



HAL
open science

Les territoires de la destination touristique : quelles pratiques spatiales par les acteurs ?

Jérôme Piriou, Philippe Violier, Aude Ducroquet

► To cite this version:

Jérôme Piriou, Philippe Violier, Aude Ducroquet. Les territoires de la destination touristique : quelles pratiques spatiales par les acteurs?. Territoires fabriqués, territoires instrumentalisés, Jun 2017, Vannes, France. hal-03525474

HAL Id: hal-03525474

<https://univ-angers.hal.science/hal-03525474>

Submitted on 13 Jan 2022

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

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

Les territoires de la destination touristique : quelles pratiques spatiales par les acteurs ?

Jérôme PIRIOU

Professeur-assistant – Groupe Sup de Co La Rochelle

Docteur en géographie – Chercheur-associé ESO-Angers - UMR 6590 Espaces et Sociétés

piriouj@esc-larochelle.fr

Philippe VIOLIER

Professeur des universités en géographie

Université d'Angers – UFR ESTHUA Tourisme et Culture

UMR 6590 Espaces et Sociétés

philippe.violier@univ-angers.fr

Aude DUCROQUET

Maître de conférences en sciences de gestion

Université d'Angers – UFR ESTHUA Tourisme et Culture

Groupe Angevin de Recherche en Management (GRANEM)

aude.ducroquet@univ-angers.fr

Résumé

L'objectif de ce chapitre est d'interroger les modalités de construction de la destination touristique selon les territoires pratiqués par les acteurs du tourisme. A partir d'un travail réalisé au sein de la vallée de la Loire entre 2007 et 2009, nous présenterons les résultats d'entretiens réalisés auprès de professionnels du tourisme et des touristes¹. Chaque acteur emploie une stratégie relative à ses intentions dans ses pratiques spatiales. Cependant, nous verrons que les professionnels du tourisme cherchent à adapter la destination touristique aux territoires pratiqués par les touristes. Quant aux touristes, ils définissent leur destination selon leur projet, incluant des lieux touristiques dans une dimension locale, nationale ou internationale. La co-construction de la destination touristique semble être une orientation pertinente par la convergence des territoires pratiqués.

Mots clés : territoire – destination – pratiques - tourisme – Vallée de la Loire

¹ Les résultats présentés dans ce chapitre s'insèrent comme base de données au programme de recherche CONNECT « CONstruction, Naissance, Evolution de Cluster Tourisme : Innovation dans la gouvernance des destinations et le développement de clusters tourisme » financé par la région Pays de la Loire via le RFI Angers Tourism Lab.

Introduction

Alors que la loi sur la nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRe) du 7 août 2015 indique les nouvelles compétences des collectivités locales dans la gestion touristique, notamment parmi les compétences obligatoires des communautés de communes et des communautés d'agglomération par transfert des communes au 1^{er} janvier 2017, la définition de la destination touristique s'apparente à une gageure puisque chaque territoire fait l'objet d'une promotion comme « destination ». La multiplicité des échelons complétée de la capacité des acteurs à la singularisation des territoires crée une confusion entre espace vécu et espace perçu. A la fin du XX^e siècle, Armand Frémont prônait l'espace vécu comme un espace équilibré par des régulations entre le nombre et la cohérence, mais aussi par des relations supérieures nationales, internationales et les relations de production et d'échange élémentaire ou encore entre le domaine familial et du connu et celui de l'étranger et de l'exceptionnel (Frémont, 1976, p. 144). Encore faut-il que cet espace, vécu par les acteurs locaux, soit perçu par les acteurs extérieurs comme pertinent. Etudier le tourisme au sein de ces espaces permet de participer à la compréhension de la construction et de l'instrumentalisation des territoires en raison de la relation d'altérité qui s'établit par la rencontre de populations (Equipe MIT, 2002). En allant habiter temporairement d'autres lieux, que ceux du quotidien, les touristes disposent d'une capacité à évaluer, choisir des lieux adaptés à un projet qui maximise la mise à l'écart de contraintes quotidiennes, conférant à l'individu un sentiment de lointain, d'exotique ou de familiarité (Bruston et al., 1997 ; Equipe MIT, 2002).

La destination touristique est considérée à la fois comme « une représentation d'un lieu ou d'un territoire mais aussi une réalité sur laquelle les touristes sont diversement informés » (Violier, in Lemasson et Violier, 2009, p. 19). Il y aurait donc une juxtaposition de territoires entre le lieu de séjour des touristes, et l'espace promu par les acteurs professionnels du tourisme (Monteils, 2007, p. 2). Par ailleurs, cette construction mentale de l'espace amène une image dynamique selon les pratiques spatiales des acteurs, notamment l'expérience qu'ont les touristes des lieux. Comprendre les pratiques spatiales des individus c'est appréhender les contours de la destination touristique, puisqu'elles exposent « les actions humaines qui s'insèrent dans un environnement constitué, notamment d'autres pratiques, et ainsi le transforme, elles sont contextualisées, en situation » (Ruby, in Lévy et Lussault, 2003, p. 740). Les pratiques touristiques correspondent à ce que font les touristes pendant leurs déplacements, par une combinaison de mise en action de leurs intentions et les réponses qu'ils apportent aux suggestions du lieu. (Stock, 2003). Les différents acteurs du tourisme qui agissent participent de ce fait à la construction de cette connaissance des lieux, dans l'élaboration d'un « répertoire de lieux » (Violier, 2007), s'inscrivant au sein de multiples territoires selon dimension spatiale des pratiques des acteurs. Nous proposons ainsi de nous interroger sur les modalités de construction de la destination touristique selon les territoires pratiqués par les acteurs du tourisme.

Nous focaliserons notre propos sur la vallée de la Loire, terrain ayant fait l'objet d'un travail de recherche par de multiples entretiens avec différents acteurs entre 2007 et 2012 (Piriou, 2016). Cet espace est constitué d'une concentration de châteaux hérités des anciennes provinces et duchés, datant du Moyen-Âge ou de la Renaissance. La fréquentation des châteaux est hétérogène (par exemple : 831 542 visiteurs pour le château de Chambord contre

201 781 visiteurs pour le château d'Angers²), cependant par leur concentration géographique, nous identifions un territoire de pratiques touristiques. Cette zone est particulièrement remarquable car les touristes cumulent les visites de châteaux « a 100 touristes venus dans la région des châteaux de la Loire correspondent en moyenne 250 visites et, comme dans les hyper ou des supermarchés, le monument vedette placé « en appel » profite autant, parfois plus, à un autre produit, à un autre monument situé non loin » (Mirloup, 1987, p. 7). De plus cet espace s'inscrit au sein de multiples territoires administratifs : deux régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire et cinq départements de l'estuaire de la Loire à l'Orléanais, mais aussi au sein du périmètre labellisé par l'UNESCO au titre du Patrimoine mondial de l'humanité depuis 2000.

Dans un premier temps, nous verrons que les professionnels du tourisme composent avec un territoire administratif qu'ils valorisent en tant que tel ou qu'ils adaptent avec une logique d'imposition territoriale afin de limiter les mobilités touristiques au sein d'un périmètre. Dans un deuxième temps, nous observerons les déplacements des touristes qui dessinent des réseaux de mobilités de diverses dimensions spatiales. Enfin, nous aborderons les pistes de recherche de cohérence territoriale entre les différents acteurs dans une logique de co-construction.

1. Les territoires pratiqués par les professionnels du tourisme

Le rôle des acteurs du tourisme est important, puisqu'en tant qu'acteur les individus concernés par l'activité touristique sont pourvus d'une intentionnalité et dispose d'une capacité stratégique autonome pour agir (Boudon, 1977). Ils s'approprient un territoire, le contrôlent et de ce fait nous pouvons différencier les acteurs endogènes et les acteurs exogènes (Di Méo, 1991). Nous considérons acteur du tourisme, toute personne en contact avec les touristes dans une situation donnée (Violier, 2008). Plusieurs acteurs jouent un rôle et influencent les pratiques spatiales des touristes. Parmi les acteurs nous pouvons citer les habitants qui accueillent les touristes, mais aussi les acteurs entrepreneurs qui sont les producteurs de voyages, les transporteurs, les hébergeurs, les restaurateurs, les prestataires de l'animation et des loisirs. Mais d'autres acteurs agissent également dans la mise en tourisme et la promotion du territoire. Il s'agit des acteurs publics que sont l'Etat, les organismes départementaux, régionaux et locaux (Violier, in Stock, 2003). Ces derniers agissent dans une logique d'imposition territoriale (Raffestin, 1980) en identifiant leur territoire comme « central » mais aussi par un ancrage de la destination par le territoire.

1.1. La destination est le « centre » des pratiques spatiales

On recense les premiers syndicats d'initiative de la vallée de la Loire au début du XXe siècle : le Syndicat d'initiative d'Anjou, celui de Touraine et celui du Blésois, de la Sologne et du Vendômois. De nos jours de multiples instances se chargent du développement local du tourisme (régions, départements, intercommunalités, communes). Chacun de ces acteurs assure la promotion de son territoire en respectant les limites de son territoire d'action. Lors des entretiens réalisés nous avons remarqué que les élus et décideurs de l'aménagement et du développement touristique recherchent à ce que leur destination (qu'il s'agisse d'une ville, d'un département ou d'une région), corresponde au « centre » du programme des mobilités

² Sources : Caisse Nationale des Monuments Historiques, Bilan de l'année 2016, 20 janvier 2017, p. 59 ; Domaine National de Chambord, Communiqué de presse, 9 janvier 2017

des touristes. Pour preuve en 2006, le département de Loir-et-Cher développe le nom de « Cœur-Val de Loire » dans le cadre de son schéma départemental qui pour son directeur de l'époque, correspond « à la fois à une réalité géographique, car c'est l'épicentre du Val de Loire classé par l'UNESCO quelque part entre Chaumont et Amboise, on a le meilleur de l'offre ou presque avec les icônes du Val de Loire, et on est plus humain donc la notion de cœur va bien » (entretien du directeur du comité départemental du tourisme de Loir-et-Cher, le 28/09/2009). De même, à Amboise, dans le département voisin d'Indre-et-Loire, on considère se situer au centre d'autres lieux : « on est à douze kilomètres de Chenonceaux, on est à vingt kilomètres de Chaumont, on est, on peut dire dans le triangle d'or des grands châteaux de la Loire, avec Chambord, Chenonceaux, Cheverny, Amboise dont le Clos Lucé, Amboise est déjà le centre, le carrefour de rayonnement des châteaux de la Loire » (entretien avec la directrice de l'office de tourisme d'Amboise, 28/09/2009). La centralité constituerait un avantage puisque celle-ci s'avère être « une qualité attribuée à un espace une valeur établie selon une certaine échelle et attachée à un lieu ou un type de lieu » (Monnet, 2000 : 407). La centralité symbolique est le résultat d'un système de valeur et de hiérarchie de lieux, les uns par rapport aux autres (Monnet, 2000). Le symbole permet de signifier socialement la centralité, de la rendre effective, de la communiquer.

1.2. Ancrage de la destination par le territoire

La matérialité d'un lieu symbolique met en avant une certaine mise en scène par les acteurs. Les acteurs, que sont les élus, les techniciens du tourisme cherchent à localiser leurs actions, aussi ils utilisent la stratégie de l'ancrage (Bourdin, 1996). Plusieurs pratiques témoignent de cette stratégie. D'abord, certains acteurs sont contraints d'associer des lieux avec l'objectif « d'installer quelque chose quelque part » sous forme d'un équipement. Le territoire de la destination touristique « Voyage à Nantes » témoigne de cet ancrage dans son guide touristique 2017-2018 de Nantes dès la deuxième page le ton est donné : « Connaissez-vous une autre destination qui dans un rayon d'un kilomètre réunit un Grand Eléphant de 12 mètres de haut pour une promenade en bord de Loire, un château du XVe siècle dont le musée d'histoire convoque passé, présent et futur dans une scénographie contemporaine, ou encore un parcours artistique signé par les plus grands artistes d'aujourd'hui ? » (Voyage à Nantes, 2017, p.2³). L'histoire des lieux, qu'il s'agisse du duché de Bretagne avec le château ou l'activité de commerce avec les Antilles avec le Grand Eléphant, inspire la justification d'une destination ancrée au sein du territoire, c'est-à-dire le centre de Nantes, l'île de Nantes et les communes limitrophes le long de l'estuaire de la Loire. Ensuite d'autres acteurs peuvent établir un ancrage afin de trouver un intérêt de localisation de leurs actions, avec à disposition des ressources exclusives, par exemple symbolique. On retrouve cette pratique au sein du territoire « Touraine du Sud ». Ce territoire appartenant au département d'Indre-et-Loire participe à « l'image identifiante » de la Touraine qui est organisée autour des châteaux (Cousin, 2006). Pourtant, il n'est ni situé au bord de la Loire ni dans le périmètre des châteaux les plus fréquentés. Ainsi, alors que la promotion touristique dirigée par le comité départemental du tourisme oriente sa communication autour des principaux châteaux, les acteurs locaux réagissent par substitutions « il y a une grande capacité des élus des techniciens, mais aussi des habitants, en particulier les nouveaux arrivés, à s'approprier la forme des discours culturels afin de bénéficier des mesures d'aides territoriales et aux cultures locales édictés dans le cadre des lois de décentralisation et les programmes européens comme Leader, Feder et Interreg. Ces derniers programmes impliquent de nouveaux interlocuteurs, et souvent des découpages territoriaux propres » (Cousin, 2006, p. 26). La Touraine du Sud a donc une

³ Voyage à Nantes, « Nantes faites le voyage », Guide touristique 2017-2018, 124 p.

reconnaissance auprès de certains acteurs, amenant la création d'une agence de développement touristique sous la direction d'un syndicat mixte. L'ancrage se fait ici par rapport aux lieux touristiques et aux territoires voisins : « nous sommes en zone rétrologérienne donc on bénéficie à la fois des châteaux de la Loire, tout en étant à la fois à l'ombre puisque quand les gens viennent « faire » les châteaux, ils priorisent les musts » avant d'arriver à nous, on va être secondaire, ça va être souvent dans un second séjour, ce sont les gens qui ont déjà visité les grands châteaux » (entretien avec le directeur de l'agence de développement touristique de la Touraine du Sud le 23/09/2009). Ici l'ancrage de la destination se fait par la capacité d'hébergement, plutôt individuelle et rurale, contrairement à un hébergement plus orienté vers les groupes et plutôt urbains sur les bords immédiats du fleuve Loire. Nous comprenons que, malgré la volonté de centraliser la destination, mais aussi d'ancrer la destination au sein d'un territoire par imposition territoriale, les touristes choisissent les lieux appropriés à leur séjour et dépassent les limites de ces territoires administratifs ou conçus par les professionnels du tourisme.

Les acteurs professionnels du tourisme organisent la destination à partir de représentations mais l'inscrivent au sein de territoires administratifs. De ce fait, ils fonctionnent par imposition territoriale

2. Les territoires pratiqués par les touristes

Nous avons interrogé 58 touristes entre septembre et novembre 2009 au sein de lieux distincts de la vallée de la Loire (Piriou, 2016). Nous nous sommes entretenus auprès de ces touristes afin de collecter des récits de séjour devant leur lieu d'hébergement ou devant un site de visite (type château, jardin) au sein de villes et villages tout au long de la vallée de la Loire (Fig. 1). Nous n'avons pas établi de catégorie car nous avons procédé à un choix aléatoire qui nous a amené à interroger : 35 français, 7 britanniques, 3 espagnols, 2 allemands, 2 américains, 2 japonais, 1 polonais, 1 suédois, 1 russe, 1 marocain.

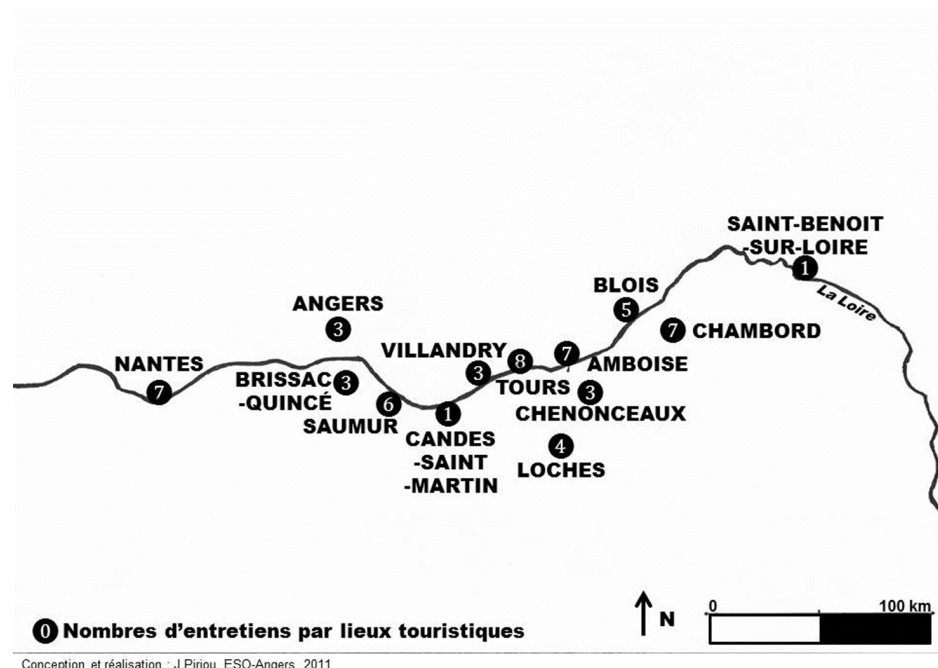


Fig. 1 – Lieux d'entretiens avec les touristes au sein de la vallée de la Loire

A partir des entretiens réalisés, nous avons pu reproduire par carte schématique, les déplacements opérés par les touristes pendant leur séjour et ainsi mieux appréhender leur destination selon le territoire pratiqué. Les mobilités touristiques correspondent à l'ensemble des déplacements opérés par les individus inscrits dans un espace-temps quotidien (Knafou in Bonnet et Desjeux, 2000, p. 85). L'analyse des mobilités des individus doit se faire en prenant compte de l'intention de ces derniers (Gagnon, 2003). Nous cherchons donc à nous renseigner sur la manière dont les touristes relient les lieux entre eux par type de mobilité et donc par type de séjour. Nous discernons deux types de mobilités réalisées pendant le séjour touristique : le rayonnement, qui consiste à réaliser des déplacements au départ d'un lieu d'hébergement vers lequel un retour sera assuré, sans changement d'hébergement ; le cheminement, correspond à des déplacements où se succèdent des lieux, dont deux lieux d'hébergement au minimum formant des étapes intermédiaires parfois sous forme d'une boucle, c'est-à-dire avec un retour au point de départ (Piriou, 2010). Nous pouvons distinguer trois types de positionnement des lieux dans les territoires pratiqués par les touristes. Tout d'abord, nous avons observé des lieux affectés par des mobilités en rayonnement ou en cheminement mais s'insérant dans des réseaux de mobilités touristiques très étendus sur le plan de l'échelle géographique. Ensuite, nous avons constaté que certains lieux s'insèrent dans des réseaux de mobilités touristiques à dimension spatiale moindre, avec des lieux plus proche géographiquement. Enfin d'autres lieux se présentent comme une « porte d'entrée » ou une « porte de sortie » de la destination perçue par les touristes.

2.1. Territoire pratiqué par les touristes dans un dimension spatiale internationale

Des lieux comme Tours, Villandry, Amboise ou encore Chambord, intègrent des itinéraires qualifiés « Châteaux de la Loire » par les touristes mais s'insèrent à des circuits plus vastes à l'échelle de la France ou de l'Europe.

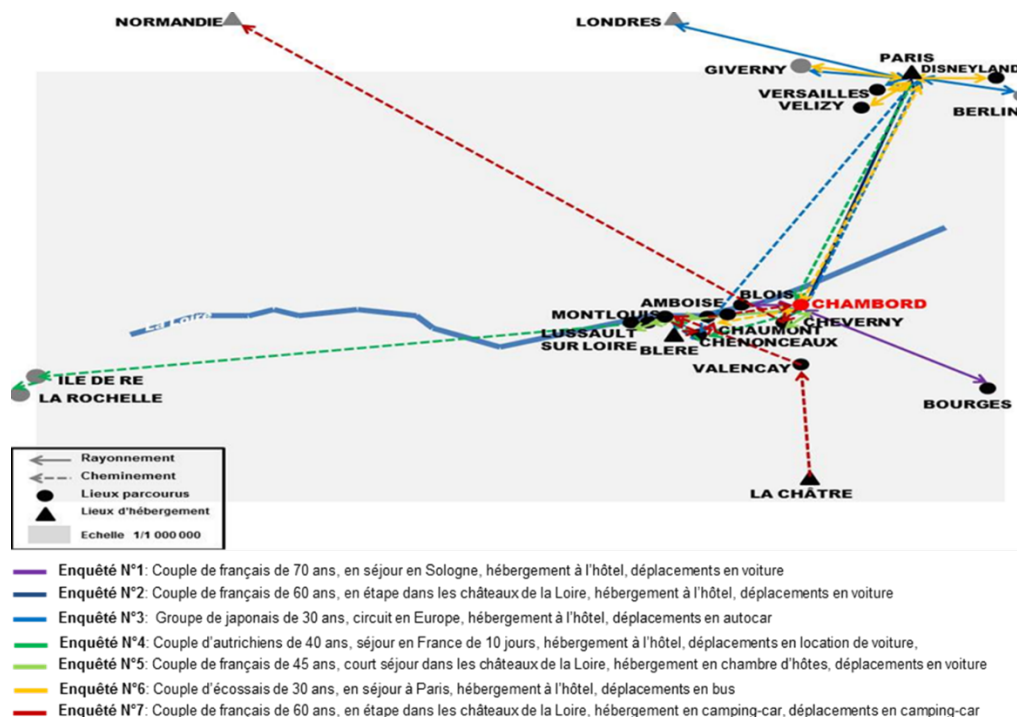


Fig. 2 – Déplacements de 7 touristes interrogés devant le château de Chambord

Tous les touristes interrogés devant le château de Chambord (Fig. 2) positionnent cette visite à un territoire de lieux visités plus vaste, d'échelle nationale dans le cas de l'enquête N°1, un couple de français qui séjourne en Sologne avant de se rendre à Bourges ; ou d'échelle internationale dans le cas de l'enquête N°3 qui dans le cadre d'un séjour de groupe entre japonais réalise une étape à Chambord avant de se diriger vers Paris puis Londres. Le récit de séjour d'un jeune touriste américain, qui réalise un séjour en groupe, interrogé devant l'auberge de jeunesse de Tours, nous confirme un territoire de pratique internationale, dépassant les multiples limites administratives « On est arrivé à l'aéroport vendredi, samedi on a visité la Tour Eiffel, les Champs-Élysées, place de la Concorde, le jardin des Tuileries et Notre Dame. Le soir on a pris un bateau sur la Seine pour voir Paris de nuit. Hier, nous avons été sur les Champs-Élysées faire les magasins et nous avons pris le train pour Tours. Aujourd'hui, nous allons visiter Tours, puis nous irons à Chenonceaux et nous reviendrons à l'auberge de jeunesse. Ensuite, demain nous irons à Bruxelles, mercredi à Bruges et reviendrons à Bruxelles pour prendre le train pour Amsterdam. Nous prendrons l'avion samedi pour Londres, nous passerons le samedi et dimanche à Londres et nous rentrerons à New York. ».

2.2. Territoire pratiqué par les touristes dans une dimension spatiale locale

Certains lieux s'insèrent dans réseaux de mobilités où c'est le rayonnement qui domine. Saumur se trouve dans cette configuration selon les entretiens réalisés. Concernant Saumur, il n'existe d'ailleurs que peu de mobilités vers l'ouest de la ville, le réseau des mobilités se concentrant entre Saumur et Chambord (Fig. 3).

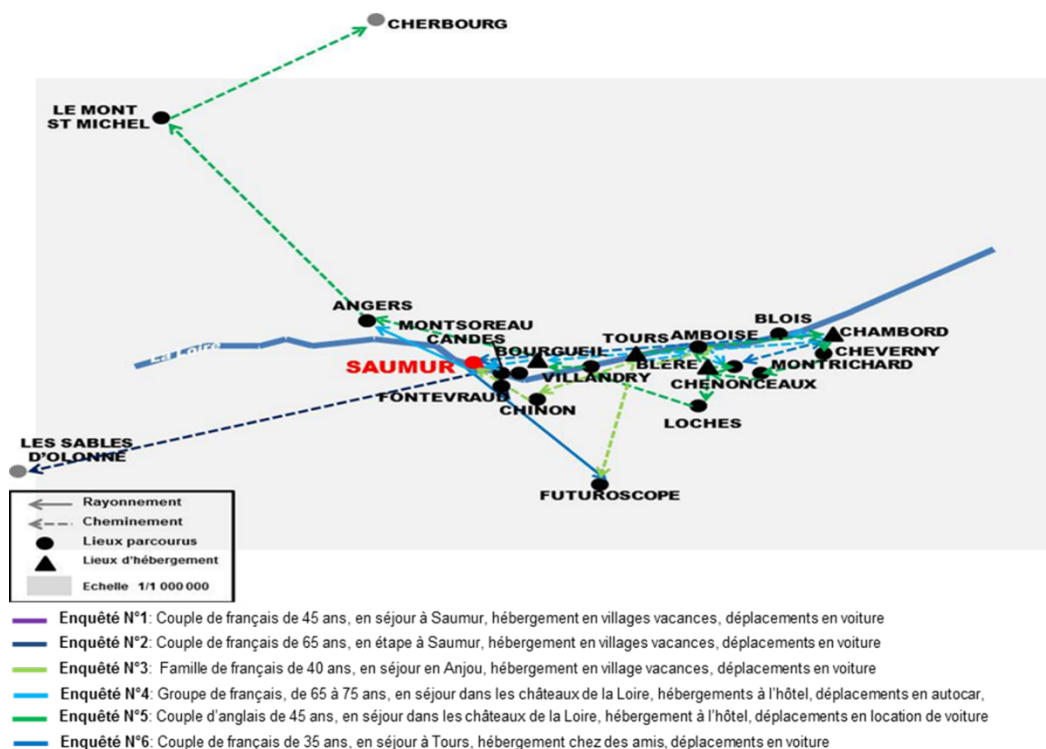


Fig. 3 – Déplacements de 6 touristes interrogés à Saumur

Saumur constituerait une avant-dernière étape, avant l'ultime étape que serait Angers, au sein d'un itinéraire s'inscrivant en vallée de la Loire. Le séjour d'un couple d'anglais, enquêté n°5, venu en train jusqu'à Tours puis qui a loué une voiture, nous indique de la situation de

Saumur et d'Angers dans le territoire pratiqué : « On est arrivé samedi à Tours, on a loué une voiture et on est parti visiter Chambord. On a dormi dans une chambre d'hôtes près de Chambord et on est allé dimanche à Cheverny puis on est allé à Montrichard. On a eu du mal à trouver un hôtel qui nous plaisait et on a fini à Bléré. Donc le lendemain, nous avons visité Chenonceau et l'après-midi sommes allés à Amboise. Hier, nous avons visité Loches le matin, et, Villandry, l'après-midi, et nous sommes arrêtés à l'hôtel à Bourgueil pour deux nuits. Demain, nous irons à Angers, nous essayerons de trouver un hôtel par là et nous repartirons vers le Mont Saint-Michel avant d'aller à Cherbourg prendre le bateau. »

2.3. Limites géographiques de la destination par le territoire pratiqué des touristes

Les réseaux de mobilités des touristes interrogés nous informent du périmètre du territoire pratiqué. Aussi comme nous l'avons mentionné, ces territoires peuvent présenter une dimension internationale, nationale comme locale. Néanmoins, la limite de la destination reste floue dans la mesure où celle-ci est relative au projet de chaque individu ou groupe d'individus. Nantes est un lieu d'enquête qui attire notre attention. En effet, à Nantes, les touristes interrogés ne se dirigent pas, ou, ne proviennent pas systématiquement des châteaux de la Loire. Les mobilités par cheminement nous indiquent qu'ils se dirigent plutôt vers le littoral et en particulier l'Océan Atlantique. Seul un entretien, nous apprend que les touristes interrogés sont passés par Paris, Tours, Chenonceaux et Chambord avant de se rendre à Nantes puis vers la côte Atlantique.

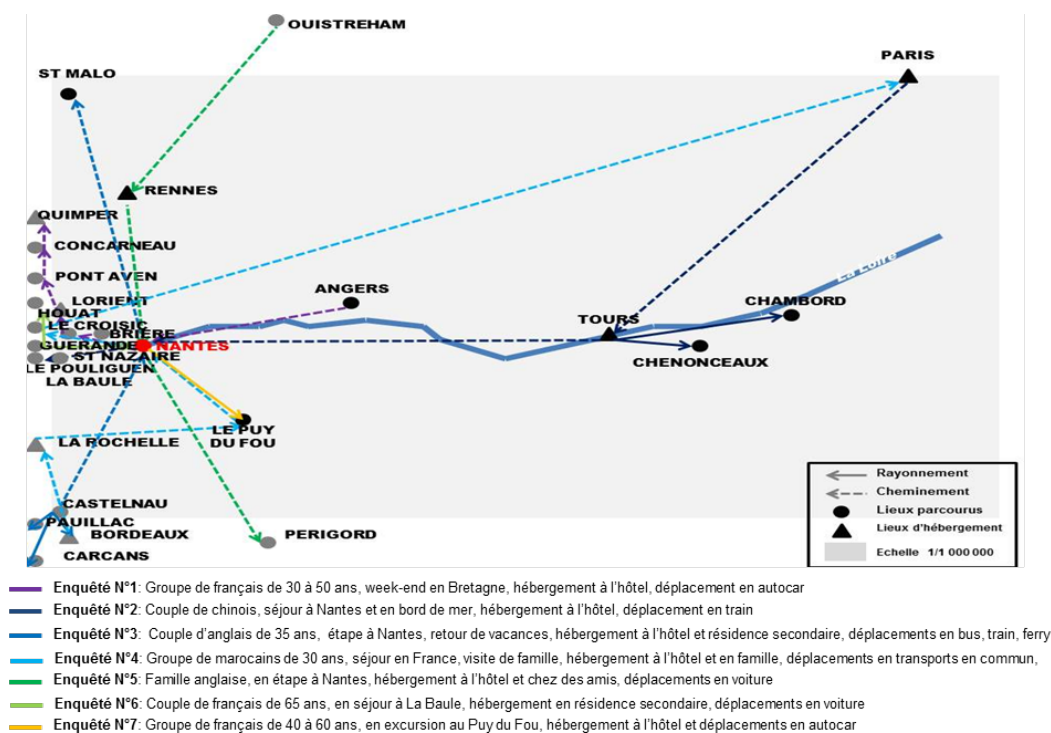


Fig. 4 – Déplacements de 7 touristes interrogés à Nantes

Un couple de chinois interrogé devant leur hôtel à Nantes, enquête n°2, réalise un séjour en France mais avec pour destination finale, le bord de mer (Fig. 3) : « Nous sommes arrivés dimanche à Paris (...) et nous sommes allés mercredi, à Tours, nous avons visité Chenonceaux et Chambord et nous sommes repartis hier vers Nantes, nous avons visité la ville et là nous allons passer le week-end à La Baule nous avons un hôtel là-bas ». Nantes, ne ferait donc pas partie d'un ensemble touristique régional appartenant aux « Châteaux de la

Loire », mais serait davantage orientée vers la Bretagne, soit par une mobilité en cheminement comme pour le groupe de Français qui après l'entretien réalisé devant leur hôtel de Nantes, enquêté n°1, se rendra à Concarneau ou encore à Quimper ; soit par une mobilité en rayonnement principalement en provenance de la côte, comme, pour ce couple de retraités Français, enquêté n°6, interrogé près du château des Ducs de Bretagne, en séjour à La Baule et venu faire du shopping à Nantes. Les entretiens réalisés auprès des touristes nous informe que la destination correspond pour eux à une première sélection de lieux choisis ou suggérés. La construction de la destination se fait ensuite par opportunité de la proximité perçue avec un calcul distance-temps relatifs au pays de provenance et à la durée du séjour. Enfin, le territoire pratiqué révèle une complémentarité des lieux parcourus et rarement similaires, à l'exception des châteaux dont deux, trois, quatre châteaux peuvent être visités en un même séjour, mais ceux-ci se distinguent par leur architecture témoignant d'époques distinctes.

3. Co-construction de la destination touristique par les territoires de pratiques

Conscient du décalage entre le territoire promu et le territoire perçu les acteurs professionnels du tourisme cherchent à faire converger les territoires. Lors de nos entretiens réalisés au sein de la vallée de la Loire, nous avons constaté que l'ancrage permettait la création d'un potentiel de ressources amenant les acteurs à coopérer.

3.1. Coopération d'acteurs pour dessiner un territoire cohérent

La coopération est l'action de participer à une œuvre commune, elle permet aux acteurs politiques, économiques de se rencontrer, de travailler ensemble autour d'un projet commun permettant une certaine économie d'échelle. Au sein de la vallée de la Loire, plusieurs responsables de châteaux créent l'association de la vallée des Rois en 1979, quatre ans après la création de l'association de la route historique des Dames de Touraine. En 2009, les deux associations fusionnent sous le nom de l'association des « Châteaux de la Loire » regroupant 57 sites de Briare à Nantes. Cette association a pour objectif d'échanger avec les membres et d'avoir une promotion commune d'un ensemble quasi-exhaustif des principaux châteaux de la vallée de la Loire à partir d'une carte touristique et d'un site internet. Au-delà de l'ambition de faire connaître les châteaux à fréquentation moindre par ceux qui sont les plus fréquentés, l'association affiche une véritable destination touristique avec un territoire caractérisé par des châteaux. Ce territoire correspond à l'essentiel des pratiques touristiques au sein de la vallée de la Loire. Parallèlement la mission Val de Loire, syndicat mixte appartenant aux régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire coordonne une démarche de sites d'excellence regroupant 19 des châteaux à des fins de promotion notamment par Atout France, organisme de promotion du tourisme français à l'étranger. Finalement dans un ancrage par coopération, l'établissement de règles autour d'un projet de territoire façonne un bon fonctionnement. Dans le cadre de la démarche d'excellence des « châteaux de la Loire » pour 19 sites, c'est Atout France qui héberge le site web, ce sont les organismes régionaux qui sont en charge de la promotion, la démarche qualité approuvée par le ministère en charge du tourisme est sous le pilotage du comité départemental du tourisme de Touraine, ce dernier prenant contact avec les autres comités départementaux du tourisme lorsqu'un château est situé dans un autre département que l'Indre-et-Loire. On retrouve le mode opératoire similaire dans le cadre de l'itinéraire de cyclotourisme « La Loire à vélo ». Aussi l'intérêt de dépasser les limites administratives, pourtant territoires de promotion des acteurs institutionnels du tourisme, apparaît comme le moyen de proposer un territoire cohérent : « Moi [directeur de l'office de tourisme de Tours] je suis totalement prêt à vendre des places pour le château des Ducs de Bretagne à Nantes et on va en vendre beaucoup, de même que pour le Cadre Noir de Saumur

ou Fontevraud qui ne sont ni dans le département, ni dans la région. Tout le monde à y gagner. A force de discuter avec les collègues, on s'est rendu compte, que si on n'opérait pas ainsi on allait dans le mur » (entretien avec le directeur de l'office de tourisme de Tours, le 24/09/2009).

3.2. Partage d'un territoire et cohérence d'action

A Nantes, un projet urbain a modifié la politique touristique de ville dès 2007. L'aménagement de l'île de Nantes, quartiers d'entrepôts désaffectés datant de l'époque « industrielle », est à l'état de friche industrielle lorsque les acteurs locaux choisissent d'opter pour un équipement artistique et ludique à forte portée culturelle et touristique. Les collectivités territoriales se sont impliquées totalement dans ce projet en s'appuyant sur des entreprises privées. Cependant, la relation entre acteurs du tourisme et acteurs de la culture est difficile car la mise en valeur touristique de la ville est alors composée d'une double organisation (Giraud-Labalte, Morice et Violier, 2009) avec pour chaque acteur ses propres territoires d'action. D'une part, la Société d'Economie Mixte Locale « Nantes Culture et Patrimoine » qui gère entre autre par délégation de service public le Château des Ducs de Bretagne et les Machines de l'Île et d'autre part l'office de tourisme communautaire de Nantes métropole, à l'époque de statut associatif, qui est en charge de l'information, de la promotion et de la commercialisation du territoire. Pour les acteurs locaux interrogés en 2009, il est difficile de déterminer le territoire touristique : « Nantes n'est pas une destination touristique à part entière » (entretien avec le responsable marketing SEM Nantes Culture et Patrimoine, 16/10/2009), ni « une porte d'entrée évidente, sauf peut-être pour la vallée de la Loire et encore dans certaines limites, puisque tout dépendrait de la destination des touristes et leur état d'esprit puisque souvent ils se rendent ensuite en Bretagne et au Mont-Saint-Michel » (entretien avec le directeur de l'office de tourisme de Nantes, 09/11/2009). Comment un tel changement a-t-il eu lieu entre les propos issus des entretiens de 2009 et l'introduction rédigée dans le guide touristique de Nantes Métropole 2017-2018 « « Connaissez-vous une autre destination qui dans un rayon d'un kilomètre réunit ... » (Voyage à Nantes, 2017, p.2) ?. La création d'une nouvelle société publique locale « Le Voyage à Nantes » en 2011, regroupant acteurs de la culture et acteurs du tourisme, avec délégation de service public de Nantes Métropole mais avec la participation de plusieurs collectivités (Nantes Métropole 72%, ville de Nantes 18%, département de Loire-Atlantique 5%, conseil régional des Pays de Loire 5%) a permis d'affirmer une identité et de positionner la destination tout en confiant une dimension régionale notamment par des partenariats avec d'autres territoires le long de l'estuaire de la Loire, dans le vignoble ou encore sur le littoral.

Conclusion

La destination touristique est relative à de multiples territoires de pratique Les acteurs institutionnels, pourtant restreints à des limites de territoires administratifs, dépassent progressivement les frontières dans un souci de cohérence avec les pratiques spatiales des touristes. Pourtant les touristes intègrent les lieux touristiques dans différents réseaux de mobilités à dimensions spatiales variables : locales, nationales, internationales. Aussi la volonté des professionnels du tourisme de faire de leur territoire le « centre » de la destination touristique témoigne d'une volonté d'affichage pour exister dans le répertoire des lieux des touristes. Néanmoins, encore faut-il que la proposition faite par la destination corresponde à celle conçue et pensée par les touristes dans leur projet de déplacement touristique. La mise en réseau s'avère être une solution d'adaptation des territoires pratiqués afin de définir une destination touristique la plus représentative de la perception des touristes. La collaboration

entre différents acteurs, tourisme et autres secteurs, n'est pourtant pas une évidence. Aussi la co-construction de la destination touristique demande une implication des différents acteurs, de tous les acteurs impliqués, y compris les touristes.

Bibliographie

BOUDON R., 1977 *Effets pervers et ordre social*, Paris, Presses universitaires de France, 286 p.

BOURDIN A., 1996, « L'ancrage comme choix », in BERTHELOT J.-M., HIRSCHORN M., *Mobilités et ancrages. Vers un nouveau mode de spatialisation ?*, Paris, Montréal, L'Harmattan, collection Villes et entreprises, p. 37-55

BRUSTON M., DEPREST F., DUHAMEL P., GAY J.-C., KNAFOU R., SACAREAU I., (1997), « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, vol. 27, n°4, 1997, p. 194-203

COUSIN S., 2006, « De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel », *Autrepart*, 2006/4, n°40, p. 15-30

DI MEO G., 1991, *L'homme, la société, l'espace*, Paris, Économica, Anthropos, 319 p.

ÉQUIPE MIT, 2002, *Tourisme I, Lieux communs*, Paris, Belin, collection Mappemonde, 319 p.

FREMONT A., 1976, *La région, espace vécu*, Paris, Flammarion, 288 p.

GAGNON S., 2003, *L'échiquier touristique québécois*, Sainte-Foy, Presses Universitaires du Québec, 359 p.

GIRAUD-LABALTE C., MORICE J.-R., VIOLIER P., 2009, Le patrimoine est-il fréquentable ? Accès, gestion, interprétation, Angers, *Presses de l'université d'Angers*, 2009, 361 p.

KNAFOU R., 2000, « Les mobilités touristiques et de loisirs et le système global des mobilités », in BONNET M. et DESJEUX D., (éd.), *Les territoires de la mobilité*, Paris, Presses universitaires de France, p. 85-94

MIRLOUP J., 1987, « Les grandes zones de tourisme culturel : définition et problèmes de saturation », *Méditerranée*, tome 62, 4-1982, p. 5-10

MONNET J., 2000, « Les dimensions symboliques de la centralité », *Cahiers de géographie du Québec*, volume 44, n°123, p. 399-418

MONTEILS J.-P., 2007, « Tout territoire n'a pas vocation à devenir touristique », *Source, EDITA*, n°92, p. 1-2

PIRIOU J., 2016, « La dimension régionale du système touristique: une lecture réticulaire par les pratiques spatiales des touristes au sein de l'espace des « Châteaux de la Loire », *Mondes du Tourisme* [en ligne], Hors-série, septembre 2016, URL : <http://>

<http://tourisme.revues.org/1276>

PIRIOU J., 2010, « Une approche régionale de la destination touristique », in LEMASSON J.-P. et VIOLIER P., *Destinations et territoire, Coprésence à l'œuvre*, vol. 1, Presses de l'Université de Québec, éditions Téoros, p. 38-44

RAFFESTIN C., 1980, *Pour un géographie du pouvoir*, Paris, Librairies techniques, 249 pages

RUBY C., 2003, « Article Pratique » in LEVY J. et LUSSAULT M., *Dictionnaire de la géographie, de l'espace et des sociétés*, Paris, Belin, p. 74

STOCK M., (coord.), 2003, *Le tourisme: acteurs, lieux et enjeux*, Paris, Belin, 303 pages

VIOLIER P., 2009, « Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques », in LEMASSON J.-P. et VIOLIER P., *Destinations et territoire*, vol. 1, Coprésence à l'œuvre, Presses de l'Université de Québec, éditions Téoros, p. 26-37

VIOLIER P., 2008, *Tourisme et développement local*, Paris, Belin, collection Belin Sup Tourisme, 192 p.

VIOLIER P., 2007, « Tourisme et médias : regards d'un géographe », *Le Temps des Médias*, n°8, printemps, p.159-170