, *Charte de développement durable actualisée* Projet final validé par le comité de pilotage du 09 octobre 2010, 115 p.
- TAD, 2002, *Étude de positionnement et de développement durable du territoire des Gorges de l'Ardèche*, Rapport final, 171 p.
- VOIES NAVIGABLES DE FRANCE, 2010, *Orientations pour le développement du tourisme fluvial bassin Saône - Rhône - Méditerranée*, Théma, 104 p. [en ligne] [http://www.vnf.fr/vnf/img/cms/Tourisme\\_et\\_domainehidden/orientations\\_dirsb\\_tf\\_201201041423.pdf](http://www.vnf.fr/vnf/img/cms/Tourisme_et_domainehidden/orientations_dirsb_tf_201201041423.pdf)

