International Journal Of Scientific And University Research Publication

ISSN No 2364/2018

Listed & Index with
ISSN Directory. Paris



Multi-Subject Journal

Volum : (3) | Issue : 211 |

INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC AND UNIVERSITY RESEARCH PUBLICATION

Research Paper

PENSER L'éVOLUTION DES MODèLES DE TOURISME : COMPLéMENTARITé, ANCRAGE, GOUVERNANCE ET SERVICE TOURISTIQUE TERRITORIAL.

MARSAT Jean-Bernard || et BONNIOT Aurore UMR METAFORT – Cemagref Clermont-Ferrand

ABSTRACT **Un programme de recherche du PSDR Auvergne, nommé MODINTOUR, en démarrage, se propose de revisiter les "modèles" qui influencent les attitudes, les actions publiques ou collectives en matière de tourisme, tels que "tourisme diffus" vs "tourisme concentré". La communication présente plusieurs entrées analytiques touchant au lien entre tourisme et destination-territoire : celles de la complémentarité (entre activités, par exemple tourisme et agriculture), de l'ancrage (au sein de la population), et de la gouvernance. Enfin un modèle analytique de fonctionnement du système touristique dans un territoire est proposé : il est issu de la transposition de la relation de service triangulaire (bénéficiaire, prestataire et biensupport) à l'échelle du territoire entier, encore étendu par la prise en compte de tous les acteurs intentionnels ou non du tourisme, tels que les "opérateurs de ressources", les "régulateurs" ou "la population". Ce modèle introduit une prise en compte élargie et stratégique des acteurs, et ouvre sur un management territorial. L'ensemble des travaux doit permettre également une réflexion sur les politiques publiques de niveau supérieur.**

KEYWORDS :Modèles de tourisme ; tourisme concentré ; tourisme diffus ;

INTRODUCTION

Le développement des territoires ruraux est au croisement de plusieurs pistes dont celle de la valorisation des ressources locales, ou du développement endogène, et celle de la prise en considération des facteurs et phénomènes globaux,vus comme des contraintes globales (concurrence et délocalisation) ou comme des opportunités nouvelles. L'activité touristique présente la particularité d'être étroitement liée à son lieu de production puisque, s'agissant d'une activité de services, c'est également le lieu de consommation. Le ressort de la valorisation de ressources locales est donc très présent.

L'action publique et collective en tourisme, mais aussi les attitudes à propos du tourisme, sont influencées et guidées par ce que nous appellerons des "modèles" du tourisme, au sens métaphorique du terme. On peut citer le couple de modèles qu'on oppose souvent, ceux du "tourisme diffus" et du "tourisme concentré". Nous faisons l'hypothèse d'une part que ce supposé clivage n'est pas si clair dans la réalité des situations, et d'autre part que certaines différences peuvent évoluer, entre un tourisme le plus diffus, qui serait reconnu pour ses qualités sociétales et environnementales mais qui souffrirait d'un manque de retombées économiques de par son caractère dispersé, et un tourisme le plus concentré qui serait peu ou mal intégré dans le territoire. On observe en effet une évolution quant à la nature même et aux attentes des consommateurs (touristes et autres), à la nature des prestataires, une évolution des modes d'organisation et par conséquent de la destination touristique ellemême. Cela laisse le champ libre à l'émergence de nouveaux modèles. Tous ces thèmes font l'objet d'un programme de recherche appelé MODINTOUR, mené dans le cadre du programme PSDR Auvergne1. Nous nous centrons pour cette communication, sur l'exposé de certaines des approches qui sont mobilisées et approfondies dans ce travail en démarrage. Les notions de complémentarité (entre activités), d'ancrage (au sein de la population), et de gouvernance sont trois entrées analytiques retenues pour l'étude de facteurs sensibles d'efficacité de tel ou tel modèle de tourisme. Elles participent à l'approche de "l'intégration territoriale du tourisme", et nous nous sommes appuyés sur des travaux antérieurs, auxquels nous avions participé, voir notamment (Jenkins, Oliver et al., 2001; Clark et Chabrel, 2007; Cawley et Gillmor, 2008). Nous poursuivons cette conceptualisation en la reliant à un modèle du tourisme, au sens analytique du terme cette fois, modèle de la relation de "service territorial", qu'on appellera "service touristique territorial". Ce dernier modèle est élaboré en partant d'une double proposition émise parallèlement à la même date par (Meyronin et Valla, 2004) et l'équipe du projet Porta Natura (Marsat, Brault et al., 2008).

Les notions de complémentarité entre activités, d'ancrage au sein de la population, et de gouvernance sont définies ici comme des dimensions analytiques et non comme des normes, par exemple une modalité d'ancrage peut être préférée à une autre dans une situation donnée ; enfin la dimension complémentarité traite aussi bien de composantes positives à amplifier, que négatives à réduire (nuisances, concurrences, conflits entre activités.

1 PSDR ou programme de recherche "Pour et Sur le Développement Régional". MODINTOUR associe des chercheurs de plusieurs équipes, à Clermont-Ferrand : l'UMR METAFORT (J-B Marsat coordonnateur, J-F. Mamdy, A. Maumelat, L. Mazuel), Université Blaise Pascal (P. Desmichel), Source (P. Cayre), et à Grenoble : Cemagref-DTM (I. Frochot et E. George-Marcelpoil)

1. La Complémentarité entre activités La dimension de complémentarité concerne ici les relations entre activités différentes . On peut distinguer ainsi : - complémentarité interne au secteur tourisme : relations, organisées ou non, entre filières du tourisme, telles que hébergement et activité de loisirs ou de restauration, ou de transport, etc. - Complémentarité intersectorielle : relations (synergiques ou posant problème à résoudre) entre activités de secteurs productifs différents, notamment dans un cadre de proximité ; c'est ce point que nous allons développer : **L'exemple des relations entre tourisme et agriculture** illustre la complémentarité entre tourisme et activités d'autres secteurs productifs (Marsat, Pitarch et al., 2004). - tout d'abord, certains agriculteurs sont diversifiés dans une activité touristique, c'est l'agritourisme, qui prend de nombreuses formes. Mais bien d'autres relations existent . - le tourisme offre notamment des débouchés pour des produits agricoles transformés, mais il peut aussi avoir des impacts défavorables à l'agriculture, soit par des effets liés à l'usage des espaces (dégradations, conflits d'usage), soit par des effets de concurrence ou d'éviction (appropriation de surfaces et de bâtiments, attraction de jeunes actifs au détriment de la reprise des activités agricoles) - de son côté l'agriculture offre au tourisme des "ressources", qui sont ses produits transformés de qualité, déjà cités, mais aussi les aménités2 (OCDE, 1994), qu'elle produit et/ou entretient intentionnellement ou non (Marsat et Mamdy, 2002). Elle peut aussi restreindre l'accès à certaines de ces ressources (chemins détruits ou barrés), et elle peut avoir des impacts négatifs sur l'état de celles-ci (qualité des milieux et des paysages). Ces nombreux points de complémentarité présente ou potentielle font l'objet d'enjeux très diversifiés, dont l'analyse et la traduction en pistes d'action (souvent collective) ne sont pas achevés. Nous analysons deux de ces complémentarités, délibérément choisies dans le champ des synergies plutôt que des nuisances :

La valorisation de produits agricoles par le tourisme et, en retour, l'apport de ces produits à l'attractivité touristique offrent de nombreux exemples, qui permettent d'en analyser toutes les facettes, notamment les facteurs organisationnels. Les caractéristiques favorables des produits concernés, qu'on peut appeler constitutifs d'une qualité, sont ellesmêmes le produit d'une construction intentionnelle : ainsi le lien au terroir est-il apprécié pour une valorisation touristique, et il est souvent lié à des règles collectives,

elles-mêmes souvent inscrites dans des démarches officielles de qualité (AOC, IGP,). Une forme de valorisation "directe" est celle des ventes à la ferme, ou sur les marchés, tous circuits courts qui peuvent être liés dans des proportions variables mais significatives aux clientèles touristiques au sens large (incluant les résidents secondaires). Dans les cas de clientèle touristique dominante on peut parler d'une forme d'agritourisme. Le développement de cette complémentarité peut passer par des médiations spécialisées, telles que l'activité de conseil en pédagogie, que l'association des Ecologistes de l'Euzière (Hérault) apporte aux viticulteurs désireux de pratiquer l'accueil sur l'exploitation. Dans une vision plus complète, les Sites Remarquables du Goût sont une forme d'organisation ambitieuse qui entretient et exploite localement tous les liens entre produit de terroir, tourisme et aménités. En revanche il peut exister des situations où une demande touristique potentielle est face à des insuffisances dans la production ou dans la mise en marché. La formulation explicite d'une insuffisance est plus fréquente lorsque la demande émane non pas des touristes euxmêmes, mais des professionnels du tourisme, tels que les restaurateurs. Sont alors en jeu des caractéristiques diverses telles que la qualité du produit, mais aussi le prix et encore les

1Mais on peut s'intéresser également à des complémentarités géographiques, culturelles. 2 attributs de l'espace rural jugés positifs et valorisables, tels que la qualité des paysages, des milieux naturels, le petit patrimoine bâti, etc…

conditions d'approvisionnement (régularité,), problèmes éventuellement solubles par une organisation collective adaptée.

L'usage de l'espace agricole à des fins de loisirs est la deuxième complémentarité agricole examinée. C'est un enjeu pour le tourisme, étant entendu que les loisirs en question sont tout aussi bien le fait des résidents permanents locaux, des excursionnistes, ou des touristes stricto sensu. Chacune de ces catégories aura des particularités en termes d'usages préférés, d'attentes et de pratiques. Certains usages seront communs à plusieurs catégories d'usagers, notamment à travers l'offre d'un même prestataire de services. Selon les cas, ces usages concernent les chemins (randonnées et parcours divers), mais aussi les surfaces (terres, prés, bois) pour la chasse, par exemple, mais aussi pour des cueillettes qui peuvent être très occasionnelles (fleurs, baies) et des pratiques (repos, pique-nique, jeux divers) apportant un plus au touriste de passage. Ces questions d'usage ont été largement explorées par (Le Caro, 2007), qui souligne la nécessité de prolonger ses analyses en termes de jeux d'acteurs et de conséquences pour l'action collective et publique. La question particulière de l'accès du public aux espaces ruraux privés est délicate et met en jeu des interactions directes (entre accédants et ayant-droit) et/ou de la médiation et de la régulation (Mermet et Moquay, 2002).

Un type d'acteur lié à la complémentarité : "l'opérateur de ressources" Ainsi une partie des complémentarités entre activités se traduit par l'échange de ressources, ou les effets d'une activité sur des éléments qui sont des ressources pour l'autre. Les acteurs qui produisent, ou détruisent ces ressources, mais aussi les acteurs qui simplement contrôlent les accès à ces ressources, seront appelés "opérateurs de ressources" (Marsat, 2008)1. Une distinction, essentielle pour l'approche stratégique des interactions, et de l'action collective, sépare ceux qui exercent cette fonction intentionnellement ou non. Cette distinction est individuelle, attachée à chaque personne. La fourniture des produits transformés "au tourisme" est le plus souvent intentionnelle, tandis que l'entretien du paysage peut ne pas l'être (Beuret, 1998), de même que l'accès à l'espace agricole pour les loisirs peut être favorisé par un agriculteur, ou toléré par un autre, ou ignoré (cas nonintentionnel), ou subi, ou défavorisé par les pratiques agricoles (non-intentionnellement), ou encore explicitement interdit par d'autres. Nous proposons ainsi une conceptualisation des "opérateurs de ressources", pour aider à analyser et/ou concevoir les interactions, plus ou moins coopératives, les actions collectives, voire les régulations publiques.

La régulation publique générale peut favoriser cette complémentarité, notamment au nom de la multifonctionnalité de l'agriculture, mais d'autres politiques et certains mécanismes de marché peuvent la décourager. Localement les acteurs publics peuvent être parties prenantes de dispositifs d'encouragement. Ainsi, dans un contexte réglementaire qui a évolué depuis, les communes les plus touristiques de Haute –Savoie avaient-elles mis en place de multiples formes d'incitation à la participation des agriculteurs aux objectifs touristiques (SEA-74, DDAF-74 et al., 1985). Pour revenir à la question des modèles de tourisme et notamment à l'examen du couple "tourisme diffus-tourisme concentré", on voit que la complémentarité est une dimension qui ne privilégie pas l'une de ces deux formes de tourisme : le tourisme concentré peut se montrer parfois peu dépendant de toute complémentarité, mais parfois intéressé comme en Haute-Savoie. Concernant le tourisme diffus, nous faisons l'hypothèse qu'il est en relation plus diversifiée avec des activités autres, et que la complémentarité peut à la fois présenter moins de difficulté et offrir un potentiel d'efficacité économique sensible. Des études antérieures ont montré que ce potentiel est loin d'être transformé dans toutes les situations (Marsat, Bousset et al., 2004).

1 Pour distinguer cette notion attachée à l'individu, d'une notion plus globale attachée à un système, nous envisageons le néologisme "d'opéracteur"

2. L'ancrage au sein de la population L'ancrage du tourisme au sein de la population sera défini ici en considérant la relation entre tourisme et population dans les deux sens, c'est-à-dire : - dans le sens des impacts du tourisme envers la population locale (minimisation) et de ses retombées positives, ceci sur tous les plans : économique, social et culturel, environnemental - dans le sens de la participation de la population au système touristique local, là encore sur tous les plans : par la nature endogène des ressources humaines et des initiatives, par le contrôle local des entreprises et des investissements, par le comportement de la population à l'égard du tourisme au sein de la gouvernance locale. enfin on peut invoquer la notion "d'ambiance touristique locale", celle qui est perçue par le touriste, et souligner l'importance du rôle de la population entière dans cette ambiance. Ce choix de regrouper les deux sens de relation au sein d'une même dimension est lié à l'hypothèse que nous formulons selon laquelle il y a une forte interdépendance entre ces deux sens : la population notamment participera d'autant plus au système que le tourisme sera pensé pour maximiser ses retombées positives locales et pour minimiser ses impacts négatifs. Nous faisons aussi l'hypothèse que cet enjeu concerne particulièrement le tourisme concentré. Cependant nous avons observé également qu'un tourisme très diffus dont les retombées positives pour la population sont trop faibles et peu visibles, souffre en retour d'un déficit d'ambiance . et de complémentarité car au sein de la population se trouvent également les "opérateurs locaux de ressources".

Examinons certains facteurs ou certaines "sous-dimensions" de l'ancrage : "L'animation locale" est une activité autour de laquelle se retrouvent des acteurs spécialisés du tourisme et la population : souvent les Offices de tourisme (OT) participent à l'organisation de manifestations diverses à plusieurs fins, aux cotés d'associations et d'individuels. Cette animation est orientée tant vers les habitants que vers les visiteurs (et se concentre souvent en saison touristique). La mixité des missions d'un OT entre tourisme pur et "animation" mérite une relecture car elle semble poser question lorsque le processus d'organisation du secteur touristique entraîne une concentration géographique des Offices, une professionnalisation des agents, un

réexamen des budgets. Les retombées positives du tourisme envers la population semblent évidentes en matière de contribution du tourisme au maintien de tous les services et commerces. Cette contribution est difficile à évaluer plus précisément, des effets secondaires peuvent l'entacher (hausses de prix saisonnières ?, dates de fermetures). Comme toute activité économique, le tourisme alimente la fiscalité locale ; de plus une ressource spécifique, produit de la taxe de séjour, peut être affectée à certaines dépenses publiques, bien spécifiées, liées indirectement au tourisme. L'accès de la population aux infrastructures et services touristiques est un autre champ ouvert à la réflexion : cette ouverture peut poser problème, surtout lorsque se développent des infrastructures et services plus spécialisés, qui segmentent leurs clientèles, etc.Le programme Modintour comporte un volet de recherche sur la prise en compte de tous les clients / usagers d'activités de loisirs1, leurs pratiques, les conséquences sur l'offre de services, et les besoins de politiques adaptées à différents types de situations locales. Le versant de l'ancrage qui concerne les "ressources humaines du tourisme" est le champ des réflexions sur l'emploi et les compétences locales (formation, saisonnalité, conditions de logement) . Le contrôle des entreprises et des investissements peut être exogène, mais des décisions locales peuvent favoriser le contrôle local, comme par exemple dans la composition de SEM

1 Cet ensemble de clients / usagers forme un continuum allant des touristes en hébergement marchand aux résidents permanents, en passant par les excursionnistes, les visiteurs de proximité, et toutes les formes de résidents secondaires et temporaires.

crées pour l'exploitation de domaines skiables. Là encore il faut rappeler que ces dimensions (ancrage, complémentarité) ne sont pas des normes : par exemple il n'est souvent pas jugé souhaitable d'exclure tout investissement d'origine extérieure. Enfin l'ambiance touristique locale est relationnelle et matérielle : un court article, écrit par B. Dazet dans le cadre du programme Porta Natura, explique l'importance du "sourire de la postière" , on peut penser aussi à toutes les situations où c'est l'habitant ("tout un chacun") qui se trouve en contact éphémère avec un touriste : information dans la rue ou énervement au volant … Sur le plan matériel l'entretien de tous les éléments privatifs dans le paysage participe de l'ambiance visuelle.

3. La gouvernance territoriale du tourisme La gouvernance locale du tourisme concerne les acteurs, leurs relations, les structures et les processus de coordination. Plusieurs problèmes de coordination sont particulièrement centraux pour cette gouvernance : entre acteurs publics et privés, entre acteurs locaux et extérieurs, entre acteurs au sein même du secteur tourisme (particulièrement fragmenté), et notamment entre les différents niveaux territoriaux d'action publique dans le tourisme, entre acteurs de secteurs différents et potentiellement complémentaires (tourisme, environnement, agriculture, culture,), entre acteurs sectoriels et territoriaux. Pour la plupart des approches disciplinaires, la gouvernance s'analyse non seulement sur le plan des relations fonctionnelles, mais aussi des relations de pouvoir et de légitimité. Enfin nous envisageons deux approches de la gouvernance : par les fonctions et les relations, dans une vision statique, et par les processus dans une vision de type "projet". Les relations entre la gouvernance territoriale et la gouvernance sectorielle dans le champ particulier du tourisme sont particulièrement riches du fait de l'extrême transversalité du tourisme. Il est possible de considérer, selon les situations locales, que la plupart des enjeux sur lesquels s'exerce la gouvernance territoriale sont des enjeux pour le tourisme. En revanche la gouvernance touristique peut faire intervenir des acteurs particuliers, extérieurs au territoire. Une approche particulière de la gouvernance est celle du management, discipline qui se situe au plus près de l'action (collective finalisée). Le management des destinations touristiques a fait l'objet de plusieurs modélisations, dont celle de (Ritchie et Crouch, 2000) qui est assez complète, pour un inventaire ordonné des objets concernés et des enjeux qui s'y rattachent, mais qui ne dispense pas d'élaborer d'autres approches : celle que nous proposons est complémentaire, elle se veut fonctionnelle et pré-stratégique dans le sens où elle tient compte de l'intentionnalité des acteurs.

4. Un modèle stratégique de "Système (de service) touristique territorial" Deux initiatives parallèles ont conduit à proposer de transposer à l'échelle territoriale, un modèle bien établi à l'échelle de l'entreprise en matière de management des services, le modèle de la servuction de (Eiglier et Langeard, 1987). L'équipe du programme Porta Natura, programme de R et D sur le management territorialisé du tourisme a proposé, fin 2003, de considérer une destination touristique toute entière, avec tous ses acteurs et ses infrastructures, comme étant le prestataire de service touristique (Marsat, Brault et al., 2008). En cela, elle s'est trouvé rejoindre les propositions publiées au même moment par (Meyronin et Valla, 2004), qui traitent, eux, de tous les services qu'un territoire peut rendre à une population donnée, « intra-ou extra-muros » (résidents, entreprises, visiteurs). Tous deux mobilisent ainsi le marketing des services au profit du marketing territorial, dans les limites de la coïncidence entre une destination et un territoire. Nous avons poursuivi une élaboration plus complète du modèle en travaillant particulièrement sur sa composante relative aux acteurs. Nous l'appelons "système touristique territorial" en référence aux notions de "système touristique local" (STL), elles-mêmes inspirées par les systèmes productifs locaux. Ici nous passons du local au territorial par la prise en compte du plus grand nombre d'acteurs et des relations entre gouvernance touristique et gouvernance territoriale.

Le triangle des services transposé au territoire Le point de départ de la modélisation est celle de la "relation de services" vue comme une relation triangulaire, tant par l'économie (Gadrey, 1994), que par le management des services. Cette relation triangulaire relie un bénéficiaire (client ou usager), un ou plusieurs prestataires, et un ou plusieurs "biens supports du service", éléments, matériels ou non, qui sont indispensables à la réalisation du service (tels que le coffre de banque, ou la salle de restaurant ou la chambre d'hôtel). Si l'on considère un territoire comme étant le couple "prestataire-bien support" pour le service touristique, alors le prestataire recouvre l'ensemble des acteurs participant au fonctionnement du système touristique, et le bien-support recouvre l'ensemble des infrastructures utilisées (matérielles ou non, naturelles ou construites). Le schéma est le suivant :

Les flèches qui relient les trois pôles figurent les relations fonctionnelles (le client-usager "utilise" les biens supports dans ses pratiques touristiques, de même que le prestataire pour réaliser son activité de service, etc). Ces flèches peuvent également porter des enjeux ou des questions pour un diagnostic ("comment le prestataires assure-t-il sa relation-client ?", "l'usager respecte-t-il les infrastructures naturelles ?", ou "comment les acteurs du système assurent-ils la fourniture et l'entretien des infrastructures nécessaires ?").

Un zoom sur les acteurs-prestataires, issu du management des services (Eiglier et Langeard, 1987) ont développé l'analyse managériale de l'entreprise de service. Ils distinguent notamment les agents de l'entreprise qui sont au contact du client (aussi appelés agents du Front Office) et ceux qui assurent les services de soutien logistique ou de management (participant au Back Office). Ils ont développé également des analyses et des outils d'analyse s'approchant des configurations réelles (gestion de plusieurs services et segmentation in situ, gestion de services liés, grille d'analyse stratégique…). Nous retiendrons pour le modèle la distinction entre acteurs "au contact" et acteurs "en soutien" : après notre saut à l'échelle du territoire, c'est l'ensemble d'une entreprise de service touristique (un hôtel ou un musée, …) qui sera un acteur "au contact", alors qu'un fournisseur spécialisé, ou un service de développement sera un acteur "de soutien". Le schéma devient :

On notera que les acteurs "au contact" (C) sont figurés par une aire qui n'est pas orientée que dans la direction du client car leur activité est aussi "au contact" des infrastructures.

La prise en compte de l'ensemble des acteurs locaux Enfin nous prenons en compte tous les acteurs non-intentionnels du tourisme, ceux qui, par leurs droits ou leurs activités, ont un impact sur le fonctionnement du tourisme dans le territoire. La liste est longue, comme on l'a vu dans les sections précédentes sur la complémentarité et l'ancrage. Pour figurer cette inclusion de l'activité intentionnelle dans un système plus large nous traçons un triangle englobant, et le schéma final est le suivant (nous y faisons figurer à titre d'illustration, quelques questions, parmi d'autres possibles) :

Nous avons figuré certains types d'acteurs du territoire sur ce schéma : - par exemple les "opérateurs de ressources" (O) sont placés soit au sein du triangle central (rouge) pour les opérateurs intentionnels soit au sein du triangle englobant (orange) pour les autres, ils sont plutôt orientés vers le pôle "infrastructure, ressources" - les "régulateurs" (R) sont à la fois au centre du triangle englobant, et dans le triangle central (rouge) en tant qu'acteurs de tourisme "en soutien", car même les acteurs publics participent largement, et de façon intentionnelle, au fonctionnement du tourisme. Ils sont dans le triangle englobant, puisque la gouvernance territoriale régule les impacts des acteurs non-intentionnels sur le tourisme, par une régulation des activités, ou des usages, ou des droits, etc. Le plus souvent, on pourra difficilement distinguer les éventuels gestionnaires spécialisés du secteur tourisme (système de management de la destination ou DMO) des régulateurs territoriaux, principalement publics (collectivités locales et leurs émanations). enfin la "population" (P), définie comme l'ensemble des personnes présentes, lorsqu'on les considère en dehors des fonctions particulières étudiées, a été mentionnée ci-dessus, comme étant tout de même "au contact" du touriste, et participant ainsi à l'ambiance touristique du territoire. Mais il faut garder à l'esprit qu'un territoire peut toujours comprendre aussi, à quelque titre que ce soit, des personnes absolument non-concernées … c'est d'ailleurs l'un des points qui distingue nettement un territoire d'une entreprise.

5. Vision synoptique des entrées analytiques présentées : Sur le modèle, nous pouvons porter des questions de recherche qui se rapportent directement aux thèmes d'analyse examinés dans cette communication : Quelles complémentarités avec les autres activités (productives telle que l'agriculture ou autres telle que l'éducation à l'environnement ou sa gestion) ? Quel ancrage du tourisme par ses relations avec la population ? Quelles organisation et gouvernance touristique ? et quelles proximités entre celles-ci et la gouvernance territoriale globale ; ces proximités sont le fait de la transversalité du tourisme et seront renforcées par la prise en compte de tous les effets non-intentionnels.

Le cercle figure le territoire-destination, il englobe partiellement le touriste, pour faire apparaître l'influence qu'a ce dernier, mais pas totalement, pour rappeler que le touriste n'a pas tous les droits et devoirs du résident. Enfin, dans cette communication nous ne traitons pas des croisements entre le territoire et les acteurs extérieurs. 507

CONCLUSION

Nous avons présenté plusieurs entrées pour traiter du lien entre tourisme et territoire. Celuici nous semble en effet important dans la façon dont les acteurs se réfèrent à des "modèles" de tourisme, tels que tourisme diffus et concentré, mais aussi tourisme durable. Les entrées présentées, complémentarité, ancrage, organisation et gouvernance se rapportent à trois composantes majeures dans la vie des territoires, qui sont : l'activité, la résidentialité (ou sociabilité), et la coordination.

Il faut concilier une approche analytique et la bonne prise en compte de tous facteurs qui demeurent transversaux : ainsi certains acteurs sur un territoire s'engagent dans des combinaisons d'activités, professionnelles et bénévoles, économiques et autres, qui à la fois créent des ressources nouvelles (souvent immatérielles), et contribuent à une ambiance favorable au tourisme, plus généralement à son ancrage.

Le modèle analytique de "service touristique territorial" articule deux approches : - une approche fonctionnelle utilisant le triangle de la servuction, transposé de façon originale au territoire entier. - une approche des effets croisés entre activités, usages et autres impacts émanant intentionnellement ou non, de la présence d'acteurs divers sur un même territoire La première induit des prolongement nombreux, notamment en termes de management, dont les transpositions à l'échelle du territoire ne sont pas encore totalement menées. La seconde, par la prise en compte de l'intentionnalité, est constitutive de l'analyse stratégique et doit permettre d'enrichir l'analyse de la gouvernance comme son opérationnalisation managériale. Là encore il reste à compléter les conceptualisations, et à les mettre à l'épreuve.

ref_str

1. **Beuret, J**.-E. 1998 . Agriculture et qualité de l'espace rural : coordinations, conventions, médiations. Economie Rurale. RENNES, ENSAR: 340 p.
2. **Cawley, M.** et D. Gillmor 2008 . "Integrated rural tourism: Concepts and Practice." Annals of Tourism Research 35(n°2): pp.316-337.
3. **Clark, G**. et M. Chabrel 2007 . "Measuring Integrated Rural Tourism." in : Tourism geographies N° spécial "Integrated tourism": 14 p.
4. **Eiglier, P.** et E. Langeard 1987 . Servuction - le marketing des services. Paris, Ediscience international.
5. **Gadrey, J**. 1994 . L'économie des services. Paris, La Découverte. Jenkins, T., T. Oliver et P. SPRITE 2001 . Tourisme intégré : cadre conceptuel Programme SPRITE: 65 p.
6. **Le Caro, Y.** 2007 . Les loisirs en espace agricole L'expérience d'un espace partagé. Rennes, PUR Presses Universitaires de Rennes.
7. **Marsat, J.-B**. 2008 . Valorisation et gestion des aménités naturelles comment construire des stratégies d'alliance entre acteurs de l'environnement et acteurs du tourisme ? Thèse en Environnement et sciences de gestion. Paris, AgroParisTech-Engref 600 p. +annexes.
8. **Marsat, J.-B**., J.-P. Bousset, J.-F. Mamdy, et al. 2004 . SPRITE-program, Final Report France - D21. Clermont-Fd, Cemagref: 215 p.
9. **Marsat, J.-B**., S. Brault, b. Dazet, et al. 2008 . Le management territorialisé du tourisme - Des enseignements à partir du programme Porta Natura. in : Les rendez-vous sur le tourisme - Rencontres franco-québecoises de recherche, Montréal-Québec, UQAM.
10. **Marsat, J.-B.** et J.-F. Mamdy 2002 . "La régulation des aménités dans des situations de valorisation par des produits ou services liés le cas du tourisme rural." in : Ingénieries E.A.T. n° Spécial Aménités rurales : une nouvelle lecture des enjeux territoriaux -: pp. 143-156.
11. **Marsat, J.-B., M.-D. Pitarch, J.-F. Mamdy**, et al. 2004 . L'intégration du tourisme dans les territoires d'accueil : un potentiel pour le développement durable. 1ères rencontres franco-espagnoles du tourisme, Arles.
12. **Mermet, L**. et P. Moquay, Eds. 2002 . Accès du public aux espaces naturels - outils d'analyse et méthodes de gestion. Hermès sciences. Clermont-Ferrand, Lavoisier.
13. **Meyronin, B**. et J.-P. Valla 2004 . Vers la notion de « servuctions urbaines », ou les apports du marketing des services au marketing territorial. CONGRES PARIS-VENISE -4ème Congrès Tendances du Marketing, VENISE, AIMS.
14. **OCDE 1994** . La contribution des aménités au développement rural. Paris, OCDE.
15. **Ritchie, J. R. B.** et G. I. Crouch 2000 . "The competitive destination :

a sustainability perspective." Tourism Management Vol. 21: pp. 1-7.

16. **SEA-74, DDAF-74 et ATD-74 1985** . L'agriculture partenaire du Tourisme - l'action des collectivités locales en Haute-Savoie. Annecy, Société d'Economie Alpestre de la Haute-Savoie: 33 p. + annexes.



IJSURP Publishing Academy

International Journal Of Scientific And University Research Publication

Multi-Subject Journal

Editor.

International Journal Of Scientific And University Research Publication

+965 99549511

+90 5374545296

+961 03236496

+44 (0)203 197 6676

www.ijsurp.com