



## **MASTER TOURISME**

Parcours « Tourisme et Développement »

### **MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE**

### **L'itinérance douce en espace rural : Les acteurs touristiques privés au cœur des démarches collaboratives**

Présenté par :

**Sophia LEUDIHAC**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

*« Tout est devant nous. Le chemin ne finit pas ;*

*plus on avance, plus la route s'ouvre à nos yeux. »*

Henry Miller.

A la mémoire de ma mère, Caroline Hercelin, qui a su me transmettre sa passion pour le voyage et la nature, et sans qui je n'en serais pas là aujourd'hui.

## REMERCIEMENTS

---

Je tiens avant tout à exprimer ma reconnaissance auprès de toutes les personnes m'ayant aidée et soutenue au cours de mes travaux de recherche.

Ainsi, mes remerciements vont d'abord à Sébastien Rayssac, mon maître de mémoire qui a su m'orienter dans mon travail et me donner de précieux conseils tout au long de l'élaboration de mon mémoire. Je remercie également les enseignants de l'ISTHIA, qui ont été nombreux à m'apporter de précieuses appréciations et suggestions.

Je souhaite aussi remercier tout particulièrement mon compagnon, Antoine Tramond, qui a su m'encourager et me soutenir même dans les moments les plus difficiles.

Les membres de ma famille, comme ma sœur Marion Leudihac, mon père Jean-Paul Leudihac et ma belle-mère Gaëlle Chabasse, ma cousine Léa Alouis ou encore mon beau-père François Langny, m'ont d'autre part été d'une aide précieuse concernant la relecture et la mise en forme de mon travail. Je les en remercie infiniment.

Finalement, j'adresse un grand merci à mes amis et camarades de classe qui ont su m'apporter leur soutien à différents niveaux. Un remerciement particulier à Christelle Raton, qui m'a été d'une grande aide dans les moments de doute et a su m'orienter dans mes choix.

# SOMMAIRE

---

|   |           |
|---|-----------|
| REMERCIEMENTS.....  | 3         |
| SOMMAIRE .....  | 4         |
| INTRODUCTION GENERALE .....   | 6         |
| <b>PARTIE 1 : L'ITINÉRANCE DOUCE, UN TOURISME PROPICE À LA COLLABORATION DES ACTEURS TOURISTIQUES PRIVÉS ET DISPOSÉ À UN DÉVELOPPEMENT DURABLE DES TERRITOIRES.....</b> | <b>8</b>  |
| Introduction de la partie 1.....  | 9         |
| 1. <b>Chapitre 1 - Face à la menace de l'homme, la nécessité d'adopter une démarche de développement durable .....</b>  | <b>10</b> |
| 1.1.    La nature et la culture, des biens immatériels précieux.....  | 10        |
| 1.2.    L'apparition de formes de tourisme désireuses d'améliorer les rapports avec l'environnement et les populations locales .....                                    | 19        |
| 2. <b>Chapitre 2 - Les mobilités essentielles à l'itinérance douce, une pratique touristique en devenir .....</b>   | <b>25</b> |
| 2.1.    Les origines du tourisme d'itinérance à travers l'évolution des mobilités.....  | 25        |
| 2.2.    Le tourisme d'itinérance, une tendance en proue.....  | 36        |
| 3. <b>Chapitre 3 – L'itinérance douce et la collaboration de ses parties prenantes privées, facteur d'un développement durable sur les territoires .....</b>            | <b>45</b> |
| 3.1.    Les parties prenantes de l'itinérance douce, une diversité d'acteurs au service des voyageurs itinérants .....  | 45        |
| 3.2.    Le tourisme d'itinérance douce, outil d'un développement durable local .....  | 51        |
| 3.3.    L'approche solidaire de la mobilisation et collaboration des acteurs touristiques privés, pour une meilleure visibilité de l'offre globale .....                | 52        |
| Conclusion de la partie 1.....  | 61        |
| <b>PARTIE 2 : LES CLES D'UNE COLLABORATION ASCENDANTE DURABLE .</b>   | <b>63</b> |
| Introduction de la partie 2.....  | 64        |
| 1. <b>Chapitre 1 : La mutualisation des ressources, pilier d'une démarche de collaboration durable .....</b>  | <b>65</b> |
| 1.1.    Le principe de mutualisation, un atout pour la collaboration.....   | 65        |
| 1.2.    Les différentes ressources pouvant servir la mutualisation .....  | 67        |
| 1.3.    La mutualisation, des bénéfices à plusieurs niveaux.....  | 70        |

|      |  |            |
|------|--|------------|
| 2.   | <b>Chapitre 2 - L'intérêt de réaliser une communication commune entre les acteurs touristiques privés pour gagner en cohérence dans l'offre d'itinérance douce</b> | <b>76</b>  |
| 2.1. | Les outils de travail collaboratif, instruments pour une communication interne efficace..  | <b>76</b>  |
| 2.2. | Une stratégie de communication globale au service de la visibilité de l'offre d'itinérance   | <b>79</b>  |
| 2.3. | Vers une communication plus durable et sensibilisante .....  | <b>83</b>  |
| 3.   | <b>Chapitre 3 - L'animation et le suivi, fonctions essentielles et complémentaires pour une collaboration durable</b> .....  | <b>86</b>  |
| 3.1. | Le suivi de la collaboration permettant de pallier aux risques d'essoufflement ou de désengagement.....  | <b>86</b>  |
| 3.2. | La fonction d'animation essentielle pour la conduite d'une démarche de collaboration...  | <b>90</b>  |
|      | <b>Conclusion de la partie 2.....</b>  | <b>92</b>  |
|      | <b>PARTIE 3 : L'ASSOCIATION LE CHEMIN DE ROBERT LOUIS STEVENSON, UNE DEMARCHE DE COLLABORATION REUSSIE.....</b>  | <b>94</b>  |
|      | <b>Introduction de la partie 3.....</b>  | <b>95</b>  |
| 1.   | <b>Chapitre 1 - Chemin de Robert Louis Stevenson.....</b>  | <b>96</b>  |
| 1.1. | Histoire du chemin, naissance d'une association .....  | <b>96</b>  |
| 1.2. | Le mouvement d'itinérance sur le chemin révélateur de sa notoriété.....  | <b>97</b>  |
| 2.   | <b>Chapitre 2 : De nombreuses conditions favorables à une itinérance douce durable sur les territoires.....</b>  | <b>99</b>  |
| 2.1. | Un cadre environnemental et culturel d'exception .....   | <b>99</b>  |
| 2.2. | Un réseau d'acteurs diversifiés et complémentaires .....   | <b>101</b> |
| 3.   | <b>Chapitre 3 : Une méthodologie d'analyse permettant de vérifier la durabilité de la collaboration.....</b>   | <b>107</b> |
| 3.1. | Un panel d'outils pour établir le niveau de mutualisation .....  | <b>107</b> |
| 3.2. | Evaluation de l'efficacité de la communication .....   | <b>110</b> |
| 3.3. | L'évaluation de l'animation et du suivi au moyen de grilles d'analyse .....  | <b>112</b> |
|      | <b>Conclusion de la partie 3.....</b>  | <b>115</b> |
|      | <b>CONCLUSION GENERALE.....</b>  | <b>116</b> |
|      | <b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>   | <b>118</b> |
|      | <b>TABLES DES ANNEXES .....</b>  | <b>121</b> |
|      | <b>ANNEXES .....</b>   | <b>122</b> |
|      | <b>TABLE DES FIGURES .....</b>   | <b>137</b> |
|      | <b>TABLE DES MATIERES .....</b>  | <b>138</b> |

# INTRODUCTION GENERALE

---

Dans le cadre de cette première année de Master en Tourisme et Développement, nous sommes amenés à construire une réflexion tout le long de l'année autour de la thématique de notre choix. Cet exercice se révèle être particulièrement formateur puisqu'il nécessite de réaliser une recherche en profondeur autour d'un champ d'étude délimité. Cette investigation permet de dégager une problématique qui peut être rencontrée par les acteurs touristiques concernés par le sujet étudié.

Ainsi, nous avons décidé d'orienter notre travail autour du thème central de l'itinérance douce. Afin d'engager nos recherches, nous nous sommes appuyés sur la question de départ suivante :

En quoi le tourisme d'itinérance au moyen des mobilités douces peut-il contribuer à la préservation de l'environnement ?

On retrouve dans cette interrogation, outre notre thème principal, les notions de mobilité douce et de protection de l'environnement, qui nous ont permis de focaliser notre investigation.

Le terme d'itinérance nous ramène d'emblée à celui de la route. Ce dernier, avec toutes les expressions qui s'y rapportent, sont omniprésents dans nos sociétés, et ce depuis l'origine de l'humanité. Employés dans de nombreuses métaphores, on les retrouve dans les fondements de toutes les religions à travers le monde, mais aussi dans les sept arts. Livres, chansons, films, tableaux, photographies ou encore publicités, la route inspire en tout lieu depuis des décennies.

Le tourisme d'itinérance s'identifie alors à cette mouvance et reflète le mouvement perpétuel caractérisant nos sociétés. Mais il exprime également l'illustre quête de la liberté qui anime secrètement chaque individu, accompagnée d'un besoin profond de retourner à des valeurs plus humaines et authentiques, qui tendent aujourd'hui à disparaître avec la mondialisation.

Jean Corneloup a d'ailleurs défini l'itinérance comme « *un projet alternatif à la grande consommation touristique ; elle est recherchée par des publics en quête de ce que l'on appelle couramment aujourd'hui des pratiques authentiques, là où l'humain et la nature ont encore du sens et de la place* ».

Les derniers mots qu'a exprimé l'auteur nous permettent de prêter attention à la notion d'espace rural. C'est en effet dans ce dernier que la nature est la plus présente mais aussi la plus préservée. L'urbanisation qui croît sans cesse amène véritablement à un affaiblissement des milieux naturels, pourtant si précieux et nécessaire à notre survivance. De ce fait, ce mémoire de recherche se focalisera sur ces espaces et exclura les milieux urbains de la réflexion engagée.

Finalement, les enjeux de développement du tourisme résident aujourd'hui dans le fait de tenter de trouver le juste équilibre entre l'existence de l'homme et l'essence de la planète, qui reflète nos conditions de vie. Plus cette dernière sera endommagée, plus notre espèce se trouvera menacée.

De ce postulat, nous tenterons au fil des pages de déterminer de quelle façon et par quels moyens le tourisme d'itinérance peut s'inscrire dans une logique de développement plus vertueux et respectueux.

Afin de mener à bien ce travail, il convient dans un premier de construire un cadre théorique qui constituera le fondement de notre argumentation. Cette étape implique forcément de réaliser des lectures variées afin de recueillir un certain nombre d'informations élémentaires. Ces dernières nous permettront de relever les caractéristiques des grandes notions de notre champ d'étude, afin de tenter de dégager les problématiques et enjeux de chacune d'elles.

A la suite de cela, nous nous adonnerons à introduire une dimension plus pragmatique à notre travail nous permettant de dégager trois grandes hypothèses de recherche.

Et finalement, notre travail s'achèvera sur une proposition de méthodologie à adopter pour permettre de vérifier les hypothèses qui auront été émises.

---

**PARTIE 1 : L'ITINÉRANCE DOUCE, UN TOURISME  
PROPICE À LA COLLABORATION DES ACTEURS  
TOURISTIQUES PRIVÉS ET DISPOSÉ À UN  
DÉVELOPPEMENT DURABLE DES TERRITOIRES**

---

## **INTRODUCTION DE LA PARTIE 1**

---

Cette première partie va permettre d'établir et fixer les notions fondamentales de notre réflexion qui évoluera autour du concept clé de l'itinérance. En premier lieu, le rôle déterminant de la nature et de la culture dans le bien-être de l'homme sera souligné. De ce premier constat, le caractère fragile de ces biens immatériels sera mis en évidence à travers les conséquences néfastes qu'engendre l'activité humaine, sur les plans environnemental, social mais aussi économique. Trois échelles d'incidence seront étudiées, du constat global jusqu'au secteur du tourisme en passant par le domaine du transport. Face à un dérèglement climatique planétaire de plus en plus perceptible, mais aussi en réaction aux détériorations des liens sociaux et des conditions de vies de certaines populations, nous mettrons en évidence le fait que les individus tendent aujourd'hui à prendre conscience de la nécessité de changer les choses. C'est dans ce contexte que le principe de développement durable est apparu, concept que nous tenterons de définir le plus fidèlement possible. Dans la suite de ce mouvement militant, différentes formes de tourisme dits alternatifs se sont progressivement développées. Celles illustrant le mieux ces nouvelles tendances vont être brièvement définies, et mèneront à un exposé des enjeux qui se dessinent aujourd'hui pour la mise en place de pratiques touristiques durables.

Après cela, les deux concepts principaux de notre recherche ; le tourisme d'itinérance et les mobilités douces, seront définis. Pour appréhender au mieux ces notions, nous proposons de les aborder à travers une approche historique qui permettra de mieux cerner leurs évolutions. Leur caractère indissociable sera souligné et nous exposerons ensuite les évolutions des modes de transport afin d'amener à la définition des mobilités douces. Le rôle de ces dernières dans le développement d'un tourisme durable se verra mis en exergue et permettra d'introduire l'itinérance douce. Nous tenterons ensuite de démontrer en quoi ce concept est facteur de développement pour les territoires mais aussi de caractériser le profil des itinérants. Finalement, nous présenterons les différentes voies d'itinérance qui se développent à travers le monde, et nous expliquerons en quoi elles constituent des supports de valorisation identitaire efficaces.

Nous achèverons finalement cette première partie en caractérisant les parties prenantes du tourisme d'itinérance. Trois grandes catégories pourront ainsi être distinguées : les acteurs publics, les acteurs privés, et enfin la sphère des individus (correspondant aux habitants et aux touristes). Nous tenterons de déterminer quels sont leur rôle respectif pour le développement local territorial et de quelle façon ils sont en lien avec l'itinérance douce. Cette analyse nous permettra de mettre en avant le rôle central des acteurs privés dans ce genre de pratique touristique et d'amener à la notion de collaboration ascendante. Les termes faisant référence au travail collectif seront caractérisés afin d'expliquer plus clairement la collaboration.

# **1. CHAPITRE 1 - FACE A LA MENACE DE L'HOMME, LA NECESSITE D'ADOPTER UNE DEMARCHE DE DEVELOPPEMENT DURABLE**

---

Ce premier chapitre vise à fixer le cadre d'ensemble de notre réflexion et à exposer le contexte général dans lequel elle s'inscrit. En exposant les enjeux majeurs que représentent l'environnement naturel mais aussi culturel, le concept de développement durable sera posé et explicité. De cette notion centrale, nous pourrions considérer les principales formes de tourisme alternatif qui existent et déterminer quels sont les défis à relever pour qu'elles soient véritablement qualifiées de responsables ou durables.

## **1.1. La nature et la culture, des biens immatériels précieux**

### **1.1.1. Deux composantes garantes du bien-être de l'homme**

La planète Terre recèle une biodiversité florissante et complexe, offrant à l'humanité une véritable richesse et de multiples services écologiques qui en découlent. L'environnement naturel qui nous entoure est avant tout la source de notre survie, puisqu'il nous offre oxygène, eau potable et nourriture. Ces services dits d'approvisionnement représentent ainsi les différents produits que nous offrent les écosystèmes. Arrivent ensuite les services de régulations liés aux bénéfices qui émanent de la régulation des processus en rapport avec les écosystèmes<sup>1</sup>. Finalement, on distingue les services culturels rassemblant tous les bienfaits immatériels que peut nous offrir la biodiversité, comme ce qui est en rapport avec l'identité culturelle, l'inspiration artistique ou encore l'enrichissement personnel. La diversité des paysages à travers le globe représente effectivement un patrimoine naturel luxuriant nous offrant découvertes, panoramas et horizons éblouissants et stupéfiants. Cet ensemble qui nous est aujourd'hui donné résulte d'une harmonieuse organisation appelée la biodiversité.

Cette notion, apparue dans les années 1980, est une contraction de "*diversité biologique*", regroupant toute la variété et la complexité du monde vivant. La biodiversité réunit la totalité des relations qu'entretiennent les êtres vivants entre eux mais aussi avec leur environnement. Ainsi, toutes les espèces occupent un rôle dans l'organisation et l'équilibre des écosystèmes en place<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Comme par exemple pour le climat ou encore les inondations.

<sup>2</sup> Notamment dans la chaîne alimentaire ou dans le cycle de vie. Chacune occupe en effet un rôle vital pour maintenir l'équilibre en place. Comme l'a dit Yann Arthus-Bertrand, "*chaque espèce est un maillon, et dans une chaîne, aucun maillon n'est moins important qu'un autre*" (2010, p.14).

En plus de l'exceptionnel patrimoine immatériel qu'incarne la nature, l'histoire de notre humanité et des sociétés qui se sont formées depuis l'apparition de l'homme nous offrent aujourd'hui une richesse culturelle considérable à travers le monde.

L'UNESCO (Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture) estime que la culture, dans son sens général, *“peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts, les lettres et les sciences, les modes de vies, les lois, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances”* (UNESCO, 1982, p.1). Cette culture évolue bien sûr au fil du temps, ce depuis l'apparition de l'homme, et est constituée *“de multiples manières distinctes d'être, de penser, d'agir et de communiquer en société”*<sup>3</sup>.

Dans le cadre du tourisme, la culture occupe bien évidemment un rôle prédominant de par le potentiel et la diversité qu'elle offre. Elle fait partie de l'une des raisons principales pour laquelle les touristes désirent voyager, pour découvrir, apprendre, expérimenter et partager.

### **1.1.2. L'homme, menace pour les patrimoines naturels et culturels de notre planète**

#### **1.1.2.1. Les conséquences néfastes de l'expansion de l'homme**

Comme l'expose si bien Yann Arthus-Bertrand dans la préface de l'ouvrage *La Biodiversité*, sur les sols de la terre, *“98% de la matière vivante des mammifères, oiseaux, reptiles et amphibiens est constituée de l'espèce humaine et de ses animaux domestiques. Autrement dit, la nature sauvage [...] ne [compte] plus que pour 2% de la matière vivante”* (Arthus-Bertrand, 2010, p.5). L'espèce humaine a aujourd'hui pris le dessus sur la nature, perçue comme hostile ou sans importance. Aujourd'hui, on estime qu'environ 60% des services écologiques offerts par la nature sont d'ores et déjà dégradés ou utilisés non durablement. Il est en tout cas certain que l'espèce humaine occupe un rôle décisif sur le changement climatique. Le Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat (GIEC), prix Nobel de la Paix en 2007, l'a confirmé à l'unanimité. Que ce soit directement ou indirectement, les activités humaines modifient et détériorent l'atmosphère de notre planète mais aussi son environnement.

Philippe Saint Marc a écrit en 1974 un ouvrage, *La Socialisation de la Nature*, dans lequel il distingue trois âges de l'histoire concernant la relation de l'humanité avec la nature<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Wikipédia. *Culture [en ligne]*. Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Culture>. (Consulté le 24-01-2018).

<sup>4</sup> Le premier est celui de l'agriculture, depuis la sédentarisation de l'homme préhistorique jusqu'à environ la fin du VIII<sup>ème</sup> siècle. Cette époque est marquée par la dépendance totale de l'économie aux fluctuations des lois de la nature, ainsi que par la crainte

Le XXI<sup>ème</sup> siècle correspondrait à l'âge de la Nature, époque pendant laquelle l'appauvrissement et la disparition des espaces naturels représentent un danger des plus préoccupant pour la survie de l'espèce humaine et de son avenir. Comme l'a bien résumé l'auteur, "*aujourd'hui, il ne s'agit plus de protéger l'Homme de la Nature, mais la Nature de l'Homme*" (Saint Marc, 1971, p.17).

Dans un contexte de croissance économique exponentielle, d'opulence de la société de consommation, de forte pression démographique et d'explosion spectaculaire du tourisme et des loisirs, on assiste en effet à la dégradation voir à l'effacement progressif des espaces naturels. Cette raréfaction et détérioration de l'espace, devenant de plus en plus significative, amènerait à un véritable bouleversement de la biodiversité menant à une pénurie de la Nature.

La majorité des activités exercées par l'homme engendre de nombreuses pollutions, sur l'air, l'eau ou encore la terre, ayant souvent des répercussions destructrices à différents niveaux<sup>5</sup>.

L'exploitation des ressources naturelles non renouvelables, comme le pétrole, va à terme entraîner de véritables pénuries et dérèglements. On constate aussi, depuis l'émergence de l'homme et de ses activités, une impressionnante disparition, ou au mieux un appauvrissement, des milieux ainsi que des espèces animales et végétales. Ce "*taux de disparition annuel est mille fois plus rapide qu'avant l'ère industrielle et plus de 30% des espèces pourraient avoir disparu en 2050*" (Reeves, 2003, p.216). La recrudescence des activités humaines<sup>6</sup> conduit en effet à la destruction des habitats de nombreuses espèces (provoquant leur disparition) ou encore de leur surexploitation<sup>7</sup>. Bien qu'ayant un rôle décisif sur le bien-être de l'homme, le grand public comme les décideurs ne mesurent pourtant pas les conséquences étendues que l'altération de l'environnement entraîne.

Concernant la croissance démographique mondiale de la population, elle a atteint en janvier 2018 les 7,63 milliards<sup>8</sup> et augmenterait chaque année de près de 89 millions<sup>9</sup>. Ce surpeuplement croissant contribue à l'accélération de l'encombrement et de la dégradation des espaces. Des

---

admirative de l'environnement extérieur marqué par la Création. Le second âge est celui de l'industrie, qui prospère jusqu'à la fin de la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. Fortement touchée par la domination d'une activité économique dépassant les lois naturelles, cette période représente la volonté de surmonter et surpasser la Nature.

<sup>5</sup> Sur la nature comme sur l'homme.

<sup>6</sup> On constate aussi une forte dégradation des sols et terres productives du fait notamment des pratiques agricoles inappropriées et massives (près de 25% des terres sont dédiées à l'agriculture), mais aussi de la déforestation, du surpâturage, de l'urbanisation en continuelle expansion ou encore de l'artificialisation.

<sup>7</sup> Le cas de l'élevage intensif ou encore de la surpêche illustrent ce manque de considération total de la biodiversité.

<sup>8</sup> Chaque jour, on comptabilise 244.000 naissances, soit environ 2,7 personnes par seconde.

<sup>9</sup> Planetoscope. *Croissance de la population mondiale (naissances - décès) [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.planetoscope.com/natalite/5-croissance-de-la-population-mondiale-naissances---deces-.html>. (Consulté le 08-11-2017).

prévisions estiment d'ailleurs que d'ici un siècle, il ne pourrait rester que 3 000 m<sup>2</sup> de terre par habitant sur la terre, et seulement 1 m<sup>2</sup> dans six siècles.

En outre, on assiste aussi à une augmentation du “*peuplement mécanique*”, faisant référence aux constructions faites par l'homme<sup>10</sup> mais aussi aux machines et appareils essentiels au travail ou aux loisirs<sup>11</sup>. Finalement, l'apparition détonante du tourisme engendre de nombreux effets néfastes et une double occupation de l'espace accentuant ce processus (cf. 1.1.2.3.).

En définitive, les prévisions sur le réchauffement climatique se révèlent être assez préoccupantes. On estime que la température mondiale devrait augmenter de 1,8°C à 6°C d'ici la fin de notre siècle<sup>12</sup>. On assistera alors dans le monde entier à un réel bouleversement du climat qui va engendrer des modifications irréversibles sur la Terre. Il est en fait aujourd'hui évident qu'un véritable dérèglement climatique se produit et s'intensifie de jour en jour. On le constate dans monde entier, de l'assèchement des lacs aux violents ouragans jusqu'aux feux de forêts et aux disparitions d'innombrables espèces<sup>13</sup>.

La liste est longue, il est donc difficile d'être complètement exhaustif sur ce sujet. Mais il est en tout cas certain que les activités qu'exerce l'homme sur la Terre sont néfastes sur de nombreux plans, et qu'il est donc urgent de faire évoluer les choses. Le transport est d'ailleurs l'un des aspects sur lequel il est le plus nécessaire d'agir. Omniprésent dans nos sociétés, il est aujourd'hui responsable d'une grande partie des émissions de CO<sub>2</sub>.

### **1.1.2.2. Les répercussions négatives des transports sur la planète**

Selon l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie), le secteur du transport est aujourd'hui considéré comme le principal émetteur de CO<sub>2</sub> puisqu'il représente 39% des émissions totales de gaz à effet de serre. En 2015, ce secteur représentait 33% de la consommation d'énergie totale en France, contre 29% en 1990<sup>14</sup>. Cette même année, 80% des émissions concernaient les transports de la route. Comme l'illustre le schéma ci-dessous, on constate que les véhicules particuliers représentent le mode de transport émettant le plus de gaz à effets de serre.

---

<sup>10</sup> Habitations, usines, bureaux, gares, ports, routes, etc.

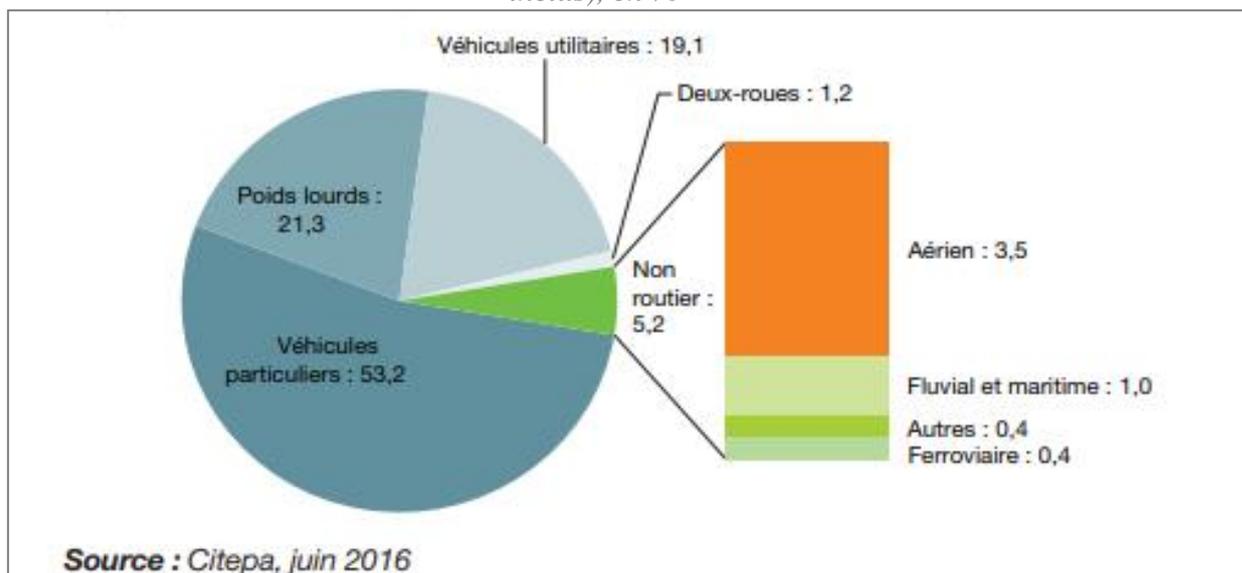
<sup>11</sup> Voitures, avions, bateaux, télévision, téléphone mobile, etc.

<sup>12</sup> A noter que les pays bordant la Méditerranée seront parmi les plus touchés avec de très forte hausse.

<sup>13</sup> CNEWS Matin. *13 conséquences concrètes du réchauffement climatique [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.cnewsmatin.fr/monde/2018-02-18/12-consequences-concretes-du-rechauffement-climatique-715454>. (Consulté le 11-11-2018).

<sup>14</sup> ADEME. *Mobilité et transports : chiffres clés et observations [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.ademe.fr/expertises/mobilite-transport/chiffres-cles-observations>. (Consulté le 12-11-2017).

Figure 1 : Emissions de Gaz à Effet de Serre par mode de transport en France (DOM inclus), en %



Source : Commissariat général au développement durable. Chiffres clés du climat en France et dans le monde<sup>15</sup>.

Pollutions atmosphériques, nuisances sonores ou encore atteintes au milieu physique, les transports engendrent de nombreux impacts nuisibles à l'homme et à l'environnement.

L'Organisation Mondiale de la Santé a déclaré, en octobre 2013, la pollution de l'air comme un cancérigène certain pour l'homme. L'exposition aux particules fines et aux polluants dans l'atmosphère pourrait dans certains cas réduire l'espérance de vie, entraîner des pathologies respiratoires et cardiovasculaires, avoir une incidence sur la grossesse voir même être responsable de décès prématurés<sup>16</sup>.

Cette pollution atmosphérique, en plus de s'avérer toxique pour l'homme, entraîne la pollution et le déséquilibre de nombreux écosystèmes<sup>17</sup>. Outre les émissions de CO<sub>2</sub>, les transports et infrastructures routières participent en effet à la consommation des ressources naturelles<sup>18</sup> et peuvent également entraîner des modifications sur les équilibres en place. Apparaît également face au déferlement de la "marée de béton"<sup>19</sup>, une véritable dénaturation des espaces naturels.

<sup>15</sup> Disponible sur : [http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits\\_editoriaux/Publications/Datalab/2016/chiffres-cles-du-climat-edition2017-2016-12-05-fr.pdf](http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/fileadmin/documents/Produits_editoriaux/Publications/Datalab/2016/chiffres-cles-du-climat-edition2017-2016-12-05-fr.pdf). (Consulté le 31-02-2018).

<sup>16</sup> En France, on estime que les coûts de santé en lien avec la pollution représentent tous les ans entre 20 et 30 milliards d'euros.

<sup>17</sup> Sur les eaux de surface, les nappes phréatiques ou encore la qualité des sols...

<sup>18</sup> Non renouvelables, comme les énergies fossiles qui font fonctionner la majorité des modes de transports (pétrole et gaz principalement).

<sup>19</sup> Faisant référence aux routes asphaltées.

Finalement, dans le cadre du tourisme, les déplacements représentent le premier impact écologique du secteur. Certaines destinations touristiques voient entre 75% et 80% de leurs émissions de carbone en lien direct avec les déplacements du domicile à la destination et réalisés une fois sur place<sup>20</sup>. Comme l'a déclaré dans une interview en 2007 Jancovici, expert sur les questions d'énergie et de changement climatique, "dès que l'on monte dans un avion, c'est perdu, on dépasse presque inévitablement les 5 000 kg équivalent carbone/personne/an nécessaires pour stabiliser la concentration en CO<sub>2</sub> de l'atmosphère"<sup>21</sup>. Voyager à l'autre bout du monde, dans un lieu dépaysant, pour contenter ses rêves, n'a au final pas plus de sens que de transporter des cargaisons et marchandises sur des milliers de kilomètres pour satisfaire l'appétence des pays occidentaux. Outre l'impact du déplacement dans un voyage, le secteur du tourisme cause d'autres dommages, sur l'environnement, les économies ou encore les populations locales.

### **1.1.2.3. Le tourisme, des effets bénéfiques mais aussi néfastes sur les plans social, économique et environnemental**

Bien que le tourisme présente de nombreux intérêts et avantages, il est aussi menaçant et source de méfaits<sup>22</sup>, comme l'explique Philippe Calot -professeur et professionnel du tourisme- dans son ouvrage *Le tourisme facteur de nuisances et de risques*. On distingue trois axes majeurs qui caractérisent les impacts négatifs que génère le tourisme : sur l'environnement physique, naturel et artificiel (en incluant les infrastructures), sur le plan social au niveau des populations et de la structuration sociale, des rapports entre visiteurs et visités, et enfin sur l'économie et l'organisation des territoires.

Tout d'abord sur le plan environnemental<sup>23</sup>, on observe d'importantes et inquiétantes consommations des ressources naturelles ou dégradations de certains milieux naturels. L'eau est en effet consommée de manière excessive par de nombreuses structures touristiques<sup>24</sup>. On constate de pair une surconsommation des ressources de la part des clientèles touristiques. A titre d'exemple, la consommation moyenne d'eau par touriste s'élève à 440 litres par jour alors qu'elle n'est que de 162 litres pour un français.

---

<sup>20</sup> Office de Tourisme du futur du département du Nord. *Fiche 62 - Territoire et mobilités [en ligne]*. Disponible sur : <https://otfutur.lenord.fr/fiches/fiche-62-territoire-et-mobilites.html>. (Consulté le 24-10-2017).

<sup>21</sup> Le tourisme représente d'ailleurs environ 60% du trafic aérien.

<sup>22</sup> Le tourisme, "capable du meilleur comme du pire" (Delisle et al., 2007, p.29).

<sup>23</sup> En plus des émissions de gaz à effet de serre engendrées par les nombreux déplacements touristiques.

<sup>24</sup> Comme par exemple des hôtels, mais aussi pour l'entretien des golfs, des piscines ou encore des canons à neige dans les stations de ski. En prenant le cas d'un parcours de golf dans un pays tropical, sa consommation équivaldrait à celle d'une ville française de 12 000 habitants d'après le WWF (World Wide Fund for Nature). Cette consommation peut même atteindre les 880 litres par jour dans les hôtels luxueux.

La pollution de l'air, de l'eau et de la terre est aussi considérable à cause des rejets humains de plus en plus conséquents du fait de l'accroissement des touristes et de la concentration touristique dans certains lieux<sup>25</sup>. Aussi, le tourisme représente une réelle menace pour la biodiversité, qui recule et s'amoindrit progressivement face à la présence accrue de l'homme. De nombreuses forêts, zones humides ou sols fertiles sont déboisés ou détériorés au profit de l'activité touristique. L'urbanisation et la fréquentation que peut engendrer ce secteur fragilise de nombreux écosystèmes comme les récifs de coraux, et dégrade aussi la végétation, les habitats des faunes locales et les sols.

D'autre part, sur le plan culturel, on constate que le tourisme a des effets néfastes sur les populations et cultures locales. La fréquentation touristique d'une destination peut en effet engendrer un véritable choc des cultures. L'attitude des touristes peut venir altérer les racines identitaires des populations hôtes et créer un décalage culturel, puisque leurs comportements ne respectent pas forcément les normes sociales, culturelles ou religieuses de la destination. Certains cas montrent même une véritable folklorisation ou marchandisation des traditions, et les cultures locales se voient parfois même totalement effacées face à une occidentalisation de la destination. En conséquence, des déséquilibres et modifications économiques peuvent apparaître pour les locaux cherchant à imiter le style de vie des étrangers<sup>26</sup>, pouvant finalement mener à une détérioration du rapport entre visiteur et visité.

Enfin, on constate une dégradation de la situation socioéconomique dans certaines destinations. Par exemple avec des discriminations professionnelles, au niveau des salaires, mais aussi avec le travail des enfants, le tourisme sexuel ou encore les conflits concernant l'occupation et l'exploitation des terres pour le tourisme au détriment des communautés autochtones.

Philippe Calot constate finalement le fait que ces nuisances découlent de l'égo humain. Quand une personne voyage, il se voit finalement comme un touriste et non comme un citoyen. Ce statut va a priori modifier le comportement du consommateur, qui va chercher à privilégier l'instant de plaisir qu'il vit, qu'il a durement gagné en travaillant, en se déchargeant de toute responsabilité.

Face à ces innombrables bouleversements causés par l'homme, il apparaît aujourd'hui comme primordial de réagir et de faire évoluer nos comportements dans une autre direction.

---

<sup>25</sup> Par exemple, les égouts des grandes villes touristiques, notamment en bord de mer, contaminent les eaux marines côtières.

<sup>26</sup> Les marocains sont par exemple aujourd'hui de plus en plus amenés à remplacer leur cuisine traditionnelle au feu de bois par des appareils fonctionnant au gaz (Babou et al., 2007, p.29).

### **1.1.3. Des prises de consciences en réaction à la raréfaction et dégradations des espaces naturels et liens sociaux**

#### **1.1.3.1. Une société dans laquelle un désir croissant de retour à la nature apparaît**

Dans nos sociétés modernes, la conscience collective évolue et mène aujourd'hui les individus à aspirer à des modes de vies plus équilibrés et raisonnés. De nombreuses initiatives et mobilisations voient le jour<sup>27</sup>, militant pour la protection de l'environnement, l'intérêt des populations ou des économies locales. Il est en tout cas certain que les prises de consciences s'amplifient de jour en jour face aux conséquences néfastes engendrées par les activités humaines sur notre planète, qui apparaissent de plus en plus perceptibles et évidentes.

On constate en effet dans les mœurs ce besoin grandissant de plus d'humanité, d'espace et de nature, en opposition au matérialisme. Ce phénomène s'inscrit dans cette illustre quête du bonheur -se traduisant par le bien-être- entreprise par chaque individu. Comme l'a écrit Philippe Saint Marc, *“Il n'y a de bonheur pour l'humanité que dans un progrès sur elle-même, dans une nouvelle relation avec le monde et non dans un “super-consommation”, dans un nouveau rapport avec la vie et non avec les choses”* (1971, p.11). L'auteur nous explique l'importance des richesses immatérielles<sup>28</sup> que nous offrent l'environnement et la culture. Il estime qu'il est nécessaire de trouver un équilibre entre les trois composantes fondamentales du bien-être (le niveau de vie, les conditions de vie et le milieu de vie). La recherche du bien-être ne devrait ainsi pas être uniquement focalisée sur le niveau de vie<sup>29</sup>, puisqu'elle doit aussi chercher à prioriser les biens immatériels, correspondant aux satisfactions collectives à l'égard de l'environnement. Les conditions de vie expriment ainsi l'environnement social et le milieu de vie l'environnement physique des habitants.

Dans ce cadre, on comprend mieux cette *“soif de la nature”*, qui se voit accélérée par la paupérisation croissante des espaces. Les populations, citadines particulièrement, ressentent ce besoin de sortir du milieu urbain pour avoir un tout autre rapport avec l'environnement naturel, beaucoup plus riche et bienfaisant. On observe de même une volonté de restaurer les relations et liens sociaux entre les individus. Le rétablissement de ces liens serait finalement garant d'une véritable qualité de vie et d'un épanouissement personnel, dans une optique de *“vivre mieux”*.

---

<sup>27</sup> Citons les mouvements écologistes ou humanitaires.

<sup>28</sup> Il en distingue 3 types : les services biologiques (bienfaits pour la santé physique et mentale), les services esthétiques (joies de l'esprit face à la beauté d'un paysage ou d'un monument par exemple) et enfin les services scientifiques (source d'enseignement ou d'apprentissage).

<sup>29</sup> Désir d'appropriation grandissant des biens matériels de plus en plus abondants et perfectionnés.

Depuis une trentaine d'années maintenant, la perception du développement a évolué et les initiatives et décisions tendent aujourd'hui à plus s'orienter vers un respect de tout ce qui nous entoure. C'est dans ce contexte que le concept de développement durable a émergé.

### **1.1.3.2. Le développement durable comme réponse aux préoccupations et prises de conscience**

La définition la plus traditionnelle du développement durable a été donnée dans le Rapport Brundtland, du nom d'une ancienne ministre norvégienne de l'environnement présidant la Commission mondiale sur l'environnement et le développement. Cette publication, officiellement intitulée *Notre avenir à tous*, a été utilisée comme socle au Sommet de la Terre de 1992. Comme le présente Ludovic Schneider dans son ouvrage *Le développement durable, 100 questions pour comprendre et agir*, cette notion correspond à un développement répondant "*aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs*" (Schneider, 2010, p.5). A cela s'ajoute la définition de deux concepts attachés à cette notion : l'idée de besoin, et plus spécifiquement des besoins essentiels qu'ont les plus démunis, qui sont primordiaux, et le principe des limitations "*que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir*" (Schneider, 2010, p.5).

En d'autres termes, il s'agit d'opérer un développement qui permet de se préoccuper des contemporains comme des générations futures en permettant une vie saine dans un environnement préservé. La notion de bien-être social est fondamentale, et implique forcément d'avoir un certain niveau de revenu économique pour vivre décemment. Ainsi, le développement durable repose sur trois piliers : l'environnement, le social et l'économie (Cf. Annexe A). Au niveau des enjeux environnementaux, plusieurs grandes lignes ont pu être identifiées : "*économiser et préserver les ressources naturelles [...], protéger la biodiversité [...], éviter les émissions de CO2 pour lutter contre le changement climatique [...] [et enfin] gérer et valoriser les déchets*"<sup>30</sup>.

Finalement, il est important de nuancer l'appellation de développement durable qui peut être aujourd'hui remise en cause et qui présente certaines limites. On remarque effectivement qu'il existe plus des développements durables qu'un seul développement durable, se traduisant par des appropriations et approches différentes, voir même des abus. Certains préfèrent parfois utiliser d'autres termes comme "*développement soutenable*" ou encore de "*décroissance*".

---

<sup>30</sup> 3.0. *Tour d'horizon des enjeux des 3 piliers du développement durable [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.3-0.fr/doc-dd/qu-est-ce-que-le-dd/tour-d-horizon-des-enjeux-des-3-piliers-du-developpement-durable#Pr%C3%A9server%20l%27environnement>. (Consulté le 22-01-2018).

Par ailleurs, des outils de mesure, qui ont une réelle portée pédagogique, permettent de prendre conscience de la nécessité d'agir et de changer les choses. En 1990, Mathis Wackernagel et William Rees, défenseurs de la durabilité, ont créé l'empreinte écologique, permettant d'évaluer<sup>31</sup> quel est l'impact des activités humaines (productions, consommations et déchets) sur les écosystèmes terrestres<sup>32</sup>. Un autre outil qui pourrait être au service de la protection de la biodiversité consisterait à donner une valeur économique à la nature. En 1997, une étude portée par le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), menée par l'éminent professeur d'économie Robert Costanza, a estimé à 33 268 milliards de dollars la valeur annuelle des services rendus par la nature à travers le monde<sup>33</sup>. Ainsi, *«défendre la nature n'est donc pas seulement une nécessité morale, c'est aussi un calcul raisonnable dans l'intérêt de tous»* (Yann Arthus Bertrand, 2010, p.46).

Face aux menaces engendrées par l'homme et aux nombreuses prises de consciences qui se manifestent, on assiste à l'apparition de nouvelles formes de tourisme cherchant à minimiser voire même à éviter totalement les bouleversements que peut exercer l'activité touristique sur les équilibres environnementaux, sociaux et économiques. Nombre de voyageurs à notre époque cherchent effectivement à emprunter une direction plus respectueuse de l'environnement, plus éthique et humaine, en évitant les chocs culturels et rapports sociaux néfastes. Il s'opère ainsi progressivement un rejet du tourisme de masse, laissant aujourd'hui clairement transparaître ses limites.

## **1.2. L'apparition de formes de tourisme désireuses d'améliorer les rapports avec l'environnement et les populations locales**

### **1.2.1. De multiples formes de tourisme alternatif**

Parmi les nombreux tourisms alternatifs<sup>34</sup> qui se développent à travers le monde, certains parviennent à se démarquer des autres du fait des principes auxquels ils se rattachent. De plus en plus de touristes sont en effet attirés, en fonction de leurs valeurs et aspirations personnelles, par diverses formes alternatives de voyage<sup>35</sup>.

---

<sup>31</sup> Pour cela, on calcule la surface dont une population a besoin pour produire ses biens matériels et immatériels afin d'estimer la surface bioproductive nécessaire. (Le dessous des cartes, Arte. *L'empreinte écologique [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=w2ynk3cMOpk>. (Consulté le 26-11-2017)).

<sup>32</sup> Ainsi, l'empreinte écologique est 1,5 fois plus élevée que la biocapacité de la terre et d'après WWF, l'homme surexploite les ressources écologiques de la planète de près de 50%, vivant donc largement à crédit. Ce terrible constat nous rappelle finalement la nécessité de rétablir l'équilibre, en nous permettant d'évaluer les efforts à faire.

<sup>33</sup> Un rapport plus récent rédigé par Bernard Chevassus-au-Louis a chiffré la valeur d'une forêt en France, par hectare et par an, à 970 euros, et à 2 milliards par an les services prodigués par les abeilles.

<sup>34</sup> Le tourisme alternatif regroupe toutes les formes de tourisme se présentant comme une alternative au tourisme de masse.

<sup>35</sup> Babel Voyages. *Définitions des différentes formes de tourisme alternatif [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.babel-voyages.com/definition>. (Consulté le 12-02-2018).

Ainsi, on retrouve :

- l'écotourisme, principalement axé sur la dimension environnementale ;
- le slow tourisme cherchant à ralentir le rythme du voyage ;
- les tourisms communautaire, équitable ou encore participatif, chacun étant principalement orienté vers l'aspect humain (ou social) de la pratique ;
- le tourisme responsable ou durable, deux formes cherchant à respecter les trois piliers du développement durable.

- **L'ECOTOURISME, L'ALTERNATIVE PAR EXCELLENCE AU TOURISME DE MASSE**

Apparu dans les années 1980, le terme d'écotourisme est pourvu de multiples définitions et approches. Il est également rattaché voir confondu avec d'autres formes de tourisme semblables<sup>36</sup> mais pas forcément équivalentes. The International Ecotourism Society définit ce concept en 1991 comme *“une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales”*. D'après des travaux d'études réalisés par cette association, il s'agirait d'un genre de tourisme contribuant à la préservation du patrimoine naturel et culturel en incluant dans son développement les communautés locales et indigènes, en vue de participer à leur bien-être. On le définit aussi comme un tourisme permettant de protéger et mettre en valeur des aires naturelles d'exception afin d'en retirer une valeur économique<sup>37</sup>.

Finalement, en 2002, la Déclaration de Québec sur l'écotourisme a permis de mettre en avant les trois composantes fondamentales de l'écotourisme : la satisfaction des touristes, la protection des patrimoines naturels et culturels et le bien-être des populations locales. Bien qu'il soit souvent considéré comme la direction privilégiée en matière de développement durable, la question se soulève de savoir si ce tourisme, en souhaitant préserver la nature et la culture, est vraiment compatible avec le fonctionnement du marché touristique et de ses mécanismes (compétition, logique de rentabilité et de profit, etc.).

- **LE SLOW TOURISME, VERITABLE ELOGE DE LA LENTEUR**

Le slow tourism, ou tourisme lent, s'est inspiré du slow food<sup>38</sup>, un concept né en Italie apparu en opposition aux fast-foods et à la malbouffe. D'après Ghislain Dubois, maître de conférences

---

<sup>36</sup> Comme par exemple le tourisme vert, de nature, scientifique ou encore d'aventure.

<sup>37</sup> Ce genre d'exploitation touristique responsable engendrerait, en s'appropriant une part de l'abondant marché touristique, des bénéfices en partie destinés aux populations locales et environnantes.

<sup>38</sup> Ce mouvement a pour but de faire redécouvrir les saveurs anciennes et du terroir, oubliées du fait de la *“standardisation de nos habitudes alimentaires”*. Il prône le plaisir de cuisiner, de prendre le temps de se réunir pour partager un repas ou encore d'éduquer son palais à de nouvelles saveurs.

à l'université de Versailles, “*le tourisme lent vise à combiner respect de l’environnement, préservation des spécificités locales et plaisir de voyager*”. Il s’agit d’une forme de tourisme incitant à prendre le temps de s’arrêter dans un lieu pour découvrir, savourer et s’imprégner de l’endroit et de la beauté naturelle environnante en profondeur<sup>39</sup>. Prônant la lenteur, il incite à vivre aux rythmes des habitants locaux et à considérer le séjour comme un temps de plaisir et de repos complet. La redécouverte de soi, tant au niveau physiologique que psychologique, est ainsi garantie.

Contrairement au tourisme de masse, le tourisme lent exige de voyager sans être pressé ni stressé, en préférant la qualité plutôt que la quantité et en gardant une attitude d’écoute<sup>40</sup>. Il implique forcément de consacrer plus de temps au voyage, et donc de partir moins souvent mais plus longtemps<sup>41</sup>. Tourisme discret, le slow travel n’altère pas les paysages ni les cultures. Il est en effet plus tourné vers la particularité des terroirs, l’authenticité et la valorisation du cadre. Il prône l’ouverture d’esprit, la rencontre, la patience et la compréhension.

Dans cette approche du voyage, les moyens de transport lent et doux sont évidemment privilégiés, comme le vélo, la marche à pied, le train, le bateau, l’équitation ou encore la roulotte. Ainsi, le tourisme lent peut être appréhendé comme une déclinaison du tourisme itinérant, privilégiant l’errance et la flânerie.

Une enquête réalisée en 2011 à la Foire de Paris par IPSOS, nommée *Le Slow ou l’aspiration des Européens à ralentir. Enquête sur une tendance émergente*, a relevé que 53% des Français souhaiteraient prendre leur temps quand ils visitent une destination. De surcroît, les Européens aspireraient à un mode de vie plus tranquille<sup>42</sup>.

Finalement, le slow tourisme, de par l’organisation minimaliste qu’il suggère et le déroulement amplement empirique qu’il induit, offre aux voyageurs une alternative aux modes et rythmes de vie de la société moderne<sup>43</sup>. Il s’agit en outre d’une excellente alternative pour ceux à la recherche d’expériences profondes, permettant d’acquérir une connaissance et compréhension culturelle approfondie, comme le soulignent Isabelle Babou et Philippe Callot dans leur ouvrage.

---

<sup>39</sup> Mille et une Tunisie. *Slow Tourisme : Voyager en prenant son temps [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.mille-et-une-tunisie.com/accueil/magazine/856-slow-tourisme-voyager-en-prenant-son-temps-de-kamel-bouaouina.html> (Consulté le 20-11-2017).

<sup>40</sup> Consoglobe, Annabelle. *Le « slow travel » pour voyager mieux [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.consoglobe.com/le-slow-travel-pour-voyager-autrement-cg>. (Consulté le 21-11-2017).

<sup>41</sup> Les trajets sont optimisés et l’empreinte écologique du voyageur est ainsi minimisée.

<sup>42</sup> 8 personnes sur 10, soit 77% des personnes interrogées, désirent ralentir leur rythme de vie et 40% d’entre eux sont déjà dans cette démarche ou projettent de la faire.

<sup>43</sup> D’après B. Schéou, “De la tyrannie de la vitesse à l’eurythmie : le temps d’exister. Application au voyage touristique”, dans *Tourisme et solidarité*, Téoros n°26, mars 2007.

- **TOURISME SOLIDAIRE, PARTICIPATIF, ÉQUITABLE OU COMMUNAUTAIRE**

Ces formes de voyage, bien que présentant chacune leurs spécificités, mettent toute un point d'honneur à valoriser les dimensions humaine et sociale du tourisme<sup>44</sup>.

D'abord, on parle de tourisme communautaire pour qualifier les voyages où les visiteurs sont accueillis directement par la population locale. Les membres des communautés sont alors chargés de gérer les activités touristiques offertes sur leur territoire et profitent de la majeure partie des retombées économiques qui sont engendrées. Les touristes sont dans ce genre d'expérience amenés à découvrir et partager la vie quotidienne des habitants.

Le tourisme participatif, quant à lui, permet de créer un lien entre les locaux et les visiteurs, soit par le biais d'une participation des habitants aux activités touristiques soit en invitant les touristes à devenir acteurs de l'économie locale. Les notions d'hospitalité, d'authenticité, de partage ou encore de lien social sont mises à l'honneur. Le concept de *couchsurfing*<sup>45</sup> ou encore celui des *greeters*<sup>46</sup> caractérisent très bien cette forme de tourisme.

D'autre part, sont qualifiées d'équitables les formes de tourisme cherchant à appliquer les principes du commerce équitable dans leur développement<sup>47</sup>. Les objectifs sont alors d'impliquer les populations locales -entièrement ou partiellement- dans l'établissement des activités touristiques mais aussi de leur garantir une partie des revenus générés. Les modes de production respectueux de l'environnement sont aussi valorisés dans ce genre de démarche.

Finalement, certains voyages peuvent être désignés comme solidaires lorsqu'ils s'inscrivent dans une démarche responsable et équitable, mais qu'ils se trouvent aussi plus directement affiliés à des projets de solidarité ou de développement local. Une partie du prix payé par les voyageurs va permettre de soutenir ces initiatives.

- **LE TOURISME DE PROXIMITÉ, POUR "SE SENTIR BIEN SANS ALLER LOIN"**

<sup>48</sup>Bien que ces genres de tourisme alternatifs se veulent plus respectueux et raisonnés que d'autres modèles, une contradiction demeure. Comme le formule François Bost et Sylvie Daviet dans leurs ouvrage *Entreprises et environnement : quels enjeux pour le développement durable ?*, "la distance

---

<sup>44</sup> Définitions disponibles sur : <https://www.babel-voyages.com>. (Consulté le 20-01-2018).

<sup>45</sup> Permettant au touriste de loger directement chez l'habitant pour une somme modique.

<sup>46</sup> Réseau permettant de mettre en relation les touristes avec des habitants (bénévoles) proposant de découvrir un lieu (villes, quartiers, etc.) dans un esprit convivial.

<sup>47</sup> D'après l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT), les associations de tourisme solidaire et certains de leurs partenaires, le tourisme éthique "regroupe les formes de tourisme 'alternatif' qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires. L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et une répartition plus équitable des ressources générées sont les fondements de ce type de tourisme".

<sup>48</sup> D'après le professeur et chercheur en géographie culturelle Philippe Bourdeau.

à parcourir pour atteindre sa destination et le second habitat que suppose cette activité viennent alors entraver l'équilibre des vertus de cette activité" (2011, p.26). En effet, quel est le sens de prôner des activités de soutien aux populations autochtones ou de protection de l'environnement, si le coût écologique du déplacement n'est pas considéré ?

Depuis plusieurs années maintenant, le tourisme de proximité connaît un engouement certain<sup>49</sup>. Il offre en effet l'opportunité aux touristes de se réappropriier, de redécouvrir et d'explorer à nouveau la proximité par le biais de pratiques et d'activités divertissantes. A travers un véritable renouvellement des espaces ordinaires, les territoires voient en ce mouvement l'opportunité de préserver et valoriser l'identité et le patrimoine local tout en structurant l'offre et encourageant les initiatives. Tout en étant préservés, les patrimoines (architectural, culinaire, etc.) sont amenés progressivement à être modernisés, revisités et valorisés par les acteurs touristiques en place.

### **1.2.2. Les enjeux touristiques à venir pour des formes de tourisme véritablement durables et responsables**

Les promoteurs touristiques sont aujourd'hui de plus en plus attachés à faire reconnaître le potentiel économique de ces nouveaux tourisms, en promulguant les bénéfices qu'ils peuvent engendrer, contre la pauvreté ou pour la préservation de l'environnement par exemple. On observe que certains acteurs et opérateurs, ayant discerné l'opportunité que présentent ces types de voyage, cherchent de plus en plus à adapter et enrichir leurs offres voir même à concevoir des nouveaux produits et formules alternatives.

En 2001, la Commission du Développement Durable des Nations Unies a mis en évidence la nécessité de redoubler d'efforts au sujet du tourisme et de sa durabilité. Depuis plusieurs années, différentes organisations internationales dont l'Office Mondial du Tourisme, ont ainsi mis en place un panel de réglementations, normes et directives concernant toutes ces formes de tourisme alternatif afin d'orienter les démarches dans la bonne direction.

De cette volonté grandissante de développer le tourisme en adéquation avec les trois piliers du développement durable (cf. 1.1.3.2.) se dégagent deux formes de tourisme grandement similaires qui semblent être les plus à même de respecter ces orientations : le tourisme responsable et le tourisme durable. La nuance entre ces deux appellations résiderait dans le fait que le tourisme

---

<sup>49</sup> Cette tendance qui se développe peut s'expliquer par différents facteurs. Les RIT, dont disposent de plus en plus de Français, favorise les courts séjours proches du domicile, et se sont multipliés ces dernières années. Les touristes chercheraient aujourd'hui à moins dépenser pour partir en vacances, et le tourisme de proximité répondrait à leurs attentes Durable, Regioneo. *Le tourisme de proximité ou la valorisation des richesses de son territoire*. Disponible sur : [http://www.durable.com/actualite/article\\_le-tourisme-de-proximite-ou-la-valorisation-des-richesses-de-son-territoire\\_806](http://www.durable.com/actualite/article_le-tourisme-de-proximite-ou-la-valorisation-des-richesses-de-son-territoire_806). (Consulté le 26-10-2017).

responsable constituerait “*le premier pas vers le tourisme durable*”<sup>50</sup>. Celui-ci permettrait de découvrir et d’adopter progressivement des pratiques dites responsables (ou *écogestes*) dans le cadre du tourisme mais aussi dans la vie courante. Le tourisme durable<sup>51</sup>, quant à lui, figure plus comme un outil, voire même une philosophie destinée aux acteurs touristiques et voyageurs qui semblent d’ores et déjà convaincus de l’importance de faire du tourisme de façon responsable en ayant un impact positif sur les lieux et populations visités.

Après avoir considéré la valeur exceptionnelle de l’environnement mais aussi de la culture, il est apparu que l’homme et ses activités exercent une terrible pression sur notre planète. L’exposé des conséquences néfastes qu’engendrent les transports et tout particulièrement le secteur du tourisme a permis de dénoncer les pratiques irréfléchies et abusives qu’il se révèle nécessaire de changer. En raison d’un mouvement progressif de prises de consciences et à travers la notion de développement durable, de nouvelles pratiques touristiques ont vu le jour, désireuses de plus respecter la nature et les populations mais aussi d’encourager une économie locale.

Dans un contexte de mondialisation touristique qui tend à homogénéiser les destinations sur le modèle Occidental, il apparaît en tout cas comme indispensable de privilégier le développement de formes de tourisme n’altérant pas les territoires et leurs habitants, ne cherchant pas à tout prix à répondre aux attentes parfois superflues et déraisonnables.

En définitive, ce tout premier chapitre nous aura permis d’appréhender le contexte actuel dans lequel le secteur du tourisme se développe et de réaliser que les enjeux sont de taille. La notion de développement durable s’est révélée centrale dans le sens où il devient impératif d’inscrire les pratiques touristiques dans un développement plus respectueux de l’environnement mais aussi des populations. Sans ce genre de démarche, la nature et la culture, pourtant essentielles, continueront de s’amoinrir et tendront au final à disparaître.

---

<sup>50</sup> Isabelle Rohan. *Tourisme responsable, durable : quelle différence ? [en ligne]*. Disponible sur : <https://infotur-responsable.com/2016/12/11/tourisme-responsable-durable-quelle-difference/>. (Consulté le 05-12-2017).

<sup>51</sup> Le tourisme durable apparaît comme le seul tourisme viable d’après Ouidad Tebbaâ (Le Matin. *Entretien avec Ouidad Tebbaâ, doyenne de la Faculté des lettres et des sciences humaines de Marrakech [en ligne]*. Disponible sur : [https://lematin.ma/journal/2013/Entretien-avec-Ouidad-Tebbaa-doyenne-de-la-Faculte-des-lettres-et-des-sciences--humaines-de-Marrakech\\_Le-tourisme-durable-est-le-seul--tourisme-viable-aujourd-hui/180119.html](https://lematin.ma/journal/2013/Entretien-avec-Ouidad-Tebbaa-doyenne-de-la-Faculte-des-lettres-et-des-sciences--humaines-de-Marrakech_Le-tourisme-durable-est-le-seul--tourisme-viable-aujourd-hui/180119.html). (Consulté le 17-02-2018).

## 2. CHAPITRE 2 - LES MOBILITES ESSENTIELLES A L'ITINERANCE DOUCE, UNE PRATIQUE TOURISTIQUE EN DEVENIR

---

Ce second chapitre va nous permettre d'aborder plus concrètement notre sujet en orientant notre réflexion autour des notions d'itinérance et de mobilité. Il conviendra en premier lieu de les définir à travers une approche historique permettant de retracer les évolutions des modes de transports. Nous pourrions ensuite exprimer plus concrètement le rôle que les mobilités douces occupent dans une démarche de développement durable et finalement la situation actuelle du tourisme d'itinérance.

### 2.1. Les origines du tourisme d'itinérance à travers l'évolution des mobilités

#### 2.1.1. L'itinérance et la mobilité, deux notions indissociables

En retraçant l'histoire du tourisme, il apparaît clairement que les mobilités en sont à l'origine. Faire du tourisme, c'est en effet, avant toute chose, un déplacement. Il convient donc, avant d'aborder plus en détail le sujet du tourisme d'itinérance et des mobilités douces, de caractériser les notions de mobilité et d'itinérance en regardant les sens courants qui leurs sont données mais aussi en retraçant leur évolution.

##### 2.1.1.1. Définition des concepts généraux : itinérance et mobilité

Tout d'abord, il paraît essentiel de définir l'itinérance et la mobilité en partant de leur origine et signification première.

Pour commencer, le terme de mobilité désigne en son sens premier la "*capacité à se mouvoir ou à être mu*"<sup>52</sup>, s'opposant dès lors à la notion d'immobilité. Plus généralement, il désignerait "*un changement de lieu accompli par une ou des personnes*"<sup>53</sup>. Aujourd'hui ce terme permet bien souvent de désigner les moyens de transports qui sont utilisés pour se déplacer. L'évolution de ces mobilités a graduellement transformé nos modes de vies (cf. 2.1.1.2.).

Issu du néologisme des mots "*itinéraires*" et "*errance*", l'itinérance définit d'abord un déplacement, ou le fait de se déplacer. Bien qu'il soit difficile de connaître précisément l'origine du mot itinérance, on constate qu'il est utilisé à partir du Moyen Âge, autour du XIV<sup>ème</sup> siècle, pour

---

<sup>52</sup> D'après la définition donnée par le dictionnaire académique Français paru en 1986.

<sup>53</sup> Géoconfluences, ENS de Lyon. *Mobilité [en ligne]*. Disponible sur : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/mobilite>. (Consulté le 21-01-2018).

décrire un récit de voyage, l'itinérant étant ainsi qualifié de voyageur<sup>54</sup>. Le tourisme d'itinérance est en effet un fait ancien, et des phénomènes comme les pèlerinages en sont la représentation. Au XVII<sup>ème</sup> siècle, on assiste à une réelle mutation de la vision de la nature. Perçue comme un spectacle fascinant, les déplacements vont s'organiser autour de cet engouement naissant. Le Grand Tour, considéré aujourd'hui comme l'ancêtre du tourisme, l'illustre parfaitement<sup>55</sup>. C'est la période des Trente Glorieuses, de 1945 à 1973, qui marque un réel tournant dans nos sociétés. Une grande partie des pays développés entrent à ce moment dans une prospérité économique importante, et on assiste à l'avènement de la société de consommation se traduisant par une croissance exponentielle de l'industrie et une période de plein emploi.

Dans les années 1950, un mouvement appelé la *Beat Generation* apparaît suite à l'ouvrage culte de Jack Kerouac *Sur la Route*, publié en 1957. Il devient un symbole de liberté et une ode aux grands espaces, pour finalement devenir le porte-parole de la protestation grandissante qui apparaît face au monde bourgeois<sup>56</sup>. Pour ce type de voyageurs, il s'agit d'adopter une forme de nomadisme actif et militant, en opposition au sédentarisme, considéré comme oppressant et conservateur, et donc forcément passif. A partir des années 1960, un nouveau style d'itinérance fait progressivement son apparition, fortement lié à celui du mouvement *beatnik*. Les routards, aussi appelés globe-trotteurs ou backpackers, se présentent comme des voyageurs en marge, rejetant le tourisme de masse et cherchant eux aussi à fuir le sédentarisme et la société de consommation<sup>57</sup>.

Finalement, on constate que ces types de voyageurs se définissent aujourd'hui par nombre de paradoxes, remettant finalement en cause les aspirations et motivations premières du mouvement. Bien que partant en général seul ou à deux, on les retrouve au final se déplaçant en groupe. Jeunes voyageurs au commencement, ils comptent aujourd'hui de plus en plus de retraités dans leur rang. Voyageant avec peu de moyen, ils passent pourtant souvent comme des voyageurs très aisés aux yeux des populations locales des destinations qu'ils découvrent. Enfin, bien qu'ils soient prêts à supporter tout inconfort, de nombreux établissements hôteliers leur sont désormais destinés. Pourtant, il est aujourd'hui certain que les nouvelles formes de tourisme alternatif qui ont émergé paraissent “renforcer l'importance d'expériences de mobilité très proches de celle des routards” (Vacher, 2012, p.48), ce autant dans la forme que dans l'esprit.

---

<sup>54</sup> Cnrtl. *Définition de l'itinérance [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.cnrtl.fr>. (Consulté le 07-01-2018).

<sup>55</sup> Réservée aux jeunes de l'élite bourgeoise, il s'agissait d'un voyage d'éducation aristocratique qui se réalisait à travers l'Europe. A l'époque, la lenteur du voyage est de mise, puisqu'elle est imposée par des raisons technologiques, et ce jusqu'à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle.

<sup>56</sup> A l'époque, ce style de voyage itinérant incarne “une course à la vie qui se déroule sur la route, contre une course à l'argent [que] génère la société de consommation” (Franck Michel, 2004, p.145).

<sup>57</sup> Nombre de jeunes européens se décident ainsi à prendre la route, en général avec très peu de moyens, pour aller vers l'Asie (l'Inde principalement). Inscrit dans la mouvance hippie de l'époque, ce trajet est appelé le *hippie trail*.

### 2.1.1.2. L'avènement des mobilités, élément déterminant dans l'émergence du tourisme d'itinérance

Automobile, avion, moto, bus, paquebot, péniche, ULM, montgolfière, taxi-brousse, scooter... Qu'ils soient anodins ou loufoques, efficaces ou ludiques, les moyens de transport motorisés ne manquent pas de nos jours. L'évolution de certains de ces véhicules a permis progressivement d'offrir aux touristes de multiples possibilités de mobilité pour faire de l'itinérance.

- **L'AUTOMOBILE**

L'automobile, inventée en 1769, s'est progressivement développée notamment grâce à l'amélioration de la qualité et de l'efficacité des voies de circulation, mais aussi avec le développement de nouvelles techniques de production. C'est depuis la fin de la deuxième guerre mondiale, dans les années 1950 et 1960 particulièrement, que le succès de la voiture connaît une ampleur saisissante et commence à occuper un rôle clé dans la démocratisation du tourisme. On assiste à une explosion du parc automobile en parallèle d'une augmentation des départs en vacances des Français<sup>58</sup>. Plus d'un demi-siècle plus tard, l'automobile devient alors le moyen de transport privilégié des vacanciers et le symbole des vacances en famille, de la découverte et d'une certaine liberté spatiale et temporelle<sup>59</sup>.

Le fameux guide Michelin a en outre fortement contribué au développement du tourisme automobile, surtout à partir de 1910, où la société a commencé à concevoir des cartes et guides dédiés aux automobilistes vacanciers (Michel, 2004).

La relation avec ce moyen de transport a finalement beaucoup évolué au cours de ces vingt dernières années. Auparavant considérée comme un signe extérieur de réussite et de richesse, la voiture est de nos jours perçue comme un simple bien utilitaire. Elle n'est plus autant symbole de rêve d'émancipation ou de liberté. Pourtant, cette dernière reste encore indispensable et très utilisée, particulièrement dans les territoires ruraux ou périurbains. En France il s'agit du mode de transport favori, avec 72% des déplacements longue distance, quels que soit le motif, qui se font en automobile<sup>60</sup>. En fin de compte, la voiture est aujourd'hui devenue synonyme de galère, de stress, d'embouteillage voir même de danger avec la vitesse qu'elle induit. Evidemment, on lui reproche "*sa nature polluante*" (Urbain, 1991, p.127) et les conséquences que les infrastructures routières engendrent sur l'environnement mais aussi sur la qualité de vie des habitants.

---

<sup>58</sup> En 1951, 60% vacanciers ont utilisé le train pour partir et 24% l'automobile. A la fin des années 1950, 47% ont empruntés le train et 41% la voiture (Urbain, 1991).

<sup>59</sup> S'arrêter quand on le souhaite, au gré de ses envies, sans contraintes horaires, etc.

<sup>60</sup> Tns-sofres- Direction du tourisme, traitement Soes-Meeddm, "le point sur", n°3, février 2009 (chiffres 2007).

Au sujet du tourisme d'itinérance, outre les road-trips faisant rêver nombre de jeunes voyageurs, l'automobile permet aussi le voyage en stop<sup>61</sup>. Expérience excitante, elle s'assortit forcément d'imprévus et d'incertitudes, pouvant parfois rendre l'aventure très pénible. Aujourd'hui des initiatives, comme Allo Stop ou Blablacar émergent et proposent de mettre en relation les stoppeurs avec les conducteurs, afin de faire du stop organisé en échange d'une participation financière au voyage. Le covoiturage, alors que l'autostop a plutôt mauvaise réputation, apparaît ainsi comme une solution attrayante pour les itinérants aux petits moyens<sup>62</sup> et se présente également comme un service de mobilité innovant pour réduire les embouteillages et la pollution liée au trafic routier<sup>63</sup>. En outre, ces manières de voyager sont propices aux rencontres et aux échanges. Citons finalement les services d'auto-partage<sup>64</sup> qui se développent progressivement, offrant diverses offres de partage d'un moyen de transport avec d'autres personnes, permettant d'optimiser l'utilisation d'un véhicule.

### • LA MOTO

Depuis son apparition au XIX<sup>ème</sup> siècle, la motocyclette, couramment appelée moto, suscite une réelle fascination. Anciennement synonyme de lenteur et de romantisme, elle ouvre aujourd'hui la voie, bien plus que d'autres véhicules, aux sensations fortes, non sans risque d'ailleurs. La vitesse, omniprésente dans nos sociétés modernes, est perçue comme exaltante et fascinante.

A travers l'apparition de nombreuses associations ou bandes de motards, ce mode de transport est progressivement devenu le symbole de la liberté sur route et sur roues. Franck Michel le confirme : *“histoire de vie et histoire d'amour, la moto mène sur tous les chemins”* (2004, p.112). Dans le cadre du tourisme, il est d'ailleurs aujourd'hui difficile de saisir dans sa totalité le phénomène d'itinérance des motards. De nature extrêmement mobile, souvent en groupe, ces voyageurs ont un besoin plus important de services, notamment au niveau de la logistique de leurs bagages.

Aujourd'hui, la mode est aussi au scooter. Les ventes en France ont en effet été multipliées par quatre en 10 ans. Mode de transport approprié et adapté pour les milieux urbains, il a su démontrer sa praticité notamment pour éviter les bouchons. Ce retour au petit cylindre n'a finalement pas empêché le gros cube de conquérir *“le marché des fantasmes des motards avertis”*

---

<sup>61</sup> Entre errance et voyage, l'auto-stop est une pratique de mobilité économique où l'auto-stoppeur cherche à se déplacer à bord du véhicule d'un conducteur (d'automobile comme de camion).

<sup>62</sup> Une étude réalisée en 2009 par la MAIF montre que près de 95% des covoitureurs le font pour des raisons financières. En sachant que le coût d'une voiture chaque année est d'environ 6 000€ (soit 60 fois plus que pour le vélo ou 20 fois plus qu'avec les transports en commun), l'enquête a estimé que sur un trajet effectué chaque jour de 30 kilomètres, le covoiturage permettrait d'économiser en moyenne 1 760€ par personne et par an.

<sup>63</sup> On estime qu'entre 1 et 1,2 tonnes d'émissions de CO2 sont évitées chaque année grâce au covoiturage.

<sup>64</sup> L'autopartage est idéal pour les utilisations de courte durée (en général d'une heure à une journée). Il est de plus facile à utiliser et n'est vraiment pas onéreux. Une vingtaine de villes en France ont décidé d'adopter ce concept.

(Franck Michel, 2004, p.136), comme l'illustre le mythe de la Harley Davidson ou encore les autres rassemblements de motos de collection. Ainsi, on aperçoit souvent sur les routes des motards itinérants, voyageant d'étape en étape à travers les territoires.

- **TRANSPORT SUR L'EAU**

Ferry, bateau-bus, bateau mouche, péniche, navire de croisière, voilier à moteur, navette fluviale... Il existe aujourd'hui une multitude de moyens de locomotion motorisés se déplaçant sur l'eau, que ce soit pour naviguer sur les mers, les océans ou encore les voies fluviales intérieures. Relativement au tourisme, ces moyens de transport peuvent permettre l'acheminement des voyageurs vers leur destination, constituer une activité de loisir<sup>65</sup> ou encore devenir l'objectif du voyage<sup>66</sup>.

Le long des cours d'eau, le rythme de la navigation peut varier de façon notable tout comme l'alternance des escales en fonction du mode de navigation adopté<sup>67</sup>. A noter en effet que ce genre de voyage implique souvent, "*si l'on veut réellement voir, de poser pied à terre*" (Franck Michel, 2004, p.149). Ainsi, ces escales permettent aux touristes de découvrir plusieurs destinations à travers la visite de curiosités culturelles ou naturelles.

Avec un potentiel énorme de voies navigables, en France notamment<sup>68</sup>, on assiste depuis une dizaine d'années à une croissance continue de ce tourisme fluvial, particulièrement prisé par les clientèles étrangères<sup>69</sup>. Finalement, certains voyageurs décident pour leur itinérance de combiner une mobilité fluviale avec une autre terrestre : on parle alors de tourisme fluvestre.

- **AERIEN**

A compter de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, les expériences sur des avions motorisés s'intensifient. Les deux guerres mondiales vont ensuite permettre de faire rapidement progresser l'aviation, sur le plan technologique mais aussi au niveau de la sécurité. En 1976, le Concorde, premier avion supersonique civil, est inauguré. C'est ensuite au tour de l'Airbus A380 de faire son apparition en 2005, avec une capacité de portage pulvérisant tous les records.

Ce moyen de transport révolutionnaire a finalement transformé le monde, donnant accès à des destinations jusqu'à présent inaccessibles, et ce en un temps record. Les aéroports constituent

---

<sup>65</sup> Sports nautiques, excursion en bateau à la journée, etc.

<sup>66</sup> Comme le cas des croisières.

<sup>67</sup> FICONSEILS. *L'itinérance au fil de l'eau [en ligne]*. Disponible sur : <https://ficonseils.com/le-tourisme-en-longueur/litinerance-au-fil-de-leau/> (consulté le 05-03-2018)

<sup>68</sup> Plus de 8 000 km de voies intérieures.

<sup>69</sup> Représentant 70% de la clientèle totale (comprenant notamment des allemands, belges, néerlandais ou encore anglais)

alors les seuls endroits où la rencontre se fait, dans une atmosphère mêlant souci de déplacement et besoin de consommation<sup>70</sup>.

- **LES TRANSPORTS EN COMMUNS, DU RAIL A L'AUTOBUS**

En général organisés par les pouvoirs publics, les transports en communs, aussi appelés transports collectifs, permettent l'accueil et le transport de plusieurs personnes en simultané, ce sur de plus ou moins longues distances et dans différents milieux (urbain, périurbain, rural, littoral, etc.). Les véhicules empruntés, du train jusqu'à l'autobus en passant par le métro, deviennent alors des espaces collectifs où le respect des autres usagers apparaît comme essentiel pour la tranquillité de chacun.

C'est à partir de 1825, que se construisent à travers le monde les premières voies ferrées, alors empruntées par les locomotives à vapeur<sup>71</sup>. La révolution ferroviaire est alors en marche, faisant concurrence à la diligence, la voiture et ensuite à l'automobile. Actuellement, les transports ferroviaires connaissent un succès incontestable avec chaque jour en France plus de cinq millions de voyageurs les empruntant, soit environ deux milliards de voyageurs par an<sup>72</sup>.

En outre, le train a fortement contribué au développement du tourisme en Europe. Incontestable vecteur de découvertes, ce moyen de transport a très rapidement fasciné de nombreux voyageurs. D'abord avec le Grand Tour, un véritable mythe du chemin de fer s'est ensuite progressivement construit, alimenté par des textes pionniers mettant en lumière des trains mythiques à travers le monde entier, comme le Transsibérien, l'Orient-Express ou encore le Flam Railway<sup>73</sup>. Aujourd'hui, certains de ces trains ont été rétablis pour avoir une réelle vocation touristique, mais ils constituent bien souvent des offres de luxe, aux prix plus ou moins élevés, et donc bien souvent destinées à une poignée de privilégiés.

Bien que largement devancé par l'automobile à l'heure actuelle, le train est considéré comme l'un des moyens de transport le plus sûr mais aussi le plus respectueux de l'environnement, d'après un rapport du Commissariat général au développement durable. Selon l'INSEE, les voyages en train ne représentent pourtant que 7,4% du trafic du transport intérieur en France.

---

<sup>70</sup> Les aéroports accueillent les "supermarchés des grands nomades" (Bellanger, 2000)

<sup>71</sup> Ac-Grenoble. *Synthèse : l'évolution des moyens de transport [en ligne]*. Disponible sur : [http://www.ac-grenoble.fr/college/st-donat/file/synthere\\_evolution\\_moyens\\_transport.pdf](http://www.ac-grenoble.fr/college/st-donat/file/synthere_evolution_moyens_transport.pdf). (Consulté le 03-03-2018).

<sup>72</sup> 20 minutes. *Les Français et les transports SNCF en 7 chiffres [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.20minutes.fr/magazine/coulisses-sncf/on-vous-dit-tout/les-francais-et-les-transport-sncf-en-7-chiffres-2632/>. (Consulté le 07-01-2018).

<sup>73</sup> Voyager loin. *Les 10 trains les plus mythiques du monde [en ligne]*. Disponible sur : <http://voyagerloin.com/actualite/les-tops/les-10-trains-les-plus-mythiques-du-monde/>. (Consulté le 10-01-2018).

D'autre part, le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle voit naître une sorte de rail particulière, le tramway, introduisant progressivement de nouvelles routes urbaines<sup>74</sup>. On voit ensuite apparaître le siècle suivant des chemins de fer souterrains, appelés communément métros. Ces transports en communs connaissent un succès immédiat et permettent d'améliorer la circulation et la vie des citoyens dans les grandes villes<sup>75</sup>. Chaque année, on compte environ trois milliards de voyageurs en métro et en tram dans le monde.

Par ailleurs, d'autres transports en communs, à la fois dans les villes mais aussi entre elles, apparaissent comme complémentaire au rail. Les autobus, affectés au transport urbain et périurbains, permettent en effet de compléter les offres de transports des villes. Les autocars quant à eux, sont plus destinés à parcourir les routes pour transporter des voyageurs sur de plus ou moins grandes distances. Dans certains endroits, on recourt d'ailleurs à ce type de transports à des fins purement touristique. En France, ces moyens de transport représentent environ 5% des déplacements selon l'INSEE.

En définitive, bien qu'offrant de nombreuses perspectives, l'itinérance motorisée montre ses limites compte tenu des répercussions négatives que ces différents transports engendrent (cf.1.1.2.2.) mais aussi de la vitesse qu'ils induisent bien souvent, empêchant les voyageurs de prendre le temps et de savourer pleinement. Bien que les transports en commun restent préférables aux véhicules individuels et privés, une autre forme de mobilité permet une itinérance bien plus respectueuse des milieux traversés et offrant indéniablement plus aux voyageurs.

### **2.1.2. Les mobilités douces, une alternative durable pour voyager**

On définit de manière générale les mobilités douces comme l'ensemble des moyens de transport non motorisés, comme la marche à pied, le vélo, le roller, l'équitation, la roulotte "*ou tout autre mode de transport dit respectueux de l'environnement et du cadre de vie urbain*"<sup>76</sup>. Le terme de mobilité active peut aussi être utilisé pour qualifier tous les déplacements se réalisant par le seul effort physique de l'homme. Souvent confondus, on parle plus largement d'écomobilité pour désigner l'utilisation de modes de locomotion non polluants mais également ceux limitant les émissions de gaz à effet de serre, comme les transports en commun, l'autopartage ou encore le covoiturage. Aussi, grâce aux continues évolutions technologiques, certains modes de transport, à l'origine

---

<sup>74</sup> Histoire pour tous. *L'invention du tramway [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.histoire-pour-tous.fr/inventions/286-invention-du-tramway.html>. (Consulté le 15-02-2018).

<sup>75</sup> Plans métro. *Histoire des métros du monde [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.plans-metro.com/histoire.html>. (Consulté le 15-02-2018).

<sup>76</sup> Coreдем. *Mobilité douce*. Disponible sur : <http://lexicommon.coredem.info/article88.html>. (Consulté le 25-11-2017).

polluants, voient leur efficacité énergétique améliorée et sont parfois même remaniés pour fonctionner au moyen d'énergies plus propres (électrique ou solaire notamment).

### **2.1.2.1. Les différentes mobilités douces, un véritable attrait touristique**

- **LA MARCHÉ A PIED**

Rattachée à l'histoire de l'humanité, la marche renvoie d'abord aux migrations des hommes préhistoriques, qui ont débuté il y a deux millions d'années. Elle est ensuite longtemps restée le mode de transport privilégié de l'homme, ce jusqu'à l'apparition progressive d'autres moyens de transport, comme la diligence ou le bateau. Au XIX<sup>ème</sup> siècle, la marche est encore beaucoup pratiquée, avec de nombreux itinérants encore présents sur les chemins. Le voyage à pied va ensuite progressivement être perçu comme une pratique douteuse et insolite. La banalisation des transports motorisés à partir des années 1950 va d'ailleurs contribuer à renforcer cette vision négative<sup>77</sup>.

Pour notre siècle, la marche, est devenue synonyme de liberté, de calme, de bonne santé, de plaisir, de flânerie ou encore de découvertes. Depuis une trentaine d'années, son statut a d'ailleurs considérablement évolué et cette pratique est aujourd'hui largement répandue dans le monde, autant par les populations que par les touristes. Bien que la nature parvienne parfois à reprendre le dessus sur les traces laissées par l'homme, de multiples routes et chemins sont désormais aménagés et balisés pour inciter à la marche. Certains permettant même aux marcheurs de partir sur les traces laissées par d'illustres ancêtres. Au fil de l'histoire, la marche a en effet été adoptée par nombre de personnalités, artistes et aventuriers de tous genres<sup>78</sup>. La marche, propice à la réflexion et à la rêverie, s'est en effet révélée être une source d'inspiration remarquable pour de nombreux écrivains, avides de liberté et de passion. Elle est même souvent considérée comme une thérapie, tant physique que psychologique et certains auteurs l'ont même décrite comme une philosophie de vie hédoniste.

A travers leurs écrits, cette pratique est représentée comme une "*ouverture au monde qui invite à l'humilité et à la saisie avide de l'instant*" (David Le Breton, 2012, p.25). La lenteur qu'induit la marche, en opposition avec l'hypermobilité omniprésente dans nos sociétés, permet en effet d'appréhender l'environnement ambiant de multiples façons et ce au rythme de son choix. Elle

---

<sup>77</sup> Jusque dans les années 1990, on ne pratique la marche que pour des raisons purement utilitaires, et non pour le loisir. Le peu d'itinérants à pied se risquant sur les routes rencontrent hostilité et méfiance, et ne disposent que de très peu d'infrastructures servant leur pratique.

<sup>78</sup> Comme entre autres le poète Victor Hugo, le philosophe Jean-Jacques Rousseau ou encore l'anthropologue et sociologue David Le Breton.

offre d'abord la possibilité de prendre conscience de son corps, mais privilégie aussi la rencontre avec l'autre<sup>79</sup>. De manière générale, un respect et une solidarité s'exercent entre les personnes se croisant sur les chemins, favorisant ainsi les échanges en tous genres<sup>80</sup> et l'ouverture d'esprit<sup>81</sup>. Par ailleurs, cette pratique est aussi souvent perçue comme une manière de se défaire des contraintes d'identités<sup>82</sup> et de se détacher des pressions et tensions relatives aux responsabilités sociales<sup>83</sup>.

Avec la marche, il semble aussi important de préciser que la destination apparaît plus souvent comme un prétexte, excepté lorsque marcher a un sens utilitaire. Comme nous l'expose Franck Michel : *“Ce qui importe dans la marche ce n'est pas son point d'arrivée mais ce qui se joue en elle à tout instant, les sensations, les rencontres, l'intégrité, la disponibilité, le plaisir de flâner..., exister, tout simplement, et le sentir”* (2004, p.31). Il n'y a en effet pas besoin d'avoir un objectif pour marcher, il s'agirait plus d'une intention ou d'une volonté.

*“Comme toutes les entreprises humaines, même celle de penser, la marche est une activité corporelle, mais plus que les autres elle engage le souffle, la fatigue, la volonté, le courage devant la dureté des routes ou l'incertitude de l'arrivée, les moments de faim ou de soif quand nulle source n'est à portée de lèvres, nulle auberge, nulle ferme pour soulager le chemineau de la fatigue du jour”* (David Le Breton, 2012, p.31)

En effet, il est avéré que la marche peut présenter certains désagréments contraignants<sup>84</sup>, notamment de par l'effort physique qu'elle nécessite. Bien que ces éléments puissent permettre au marcheur de se sentir vivant, d'être dans une sorte de lucidité tranquille et de vivre des expériences enrichissantes, ils peuvent aussi constituer un frein et rendre pénible la pratique.

- **LES ANIMAUX, VÉRITABLES COMPAGNONS DE L'ITINÉRANCE.**

Un autre mode de déplacement doux, souvent associé à la marche, se rapporte aux animaux accompagnant l'itinérance des voyageurs. On retrouve par exemple les chevaux, ânes et mules, ou encore les chiens tirant les traîneaux. Finalement, ces options de mobilité ne participent au tourisme d'itinérance qu'à un degré moindre. Pour l'équitation par exemple, bien qu'il s'agisse de la troisième activité physique pratiquée par les Français, on ne retrouve que peu de chiffres

---

<sup>79</sup> *“La marche est un voyage qui permet d'avancer, vers les autres et vers soi”* (Franck Michel, 2004, p.69).

<sup>80</sup> Renseignements, amabilités, remarques, informations...

<sup>81</sup> La marche permettrait un *“retour aux sources d'une commune humanité où l'autre n'est plus un adversaire mais un homme ou une femme dont on se sent solidaire”* (David Le Breton, 2012, p.17).

<sup>82</sup> Contraintes sociales, statut familial et social, nom, prénom, responsabilités...

<sup>83</sup> *“la marche revient à se mettre en congé de son histoire et à s'abandonner aux sollicitations du chemin”* (Franck Michel, 2004, p.26) et est une *“évasion hors des impératifs de la vie sociale”* (Franck Michel, 2004, p.27).

<sup>84</sup> Ennui, monotonie, doute, désarroi, épuisement, douleur, inconfort, faim ou soif, rigueur du climat, maladie, peur ou encore insécurité.

sur l'itinérance à cheval. En outre, le nombre de voyageurs pouvant être intéressés est relativement réduit, puisqu'il est nécessaire d'avoir une certaine maîtrise de la pratique<sup>85</sup>.

- **VELO**

Apparu au début du XIX<sup>ème</sup> siècle, le vélo<sup>86</sup> a connu de nombreuses évolutions et est progressivement devenu un moyen de transport populaire renvoyant plus au loisir qu'à la pratique sportive à proprement dite. En Allemagne ou au Pays-Bas, il s'agit d'ailleurs du mode de déplacement le plus développé et couramment utilisé par les habitants pour des raisons utilitaires, ce particulièrement dans les zones urbaines. La France, quant à elle, verrait 40% de sa population pratiquer régulièrement le vélo.

Il s'agit en effet d'un moyen de se déplacer<sup>87</sup> présentant de nombreux avantages, comme son coût relativement modeste ou encore la facilité de pratique qu'il permet. Certain le perçoit aussi comme une alternative plus écologique pour se déplacer. Le vélo apporte également de à celui qui l'utilise une certaine sérénité ou encore certaine oisiveté<sup>88</sup>. Didier Tronchet, dans son ouvrage *Petit traité de vélosophie*, l'envisage d'ailleurs, en le comparant à l'automobile, comme ce qui pourrait sans doute permettre de "*réhabiliter la force de la rêverie*". Finalement, faire du vélo en groupe apparaît comme une pratique renforçant le lien social, la solidarité et la convivialité.

En ce qui concerne le cyclotourisme, une étude d'Atout France réalisée en 2009 a montré que la pratique du vélo représentait 3% des séjours touristiques totaux et qu'il s'agissait de la deuxième activité physique pratiquée par les touristes français. La France est d'ailleurs considérée comme la deuxième destination mondiale pour le tourisme à vélo, plaçant ainsi cette filière comme un véritable enjeu en matière de développement touristique. Le célèbre et mythique Tour de France, né en 1903, a fortement contribué à la démocratisation de cette pratique et à l'engouement certain qu'elle connaît aujourd'hui. D'autres événements cyclistes se sont ensuite progressivement développés<sup>89</sup> dans le monde entier, contribuant eux aussi à cet intérêt croissant.

De plus, on distingue différents profils de pratiquants en fonction de leurs intentions, motivations et niveaux de pratique. Certains, à la recherche d'exploit et de performance, vont s'adonner à cette pratique dans une optique purement sportive. D'autres, parfois plus novices, vont choisir le vélo durant leur séjour ou pour réaliser un itinéraire à travers des paysages variés.

---

<sup>85</sup> Apprentissage long et coûteux donc pas accessible à tout le monde.

<sup>86</sup> Abréviation du mot vélocipède (*véloce* signifiant rapide et *pède* pied).

<sup>87</sup> "Le vélo a bon dos et sert toutes les causes et toutes les envies" (Franck Michel, 2004, p.73).

<sup>88</sup> Relativement aux moyens de transports motorisés notamment.

<sup>89</sup> Citons par exemple le Tour d'Italie, appelé le Giro.

L'apparition du vélo à assistance électrique vient au final renforcer cette tendance, bien qu'il reste encore assez coûteux.

- **FLUVIAL DOUX**

Nous pouvons finalement distinguer dans les grandes catégories de mobilité douce celle du fluvial doux, correspondant à l'ensemble des moyens de transport permettant de se déplacer sur l'eau sans polluer. Aux origines anciennes<sup>90</sup>, il en existe une grande variété : bateaux à voile, catamarans, canoë-kayak, barques à rame, pirogues, etc. Cette forme de tourisme d'itinérance douce reste néanmoins peu développée, les touristes préférant opter pour ce genre de pratique en tant qu'activité de loisir durant leur vacance (sur une demi-journée par exemple).

### **2.1.2.2. Les mobilités douces, clé d'un tourisme d'itinérance durable en milieu rural**

Face au réchauffement climatique et à la pénurie énergétique, dans une perspective de développement durable, il est aujourd'hui primordial d'organiser et de réfléchir au développement des écomobilités et plus particulièrement des mobilités douces. Les transports routiers présentent en effet des efficacités énergétiques et environnementales parmi les plus faibles comparées à celles des modes actifs et collectifs qui sont bien plus élevées. Ces modes permettent également de parcourir les espaces ruraux avec discrétion et pondération contrairement aux véhicules motorisés. Il devient ainsi nécessaire de faire évoluer nos façons de nous déplacer afin de limiter notre impact sur l'environnement<sup>91</sup>, dans la vie quotidienne comme dans le cadre du tourisme.

Concernant plus particulièrement le tourisme d'itinérance, les enjeux sont majeurs puisque le déplacement est au cœur de ce genre de voyage. Dans un contexte où les modes de consommation touristique sont transformés et les besoins et aspirations des voyageurs en pleine évolution (cf. 2.2.2.2.), les mobilités douces s'inscrivent parfaitement dans le mouvement.

En plus de l'intérêt écologique, ce genre de mobilité offre d'autres avantages au voyageur qui l'adopte. Il peut en effet constituer une bonne alternative pour faire des économies et, de par l'effort qu'il suppose souvent, être bénéfique pour la santé physique et mentale. Aussi, les mobilités douces permettent au touriste de contempler aisément la nature, en toute liberté, généralement du fait de la lenteur et la tranquillité qu'elles supposent. Cette itinérance permet

---

<sup>90</sup> De la préhistoire jusqu'à Napoléon en passant par l'âge des Vikings (Hans-Ulrich Schiedt. *Moyens de transport [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F13899.php>. (Consulté le 10-03-2018)).

<sup>91</sup> Émissions de gaz à effet de serre, destruction de la faune et de la flore (animaux écrasés sur les routes ou végétation détruite pour la construction d'une route par exemple) ...

ainsi de révéler au marcheur une profusion d'images, de sons, d'odeurs et de saveurs, créant un véritable éveil des sens<sup>92</sup>. En outre, ces modes de déplacement favorisent la rencontre, le partage mais aussi l'ouverture d'esprit<sup>93</sup>.

Finalement, ce genre de voyage permet d'apporter des bénéfices économiques plus importants sur les territoires ruraux traversés et de toucher une plus grande diversité d'acteurs. Les voyageurs recourant à des mobilités douces sont en effet amenés à voyager plus longtemps que les touristes dits de transplantation<sup>94</sup>, et donc forcément à plus dépenser.

Au regard des éléments évoqués précédemment, l'itinérance au moyen des mobilités douces s'inscrit effectivement dans une démarche de développement durable des territoires. Les transports en communs et autres initiatives d'écomobilités peuvent en outre se révéler comme de bonnes alternatives de mobilités pour les touristes souhaitant faire un voyage itinérant. Dans le cadre de l'itinérance douce, ils ne doivent cependant être que complémentaires (renvoi à la notion d'intermodalité<sup>95</sup>) à l'utilisation des mobilités douces (dans l'idée de toujours plus optimiser leur empreinte carbone). Il importe finalement de veiller à limiter la fréquentation sur les voies servant à l'itinérance afin d'éviter la surcharge touristique.

## **2.2. Le tourisme d'itinérance, une tendance en proie**

### **2.2.1. L'itinérance des touristes sur les territoires, réel facteur de développement**

Tout d'abord, bien qu'il soit difficile d'établir une estimation précise, il est certain que le tourisme d'itinérance engendre sur les territoires de nombreuses retombées positives. Quel que soit le(s) mode(s) d'itinérance choisi(s), de plus en plus de voyageurs aux profils variés s'intéressent en effet à ce genre de tourisme. Une étude menée en 2014 par SportLab et la Fédération Française de Randonnée confirme cet engouement, "*avec près de 2 millions [de] pratiquants sur le territoire français*". D'autres enquêtes ont aussi permis de révéler des données montrant l'importance grandissante qu'occupent les différents modes d'itinérance douce<sup>96</sup>. Ce secteur en pleine

---

<sup>92</sup> Dans le cas de la marche à pied par exemple, David Le Breton parle de "*dépaysement des routines sensorielles*" ou encore de "*cheminement à travers les sens*".

<sup>93</sup> "La marche est une méthode d'immersion dans le monde, un moyen de se pénétrer dans la nature traverse, de se mettre en contact avec un univers inaccessible aux modalités de connaissance ou de perception de la vie quotidienne. Au fil de son avancée, le marcheur élargit son regard sur le monde, plonge son corps dans des conditions nouvelles." (David Le Breton, 2000, p.34).

<sup>94</sup> Qualifiants les touristes sédentaires ou villégiateurs (d'après la Typologie du tourisme et du touriste de JD URBAIN). (Bessière Jacinthe. *Sociologie du tourisme*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université de Toulouse - Jean Jaurès, 2017.).

<sup>95</sup> Utilisation de différents modes de mobilité au cours d'un déplacement.

<sup>96</sup> En 2014, on estime à 9,2 millions le nombre de séjours à vélo, soit 8,3% de plus que l'année précédente (d'après le Baromètre 2015 du Tourisme à vélo en France) alors que parallèlement le nombre de séjours touristiques en général n'a augmenté sur la même année que de 0,9% en France. Une étude réalisée sur la Loire à Vélo (en 2010 puis en 2015) a montré que le panier moyen d'un touriste à vélo est passé de 68€ à 80€ par jour et par personne (pour l'hébergement et la restauration principalement).

croissance a d'ailleurs été inséré par les Assises Nationales du Tourisme aux 30 mesures stratégiques du tourisme en France.

Réelle chance pour l'attractivité des territoires, l'itinérance permet de répondre aux nouvelles attentes des voyageurs mais aussi d'être un vecteur de sociabilité et de développement des zones enclavées ou désertées. Les équipements et professionnels sur place sont aussi valorisés en constituant une offre touristique complémentaire à la pratique itinérante.

Il s'agit en effet d'un véritable pôle d'excellence touristique, comme l'affirme Muriel Faure<sup>97</sup>. Son développement sur les territoires s'est avéré être un levier de croissance et d'emploi. En 2008, une étude menée par Altermodal déclarait qu'1€ investi dans l'aménagement des itinéraires engendrerait 10€ de retombées pour l'économie locale. L'itinérance permettrait également aux professionnels d'étendre la saison touristique jusqu'aux "*ails de saison*", soit d'avril à octobre<sup>98</sup>.

De par le potentiel énorme que représente cette forme de tourisme, les territoires ont donc tout intérêt à développer et inciter le tourisme d'itinérance. Pour que ce développement soit abouti et réussi, il convient cependant de prendre en considération les désirs et besoins des voyageurs concernés. Pour ce faire, il est donc essentiel d'identifier et de comprendre les touristes itinérants afin de répondre au mieux à leurs attentes.

## **2.2.2. Les voyageurs itinérants**

### **2.2.2.1. Une variété de profils...**

Les touristes en tant qu'individus recherchent dans le voyage ce qu'ils ne peuvent obtenir dans la vie de tous les jours, c'est à dire une expérience unique de laquelle ils garderont des souvenirs inoubliables. Concernant l'itinérance douce, elle rassemble une diversité de profils d'itinérants venus de tous les horizons. Jeunes ou retraités, familles, couples ou groupes d'amis, tous les âges sont présents, dans la limite de l'aptitude à se mouvoir sans difficulté bien-sûr<sup>99</sup>.

On distingue généralement différents profils d'itinérants en fonction de leur niveau. Pour la randonnée pédestre par exemple, on retrouve des marcheurs occasionnels, des randonneurs aguerris (aussi appelés trekkeurs), des plus sportifs ou encore des passionnés de marche

---

<sup>97</sup> Muriel Faure. *L'itinérance, pôle d'excellence touristique ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/l-itinerance-pole-d-excellence-touristique>. (Consulté le 21-11-20/17).

<sup>98</sup> Par exemple, 65% des cyclistes fréquentent l'itinéraire de la Route des Grandes Alpes sur ces "*ails de saison*". (Move Your Alps. *Le tourisme itinérant, levier de développement économique, puissant facteur d'attractivité [en ligne]*. Disponible sur : [http://pro.moveyouralps.com/wp-content/uploads/2016/06/TableRonde\\_1\\_ChiffresCles\\_DelphineMartin.pdf](http://pro.moveyouralps.com/wp-content/uploads/2016/06/TableRonde_1_ChiffresCles_DelphineMartin.pdf). (Consulté le 17-01-2018).

<sup>99</sup> Les personnes à mobilité réduite ne sont en effet pas vraiment concernées, bien que certaines pratiques et innovations permettent doucement une itinérance adaptée et accessible.

nordique. Dans certains cas, les voyageurs ont un lien particulier avec la pratique de la randonnée, comme par exemple les marcheurs affiliés à une fédération ou à un club.

En outre, bien qu'il soit difficile de déterminer précisément le profil du marcheur du fait du caractère diffus de cette activité<sup>100</sup>, ces itinérants à pied sont à 57% des hommes<sup>101</sup> et sont plus de la moitié à avoir plus de 45 ans. Habitant principalement dans les milieux urbains, 38% sont des cadres, 3% des ouvriers et 14% des retraités.

En outre, il est intéressant de distinguer les pratiquants réalisant seul leur itinérance<sup>102</sup> et ceux l'accomplissant en groupe. Ces deux grands types de profil distinguent les voyageurs solitaires des itinérants moins indépendants ne souhaitant -ou n'aimant- pas se retrouver seul.

### **2.2.2.2. ... Aux diverses motivations, désirs et aspirations**

De manière générale, le voyage est aujourd'hui perçu comme un moyen d'interrompre le cours normal de sa vie, de faire une pause et d'oublier pendant un certain temps les préoccupations et tracas du quotidien, inscrit dans une société où vitesse et efficacité sont omniprésentes. Les moments de vacances sont considérés comme des temps privilégiés dans l'année, et nombre de touristes sont ainsi de plus en plus exigeant concernant leurs choix et cherchent davantage la personnalisation et le voyage sur mesure. Il est en effet certain que les voyageurs de notre époque, notamment du fait d'une contrainte de temps induite par les rythmes sociaux et familiaux, sont à la recherche d'offres touristiques plus souples et adaptables à leurs besoins, capacités et exigences.

Dans le choix du type d'itinérance, deux options se distinguent pour les voyageurs. D'une part les randonnées accompagnées, caractérisées par l'envie de vivre en groupe des instants d'exception mais aussi de rencontrer d'autres personnes lors d'un voyage encadré et guidé. Et d'autre part, les randonnées libres ou individuelles, complètement différentes puisqu'elles impliquent forcément une préparation et organisation préalable bien plus conséquente. Ces dernières permettent cependant de définir l'itinéraire en fonction de ses envies et préférences personnelles. Ainsi, on observe que 43% des voyageurs optent pour des itinéraires structurés

---

<sup>100</sup> Pour plus d'informations (sur les pratiquants, comportements, motivations et positionnement de pratique), se référer à l'enquête menée par SportLabGroup et la FFR en 2014 (FFRandonnée. *Etats des lieux de la randonnée pédestre en France [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.ffrandonnee.fr/data/RdvsActus/files/regional/Picardie/synth%C3%A8seetatdeslieuxdelaRandonn%C3%A9en.pdf>. (Consulté le 08-01-2018).

<sup>101</sup> Cela s'expliquerait notamment du fait que les hommes ne craignent pas autant pour leur sécurité que les femmes. Ces dernières sont en effet souvent limitées dans leurs déplacements, sans cesse exposées à de mauvaises rencontres lorsqu'elles sont seules.

<sup>102</sup> De nombreux écrivains, comme notamment l'illustre Robert Louis Stevenson, considèrent dans leurs écrits qu'il faut être seul pour marcher, ce afin de conserver une entière liberté (pour eux essentielle) dans leur rythme, mouvement, choix, etc.

alors que 25% décident juste de la destination et voyage une fois sur place au jour le jour. Les 32% restants choisissent quant à eux de déléguer la tâche à un spécialiste. En définitive, la phase de préparation, qu'elle soit plus ou moins conséquente, est fondamentale pour le voyageur. Ce dernier va chercher à récolter un certain nombre d'informations au sujet de la destination<sup>103</sup>.

Relativement aux aspirations et motivations des itinérants, il apparaît en premier lieu que l'itinérance douce, en milieu rural particulièrement, répond à cette volonté croissante de retour à la nature évoquée précédemment (cf.1.1.3.1.). Cette pratique permet de plus de répondre aux attentes des touristes de plus en plus intéressés pour découvrir le patrimoine, la culture<sup>104</sup> mais aussi échanger et faire des rencontres.

Pour finir, il est important de considérer qu'il existe des freins à la pratique de l'itinérance. D'abord, l'organisation peut parfois paraître compliquée à faire par soi-même<sup>105</sup>. Aussi, les équipements nécessaires apparaissent parfois trop coûteux pour les moyens des voyageurs. Enfin, il est parfois compliqué dans certains cas d'avoir un accès facile à l'information avant le départ. Aujourd'hui, de nombreuses possibilités s'offrent pourtant aux touristes pour les servir et améliorer leurs conditions de voyage.

### **2.2.2.3. Des outils et prestations au service de l'itinérant**

Le tourisme d'itinérance impose forcément aux voyageurs, lors de la préparation de son voyage, de choisir un équipement adapté, mais aussi d'éventuels outils et services qui sauront être utile durant leur cheminement. Les dangers, imprévus et accident éventuel qui peuvent arriver le long d'un itinéraire viennent renforcer la nécessité de s'équiper et de respecter des règles de base.

Tout d'abord, l'itinérant doit se décider sur le type de bagage pour lequel il va opter<sup>106</sup>. Généralement un sac à dos (ou *backpack*), mais certaines mobilités douces -comme le vélo ou l'équitation- exigent des bagages plus adaptés et spécifiques. Ensuite, en fonction du mode de déplacement choisi, différents équipements peuvent être nécessaires, comme, entre autres, les chaussures de randonnées, le sac de couchage, la tente, le matériel spécifique (kit de réparation par exemple) ou encore les vêtements. Le choix se fera en fonction de différents paramètres, comme le type d'hébergement qui sera adopté le long du parcours, mais aussi le style de climat envisagé ou encore le genre de voie emprunté et sa difficulté.

---

<sup>103</sup> Sur le climat, la culture, les traditions, la géographie, les attractions et curiosités, les démarches administratives (VISA, vaccins...), etc.

<sup>104</sup> Sites historiques, trésors artistiques ou archéologiques, richesses architecturales...

<sup>105</sup> Pour l'itinérance à vélo avec la logistique des bagages par exemple.

<sup>106</sup> Bien que certains préfèrent opter pour un sac à dos valise (ou encore à roulette). Une fois le type de sac décidé, plusieurs critères peuvent être considérés. Tourdumondiste. *Bien choisir son sac à dos, comparatif des meilleurs sacs [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.tourdumondiste.com/comparatif-sacs-a-dos>. (Consulté le 28-01-2018).

De même, il existe une multitude d'accessoires et d'outils destinés à guider le voyageur et à faciliter son déplacement. Des guides papiers vont par exemple permettre de donner de nombreuses informations sur les itinéraires<sup>107</sup>. En outre, divers outils de guidage existent, de la traditionnelle carte en papier jusqu'aux GPS (Global Position Systems) en passant par les applications smartphone, et sans oublier l'éternelle boussole. Dans un contexte où le touriste moderne se voit contraint de contrôler autant que possible le temps et de limiter ses retards, dans cette optique de se remettre au travail au plus vite, ces nouveaux gadgets connaissent un certain succès. Ils n'indiquent pourtant pas nécessairement la bonne route à emprunter et ne parviennent pas encore pleinement à remplacer l'homme. Certains préfèrent effectivement voyager en compagnie d'un guide (cf.3.1.2.2.)<sup>108</sup>.

Pour finir, il semble nécessaire d'évoquer la notion de souvenir et de mémoire à travers la photographie ou encore l'écriture. Ces outils, se présentant comme optionnel au voyageur, permettent de prolonger l'expérience vécue durant l'itinérance et aident à se remémorer le voyage.

### **2.2.3. Les grands itinéraires et routes touristiques, symboles forts de l'itinérance**

Lieux d'identité, d'histoire et de sens, les grandes routes et itinéraires touristiques témoignent de l'instauration de formes de communication entre les civilisations, et se révèlent comme des espaces d'échanges de marchandises, de savoirs mais aussi de personnes. Composées de marqueurs tangibles, elles se déclinent autour de la géographie, de l'histoire, de l'art, de la littérature, du savoir-faire et bien d'autres. Finalement, les objectifs de ces itinéraires -pour les territoires qu'ils traversent- sont autant économiques, sociaux, culturels que politiques.

#### **2.2.3.1. Un panel varié**

A travers le monde et sur différentes échelles, il existe une multitude d'itinéraires et de routes touristiques occupant un rôle central dans l'attractivité des territoires qu'ils peuvent traverser. De plus ou moins grande importance, il en existe une grande diversité (religieuses, culturelles, symboliques, mythiques, sportives ou encore thématiques)<sup>109</sup>.

Tout d'abord, on distingue les itinéraires emblématiques ou mythiques constituant de véritables richesses historiques pour les territoires. Le phénomène des pèlerinages s'avère en être l'un des

---

<sup>107</sup> Comme la difficulté, la durée du parcours, le balisage en place, les hébergements, activités ou restaurants...

<sup>108</sup> A noter que le choix de cette organisation logistique externe apparaît en première position dans l'itinérance à l'étranger alors qu'elle est dernière en France.

<sup>109</sup> Comportant chacune ses spécificités : type de voie, d'environnement, de mode de transport...

exemples les plus significatif<sup>110</sup>. A l'origine, on qualifie de pèlerinages les voyages qui sont réalisés par des croyants souhaitant se diriger vers un lieu culte ou de dévotion. Ces lieux sacrés, présents à travers le monde, offrent aux pèlerins une communion directe avec une divinité<sup>111</sup>.

En plus d'être un mouvement religieux, le pèlerinage est devenu un véritable phénomène social, touristique, économique voir même politique. Ces dernières années, le nombre de visiteurs des principaux lieux religieux a fortement augmenté. En 2000, on estimait à 240 millions le nombre de pèlerins, alors qu'en 2013 ils étaient entre 300 et 330 millions. Les motivations des pèlerins, en plus de se rendre vers un lieu saint, sont qu'ils recherchent la simplicité et la quiétude. Il s'agit d'un certain recueillement qui peut prendre différentes formes. Le quotidien de ces voyageurs n'est pourtant pas simple, entre la solitude, le doute, l'inconfort ou encore la douleur qui peut s'emparer d'eux. Les chemins de Saint Jacques de Compostelle, attirant des pèlerins venant des quatre coins du globe, est un des exemples les plus significatif parmi les mouvements de pèlerinage existant aujourd'hui.

D'autres genres d'itinéraires, inscrits dans le mythe de la route, suscitent eux aussi l'attention, comme par exemple la "Mother road" des Etats-Unis, la fameuse route 66. L'histoire de peuples, civilisations ou personnages emblématiques a aussi entraîné la création d'itinéraires touristiques renommés, comme les chemins Incas en Amérique du Sud, la route africaine de l'esclavage, la célèbre Route de la Soie ou encore le dernier itinéraire emprunté par le Che Guevara en Bolivie. Tous entendent finalement sauvegarder et réhabiliter ces voies au riche et inestimable passé commun. Il est d'ailleurs intéressant de noter que certains des itinéraires ont été identifiés comme patrimoine mondial de l'UNESCO, contribuant ainsi à leur valorisation, préservation et rayonnement international. A plus petite échelle, le Conseil de l'Europe a lancé à partir de la fin des années 1980 l'initiative des itinéraires culturels. Basés sur les valeurs que porte l'Europe, ils visent à faire revivre de célèbres itinéraires à travers différentes thématiques<sup>112</sup>. Plus couramment enfin, dans de nombreuses régions touristiques, des routes sont établies et développées sur différents sujets<sup>113</sup>.

D'autre part, il existe plusieurs genres d'itinéraires destinés spécifiquement aux marcheurs et permettant de faire des randonnées sur plusieurs jours ou même semaines. Les plus importants, appelés sentiers de Grande Randonnée (GR®), invitent sans le dire à une sorte de pèlerinage,

---

<sup>110</sup> Le dessous des cartes, Arte. *Les pèlerinages, phénomènes mondiaux [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=KhYd4di1c2Y>. (Consulté le 21-10-2017).

<sup>111</sup> Par le biais de relique, d'objet sacré, de source ou encore de légende.

<sup>112</sup> Dans le cadre européen, ces itinéraires sont censés encourager les échanges, favoriser la coopération, préserver les patrimoines et (ré)apprendre à voyager tout en se cultivant.

<sup>113</sup> Route des vins, de l'artisanat, de la pomme, etc.

que de nombreux randonneurs et sportifs aguerris décident d'emprunter chaque année. A titre d'exemple, le GR20®, traversant la Corse du nord au sud sur plus de 200 kilomètres, a la réputation d'être un trek parmi les plus beaux mais aussi les plus difficiles d'Europe. Certains de ces GR portent en outre un autre nom lorsqu'il s'agit d'une zone de montagne. On retrouve ainsi la fameuse Grande Traversée des Alpes, ou encore celle du Jura. De même, il existe les sentiers de Grande Randonnée de Pays (GR de Pays®), destinés à la découverte d'une région et formant en général une boucle, ainsi que des itinéraires de moindre importance appelés les Petites Randonnées (PR®). En France, on estime que la distance cumulée de tous ces chemins représenterait plus de 90 000 kilomètres d'itinéraires. Gérés par la Fédération Française de Randonnée, l'entretien et le balisage de ces parcours sont en outre réalisés par ses bénévoles<sup>114</sup>. Finalement, de nombreux réseaux de sentiers de randonnées ont su se mettre en place à l'échelle internationale, donnant naissance à des itinéraires conséquents, comme par exemple la Via Alpina qui parcourt huit pays alpins frontaliers.

D'autre part, les vélo routes<sup>115</sup> et voies vertes constituent les lieux de prédilection spécialement aménagés<sup>116</sup> pour la pratique des mobilités douces. Les voies vertes proposent aux usagers des conditions propices aux déplacements à vélo, mais aussi à pied, en roller, voir même plus rarement à cheval. Bien que généralement établies en "site propre", certaines portions des vélo routes (réservées exclusivement au vélo) peuvent évoluer sur des routes partagées avec la circulation automobile, ayant un faible trafic et/ou une faible vitesse. Ces voies figurent finalement comme un excellent moyen de découvrir une destination ou un pays en traversant campagnes et villes, et le vélo étant bien souvent mis à l'honneur, devient alors un prétexte à la découverte.

Généralement à l'échelle régionale, ces routes d'un nouveau genre peuvent parfois parcourir plusieurs régions voir même différents pays, et sont aussi souvent associées à des voies navigables ou zones littorales. Citons par exemple la Vélodyssée, suivant la côte atlantique sur plus de 1 200 kilomètres, la ViaRhôna, arpentant le fleuve du Rhône sur 815 kilomètres sur le même modèle que la Loire à vélo, ou encore le canal des deux mers<sup>117</sup>, reliant la mer Méditerranée à l'Atlantique en passant par le canal de Garonne et du Midi (tous deux sur 800

---

<sup>114</sup> Franceinfo. *Comment sont entretenus les sentiers de grande randonnée ? [en ligne]*. Disponible sur : [https://www.francetvinfo.fr/france/comment-sont-entretenus-les-sentiers-de-grande-randonnee\\_1880223.html](https://www.francetvinfo.fr/france/comment-sont-entretenus-les-sentiers-de-grande-randonnee_1880223.html). (Consulté le 04-02-2018).

<sup>115</sup> Af3v. *Les véloroutes et voies vertes de France*. Disponible sur : <http://www.af3v.org/-Les-VVV-de-France-.html>. (Consulté le 11-03-2018).

<sup>116</sup> Sur des chemins de halage de canaux et rivières, d'anciennes voies ferrées, des voies littorales, des routes forestières ou dans les parcs urbains. (France Vélo Tourisme. *Voies vertes - véloroutes [En ligne]*. Disponible sur : <https://www.francevelotourisme.com/contenus/preparation-et-conseils/voie-verte-ou-veloroute>. (Consulté le 13-12-2017).

<sup>117</sup> Canal des 2 mers à vélo. *Le Canal des 2 mers à vélo, de l'Atlantique à la Méditerranée [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.canaldes2mersavelo.com/>. (Consulté le 11-03-2018).

kilomètres)<sup>118</sup>. Aussi, à l'échelle européenne, le réseau d'itinéraires cyclables EuroVelo offre 15 routes longue-distance traversant le continent<sup>119</sup>. En outre, certains circuits ne sont pas accessibles à tous les cyclistes, mais uniquement aux vététistes, comme par exemple les Grandes Traversées du Jura, la Grande Traversée du Morvan et sa connexion avec la Grande Traversée du Massif-Central. Finalement, la France possède à ce jour un Schéma Vélo national étoffé et qui se développe fortement, avec plus de 13 600 kilomètres de circuits disponibles et valorisés<sup>120</sup>.

Finalement, il existe d'autres formes de routes touristiques servant l'itinérance douce. C'est notamment le cas des voies nautiques et fluviales. La France possède d'ailleurs un fort potentiel à ce niveau, avec sa multitude de fleuves et canaux. Certains itinéraires sont même spécifiquement destinés ou adaptés au tourisme équestre, comme la Route européenne d'Artagnan ou encore le Grand 8 à cheval.

### **2.2.3.2. Des itinéraires clé d'un marketing territorial et constituant un atout pour la valorisation identitaire**

Le développement de chemins et routes touristiques contribue fortement à l'affirmation identitaire et à la valorisation globale des territoires. Ainsi, de nombreuses destinations, désireuses de développer leur marché touristique ont aujourd'hui fait le choix de créer et promouvoir diverses routes touristiques afin de faire découvrir une région et son histoire, un temps oublié, une richesse culturelle ou naturelle insoupçonnée. Ces dernières permettent en effet de mettre en avant les atouts et patrimoines d'un ou plusieurs territoires à travers un cheminement organisé, lisible et cohérent. Certains de ces chemins offrent la possibilité de se réappropriier un passé commun et de faire redécouvrir une mémoire collective par sa reconstruction et réhabilitation<sup>121</sup>. Durant son cheminement, le touriste va ainsi être sollicité affectivement par cette mémoire retracée, quelle qu'en soit la thématique.

Finalement, ces initiatives, en plus de la dimension identitaire et patrimoniale qu'elles font valoir, sont un moyen pour inciter les touristes à utiliser les mobilités douces pour réaliser leurs visites, circuits ou itinéraires. Les patrimoines culturels mais aussi naturels sont alors préservés et valorisés à travers l'itinérance, constituant un gage de crédibilité du territoire.

---

<sup>118</sup> A noter également que certains territoires détiennent un réseau étoffé de circuits à vélo, comme le Pays de la Loire avec plus de 2500 kilomètres d'itinéraires, la région Bourgogne avec environ 1700 kilomètres ou encore les régions Centre et Val-de-Loire.

<sup>119</sup> Eurovelo. *Découvrez l'Europe à vélo [en ligne]* Disponible sur : <http://www.eurovelo.com/fr>. (Consulté le 04-01-2018).

<sup>120</sup> D'autres exemples : le Tour de Bourgogne à Vélo, la voie Charles le Téméraire, la Compostelle à vélo, le Chemin des floteurs, la Voie du canal entre Champagne et Bourgogne, la Bressane, la FrancoVéloSuisse, la Voie verte du Lac Saint-Point...

<sup>121</sup> Par exemple la mémoire des ancêtres juifs sépharades avec les Routes de Sépharade, ou encore la Route du Fer en Lorraine.

Pour conclure, il est aujourd'hui certain que les itinéraires touristiques constituent un puissant moyen de réflexion pour la valorisation et le développement local et se présentent comme une formule privilégiée pour la mobilisation des acteurs sur un territoire, mais aussi afin de développer des activités et aménagements touristiques complémentaires et adaptés à l'itinérance.

Néanmoins, ce genre d'initiative peut parfois entraîner un certain contraste ou une sorte de discordance entre les intérêts et intentions des collectivités territoriales (utilisant ce genre de marketing) et la réalité des choses. Méfiance donc face à la banalisation des espaces touristiques dénués de toute authenticité. Il n'est pas suffisant de baliser un itinéraire sur une thématique et de le promouvoir. Il importe aussi de considérer les attentes et besoins de tous les acteurs concernés par l'itinérance, des professionnels aux touristes, pour que le développement touristique soit durable (sur les plans économique, social et environnemental donc). Dans ce contexte, il apparaît donc comme essentiel que ces parties prenantes travaillent ensemble pour un développement territorial durable.

Pour conclure, ce chapitre nous a permis d'orienter notre réflexion autour des concepts clés de notre sujet. Le tourisme d'itinérance s'est révélé être une pratique fortement ancrée dans les mœurs de notre société. Les mobilités douces se sont ensuite présentées comme une alternative intéressante puisqu'elles permettraient de faire de l'itinérance de façon plus humaine et respectueuse des milieux traversés. Finalement, ces modes de transport et ce genre de pratique touristique, une fois combinés, se sont dessinés comme des alternatives intéressantes pouvant aujourd'hui répondre aux aspirations de nombre de voyageurs. Dans ce contexte, le développement de diverses routes et itinéraires touristiques à travers le monde se dessinent comme les symboles de cette forme de tourisme et contribuent fortement à valoriser l'identité des territoires qu'ils traversent.

### **3. CHAPITRE 3 – L’ITINERANCE DOUCE ET LA COLLABORATION DE SES PARTIES PRENANTES PRIVEES, FACTEUR D’UN DEVELOPPEMENT DURABLE SUR LES TERRITOIRES**

---

Ce dernier chapitre vient clôturer notre première partie et va nous permettre d’aborder plus en détail la question du développement de l’itinérance douce sur un territoire. Il conviendra pour se faire de déterminer dans un premier temps les parties prenantes qui sont concernées par cette pratique touristique. Seront distinguées trois sphères d’acteurs aux objectifs et motivations différentes. Par la suite, la notion de développement local sera abordée et rattachée à celle du développement durable, permettant de souligner le rôle et l’implication des différents acteurs en présence sur un territoire. Finalement, après avoir considéré que la sphère des acteurs privés est la plus à même de réaliser ce genre de démarche, les différentes composantes et caractéristiques de la collaboration ascendante seront exposées.

#### **3.1. Les parties prenantes de l’itinérance douce, une diversité d’acteurs au service des voyageurs itinérants**

L’itinérance douce, de par sa complexité, concerne un panel d’acteurs pouvant être rattaché à cette pratique touristique. On distingue différents niveaux de gouvernance qui s’exercent sur les territoires afin de développer cette forme de tourisme. Les parties prenantes de ce développement ne disposent pourtant pas des mêmes perceptions, motivations et intentions. Nous avons ainsi pu distinguer trois grandes sphères d’acteurs de l’itinérance, comme l’illustre le schéma en Annexe B.

##### **3.1.1. Les acteurs publics, régulateurs et promoteurs du tourisme d’itinérance douce**

Le tourisme et les loisirs représentent pour les Etats une véritable opportunité pour leur économie, devenant ainsi un secteur stratégique à considérer. Afin de devenir le plus attractif possible, l’Etat se doit donc de participer au développement de l’activité touristique sur son territoire en impulsant des dynamiques de développement. Ces dernières devront permettre d’exprimer une offre touristique attractive fondée sur les atouts que possèdent le pays et ses territoires.

Comme nous l’expose Jean-Luc Michaud et Guy Barrey dans leur ouvrage, *Acteurs et organisations du tourisme*, on retrouve en France dans l’organisation territoriale du tourisme, à l’image de la

constitution administrative française<sup>122</sup>, une certaine hiérarchie avec plusieurs échelons détenant chacun des compétences et rôles différents<sup>123</sup>. Cet ensemble doit pouvoir assurer une bonne coopération, coordination mais aussi cohérence au niveau des politiques touristiques. Pour répondre à cette nécessité, on distingue quatre niveaux d'action de décentralisation du pouvoir de l'Etat : les régions, les départements, les groupements intercommunaux et les communes. Vous trouverez en Annexe C un schéma permettant de résumer ces différentes échelles.

A l'échelle nationale, l'Etat va bien évidemment jouer un rôle clé puisqu'il permet d'encadrer, fédérer et encourager l'ensemble des initiatives et projets mis en place par les acteurs des territoires à travers les orientations politiques qu'il choisit. Ces dernières se traduisent alors par des lois, décrets ou réglementations par exemple<sup>124</sup>.

Le premier niveau d'action en dessous de l'Etat est celui des régions. Chef de file dans le domaine de l'économie, ces collectivités peuvent favoriser et soutenir le développement des entreprises en lien avec le tourisme d'itinérance par le biais d'aides (subventions, garanties d'emprunts, participation au capital de sociétés, etc.). Les objectifs principaux sont alors d'améliorer l'attractivité des itinéraires<sup>125</sup> mais aussi de renforcer la qualité de l'offre de services disponibles, entraînant ainsi des retombées positives sur l'économie locale.

Dans la suite apparaît les départements qui possèdent tous la compétence tourisme. Les départements sont aussi chargés de superviser un Comité Départemental du Tourisme considéré comme le "*socle de l'organisation territoriale de proximité*". Ce dernier s'occupe de la conception, promotion ou encore commercialisation de produits touristiques, ce en collaboration avec les acteurs concernés.

Arrivent ensuite les groupements intercommunaux<sup>126</sup> avec les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI). Ces structures -dans le choix des compétences obligatoires qu'elles doivent s'engager à déployer- optent souvent pour la compétence tourisme<sup>127</sup> (souvent rattachée à celle du développement économique).

---

<sup>122</sup> Principe de décentralisation.

<sup>123</sup> "Avec ses empilements de collectivités de niveaux différents - communes, départements, régions- et d'établissements publics de coopération intercommunale : le fameux "mille-feuille". (Michaud Jean-Luc, Barrey Guy, 2012, p.133).

<sup>124</sup> De nombreux textes juridiques peuvent en effet être rattachés aux déplacements doux et à l'itinérance. Citons notamment pour les randonnées le code de l'environnement (avec les plans départementaux des itinéraires de promenades et randonnées qu'il impose), l'accès piétons sur le bord des cours d'eau permis par la loi sur l'eau et les milieux aquatiques (2006) ou encore le code de la route qui définit les voies vertes comme exclusivement réservées aux véhicules non motorisés, piétons et cavaliers.

A titre d'exemple, la création de voies destinées au cyclotourisme rencontre des réglementations très strictes et spécifiques, notamment sur le droit de l'environnement ou de l'urbanisme. Pour les itinéraires le long ou à proximité des cours d'eau, il est nécessaire de respecter la législation en place sur l'eau et les milieux aquatiques, ou encore la loi littoral pour les zones côtières et maritimes. De même, les espaces naturels sensibles ou monuments protégés font aussi l'objet de règles particulières.

<sup>125</sup> Continuité, cohérence, qualité et complémentarité.

<sup>126</sup> A noter que la coopération intercommunale est aujourd'hui obligatoire en France.

<sup>127</sup> Quasiment deux tiers des communautés.

Finalement, on retrouve les communes qui s'occupent de toute les affaires à l'échelle locale, dont l'institution d'un Office de tourisme. Ce dernier est chargé d'accueillir et d'informer les touristes, de promouvoir la commune et ses environs mais aussi de coordonner les actions entreprises par les professionnels du tourisme.

Finalement, il apparaît important d'évoquer plus en détails le cas des Parcs Nationaux ou Parcs Naturels régionaux, qui se trouvent être des structures pleinement engagées sur ces sujets. En effet, ces parcs et espaces protégés constituent en France des lieux de prédilection pour pratiquer l'itinérance et sont souvent considérés comme des territoires préservés et propices au tourisme lent, à l'écotourisme<sup>128</sup> et plus généralement aux démarches de développement durable. Les Parcs Nationaux<sup>129</sup> permettent d'assurer la protection et la préservation d'espaces naturels remarquables. Ils se trouvent régis par l'établissement public des "Parcs nationaux de France" qui est chargé d'organiser une politique commune de promotion nationale et internationale. Concernant les Parcs Naturels régionaux, leurs objectifs sont de concilier développement économique et social mais aussi protection du patrimoine naturel et culturel. Pour se faire, ces structures apportent aux acteurs privés un véritable soutien et favorisent une synergie entre eux<sup>130</sup>. De nombreux projets de développement touristique sont d'ailleurs portés par les Parcs naturels régionaux. Leur savoir-faire et leur expertise permettent d'offrir aux territoires concernés une réelle capacité d'ingénierie, d'expérimentation<sup>131</sup> et de structuration de l'offre touristique. A noter que tous les parcs manifestent leur soutien pour le développement d'offres de tourisme durable et d'activités de pleine nature<sup>132</sup>. Certains d'entre eux ont d'ailleurs mis en place la marque "Accueil du Parc" permettant de valoriser les prestataires de l'itinérance dont la démarche et les initiatives sont responsables et durables<sup>133</sup>.

Pour conclure, les acteurs publics peuvent permettre de favoriser le développement de l'itinérance douce sur les territoires à différents échelons et de multiples façons. Cette gouvernance territoriale qui s'applique, à travers un rôle de cadrage, tente de mettre en place des synergies sur les territoires et de coordonner les interventions des acteurs en place.

---

<sup>128</sup> Falek Géraldine. "Slow tourisme / écotourisme" : l'engagement des Parcs Naturels régionaux de France. Disponible sur : <http://www.parcs-naturels-regionaux.fr/centre-de-ressources/document/slow-tourisme-ecotourisme-lengagement-des-parcs-naturels-regionaux-de>. (Consulté le 28-12-2017).

<sup>129</sup> A ce jour, on en dénombre 10 en France.

<sup>130</sup> Encourage les dynamiques de mutualisation ou de mise en réseau des acteurs sur le territoire.

<sup>131</sup> Se traduisant notamment par des actions transversales (alliant patrimoine, dimension sociale et impératif économique à travers une mobilisation de l'ensemble des parties prenantes) ou communes (c'est à dire entre les parcs).

<sup>132</sup> 27 d'entre eux ont d'ailleurs adhéré à la charte Européenne du tourisme durable.

<sup>133</sup> Parc naturel régional des Pyrénées Ariégeoises. *Les prestations d'itinérance en milieu naturel, la marque Valeurs Parc*. Disponible sur : <http://www.parc-pyrenees-ariegeoises.fr/les-actions-du-parc/le-tourisme-durable/la-marque-valeurs-parc/les-prestations-ditinerance-en-milieu-naturel-marque-valeurs-parc/>. (Consulté le 10-03-2018).

Pourtant, on constate qu'il est difficile de maintenir ces dynamismes dans le temps, et souvent une certaine méfiance vis à vis de ces institutions et de leurs politiques s'installe. Les acteurs privés se retrouvent en effet souvent démunis face aux projets se mettant en place, entraînant le plus souvent des préoccupations et inquiétudes, voire même leur non implication<sup>134</sup>. Il serait en outre faux de penser que les collectivités sont capables à elles seules de gérer le développement du tourisme sur un territoire et de résoudre tous les problèmes environnementaux, économiques ou sociaux existants. Dans le cadre du tourisme d'itinérance au moyen des mobilités douces, une multitude d'acteurs privés sont en effet concernés, et ce bien plus directement.

### **3.1.2. La place centrale des acteurs privés dans ce type de tourisme**

Le tourisme d'itinérance réunit un ensemble d'acteurs privés aux activités touristiques complémentaires<sup>135</sup> ou intersectorielles<sup>136</sup>. En contact direct avec les touristes, chacun occupe en effet un rôle primordial dans la structuration d'une offre complète d'itinérance douce.

#### **3.1.2.1. Les hébergeurs et restaurateurs au cœur de l'itinérance**

Tout d'abord, l'hébergement se présente comme un aspect essentiel pour l'itinérant qui est amené chaque jour à s'arrêter à un endroit pour se reposer et se restaurer. Si ce dernier n'opte pas pour une forme d'auto-hébergement<sup>137</sup>, les hébergements marchands, quel que soit leur genre, permettent alors d'accueillir les touristes itinérants durant leurs étapes.

Ces hébergements spécifiques supposent d'abord pour le voyageur une organisation préalable de l'itinéraire à emprunter en fonction des lieux d'étapes choisis<sup>138</sup>. On en retrouve une diversité ; terrains et emplacements de camping, auberges de jeunesse, gîtes d'étape, chambres d'hôte, relais, refuges, auberges<sup>139</sup>, résidences de tourisme ou encore hôtels. On observe aussi

---

<sup>134</sup> Ces problématiques sont d'ailleurs souvent retrouvées chez les acteurs qui sont régulièrement sollicités (pour des démarches, actions ou projets).

<sup>135</sup> Hébergement, transport, restauration, activités récréatives ou culturelles...

<sup>136</sup> Venant d'autres secteurs d'activités comme par exemple l'artisanat, l'agriculture, l'éducation ou encore la formation.

<sup>137</sup> Comme les campings cars, les caravanes, les vans aménagés ou encore le bivouac, c'est à dire hors des terrains affectés. Ce type d'hébergement est en général choisi du fait de la plus grande liberté qu'il permet, puisque le voyageur peut en général décider de s'arrêter où il le souhaite, et ce généralement sans avoir à payer. Il existe cependant dans de nombreux pays des réglementations à cet égard, comme par exemple en France où le camping dit "sauvage" est interdit et où les campings cars et caravanes doivent obligatoirement faire halte dans des lieux dédiés, bien souvent payant (terrains de camping, aires de services ou de stationnement).

<sup>138</sup> A noter qu'on constate généralement un nombre plus important d'hébergements le long des grands itinéraires et routes touristiques. On retrouve même des hébergements destinés à ces itinéraires (auberges de pèlerins sur les routes de pèlerinage.)

<sup>139</sup> A noter aussi qu'à travers les paysages ruraux français, la présence des auberges et refuges se multiplient. Le balisage des sentiers joue d'ailleurs un rôle essentiel dans ce développement.

l'apparition de nombreux hébergements insolites et/ou atypiques<sup>140</sup> mais aussi chez l'habitant<sup>141</sup>. Le choix du touriste pour le ou les types d'hébergement se fera en fonction de ses attentes et besoins<sup>142</sup>. Pour les soirées étapes qu'ils effectuent, les itinérants sont en général à la recherche de confort, de sécurité mais aussi d'authenticité et de convivialité. Ils ont en effet ce désir de découvrir, d'apprendre et de partager avec les locaux mais aussi les autres touristes. Aussi, cette étape permet parfois au voyageur de modifier et améliorer ses choix sur le programme de la journée suivante.

De même, une autre catégorie d'acteurs assez proche des hébergements occupe une place primordiale dans l'itinérance touristique : celle des restaurateurs. La présence de la gastronomie sur la route se montre en effet comme un complément indispensable aux itinéraires. En plus des différents hébergements qui souvent proposent un service de restauration annexe, il peut s'agir de restaurateurs (classique, bistro, brasserie, snack, bar, taverne, etc.) ou encore d'artisans de l'alimentation. Les distributeurs alimentaires, tels que les supermarchés ou les épiceries, peuvent aussi se montrer utiles aux voyageurs itinérants, particulièrement pour ceux ayant peu de moyens.

### **3.1.2.2. Prestataires de services, d'activités culturelles ou de loisirs**

Certains prestataires de services peuvent également être concernés par ces formes de tourisme, puisqu'ils viennent renforcer l'offre et prodiguent aux itinérants différentes prestations complémentaires pouvant être fortement appréciées.

On retrouve d'abord dans cette catégorie les agences de voyage, tour-opérateurs et excursionnistes, proposant des circuits et itinéraires préalablement organisés, par l'assemblage de plusieurs services et prestations touristiques<sup>143</sup>. Dans certaines de ces offres, la location du mode de transport peut être incluse dans le package. On remarque en outre que le recours à ce genre de service est d'autant plus fréquent lorsque l'éloignement culturel et physique de la destination est conséquent.

Cela nous amène à évoquer les loueurs de différents moyens de transports. Du vélo au tandem, en passant par l'âne ou le cheval, de nombreuses entreprises ont effectivement décidé de se

---

<sup>140</sup> Ecolodges, habitats nomades (roulotte, tipis, yourtes...), cabanes, design, sur l'eau, dans des bulles et bien d'autres. (<http://www.hebergement-insolite.com> (Consulté le 11-03-2018))

<sup>141</sup> Le couchsurfing ou encore Airbnb apparaissent souvent comme bien moins coûteux que les hébergements traditionnels.

<sup>142</sup> Niveau de qualité, confort, services complémentaires, budget, etc.

<sup>143</sup> Proposés par leurs partenaires et fournisseurs (compagnies de transports, hébergements, restaurateurs, guides et accompagnateurs, etc.). A noter que les agences de voyage commercialisent en général les offres d'autres voyagistes.

lancer dans la location de mobilités douces. On les retrouve généralement à proximité des itinéraires touristiques tracés et relativement fréquentés. On retrouve aussi des services de ports ou de transferts<sup>144</sup> d'étape en étape. Il existe même des entreprises qui proposent de venir porter assistance aux itinérants rencontrant un problème (mécanique, blessure, météo, etc.).

D'autre part, les guides et accompagnateurs professionnels proposent une offre intéressante et pertinente dans le cadre de l'itinérance. On en distingue différentes sortes<sup>145</sup> : les accompagnateurs de montagne, les bénévoles dans la cadre d'un club ou encore les guides naturalistes ou du patrimoine. Experts des chemins et étapes qu'ils empruntent, ces accompagnateurs font souvent figure d'intermédiaire entre les locaux et les voyageurs. Généralement habitants sur le territoire, ils deviennent alors de véritables médiateurs<sup>146</sup>.

Finalement, les fournisseurs de loisirs (à caractère sportif, culturel) proposent diverses offres attractives pouvant apparaître comme complémentaires à l'itinérance. Les itinérants sont en effet en quête de découvertes et d'expériences, et certains choisissent parfois de s'arrêter pour réaliser diverses activités. Il peut s'agir de sports de pleine nature, aquatiques ou encore de visites de lieux ou d'attractions pittoresques<sup>147</sup>.

### **3.1.3. Le rôle d'ambassadeur des populations locales**

Pour finir, il est important de considérer dans les acteurs privés les populations locales, qui occupent elles aussi un rôle dans le développement du tourisme d'itinérance. Les habitants sont en effet amenés à être en contact avec les touristes découvrant leur territoire. Dans ce rapport visiteur/visité, ils deviennent de véritables ambassadeurs témoignant de leur culture, de l'authenticité et des traditions locales. Aussi, ce sont eux qui croisent le plus souvent les itinérants sur les routes et chemins, et sont donc garants du bon accueil offert aux voyageurs.

Les habitants d'un territoire peuvent en outre indirectement tirer profit de l'économie du secteur, à travers une prospérité économique qui peut s'installer et ainsi offrir de meilleure condition de vie aux populations.

---

<sup>144</sup> De bagages ou de personnes.

<sup>145</sup> Outre les proches et amis compétents pouvant remplir ce rôle à titre gracieux.

<sup>146</sup> Relations visiteur/visité.

<sup>147</sup> Visite de monument, musée, édifice religieux, spectacle, parc d'attraction ou animalier, etc.

### **3.2. Le tourisme d'itinérance douce, outil d'un développement durable local**

A l'échelle d'un territoire, le développement durable prend encore plus de sens puisqu'il a pour finalité d'améliorer le cadre de vie de ses populations (nécessaire pour leur bien-être) à travers le renforcement de toutes les formes d'attractivité présentes, en veillant à intégrer “dans sa logique et ses pratiques les différents enjeux sociaux, culturels, environnementaux et économiques”<sup>148</sup>.

Le concept clé du développement local a été défini pour la première fois par Jean-Louis Guigou, spécialiste de l'aménagement du territoire, durant un colloque à Poitiers en 1983 :

*“Le développement local est l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales et manifeste la volonté des habitants d'une microrégion de valoriser les richesses locales, ce qui est créateur de développement économique”.*

Ainsi, on comprend que cette notion s'inscrit dans la réalisation d'actions collectives à travers des processus de consultations et de participation efficaces des acteurs locaux. La mise en œuvre d'un développement local implique donc l'ensemble des parties prenantes sur le territoire et découle d'une attitude purement volontaire de leur part<sup>149</sup> et caractérisée par un désir de changement<sup>150</sup>. Cette démarche permet en définitive d'enclencher des actions de valorisation des ressources locales spécifiques à un territoire<sup>151</sup>.

En 1992, la conférence de Rio a qualifié ce genre de démarche comme “le meilleur moyen de traiter des problèmes environnementaux est d'assurer la participation de tous les citoyens concernés, au niveau qu'il convient. Chaque individu doit avoir la possibilité de participer aux processus de prise de décision”. Ce principe s'est progressivement développé en Europe, principalement au niveau des régions et départements. Ce sont les collectivités et institutions qui bien souvent initient ces actions concertées entre toutes les parties prenantes.

---

<sup>148</sup> Initiatives et cité. *Développement local et durable*, 7 p. [en ligne] Disponible sur : [http://www.initiativesetcite.com/site\\_media/uploads/2012/09/28/I&C\\_Plaquette%20complete-1\\_.pdf](http://www.initiativesetcite.com/site_media/uploads/2012/09/28/I&C_Plaquette%20complete-1_.pdf). (Consulté le 02-03-2018).

<sup>149</sup> Identité locale, ressource humaine, histoire, valeurs et traditions...

<sup>150</sup> Au regard de l'expérience des acteurs concernés et en fonction de leur degré de conviction, la décision de s'impliquer au niveau local va se réaliser avec une autre perception et un esprit critique. Cette impulsion résulte en général du constat d'un ou plusieurs “verrous de développement” présents sur le territoire.

<sup>151</sup> On retrouve plusieurs niveaux de valorisation dans le cadre du tourisme d'itinérance douce : économique (entreprises en rapport avec cette forme de tourisme), identitaire (image du territoire, richesses culturelles) ou encore de développement durable (richesse de l'environnement, intérêt de l'itinérance douce pour préservation de l'environnement, etc.).

Pour conclure, afin d'entreprendre une démarche de développement local et de l'inscrire dans une certaine durabilité, il apparaît comme fondamental de rassembler l'ensemble des acteurs sur le territoire tous secteurs d'activités confondus, permettant d'instaurer une synergie entre eux. La finalité commune que constitue le développement local durable aidera de ce fait toutes les parties prenantes à se sentir impliquées et concernées par la démarche. Dans le cadre du tourisme d'itinérance douce,

### **3.3. L'approche solidaire de la mobilisation et collaboration des acteurs touristiques privés, pour une meilleure visibilité de l'offre globale**

Alors qu'on constate une diversité des discours concernant les démarches de développement local, deux grands mouvements collectifs semblent se distinguer : l'approche systémique (ou descendante) et l'approche solidaire (ou ascendante).

Le premier courant regroupe l'ensemble des initiatives de développement local réalisées entre acteurs publics et privés. L'accent est mis sur le rôle central des instances publiques, qui initient les dynamiques. Ces démarches institutionnelles visent à appuyer une politique territoriale -en général sur le long terme- et cherchent bien souvent à réunir, de façon équilibrée, un nombre important d'acteurs touristiques afin d'affirmer une offre attractive et de qualité. Pourtant, ce genre d'approche se réalise en général au niveau du territoire du pouvoir public en place, et n'apparaît donc pas comme la meilleure option dans le cadre du tourisme d'itinérance, ne se limitant pas aux frontières administratives.

Le second courant, quant à lui, s'intéresse plus au rôle de l'initiative partant du bas<sup>152</sup>, s'appuyant sur *“des formes de [concertations] paritaires, non pilotées par les pouvoirs publics”*<sup>153</sup>. Il caractérise généralement une identité forte des citoyens et une volonté des professionnels d'asseoir leur place dans les décisions économiques du territoire. Cette approche, bien qu'initiée par des acteurs privés, peut néanmoins faire appel aux acteurs publics au cours de son déroulement. Les instances publiques peuvent effectivement faciliter et participer aux démarches solidaires, par le biais par exemple d'aides financières pour la mise en œuvre des actions.

Ainsi, au regard des éléments évoqués dans les parties précédentes, nous allons nous concentrer sur l'approche solidaire du développement local de l'itinérance douce, à l'initiative des acteurs touristiques privés (individus et professionnels). Il est en effet apparu que ces derniers sont les premiers concernés mais aussi les plus à même de se mobiliser et d'agir directement pour un

---

<sup>152</sup> Issue du terrain, par les acteurs touristiques privés.

<sup>153</sup> Kolosy Katalyn. *Le développement local : réflexion pour une définition théorique du concept [en ligne]*. Disponible sur <http://www.globenet.org/archives/web/2006/www.globenet.org/horizon-local/perso/defloc.html>. (Consulté le 09-03-2018).

développement durable de leur territoire<sup>154</sup>. On constate que les interventions des pouvoirs publics tendent bien souvent à privilégier des objectifs de développement territorial au détriment d'objectifs plus orientés vers les attentes et besoins des acteurs privés. Dans ce cadre, le rôle des instances publiques reste donc appréciable mais n'arrive qu'en second plan dans une démarche ascendante de collaboration<sup>155</sup>.

Une incompréhension et une déconnexion peuvent exister entre les objectifs des mutualisateurs qui cherchent prioritairement à développer leur activité et ceux de l'instance publique qui visent prioritairement des objectifs de développement territorial. Une dynamique basée sur un espace défini par l'instance publique mais qui ne correspond pas à l'espace vécu par les mutualisateurs. Une animation qui tend à ne plus considérer les mutualisateurs comme acteurs du système mais comme utilisateurs du système : on passe de « de quoi avons-nous besoin ? » à « voici ce dont vous avez besoin ». Un projet porté par une structure qui recherche plus l'adhésion des membres que leur apport. Le sentiment que le coût de participation est trop élevé par rapport aux gains obtenus.

### **3.3.1. Caractérisation du travail collectif, de la coopération à la collaboration**

Avant d'aborder plus en détail la question de la collaboration des acteurs touristiques privés sur un territoire, il convient d'apporter des précisions concernant les différents termes pouvant faire référence aux actions collectives issues de la dynamique locale. Ce rassemblement d'individus autour d'une finalité commune permet aux parties prenantes d'atteindre des objectifs ne pouvant être réalisés par un seul acteur (on comprend ici la fameuse expression "*l'union fait la force*"<sup>156</sup>). Pour résumer, ce genre de démarche de travail est caractérisé par des relations horizontales entre les participants, l'absence de hiérarchie entre eux et la non-concurrence dans les actions conduites. Le travail collectif se base en définitive sur le partage d'intérêts communs mais peut prendre différentes formes, de la coopération à la collaboration. L'utilisation de ces termes étant bien souvent employée à tort, il importe de clarifier les significations de chacun d'entre eux.

Le travail **coopératif** est ainsi défini comme "*une organisation collective du travail dans laquelle la tâche à satisfaire est fragmentée en sous-tâches*" (Piquet, 2009, p.7). Ces dernières sont attribuées à un acteur

---

<sup>154</sup> Dans cette approche, les pouvoirs publics n'occupent qu'un rôle de second plan (de soutien et d'encadrement (à travers les aides et subventions, les réglementations et lois, etc.)).

<sup>155</sup> Peut par exemple passer par l'octroi de subvention, la mise en place d'actions de promotion ou encore par la mise à disposition de personnel compétent.

<sup>156</sup> "C'est en s'alliant et en associant nos forces que l'on peut vaincre. Ce proverbe s'emploie pour souligner la nécessité de rester uni pour lutter ou combattre." <http://www.linternaute.com/proverbe/19/1-union-fait-la-force/>. (Consulté le 20-03-2018).

ou groupe d'acteurs, le plus généralement de façon équilibrée sur un plan horizontal, mais parfois en fonction des compétences propres à chaque partie prenante. (Cf. Annexe D). Ainsi, la coopération renvoie au fait de travailler en groupe organisé de manière hiérarchique et programmée dans le temps<sup>157</sup>, avec des interactions très fortes mais se limitant à l'organisation, la coordination et le suivi de la progression du travail<sup>158</sup>. Le déroulement progressif de chacune des tâches et actions permet au final d'atteindre l'objectif défini collectivement et partagé par tous<sup>159</sup>. Tous les acteurs voient ainsi leur responsabilité engagée mais uniquement sur les missions qu'ils ont à leur charge.

La **collaboration** est définie par le dictionnaire Le petit Robert (édition de 1995) comme “*un travail en commun ; un travail entre plusieurs personnes qui génère la création d'une œuvre commune*”. La différence entre coopération et collaboration résiderait dans les relations existantes entre les différentes parties prenantes et dans la façon de répartir les rôles de chacun<sup>160</sup>. Le travail collaboratif n'engage effectivement pas de répartitions des actions à proprement dit, mais s'accorde plus à un travail collectif où les missions et la finalité sont communes à tous. La responsabilité et les actions se retrouvent ainsi collectives et incombent donc à chacun des membres (Cf. Annexe E). Cette démarche se révèle beaucoup plus souple et permet aux acteurs de disposer d'une plus grande liberté<sup>161</sup>.

---

<sup>157</sup> Implique donc des délais mais aussi une répartition des tâches en fonction d'une coordination précise.

<sup>158</sup> Créer un sentiment de dépendance mutuelle.

<sup>159</sup> On l'assimile souvent à un projet commun.

<sup>160</sup> “On est dans un contexte de collaboration lorsqu'un groupe de personnes se réunit, poussé par un intérêt commun, pour explorer de façon constructive de nouvelles possibilités et créer quelque chose qu'elles n'auraient pas pu créer seul”. Disponible sur <http://www.bibliobsession.net/2009/04/09/coordination-cooperation-et-collaboration-quelles-differences/> (Consulté le 11-02-2018)

<sup>161</sup> Outils-réseaux. *Travailler en réseau, usages et outil [en ligne]*. Disponible sur <http://outils-reseaux.org/ContenuCooperationCollaboration> (Consulté le 11-03-2018)

Figure 2 : Les 3 processus interdépendants de la collaboration



Source : K. Levan Serge. *Le Travail Collaboratif en Ligne selon MAIN CONSULTANTS [en ligne]*. Disponible sur : <https://travailcollaboratif.typepad.com>. (Consulté le 07-03-2018).

Comme le présente le schéma ci-dessus, Serge K. Levan propose de considérer la collaboration comme la combinaison de 3 processus aux objectifs différents mais pourtant interdépendants. Le premier distingué, la communication, est indispensable aux 2 autres. Il permet les échanges entre les individus concernés par la collaboration. Le second processus caractérisé est celui de la coopération. Celui-ci permet de partager et privilégier la mise en commun des ressources et idées par le biais d'interactions plus riches et profondes entre les acteurs. On parle alors de **mutualisation**. Le dernier processus, permis et amélioré par les deux premiers, représente la **coordination**. Cette phase permet "la synchronisation d'acteurs et d'actions en interdépendance dans le cadre d'un processus de travail" (K. Levan, 2011)<sup>162</sup>. A la différence de la coopération, la coordination s'appuie obligatoirement sur un but unique et partagé.

Le travail collectif, pour pouvoir être qualifié de collaboratif, doit être actif dans le sens où chaque membre doit faire preuve d'initiative et d'imagination dans une optique de solidarité (Cf. Annexe F).

Finalement, de nombreux autres termes sont utilisés pour définir une démarche collective de travail entre plusieurs acteurs comme la mise en réseau, l'association ou encore de partenariat.

L'expression de **mise en réseau**, bien que n'ayant pas vraiment de définition lui étant propre, tend à correspondre à un concept plus général, pouvant être utilisé pour qualifier différentes

---

<sup>162</sup> K. Levan Serge. *Le Travail Collaboratif en Ligne selon MAIN CONSULTANTS [en ligne]*. Disponible sur : <https://travailcollaboratif.typepad.com>. (Consulté le 07-03-2018).

sortes de démarches collectives. Elle se caractérise par l'action de participer à une œuvre collégiale dans laquelle les personnes intéressées -ayant un objectif commun- s'associent et se répartissent le profit<sup>163</sup> équitablement. A l'intérieur d'un territoire, ce genre d'approche s'opère grâce à une consolidation mutuelle des stratégies d'acteurs. Lorsqu'un réseau d'acteurs est mis en place, on tente de constituer de la convergence, des liens et de l'échange entre les acteurs partageant un même enjeu. Ces démarches, quelle que soit la forme qu'elles adoptent pour réaliser ce travail collectif, sont favorables à l'émergence d'actions de mutualisation<sup>164</sup>. Néanmoins, dans certains cas, les acteurs préfèrent ne pas partager toutes leurs "bonnes idées" et considèrent qu'il est plus prudent de garder un temps d'avance par rapport à leurs homologues mais avant tout concurrents. La notion de concurrence peut donc être présente dans certaines formes de mise en réseau. Ce terme pourrait finalement être défini comme "*l'action d'initier un mode d'organisation des acteurs qui favorise l'action collective*" (2010, Pradeau, p.52). Ainsi, l'approche en réseau des acteurs peut prendre de multiples formes et peut refléter des relations autant verticales qu'horizontales et sur différents niveaux. La collaboration serait dans ce cadre une sorte de mise en réseau des acteurs.

Le **partenariat** est défini par le dictionnaire Larousse comme un "*système associant des partenaires sociaux ou économiques, et qui vise à établir des relations d'étroite collaboration*"<sup>165</sup>. Ce concept, à travers sa définition, semble donc se confondre à la notion de collaboration ou encore de mutualisation. Il s'avère en fait que le partenariat découle généralement d'une démarche de collaboration. On pourrait l'assimiler à une collaboration mais à plus petite échelle, entre des secteurs bien plus similaires. L'objectif de ce travail collectif serait beaucoup plus précis et concis. Avec cette perception du partenariat, la collaboration permet aux acteurs de se connaître et de créer des sous-groupes pour des "petites actions" bien plus ciblées et spécifiques.

Pour conclure, la démarche collective peut être assimilée à une méthode amenant à une véritable collaboration. La différence entre les deux façons de faire n'est pas si tranchée : on passe facilement d'une démarche à l'autre. Coopération peut ainsi être perçue comme la première étape d'une collaboration réussie.

---

<sup>163</sup> Il peut s'agir d'un profit financier mais aussi matériel ou immatériel (visibilité, image, notoriété...).

<sup>164</sup> Par exemple autour d'échanges d'expériences et des pratiques professionnelles.

<sup>165</sup> Dictionnaire Larousse. *Définition partenariat [en ligne]*. Disponible sur <http://www.larousse.fr>. (Consulté le 17-03-2018).

### **3.3.2. Les conditions pour l'instauration d'une dynamique de collaboration fructueuse**

Dans une démarche de collaboration des parties prenantes de l'itinérance douce, il est essentiel de regrouper un certain nombre de conditions pour que la dynamique fonctionne et soit pérenne.

Il est d'abord primordial qu'un climat de confiance et de compréhension soit établi<sup>166</sup>, les relations humaines se trouvant à la base de tout travail collaboratif<sup>167</sup>. Ce genre de démarche implique une sorte de proximité entre des acteurs partageant les mêmes valeurs, mais aussi les mêmes contraintes ou enjeux. Certaines peuvent avoir des besoins similaires, mais d'autres peuvent juste faire partie d'un ensemble<sup>168</sup>.

Pour une collaboration efficace entre les parties prenantes et une bonne dynamique, il est en outre important de privilégier les personnes qui connaissent le territoire, les passionnées, ceux animés par l'envie de dynamiser la région, des acteurs à l'écoute et réactif.

Finalement la démarche de collaboration doit toujours mettre un point d'honneur à être solidaire, mais aussi innovante et déterminée.

### **3.3.3. Quels intérêts pour les parties prenantes ?**

On observe que sur les territoires, les acteurs du tourisme tendent à travailler individuellement dans une optique de concurrence, et bien souvent lorsqu'il y a collaboration, il s'agit d'acteurs venant du même secteur d'activité touristique (entre hébergeurs par exemple). Pourtant, lorsque l'on perçoit la diversité d'acteurs concernés par l'itinérance douce, il apparaît comme primordial de s'éloigner de cet individualisme pour étendre la collaboration à travers les différents secteurs impliqués.

En effet, la cohérence tout le long d'un itinéraire se révèle importante pour offrir aux touristes une offre structurée, homogène et organisée en réseau, répondant à leurs attentes, et permettant finalement d'améliorer l'expérience vécue. Les richesses du territoire<sup>169</sup> doivent pouvoir être accessibles rapidement et la même qualité de service doit être retrouvée durant tout le cheminement. De même, la collaboration apparaît bien souvent comme un moyen de mieux valoriser les spécificités, richesses et ressources locales. Lorsqu'elle évolue et s'organise autour

---

<sup>166</sup> On constate effectivement que ces initiatives apparaissent souvent entre des entreprises, associations ou individus se connaissant déjà et ayant une relation amicale.

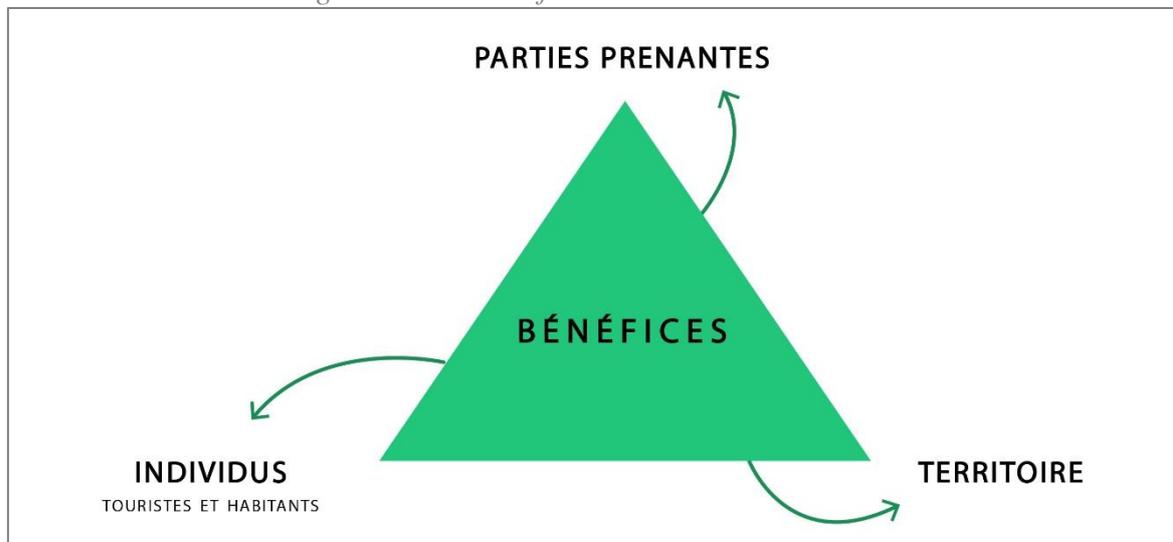
<sup>167</sup> Les acteurs doivent donc prendre le temps de se connaître.

<sup>168</sup> On retrouve ainsi une certaine proximité au niveau géographique ou bien thématique.

<sup>169</sup> Patrimoines (gastronomique, architectural, naturel...), vie culturelle et quotidienne, prestataires, transport...

d'une diversité d'acteurs, cette démarche apporte une autre façon d'agir et modifie les comportements des personnes impliquées, vers plus de confiance, de solidarité et de partage<sup>170</sup>. Elle permet également d'optimiser les retombées économiques sur le territoire au bénéfice des populations et entreprises locales

Figure 3 : Les bénéficiaires de la collaboration



### 3.3.4. La formalisation des démarches de collaboration des acteurs, de l'informel au formel

On distingue plusieurs niveaux de formalisation des démarches de collaboration en fonction de la maturité de l'initiative mais aussi du nombre d'acteurs investis. Plus on compte de parties prenantes engagées et prêtes à approfondir les réalisations collectives, plus la collaboration tend à se coordonner dans une structure juridiquement autonome. On distingue ainsi quatre profils différents d'organisation, allant de l'informel au formel (Cf. Annexe G).

Dès lors que la collaboration prend de l'importance, on retrouve généralement une charte d'engagement qui permet de fixer les objectifs et obligations<sup>171</sup> des parties prenantes. Ce document signé par tous les membres détermine ainsi la philosophie du groupe<sup>172</sup> et se fonde sur des règles qui garantissent l'équité.

---

<sup>170</sup> Les professionnels vont apprendre à se connaître et travailler ensemble, à avoir une bonne connaissance de l'offre touristique présente sur le territoire et ses itinéraires (en amont et en aval) afin de pouvoir promouvoir l'ensemble.

<sup>171</sup> Engagement personnel et vis-à-vis des autres acteurs engagés. On distingue deux niveaux cruciaux d'implication à la vie collective : la participation active aux actions entreprises par le groupe ainsi que la promotion et diffusion de renseignements concernant

<sup>172</sup> Ce qui relie les différentes parties prenantes, leur(s) point(s) commun(s).

D'autre part, des systèmes de parrainage sont parfois mis en place afin de permettre aux membres qui s'engagent de parrainer d'autres acteurs pouvant être intéressés par la démarche<sup>173</sup>. Plus les parties prenantes à l'action sont nombreuses, plus les possibilités d'actions collectives sont possibles.

L'implication est aussi essentielle pour que le travail collectif soit efficace et profitable à tous. Les parties prenantes doivent s'engager à participer activement aux actions du groupe et participer à promouvoir et diffuser des informations sur le réseau dans son ensemble.

Dans le cas où les acteurs se sont mutualisés, un membre peut décider de sortir de la mutualisation, dans le cas par exemple où il considère qu'il y a un déséquilibre entre ce qu'il paye et/ou son investissement et les profits qu'il en retire. La charte d'engagement permet dans ce genre de démarche d'équilibrer les bénéfices et de répartir justement les coûts entre tous les membres.

Ainsi, la mutualisation va veiller à ces notions d'équité et de solidarité sur deux points. D'abord, au niveau du prix d'adhésion qui peut être soit unique<sup>174</sup> à tous les membres soit différencié<sup>175</sup> en fonction du chiffre d'affaires ou du genre d'activité. Ensuite, à travers la répartition des bénéfices, qui se veut en tout cas équitable entre les parties prenantes.

### **3.3.5. La nécessité de dépasser les frontières et d'envisager la coopération interterritoriale**

D'après Jean Corneloup, chercheur et sociologue, *«la vitalité d'un territoire est dépendante de sa capacité à créer des liens, des échanges et des flux intra et inter territoires forts et dynamiques»*.

Effectivement, la coopération interterritoriale entre toutes les parties prenantes s'avère être essentielle, puisque l'itinérance présume forcément la traversée de différents territoires<sup>176</sup> administratifs, et ce sur différentes échelles (communale, départementale, régionale voir même internationale). Dans la trajectoire que les touristes empruntent durant leur cheminement, les

---

<sup>173</sup> Traduit un acte d'engagement, une démarche militante.

<sup>174</sup> Quelle que soit la taille ou le chiffre d'affaires des entreprises. On part ici du principe que les petites structures vont plus bénéficier de la mutualisation que les entreprises plus grandes. La présence de ces dernières leur permettrait en effet de voir leurs visibilité et retombées augmentées.

<sup>175</sup> Le niveau de cotisation sera différent en fonction du chiffre d'affaires, de la fréquentation ou encore du genre d'activité pratiquée par l'entreprise. Pour cette option, on considère que les petites entreprises vont enrichir et diversifier l'offre, mais aussi apporter une autre vision à la démarche collective.

<sup>176</sup> *« Dans l'optique du développement local durable, nous considérons donc le territoire (ou site) comme un marqueur référentiel pour l'ensemble des acteurs qui y sont liés. Afin de pouvoir tirer la quintessence de cet espace, l'acteur passera forcément par des étapes d'appropriation de ce dernier. La connaissance du territoire et de ses particularités paraît impérative à quiconque souhaite y agir. »* (Menozzi, 2013, p.47-48).

itinéraires ne cessent en effet de se transformer et de se redessiner, transgressant ainsi sans cesse les frontières territoriales.

Ainsi, il s'avère primordial de mettre en œuvre une offre touristique cohérente le long d'un itinéraire, que ce soit au niveau de l'aménagement (concernant le balisage notamment), de la promotion (au niveau des informations mises à disposition par exemple) ou encore de la commercialisation. De même, il est important d'établir les rôles de chacun des acteurs sur les différentes échelles territoriales afin de mettre en place une organisation horizontale entre eux favorisant une meilleure cohésion.

A noter que de nombreuses voies d'itinérance sont raccordées entre elles et permettent ainsi de favoriser le passage des itinérants sur les différents territoires concernés.

En définitive, ce chapitre nous aura permis de mieux comprendre le concept de collaboration, qui s'est révélé être un outil essentiel pour le développement local durable des territoires. Ce genre de démarche se montre en tout cas relativement complexe à mettre en place et il convient avant toute chose de fixer les objectifs collectifs que la collaboration portera. Il a également été souligné que dans le cadre de l'itinérance, les frontières administratives que nous connaissons ne se montrent parfois pas pertinente avec la pratique touristique, et qu'il convient donc d'envisager une mise en réseau interterritoriale.

## CONCLUSION DE LA PARTIE 1

---

Finalement, cette première partie nous a permis de dégager et définir précisément les concepts majeurs de notre réflexion de manière à établir un socle théorique solide.

En premier lieu, les richesses inestimables que nous offrent la nature mais aussi la culture se sont révélées être des composantes essentielles pour le bien-être de l'homme. Pourtant, ces biens inestimables sont depuis de nombreuses années fortement altérés par les activités humaines sur la planète. Le constat de ces dégradations et destructions est aujourd'hui saisissant. Néanmoins, de nombreux individus ont pris conscience de l'ampleur des dommages et donc de la nécessité de réagir pour adopter des pratiques moins destructrices. De ce fait, l'une des notions centrales de notre réflexion -le développement durable- est ressortie, nous permettant de considérer le développement autour de trois grands axes qui sont l'économie, le social et l'environnemental.

Dans le prolongement, nous avons pu voir que de nombreuses formes alternatives de tourisme se sont développées, et l'on s'aperçoit que l'itinérance douce en fait partie. Effectivement, les mobilités douces représentent un potentiel énorme du fait des avantages et bienfaits qu'elles procurent aux voyageurs mais aussi des répercussions quasi inexistantes qu'elles entraînent sur l'environnement.

D'autre part, en raison du caractère mobile des voyageurs itinérants, nous avons pu constater qu'un large panel d'acteurs et de professionnels est concerné par le développement de cette pratique. On observe pourtant une certaine contradiction entre les intentions et intérêts de ces parties prenantes avec, d'un côté, les acteurs publics qui cherchent à assoir leurs politiques de développement et d'aménagement, et de l'autre, les acteurs privés qui se trouvent dépendant économiquement de l'activité touristique sur le territoire.

De ce constat, il nous a semblé pertinent d'orienter notre réflexion vers les démarches de collaboration dites ascendantes, c'est-à-dire initiées par la sphère des professionnels privés du tourisme. Il est effectivement apparu que ces derniers sont les mieux placés pour instaurer une dynamique d'acteurs permettant de proposer aux voyageurs une offre d'itinérance cohérente et de qualité.

Dans ce cadre, la mise en place d'un réseau de travail collaboratif apparaît comme une solution pertinente permettant de créer une synergie entre les parties prenantes. Finalement, il est important de considérer que cette forme de tourisme s'affranchit des découpages territoriaux, et qu'il convient donc d'envisager ce genre de démarche au-delà des frontières administratives existantes.

Dans un tel contexte, nous avons été amenés à nous poser la question suivante : En quoi le tourisme d'itinérance en espace rural, au moyen des mobilités douces, peut-il contribuer à un développement durable des territoires à travers la collaboration à l'initiative des acteurs touristiques privés ?

Cette problématique va nous permettre d'orienter notre réflexion dans les deux parties suivantes. Nous chercherons dans un premier temps à formuler trois hypothèses de recherche qui apparaissent comme les plus pertinentes pour permettre à une démarche de collaboration de s'inscrire dans un développement durable des territoires. Dans un second temps, le cas de l'association Sur le chemin de R.L. Stevenson nous permettra de proposer une méthodologie adaptée qui cherchera à démontrer la véracité de nos affirmations.

---

**PARTIE 2 : LES CLES D'UNE COLLABORATION  
ASCENDANTE DURABLE**

---

## INTRODUCTION DE LA PARTIE 2

---

Au regard de la première partie qui a permis d'examiner les différentes notions associées à notre questionnement de départ et de dégager une problématique, cette seconde partie va s'appliquer à suggérer trois grandes lignes d'orientation pouvant permettre d'y répondre.

Dans un premier temps, nous démontrerons l'importance de la mise en commun des ressources des parties prenantes à la collaboration. Après avoir défini le principe de mutualisation et déterminé quels en sont les enjeux, nous chercherons à décliner en trois grandes catégories les genres de mutualisation possibles. De cette explication seront mis en exergue les bénéfices que cette optimisation des ressources disponibles peut apporter au niveau des collaborateurs, à l'échelle du territoire mais aussi par rapport aux touristes et habitants.

En second lieu, nous aborderons la nécessité pour une collaboration de mettre en place une communication globale efficace afin de permettre l'instauration d'une offre cohérente et de qualité pour l'itinérance douce sur le territoire. Nous démontrerons d'abord l'intérêt de mettre en œuvre des outils de travail collaboratif qui semblent être essentiels à l'établissement d'une communication efficace entre les membres. Après avoir défini et catégorisé les différents outils envisageables, nous chercherons à mettre en évidence les enjeux et bénéfices de ce genre d'instrument. Dans une seconde partie, nous expliquerons en quoi la mise en place d'une stratégie de communication globale peut permettre d'accroître la visibilité mais aussi la qualité de l'offre d'itinérance en place sur le territoire. Dans ce cadre, une attention particulière sera portée aux attentes et exigences des touristes qui amènent aujourd'hui à proposer des prestations touristiques toujours plus personnalisées et thématiques. Enfin, nous évoquerons les dimensions durables que peut avoir la communication, d'une part avec l'utilisation de supports plus écologiques mais aussi à travers la notion de sensibilisation.

Finalement, le dernier chapitre sera consacré au rôle central qu'occupent l'animation mais aussi le suivi dans les démarches de collaboration. Nous affirmerons en effet que ces deux composantes se montrent complémentaires et apparaissent comme essentielles pour garantir la pérennité du réseau mais aussi son efficacité. Nous exprimerons dans un premier temps la nécessité d'établir un protocole d'étude afin de palier au risque d'essoufflement de la démarche. Il sera en effet démontré que le suivi permet d'optimiser et de prolonger la collaboration en l'encourageant sans cesse à s'améliorer et progresser. Dans un second temps, la fonction de l'animation sera explicitée et nous permettra de mettre en lumière son caractère indispensable pour la conduite des projets entrepris par la collaboration.

# **1. CHAPITRE 1 : LA MUTUALISATION DES RESSOURCES, PILIER D'UNE DEMARCHE DE COLLABORATION DURABLE**

---

La création d'un réseau de collaboration entre les parties prenantes de l'itinérance douce, si elle est correctement engagée, permet l'établissement d'une réelle synergie entre les acteurs.

Comme nous avons pu l'étudier précédemment, d'après la définition proposée par Serge K. Levan, la mutualisation des ressources est l'une des composantes essentielles pour une collaboration concrète et profitable. Dans le cadre de l'itinérance douce, du fait de la diversité des acteurs privés concernés, ce processus apparaît comme un moyen de consolider une démarche de développement durable sur un territoire. Elle est en outre la preuve de la stabilité et solidité de l'action de collaboration entreprise.

## **1.1. Le principe de mutualisation, un atout pour la collaboration**

### **1.1.1. Une optimisation des ressources**

Dans une démarche de collaboration entre une diversité d'acteurs, le processus de mutualisation correspond à une optimisation des ressources, c'est à dire à la mise en commun des idées, moyens, compétences ou encore connaissances permettant de parvenir à un objectif commun et partagé entre toutes les parties prenantes. L'encyclopédie universelle a défini, en 2012, la mutualisation comme le fait de "*répartir (un risque, des frais) à égalité parmi les membres d'un groupe*"<sup>177</sup>.

Généralement, ce processus permet de résoudre un ou plusieurs problèmes rencontrés par les membres. Le climat de confiance déjà instauré entre ces acteurs à travers la démarche de collaboration va permettre de les encourager à partager leurs ressources pour mettre en œuvre des solutions. La mutualisation se démarque puisqu'il s'agit d'un acte collectif spécialement engageant qui nécessite, la plupart du temps, la gestion d'un pot commun équilibré entre tous les membres. Ces derniers conservent leur indépendance et leur identité mais restent solidaires entre eux.

Dans le cadre des mises en réseau d'acteurs issus du même secteur d'activité, on constate que la mutualisation des ressources s'apparente souvent à des démarches d'entreprises. Les objectifs alors partagés des acteurs appartiennent bien souvent au champ de l'économie et du marketing<sup>178</sup>

---

<sup>177</sup> Encyclopédie universelle. *Définition de mutualisation*, 2012 [en ligne]. Disponible sur [http://encyclopedie\\_universelle.fracademic.com/56155/mutualisation](http://encyclopedie_universelle.fracademic.com/56155/mutualisation). (Consulté le 14-02-2018).

<sup>178</sup> Les acteurs cherchent à augmenter leur fréquentation, chiffre d'affaires, ou encore faire des économies d'échelles.

et un retour sur investissement est attendu sur du court ou moyen terme. Par exemple, les réseaux d'entreprises appelés clusters ont pour objectif de développer la productivité et l'innovation des entreprises dans une dynamique compétitive. On distingue également les Systèmes Productifs Locaux qui s'inscrivent dans la même logique en rassemblant des entreprises aux activités proches ou complémentaires mais aussi des institutions se trouvant sur le territoire.

Pour autant, il est possible de créer différentes sortes d'établissements permettant d'associer des acteurs d'horizons différents (Cf. Annexe H). On retrouve les Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif -prenant la forme de Sociétés anonymes ou de SARL à but non lucratif- qui réunissent une multitude d'acteurs autour d'un projet commun<sup>179</sup>. Aussi, depuis 2005, le concept des grappes d'entreprises est initié et se révèle profitable pour les acteurs se lançant dans ce genre de mutualisation. Composées généralement d'entreprises de taille modeste<sup>180</sup> issues du même secteur d'activité<sup>181</sup>, on retrouve intégrés à la démarche des acteurs de la formation, du management de l'emploi ou des compétences, de la recherche ou encore de l'innovation. Les objectifs peuvent être divers, du développement à l'international jusqu'aux aspects environnementaux en passant par la communication.

Toutefois, ces différents types de structures ont recours à un fonctionnement plus commercial et coopératif, et ne cadrent donc pas avec la logique de la collaboration permettant aux parties prenantes de s'inscrire dans un développement durable de leur territoire. Les populations et parfois certaines entreprises se voient souvent mises à l'écart de ce genre d'organisation et ne sont pas suffisamment considérées dans le processus de prise de décision. Les considérations environnementales sont elles aussi souvent limitées au profit de la dimension économique qui est privilégiée. Enfin, ces modes d'organisation ne sont pas vraiment horizontaux, réduisant ainsi la confiance et l'équilibre pourtant garant de la pérennité d'un réseau.

A noter finalement que les populations peuvent venir participer en arrière-plan à la mutualisation, à travers notamment le partage de leurs expériences, connaissances<sup>182</sup> ou perceptions. Il convient de les intégrer si l'on souhaite que la démarche de collaboration soit véritablement équitable et solidaire.

---

<sup>179</sup> Salariés, bénévoles, habitants, collectivités territoriales, entreprises, associations, etc.

<sup>180</sup> Très Petites Entreprises ou de Petites et Moyennes Entreprises.

<sup>181</sup> Les grandes entreprises peuvent elles aussi être impliquées si cela se révèle pertinent.

<sup>182</sup> Du territoire, de ses cultures, traditions, savoir-faire...

### **1.1.2. Une équation délicate à mettre en place**

Bien que les procédés de mutualisation permettent d'apporter beaucoup aux collaborations d'acteurs, ils peuvent se révéler parfois compliqués à mettre en place pour différentes raisons.

Le tourisme engendre des retombées économiques significatives sur les territoires et se place donc comme un secteur prometteur pour l'économie des territoires. Dans ce cadre, les entreprises touristiques s'inscrivent dans une logique de concurrence. De cette façon, la collaboration peut s'avérer compliquée, surtout lors de sa phase de mutualisation des ressources. L'esprit de compétition peut en effet venir entraver le processus et empêcher l'instauration d'une solidarité tangible, surtout lorsque des grandes et petites structures tentent de s'associer<sup>183</sup>. Pour éviter ce genre de situation, il convient donc de mettre un point d'honneur à faire comprendre aux membres de la collaboration l'intérêt que porte la mutualisation des ressources<sup>184</sup>.

Par ailleurs, il peut se révéler compliqué dans un travail collaboratif multi-acteurs d'accorder tout le monde sur les décisions et actions à mener. Les membres tendent en effet à réfléchir à leur intérêt personnel avant toute chose et à placer l'intérêt général en second plan. Afin d'éviter ce genre de conflits d'intérêt, il est crucial avant d'entamer la collaboration que tous les acteurs s'accordent sur le(s) objectif(s) commun(s) que portera la démarche.

## **1.2. Les différentes ressources pouvant servir la mutualisation**

On retrouve dans ces processus de mutualisation différentes ressources mobilisées par les parties prenantes. Chacune va permettre aux mutualisateurs d'atteindre différents objectifs et d'obtenir des résultats ciblés. Dans ce genre de partage équitable, qu'il s'agisse de ressource financière, matérielle ou d'une force de travail, les mutualisateurs pourront récolter des profits réciproques sans pour autant se retrouver dépendants les uns des autres.

### **1.2.1. Les moyens financiers**

La plus courante des formes de mutualisation que l'on retrouve est celle des moyens financiers. Une grande partie des collaborations décident effectivement de matérialiser un "pot commun"<sup>185</sup> dans le but d'engager les parties prenantes à agir collectivement dans la transparence afin de garantir le succès du projet commun. Pouvant apparaître dès la création de

---

<sup>183</sup> Les secrets de Saint Pierre. *La "mutualisation" en matière de tourisme ? une équation délicate... [en ligne]*. Disponible sur : <http://lessecretsdesaintpierre.blogspirit.com/archive/2017/11/09/la-mutualisation-en-matiere-de-tourisme-une-equation-delicate.html>. (Consulté le 20-03-2018).

<sup>184</sup> On cherchera à donner des exemples concrets qui montreront aux membres l'avantage de ce genre de démarche.

<sup>185</sup> Ce "pot commun" est géré de manière collective et équitable entre les "mutualisateurs" (qui ont tous participé).

l'initiative d'un travail collectif, cet objectif de mutualisation peut aussi arriver au cours de l'évolution de la démarche.

On retrouve généralement deux modèles de mutualisation des moyens financiers :

- Le système des réseaux qui s'autofinancent de façon remarquable, grâce à des budgets optimisés qui permettent de mettre en place des actions effectives.
- Et le cas des réseaux qui reçoivent beaucoup d'aides et de subventions. Les actions engagées sont généralement beaucoup plus diversifiées du fait des fonds importants dont dispose la collaboration.

D'autre part, en fonction du fond financier commun, les membres peuvent décider d'embaucher une force de travail mutualisée. La présence d'un employé recruté par les membres de la collaboration va permettre de les décharger de l'administration et du suivi des actions collectives<sup>186</sup>. Pour les entreprises du même secteur d'activité, il peut aussi s'agir d'un salarié à temps partagé, c'est à dire d'une personne qui travaillera à temps complet pour aider plusieurs entreprises dans leurs activités.

Par ailleurs, ce partage financier peut aider les parties prenantes à se former afin d'acquérir les compétences pouvant se montrer utiles voir indispensables à la collaboration. Il peut s'agir de formations générales et communes à tous les acteurs<sup>187</sup>, par exemple lorsqu'un manque de professionnalisme a été noté ou encore lorsque les membres souhaitent se former en matière d'écologie pour améliorer la durabilité de leurs activités. On retrouve aussi des qualifications plus ciblées ou spécifiques à certains acteurs, qui pourront permettre d'apporter au travail collectif une plus-value intéressante, à travers une autre forme de partage ; la mutualisation des compétences.

### **1.2.2. Les ressources humaines**

Ce genre de mutualisation se base sur les ressources immatérielles dont disposent les acteurs participant à la collaboration. On retrouve ainsi le partage d'idées et d'expériences, de bonnes pratiques entre les mutualisateurs ou encore de connaissances relatives au territoire. Les parties prenantes peuvent même échanger des informations et points de vue autour de l'actualité du

---

<sup>186</sup> Il apparaît bien souvent comme compliqué pour des professionnels et entreprises de trouver le temps suffisant (en dehors de leur activité) pour s'investir et s'occuper pleinement des tâches à réaliser dans le cadre d'un travail collectif. Le recrutement d'une personne pouvant se charger de la gestion de cette démarche de collaboration permettrait d'améliorer l'efficacité du réseau.

<sup>187</sup> Par exemple, "le réseau Tistra organise chaque année un programme de formations visant à fournir aux entreprises ouvertes à la visite membres du réseau TISTRA les moyens de mieux connaître et accueillir leurs clientèles." (Mercier, Bousquet, 2012, p.36).

tourisme. Bien souvent, des journées thématiques ou rencontres sont organisées au cours desquelles on retrouve une certaine mutualisation autour d'interactions et de discussions professionnelles pouvant se montrer très formatrices.

Au-delà de ces partages, on retrouve la mutualisation des compétences des acteurs. Comme l'a clairement exprimé l'hôtel Les Tourelles (situé à Le Crotoy), "*la compétence personnelle de chacun nourrit celle des autres et construit progressivement un projet authentiquement collectif*" (Mercier Claire, Bousquet Murielle, 2012, p.27). La combinaison des aptitudes, savoir-faire et qualifications des différents acteurs impliqués permet effectivement d'inscrire la démarche collective et les actions menées dans une certaine dynamique novatrice et plus efficace. L'itinérance douce, compte tenu de la diversité de ses parties prenantes, se voit d'autant plus concernée par ce genre de mutualisation. Ces professionnels de tous les horizons apportent une pluralité des visions, et les compétences de chacun se révèlent bien souvent complémentaires. Dans une approche durable de la collaboration, la mutualisation des compétences peut être amenée à servir les piliers économiques, sociaux et environnementaux du développement sur le territoire.

A titre d'exemple, les membres de l'association Cévennes Ecotourisme ont décidé, pour servir leurs clients, de concevoir ensemble un outil permettant d'observer la nature ; un sac à dos pour satisfaire les "*curieux de la nature*". Ce projet a finalement pu aboutir grâce à un réseau dynamique d'acteurs qui ont su allier leurs compétences diversifiées. Le bagage, composé de plusieurs outils d'observation et d'appréhension de l'environnement<sup>188</sup>, est fabriqué localement et on peut le trouver à la vente sur les sites des membres du réseau. Les bénéfices reviennent au final aux individus sur le territoire, se raccordant donc à la dimension sociale du développement durable, mais aussi à celle environnementale (du fait de la sensibilisation à la nature que permet le produit élaboré).

Un autre exemple qui pourrait permettre d'illustrer cette mutualisation des ressources humaines -bien qu'il ne soit pas directement en rapport avec le tourisme d'itinérance- est celui du réseau des Grands sites de France<sup>189</sup>. Cette démarche partenariale<sup>190</sup> se révèle intéressante avec les ateliers Inter-Sites qu'elle met en œuvre. Ce principe consiste, si l'un des sites rencontre une difficulté, à ce que les autres acteurs adhérents viennent lui apporter de l'aide, sur la base de leur regard et expertise, afin de mettre en place une ou plusieurs solutions opérationnelles. Une réelle solidarité est instaurée entre tous les membres de la mutualisation...

---

<sup>188</sup> Par exemple, un stéthoscope permettant d'écouter la sève monter dans un arbre, des loupes pour observer animaux et végétaux...

<sup>189</sup> Réseau des Grands Sites de France. *L'esprit des Grands Sites de France [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.grandsitedefrance.com/fr/demarche>. (Consulté le 10-01-2018).

<sup>190</sup> Entre l'Etat, les collectivités et les gestionnaires des sites.

### 1.2.3. Les moyens matériels

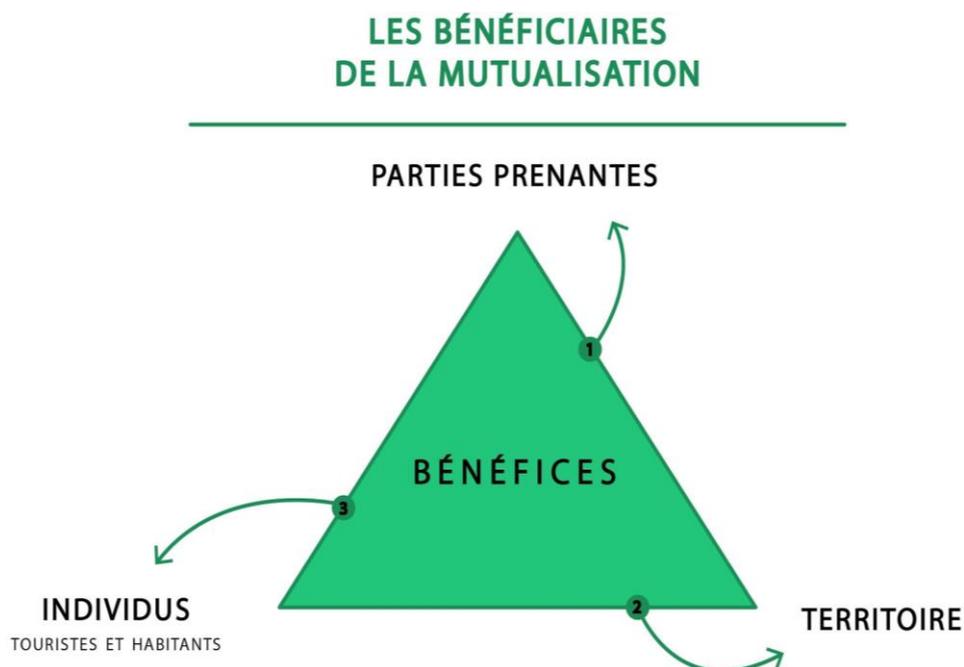
Finalement, la dernière forme de mutualisation que l'on peut rencontrer est celle des moyens dits "matériels", qui permettent d'offrir de multiples possibilités aux collaborateurs. Il peut s'agir de la mise en commun de locaux ou de lieux de travail, de divers équipements, instruments, ou encore d'outils de back-office pour la gestion, l'observation ou la commercialisation.

Pour ces derniers, on retrouve entre autres des outils liés à la recherche et développement mais aussi d'analyse statistique de la fréquentation ou encore d'étude des visiteurs. La mutualisation des bases de données va d'ailleurs offrir aux différents collaborateurs un accès à de l'information complète mise à jour régulièrement<sup>191</sup>. D'autres outils, permettant par exemple le traitement des fiches de paie, peuvent venir simplifier la collaboration. La mise en place de centrales d'achats ou encore de réservations<sup>192</sup> rentre également dans cette catégorie.

## 1.3. La mutualisation, des bénéfices à plusieurs niveaux

### 1.3.1. Les bénéficiaires de cette optimisation des ressources

La mise en commun des ressources permet d'apporter des bénéfices à trois niveaux, comme le montre simplement le schéma ci-dessous.



<sup>191</sup> A noter que ces bases de données pourront également profiter aux actions et projets collectifs.

<sup>192</sup> Informatisation des billetteries, vente en ligne...

Dans le cadre d'une collaboration ascendante des acteurs de l'itinérance, les premiers à recevoir les fruits de ces différentes mutualisations des ressources sont bien évidemment les parties prenantes de la collaboration en place. Il paraît effectivement logique que les initiatives que ces acteurs entreprennent occasionnent des retombées positives sur leur activité respective mais aussi sur le projet commun qu'ils partagent<sup>193</sup>.

Dans la suite, les bénéfices peuvent profiter plus largement au(x) territoire(s) concerné(s) à travers une certaine prospérité économique. La construction d'un tel réseau en lien avec le tourisme d'itinérance douce permet en effet de créer une offre cohérente et solide renforçant l'attractivité, la notoriété mais aussi l'identité territoriale<sup>194</sup>. Cette dynamique de groupe permet en outre d'instaurer une meilleure organisation des professionnels en place. Les retombées positives se voient alors forcément étendues aux autres secteurs d'activités en place. Un potentiel de développement peut apparaître permettant par exemple d'attirer de nouveaux investisseurs, et donc de consolider l'économie locale. De plus, si les actions entreprises par les professionnels s'inscrivent dans le mouvement du développement durable, les ressources naturelles mais aussi culturelles se verront préservées et valorisées.

Finalement, la sphère des individus profite inéluctablement de ce genre de démarche permettant de rendre le territoire plus attractif et prospère. En premier lieu sur le plan des touristes, qui disposent d'une offre de qualité<sup>195</sup> mais aussi plus visible pour réaliser leur itinérance. Mais aussi au niveau des habitants du territoire, qui perçoivent les bienfaits de la mutualisation dans leur vie quotidienne qui s'améliore.

### **1.3.2. Les fruits de la mutualisation**

Il est possible de distinguer plusieurs catégories de bénéfices apportées par la mutualisation.

#### **1.3.2.1. La création d'offres et outils collectifs innovants**

Tout d'abord, la mutualisation, lorsqu'elle passe par la combinaison des offres individuelles des parties prenantes, peut permettre de structurer une offre d'itinérance collective et identitaire pour le territoire. Cette dernière s'articule autour d'un espace vécu, et permet de placer le visiteur au cœur du processus de la structuration de l'offre. Il s'agit ici de rassembler la variété des

---

<sup>193</sup> Concernant les démarches d'entreprises sectorielles, l'objectif premier est que les bénéfices soient orientés en priorité vers les membres (réduire les coûts de communication, de production, augmenter la visibilité et la fréquentation...).

<sup>194</sup> Par exemple dans le cas où l'offre touristique est construite sur la base de ressources locales spécifiques au territoire.

<sup>195</sup> L'offre se montre cohérente, plus professionnelle et recherchée.

prestations touristiques pour les faire devenir complémentaires et créer des séjours itinérants qualifiés.

En outre, les collaborations intersectorielles peuvent se révéler comme de véritables sources d'innovations, notamment dans l'élaboration de produits ou services nouveaux qui s'avèrent parfois compliqués à mettre en place seul. Ce genre de réalisation est possible du fait des différentes cultures professionnelles qui se sont réunies mais aussi grâce à la complémentarité des professions et compétences en présence. Cette production commune permet de valoriser les caractéristiques et ressources diverses des territoires, et a généralement comme premier objectif d'augmenter la fréquentation des visiteurs ou encore de développer un marché spécifique.

On retrouve ainsi différentes sortes de réalisations positionnant le client au centre de la création et offrant plus ou moins d'autonomie aux membres. On distingue d'abord les initiatives élaborant des produits du terroir ou créant une gamme de produits identitaires. Chacun des membres participe alors à leur élaboration en mettant à profit ses propres ressources. Par exemple, l'association Atouts Beaujolais, qui regroupe une vingtaine de membres aux activités différentes<sup>196</sup>, a entre autres réalisé une gamme de produits d'arts de la table<sup>197</sup> contribuant à faire reconnaître l'identité Beaujolais qu'ils souhaitent asseoir davantage sur leur territoire.

D'autre part, certaines des initiatives de mutualisation vont mener les parties prenantes à décider de concevoir et mettre en place des prestations ou aménagements complémentaires. L'itinérance douce conduit effectivement à la nécessité de proposer -dans les hébergements touristiques principalement mais aussi dans d'autres genres d'établissements touristiques (cf.3.1.2.) - des équipements et services spécifiques pour les itinérants voyageant au moyen de mobilité douce. Par exemple un garage à vélo sécurisé, une écurie<sup>198</sup>, une assistance mécanique ou technique<sup>199</sup>, un espace aménagé pour le dépôt des bagages, un service de séchage et lavage ou encore des informations diverses pouvant intéresser les itinérants<sup>200</sup>. La mutualisation permet alors aux entreprises d'unir leurs compétences et leurs moyens afin d'équiper les établissements nécessitant ce genre d'installation. Ces initiatives permettent, même pour ceux n'en bénéficiant pas directement, d'entraîner des retombées positives sur l'ensemble du réseau, puisque l'offre devient plus complète et uniforme tout le long des chemins d'itinérance.

---

<sup>196</sup> Parcs de loisirs, hébergements, viticulteurs, transporteurs, lieux culturels, agences événementielles...

<sup>197</sup> Tabliers, torchons, sacs à pain, nappes, chemins de table...

<sup>198</sup> Destinés aux itinérants se déplaçant avec des animaux (à cheval, accompagné d'un âne, en roulotte...).

<sup>199</sup> Prenant par exemple la forme de kit de réparations pour les vélos.

<sup>200</sup> Informations météorologiques, cyclables, relatives aux curiosités touristiques alentour ou encore aux itinéraires empruntés.

Par ailleurs, le développement d'un autre service pour les itinérants peut se révéler particulièrement avantageux et profitable : le portage des bagages<sup>201</sup>. Nettement apprécié, ce genre de prestation permet de transporter les bagages des voyageurs d'étape en étape. Cette activité, plutôt saisonnière<sup>202</sup>, implique forcément la mise en place de connexions sur tout le réseau d'hébergement. De ce fait, la mutualisation des acteurs peut permettre la création de cette prestation se révélant comme un réel atout se distinguant à coup sûr.

De la même façon, la mise en place d'un service de rapatriement peut s'avérer pertinent à mettre en place, surtout lorsque la desserte de transport est restreinte. Certains touristes, une fois leur itinérance achevée, ont besoin de retourner à leur point de départ pour repartir (lorsqu'ils sont venus en train ou en voiture par exemple)<sup>203</sup>.

Dans d'autres cas, il se révèle intéressant pour les parties prenantes de l'itinérance d'essayer de mettre en place des itinéraires destinés à une clientèle plus ciblée<sup>204</sup> ou à une activité plus spécifique.

Finalement, il importe d'évoquer le cas des personnes en situation de handicap. Ces dernières requièrent effectivement des services très spécifiques et adaptés à leur mobilité. Avec l'apparition de systèmes innovants leur permettant de pratiquer des voyages itinérants, les parties prenantes peuvent avoir un intérêt à proposer une offre adaptée à ce genre de client.

### **1.3.2.2. D'autres initiatives de groupement**

Les actions de mutualisation présentent un autre avantage paraissant intéressant : la naissance d'autres démarches de mise en réseau distinctes et indépendantes. Grâce à la solidarité qui peut s'installer dans la collaboration, certains des membres se rassemblent parfois lorsqu'ils perçoivent ce qu'ils peuvent s'apporter réciproquement. Ces "sous-initiatives" permettent d'accentuer la cohésion entre les acteurs sur le territoire et de renforcer la qualité de l'offre d'itinérance en place. La prospérité des entreprises mais aussi plus généralement celle du territoire n'en sont alors que renforcées.

Le réseau TISTRA<sup>205</sup> illustre très bien ce type d'initiative, avec des relations qui sont nouées par petits groupes<sup>206</sup>. Des ateliers musées ont par exemple mis en place un système d'achat groupé pour les fournitures, permettant de réaliser des économies d'échelles considérable. Aussi, dans

---

201 Ou transport des bagages.

202 Faible demande de ce genre de prestation en période hivernale.

203 A noter que ce genre de service se retrouve sur les itinéraires allant d'un point A à un point B bien distinct (autre que les itinéraires en boucle donc).

204 Pour les vététistes par exemple.

205 Tourisme Industriel Scientifique et Technique de Rhône-Alpes.

206 Relatifs à des thématiques ou encore à des zones géographiques.

le cadre du projet intersectoriel de “*La route des Savoir-faire de l’Oisans*” dans les Alpes, des artistes et artisans -ne se connaissant pas avant- ont mis en place un atelier commun. Ils ont ensuite présenté leurs œuvres aux musées pour qu’elles soient mises à la vente dans leur boutique et ont même proposé de réaliser des animations thématiques.

### **1.3.3. La place prépondérante des nouvelles technologies**

Il est aujourd’hui évident que les Technologies de l’Information et de la Communication (TIC) sont omniprésentes dans nos modes de vie. De ce fait, le secteur du tourisme est tenu de suivre cette tendance et de proposer aux touristes des expériences où le digital et le numérique sont présents. Dans un contexte de concurrence exacerbée entre les destinations, il semble vraiment essentiel d’être novateur en la matière pour construire une offre originale qui saura se démarquer.

Prenons l’exemple de l’association Witou, créée en Alsace en 2004, qui “réunit des professionnels du tourisme soucieux de faire bénéficier aux touristes un accès internet gratuit, facile, sécurisé, et dans le respect des lois et règlements en vigueur”<sup>207</sup>. Ce service se trouve inclus dans le prix des prestations touristiques proposées par divers acteurs<sup>208</sup>. Le principe est assez simple, un code d’accès est envoyé au touriste lui garantissant un connexion wifi sécurisée et illimitée chez les prestataires affiliés durant tout son séjour. Lors de ses sorties, le voyageur aura de plus la possibilité d’avoir directement accès “à toute l’information touristique de la région”<sup>209</sup>, à condition bien sûr qu’il trouve un accès au réseau Witou<sup>210</sup> (bornes wifi). Les professionnels<sup>211</sup> impliqués dans cette association sont devenus des relais d’informations riches offrant un service de qualité mais aussi de proximité aux visiteurs.

D’autre part, les nouvelles technologies se révèlent être des outils précieux pour le développement durable ; “*l’organisation mondiale du tourisme estime que plus d’un tiers du potentiel d’atténuation d’émissions de CO<sub>2</sub> au cours des 20 prochaines années peut être réalisé grâce à l’innovation*”<sup>212</sup>.

Dans le cadre du développement de l’itinérance douce, il est essentiel de s’appuyer sur les TIC pour diminuer les rejets de CO<sub>2</sub>, améliorer l’efficacité énergétique mais aussi proposer aux

---

<sup>207</sup> Witou. *WITTOU, votre point e repère ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.witou.info/espace-visiteurs/qui-sommes-nous>. (Consulté le 25-03-2018).

<sup>208</sup> On retrouve des hôteliers, restaurateurs, gérants de gîte ou de campings, prestataires de loisirs ou culturels...

<sup>209</sup> Witou. *WITTOU, votre point e repère ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.witou.info/espace-visiteurs/qui-sommes-nous>. (Consulté le 25-03-2018).

<sup>210</sup> Via une application sur tablette ou smartphone.

<sup>211</sup> L’association compte aujourd’hui 80 prestataires affiliés et plus de 20 offices de tourisme partenaires.

<sup>212</sup> Réseau Veille Tourisme. *Quelles réflexions pour les décideurs sur le tourisme durable [en ligne]*. Disponible sur : <http://veilletourisme.ca/2011/05/11/quelques-reflexions-pour-les-decideurs-sur-le-tourisme-durable-compte-rendu-de-conference/>. (Consulté le 27-03-2018).

touristes des solutions renouvelables pour leur séjour. La finalité étant de limiter les pollutions, déchets et consommations immodérées des ressources naturelles. Lorsqu'une mutualisation des ressources est effective entre les parties prenantes de la pratique touristique, il importe donc d'orienter les réalisations collectives vers de l'écoconception<sup>213</sup>. Les acteurs doivent en effet être capable de mobiliser leurs compétences afin de concevoir des services ou produits les plus écologiques possibles.

A noter que la mutualisation des moyens permet d'une certaine façon de réduire l'impact sur l'environnement puisqu'il évite aux acteurs d'acheter ou de construire de nouveaux biens, engendrant forcément des externalités négatives<sup>214</sup>.

Aussi, les TIC peuvent permettre de privilégier les circuits courts et la vente en directe, au niveau des producteurs notamment, par exemple à travers une application ou un site internet répertoriant les acteurs locaux sur le territoire. Ce genre de service peut être utile autant aux touristes souhaitant consommer local qu'aux professionnels cherchant à proposer à leur clientèle des produits locaux et du terroir<sup>215</sup>. Les démarches de collaboration ont en ce cas tout intérêt à s'inscrire dans ce genre de perspective, afin notamment de réduire les consommations énergétiques mais aussi de stimuler l'économie du territoire.

Finalement, ce chapitre nous a permis de démontrer le rôle crucial qu'occupe la mutualisation des ressources dans une collaboration. Ce processus permet d'abord de changer les attitudes des membres et de les inciter à s'entraider. Aussi, cet aspect s'est révélé comme étant crucial si les acteurs souhaitent entreprendre une démarche efficace et novatrice. Il est effectivement primordial que les professionnels du tourisme proposent aux touristes des prestations répondant à leurs attentes et besoins de plus en plus spécifiques. Dans ce cadre, les technologies de l'information et de la communication se trouvent être des outils indispensables pour se démarquer.

---

<sup>213</sup> "Démarche innovante, l'éco-conception permet aux entreprises d'intégrer les critères environnementaux dès la phase de conception d'un produit (bien ou service) afin d'en diminuer les impacts tout au long de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières jusqu'à la fin de vie)" d'après Orée. *Qu'est-ce que l'éco-conception ? [en ligne]*. Disponible sur : <http://ecoconception.oree.org/eco-conception-definition.html>. (Consulté le 25-02-2018).

<sup>214</sup> Citons par exemple la construction de locaux entraînant fatalement la destruction d'un espace naturel, ou encore l'achat de matériel neuf (dont la fabrication engendre forcément une consommation des ressources et parfois des pollutions).

<sup>215</sup> Les restaurateurs par exemple.

## 2. CHAPITRE 2 - L'INTERET DE REALISER UNE COMMUNICATION COMMUNE ENTRE LES ACTEURS TOURISTIQUES PRIVES POUR GAGNER EN COHERENCE DANS L'OFFRE D'ITINERANCE DOUCE

---

Nous allons aborder dans ce chapitre un autre intérêt essentiel de la collaboration : celui de la mise en place d'une promotion globale et commune à toutes les parties prenantes de la démarche. Intrinsèquement liée à la mutualisation<sup>216</sup>, cette communication doit pouvoir être effective sur deux plans : en interne (c'est-à-dire entre les membres) et en externe (à destination de la sphère des individus).

### 2.1. Les outils de travail collaboratif, instruments pour une communication interne efficace

#### 2.1.1. Les fonctions de ces outils professionnels

Pour qu'un travail collaboratif se montre efficace et efficient dans la conduite des réalisations et projets collectifs, il est nécessaire avant toute chose d'instaurer un environnement propice à la collaboration et d'établir un plan de mise en œuvre de la démarche<sup>217</sup>. Pour se faire, les Outils de Travail Collaboratif (OTC) se montrent particulièrement adaptés puisqu'ils permettent des interactions concrètes et performantes entre les parties prenantes.

Ces outils, qui ont su se développer parallèlement à l'essor des TIC, sont identifiés comme un "ensemble de méthodologies et outils issus des TIC qui permettent à des acteurs de réaliser une œuvre commune en partageant des idées, des informations et des résultats" (2009, p.12).

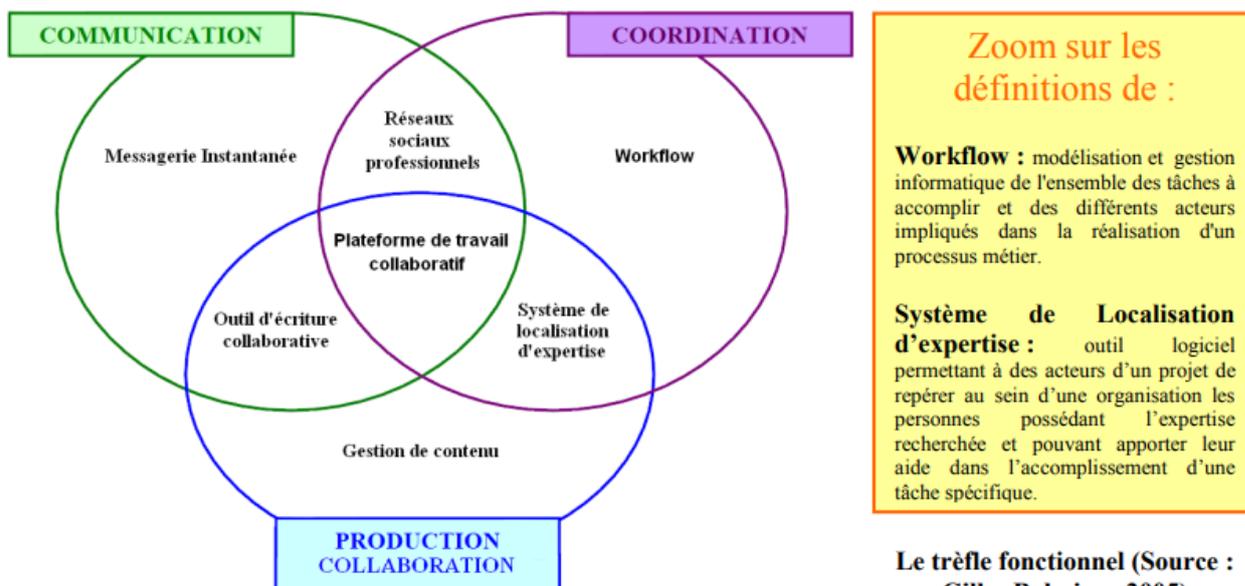
Sur le plan technique, ces instruments sont plutôt simple d'utilisation pour les collaborateurs. Au niveau économique, ils représentent un avantage appréciable notamment en matière de performance et d'efficacité, de diminution des coûts ou encore de flexibilité spatio-temporelle.

---

<sup>216</sup> Puisque la communication globale implique forcément une mise en commun des ressources des membres (principalement financières mais aussi humaines voir matérielles) pour qu'elle puisse se réaliser.

<sup>217</sup> Comme nous l'explique Piquet Alexandre. *Guide pratique du travail collaboratif : théories, méthodes et outils au service du travail collaboratif [en ligne]*. Disponible sur : [https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide\\_pratique\\_du\\_travail\\_collaboratif.pdf](https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide_pratique_du_travail_collaboratif.pdf). (Consulté le 22-02-2018).

Figure 4 : Les 3 grandes fonctions des Outils de Travail Collaboratif, le trèfle fonctionnel



Comme l'illustre le schéma ci-dessus, on distingue trois fonctions principales auxquelles les OTC doivent répondre, à savoir : la Communication, la Coordination et enfin la Production. Des experts comme Clarence A. Ellis ou encore John Grundy, spécialisés dans le travail collaboratif, ont cherché à expliciter ces trois composantes.

La sphère de la Communication correspond aux services offrant la possibilité aux membres de partager des informations sur les actions qu'ils entreprennent<sup>218</sup>. Celle de la Coordination fait référence aux services aidant à organiser les actions collectives menées<sup>219</sup>. Et finalement, la fonction de Production (aussi appelée de Collaboration) va renvoyer à la mise en commun des documents de travail qui permet à chaque collaborateur d'apporter sa contribution au travail. Ces espaces de co-production aident finalement à gérer de manière collective les "objets de travail".

### 2.1.2. Catégorisation des outils de travail collaboratif

Comme l'explique Alexandre Piquet dans son *Guide pratique du travail collaboratif*, il est possible de ranger les outils de travail collaboratif dans quatre grandes catégories (2009, p.15) :

<sup>218</sup> On retrouve les échanges de messages, de commentaires (mail ou chat) ou encore d'annotations sur les « objets de travail »

<sup>219</sup> Ils permettent par exemple de faciliter l'identification des rôles de chacun, de l'état d'avancement de chaque travail et action, d'avoir un aperçu général du travail collaboratif réalisé ou encore d'être averti de l'actualité et des nouveautés dans la démarche.

- **Les outils de communication**, qui permettent la circulation des informations entre les membres. "*Ils sont considérés comme des outils "de première nécessité" car sans eux il est impossible de collaborer*" (Piquet, 2009, p.15) ;
- **Les outils de partage de ressources et d'applications**, qui offrent la possibilité aux parties prenantes de la collaboration de travailler collectivement et à distance sur le même fichier ou la même application (se trouvant en ligne) ;
- **Les outils d'information et de gestion des connaissances**, qui facilitent la mise en commun de contenus et de connaissances dans le but de rendre plus facile l'accès aux informations entre les membres. Ils offrent en outre, lors d'une réalisation par exemple, l'opportunité de gérer les documents élaborés par le groupe. "*La création, la validation, l'organisation et la distribution de ce contenu*" sont alors facilitées ;
- **Les outils de coordination**, qui permettent de suivre et gérer le déroulement d'une réalisation. Grâce à eux, le groupe de travail va pouvoir maintenir les objectifs fixés tout en répondant aux exigences de délais, de budget et de qualité.

Vous trouverez en Annexe I un schéma représentant les principaux outils de travail collaboratif que l'on peut retrouver.

Chacun de ces outils renvoie à une utilisation précise à un moment<sup>220</sup> mais aussi à un lieu<sup>221</sup> déterminé. Les deux schémas en Annexe J présentent ces différentes composantes dans l'espace et dans le temps mais illustrent aussi les différents outils pouvant être utilisés par les collaborateurs en fonction des "*configurations de travail dans lesquelles ils se situent*" (Piquet, 2009, p.14).

Afin de sélectionner les OTC les plus pertinents par rapport à la démarche de collaboration, il convient donc de mesurer un certain nombre de critères : localisation et temporalité des activités des membres, taille du réseau, objet et objectifs de travail, les coûts envisageables, la technicité, l'ergonomie ou encore les types et coûts de formations éventuels.

### **2.1.3. Des bénéfices aux défis du travail collaboratif**

L'objectif premier de l'utilisation d'outils de travail collaboratif est de prédisposer chaque membre à échanger, organiser, construire et synchroniser leurs compétences collectivement afin d'optimiser l'organisation et la coordination de leur actions et réalisations.

---

<sup>220</sup> On parle de synchrone et d'asynchrone.

<sup>221</sup> Au même endroit ou à des endroits différents.

Ces OTC vont d'une part permettre de diminuer divers freins et contraintes pouvant se manifester dans le cadre de travaux de groupe collectif (Cf. Annexe K). Ils vont en outre faciliter et rendre plus efficaces les démarches de co-création, de co-conception et de co-réalisation de produits ou services. Finalement, en plus d'améliorer la productivité et la dynamique des collaborateurs, ces outils vont aider à la mutualisation des connaissances mais aussi des idées (afin d'accorder à tous les membres une place entière dans le processus de décision).

Néanmoins, il est essentiel que les parties prenantes de la collaboration soient en mesure de se rassembler solidairement autour d'un projet commun et fassent preuve d'investissement dans la démarche. Il est donc nécessaire qu'ils partagent un objectif commun mais aussi qu'ils établissent une confiance mutuelle<sup>222</sup>. Dans le cas contraire, les OTC ne peuvent garantir à eux seuls une action efficace. Le facteur humain se révèle en effet primordial pour un travail collaboratif réussi. Ce dernier n'est pourtant pas inné, les parties prenantes devront donc acquérir certaines compétences afin d'utiliser efficacement les outils pouvant servir leur collaboration. Finalement, ce genre d'organisation suggère de s'intéresser au fonctionnement général du réseau mais aussi à l'aptitude des membres à prendre du recul sur certaines de leurs habitudes. Ces dernières peuvent venir appuyer une évolution durable et valorisante du travail collectif mais aussi constituer un frein à ce changement.

## **2.2. Une stratégie de communication globale au service de la visibilité de l'offre d'itinérance**

Afin de garantir la visibilité de l'offre collective d'itinérance en place sur un territoire, il convient de mettre en place une communication externe reflétant les attentes et besoins des voyageurs. Dans un contexte où les visiteurs recherchent de plus en plus une personnalisation dans les prestations touristiques offertes, la promotion se doit également de s'inscrire dans une démarche de relation client la plus pertinente possible en fonction de la ou les cibles identifiée(s). Enfin, la communication se doit d'être cohérente, en accord avec l'offre globale qui est proposée par le réseau d'acteurs.

### **2.2.1. La communication au service de la visibilité de l'offre d'itinérance**

La collaboration des acteurs privés permet de déployer une stratégie de communication collective apportant une meilleure visibilité à l'offre d'itinérance sur un territoire. La plupart du temps, ce genre de démarche reflète une volonté des acteurs d'abaisser les coûts liés à cette

---

<sup>222</sup> Transparence et confiance sont alors de mises.

promotion (référence à la mutualisation des moyens financiers) ou encore d'accroître la fréquentation, et se présente bien souvent comme l'un des objectifs motivant la collaboration.

Dans la suite du processus de mutualisation des ressources -permettant généralement la création d'un produit ou service collectif novateur- il convient nécessairement de promouvoir cette offre d'ensemble de manière uniforme auprès des voyageurs itinérants.

Cet impératif va se concrétiser par la mise en place d'une stratégie de communication pouvant se décliner sur divers supports de promotion. Deux grandes familles peuvent être distinguées : médias et hors média (Cf. Annexe L).

De surcroît, il est aujourd'hui évident que les Technologies de l'Information et de la Communication occupent un rôle central et déterminant dans la promotion d'une offre collective d'itinérance. Outre la présence primordiale sur le web<sup>223</sup> et les réseaux sociaux, des outils numériques peuvent venir compléter la valorisation du réseau itinérant, comme par exemple les applications mobiles, les topoguides ou encore le système de géolocalisation<sup>224</sup>. Aussi, en matière de mobilité, les nouvelles technologies peuvent venir renforcer la structuration de l'offre et en simplifier son accès<sup>225</sup> pour les visiteurs. Les outils numériques et digitaux vont finalement permettre de construire des données précieuses permettant de faire évoluer l'offre. Les usagers vont d'ailleurs fortement contribuer à la création de ces données.

L'un des enjeux d'une stratégie de communication performante est de développer la visibilité de l'offre auprès des potentiels visiteurs. L'accès aux informations touristiques se révèle dans ce sens primordial et doit se positionner tout le long du cycle de vie du voyageur (Cf. Annexe M) afin d'instaurer une relation durable. Les touristes, pour l'organisation de leur séjour, doivent en effet avoir facilement accès aux informations pratiques, pouvant se révéler utiles pour leur itinérance<sup>226</sup>. Elles permettent en outre de rassurer les clients et de leur suggérer des prestations touristiques. Avant cette période de préparation, des contenus suggestifs peuvent venir alimenter la phase d'orientation et de choix de la destination. Dans la suite, au moment du séjour, des supports<sup>227</sup> et outils numériques<sup>228</sup> doivent maintenir cette visibilité informationnelle mais aussi garantir une relation de proximité avec les visiteurs. Finalement, la phase d'après

---

<sup>223</sup> Site internet, blog, référencement sur des sites d'informations touristiques (TripAdvisor, site des offices de tourisme ou de l'agence d'attractivité...), etc.

<sup>224</sup> Les trois pouvant être couplés en un seul et unique outil.

<sup>225</sup> Services de mobilité annexes, informations multimodales...

<sup>226</sup> Ces informations doivent en outre être suffisamment détaillées (itinéraires envisageables, descriptions sur les prestataires présents, les équipements et aménagements, les services complémentaires, ...).

<sup>227</sup> Papier principalement.

<sup>228</sup> Wifi, application smartphone, bornes d'accueil et d'informations...

séjour s'avère importante, puisqu'elle permet aux voyageurs de partager leurs appréciations et expériences sur le voyage qu'ils ont réalisé.

A noter que la diffusion de toutes ces informations doit être mise à jour quotidiennement et doit assurer une fiabilité indéfectible aux touristes. Aussi, il convient d'observer les cibles pour discerner les périodes durant lesquelles les décisions sont prises, les temps de préparation mais aussi les moments où le choix de la destination se fait. En considérant ces éléments, l'efficacité de la communication n'en sera que renforcée.

Prenons -afin d'illustrer la démarche de relation durable le long du cycle de vie du voyageur- l'exemple de l'Office de tourisme de Nyons<sup>229</sup>. Ce dernier a développé une stratégie de communication grâce à un ensemble d'outils adéquats et une étroite collaboration avec Apidae<sup>230</sup>. Pour la phase avant le voyage, on retrouve un site internet approprié et une présence ciblée sur les réseaux sociaux. Pendant le séjour, un accueil physique de qualité est garanti et des outils numériques viennent compléter l'offre<sup>231</sup>. Enfin, les visiteurs sont encouragés à partager leurs expériences, avis et recommandations sur les différents supports internet. Des enquêtes de satisfaction et fichiers client sont en outre mis en place dans une optique de fidélisation des clients.

### **2.2.2. Vers une personnalisation et thématisation de l'offre**

Du fait des typologies variées de voyageurs<sup>232</sup> pouvant être rencontrées sur les voies d'itinérance, les professionnels du tourisme doivent être capables de déterminer à qui peut être destiné leur offre<sup>233</sup>. Une fois cette identification réalisée, ils doivent être en mesure de développer des contenus et supports de communication attrayants en fonction de chaque cible distinguée. L'objectif final étant de mener une démarche de relation client complète et approfondie.

Sur internet par exemple, ils peuvent essayer d'optimiser et d'adapter la structure de leur site web en fonction du profil de leur clientèle. Sur les réseaux sociaux, il peut aussi être intéressant d'établir une stratégie de diffusion des informations spécifiques à chaque typologie d'itinérant.

---

<sup>229</sup> Veille Tourisme. *Exemples de mutualisation de l'information touristique (partie 2) [en ligne]*. Disponible sur : <http://veilletourisme.ca/2016/04/19/exemples-de-mutualisation-de-linformation-touristique-partie-2/>. (Consulté le 04-02-2018).

<sup>230</sup> Apidae Tourisme constitue la première plateforme collaborative d'informations touristiques impliquant un réseau d'acteurs important et mettant en place un véritable écosystème de services.

<sup>231</sup> Bornes d'informations en service continuellement et version mobile du site internet.

<sup>232</sup> Au niveau de leur profil, de leur âge, de leurs motivations et des formes de pratiques itinérantes qu'ils adoptent.

<sup>233</sup> Dans cette identification, ils doivent par exemple considérer les critères de confort, d'ambiance, de centre d'intérêt ou encore de services.

A noter que la déclinaison de contenus spécifiques sera plus conséquente si les cibles sont nombreuses.

Par ailleurs, ce genre de démarche peut être transposée sur des supports d'édition plus "classiques", comme par exemple le e-mailing, les newsletters ou encore les courriers papiers<sup>234</sup>. Cette personnalisation de l'offre permet finalement de procurer aux itinérants, quel que soit leur profil, des contenus attractifs et adaptés à leurs attentes.

D'autre part, fort est de constater que les touristes itinérants sont aujourd'hui à la recherche d'une expérience unique dans leur voyage. Il importe donc d'essayer de se distinguer de la concurrence en proposant une offre originale et immersive. Le marketing expérientiel et l'ensemble de ses dérivées va dans ce cadre jouer un rôle non négligeable. Il s'agira d'élaborer une offre d'itinérance en exploitant les spécificités du territoire.

Par exemple, on voit de nombreuses routes touristiques se construire autour d'une thématique basée sur leur histoire (en utilisant le principe de storytelling). Les touristes se voient alors plongés dans l'histoire que porte l'itinéraire, à travers une narration combinant les dimensions ludique, d'évasion, de divertissement ou encore d'esthétique. Ces dernières permettent au final de donner un sens à l'expérience du visiteur.

Aussi, la création d'ambiances spécifiques peut paraître intéressante lors de la mise en place d'une offre d'itinérance. On peut par exemple intégrer des outils participatifs ou éducatifs permettant de rendre actif le visiteur tout en lui laissant son autonomie.

Finalement, de nombreux autres éléments peuvent se montrer utiles afin de thématiser l'offre d'itinérance. Il est ainsi possible d'ajouter de la fantaisie au niveau de la signalisation, d'adapter les éventuelles cartes et guides sur le thème qui a été choisi, ou encore d'élaborer des outils électroniques proposant un contenu atypique renforçant l'expérience du visiteur.

Il est au final possible d'affirmer que la thématisation d'une offre d'itinérance permet d'enrichir l'expérience vécue par le client. L'imaginaire des lieux en sera transformé et amènera le voyageur à appréhender différemment les environnements traversés.

### **2.2.3. Label et marque, garants d'une certaine qualité**

Un autre aspect de la promotion qui peut être envisagé par les collaborateurs est celui de la reconnaissance de la qualité des prestations proposées par les professionnels. Il s'agit en effet

---

<sup>234</sup> Ces supports sont en général préférés par les seniors et prescripteurs de groupe.

d'un aspect sur lequel les touristes portent beaucoup d'attention. Deux options sont ainsi envisageables pour inscrire les acteurs dans une démarche qualité.

Tout d'abord, les collaborateurs peuvent entreprendre de créer une marque collective et spécifique à l'offre d'itinérance. Ce genre d'initiative permet de renforcer l'identité de l'itinéraires et de ses acteurs mais se présente aussi comme un bon moyen pour accroître la visibilité auprès des touristes et de renforcer la cohésion du réseau.

Prenons à titre d'exemple le cas du Réseau Culturel Terre Catalane, regroupant à l'échelle départementale 52 sites culturels. Parmi les mesures qu'ils ont mis en place, on retrouve la création de la marque collective "*Empreinte du patrimoine*" pour un ensemble de produits dérivés vendus dans les boutiques.

D'autre part, il paraît intéressant de développer la présence d'un réseau de professionnels et de services labellisés. En France, il existe de nombreux labels qui permettent aux touristes de mieux identifier l'offre et de s'assurer de sa qualité. On retrouve ainsi une multitude de distinction et label axés sur différents engagements et destinés à différentes sortes de professionnels (Cf. Annexe N). A noter qu'afin obtenir un label, les professionnels doivent répondre à un certain nombre de critères.

Prenons pour illustrer ce genre de démarche qualité l'exemple du label Accueil Vélo, qui apparaît comme très adapté dans le cadre du tourisme d'itinérance. En France, plus de 2 700 établissements détiennent cette distinction qui se montre très appréciée par les itinérants cyclistes. On retrouve principalement des hébergements mais également quelques loueurs de vélos, lieux de visites ou encore offices de tourisme.

## **2.3. Vers une communication plus durable et sensibilisante**

Afin de d'inscrire la stratégie de communication dans une démarche de développement durable, le réseau à tout intérêt à mettre en œuvre des supports de communication à l'impact environnemental réduit mais également à recourir à la sensibilisation.

### **2.3.1. Supports de communication plus écologiques**

Tout d'abord, il existe aujourd'hui plusieurs solutions permettant de recourir à des supports plus écologiques et donc de de réduire l'empreinte environnementale de la communication réalisée.

On retrouve ainsi les supports d'impressions conçu en matière recyclé et recyclable (PEFC<sup>235</sup> ou FSC<sup>236</sup>) mais aussi un choix d'encre aqueuse ou végétale (pas de solvant présent)<sup>237</sup>. D'autres matériaux peuvent également montrer un intérêt écologique comme le bois<sup>238</sup> provenant de forêts gérées de façon durable<sup>239</sup>, les tissus recyclés (pour l'impression de kakémonos ou de banderoles) ou encore les bâches en matières recyclées (fabriquées à partir de plastiques recyclés)<sup>240</sup>

### 2.3.2. Sensibilisation

Afin d'asseoir une stratégie durable dans une collaboration, il est essentiel d'intégrer dans la communication la sensibilisation, d'une part auprès des individus (habitants et touristes) mais aussi autour des membres de la démarche.

Au niveau des individus, il paraît important d'attirer leur attention sur les conséquences néfastes que peuvent engendrer certaines pratiques touristiques. Sur le long terme, ce genre de sensibilisation peut permettre d'affecter les choix de consommation des générations futures.

Il importe également d'encourager les itinérants à utiliser les mobilités douces pour accomplir leur cheminement, mais aussi d'inciter l'utilisation d'éco-mobilité pour venir compléter leurs déplacements.

Au niveau des parties prenantes de la collaboration, il est crucial pour que la démarche soit durable que les membres aient pleinement conscience de l'importance de placer le développement durable au centre de leur activité.

Pour conclure, ce chapitre nous a permis de mettre en évidence le fait qu'une communication collective et globale est primordiale pour permettre de promouvoir et valoriser un itinéraire mais aussi les différents acteurs qui se mobilisent autour de lui. La promotion figure au final comme un outil de cohésion efficace si elle est bien réalisée et peut parfaitement se montrer durable sur le plan environnemental (avec les supports écologiques et la sensibilisation).

---

<sup>235</sup> Le Programme de reconnaissance des certifications forestières est une certification forestière qui valorise et promulgue la gestion durable des forêts.

<sup>236</sup> Le Forest Stewardship Council est un label environnemental, qui garantit que la production de bois ou d'un produit à base de bois respecte les procédures garantissant la gestion durable des forêts

<sup>237</sup> Novelus Communication. *Communiquer sans polluer [en ligne]*. Disponible sur : <https://novelus.fr/ecologie-363200-3-30-32.php>. (Consulté le 04-03-2018).

<sup>238</sup> Permet de plus la création de supports originaux et offrant un rendu naturel.

<sup>239</sup> Exhibit Group. *Les supports de communication écologiques se développent [en ligne]*. Disponible sur : <http://exhiblog.exhibitgroup.fr/supports-communication-ecologiques-se-developpent>. (Consulté le 04-03-2018).

<sup>240</sup> Graine d'images. *PLV Ecologique [en ligne]*. Disponible sur : <https://www.grainedimages.com/eco-responsable/>. (Consulté le 04-03-2018).

Enfin, cette démarche pourra bénéficier plus largement au territoire puisqu'elle permettra d'accroître sa visibilité et notoriété.

Cette section nous a en outre permis de montrer que les outils de travail collaboratif constituent un excellent moyen de réaliser une communication efficace en interne de la collaboration. Ils permettront de faciliter les échanges et d'installer une dynamique dans les actions menées.

### **3. CHAPITRE 3 - L'ANIMATION ET LE SUIVI, FONCTIONS ESSENTIELLES ET COMPLEMENTAIRES POUR UNE COLLABORATION DURABLE**

---

Pour qu'une collaboration se montre pérenne dans le temps et profite aux parties prenantes de l'itinérance de manière équitable, l'animation mais aussi le suivi sont deux autres axes essentiels à considérer. Ainsi, ce chapitre va s'appliquer à démontrer en quoi ces éléments sont essentiels pour qu'une démarche de collaboration s'inscrive dans une certaine durabilité.

#### **3.1. Le suivi de la collaboration permettant de pallier aux risques d'essoufflement ou de désengagement**

Les dynamiques de collaboration d'acteurs, particulièrement lorsqu'elles sont intersectorielles, impliquent nécessairement d'être envisagées dans l'espace mais aussi dans le temps.

##### **3.1.1. Les risques d'essoufflement de la collaboration**

Plusieurs raisons peuvent venir expliquer un essoufflement de la démarche<sup>241</sup>, mettant en péril la collaboration en place.

D'abord, certains acteurs impliqués peuvent juger que la collaboration n'est plus dans leur intérêt, estimer que la dynamique partenariale ne leur correspond plus ou encore considérer que les bénéfices du travail collectif ne sont plus à la hauteur de l'apport financier qu'ils apportent.

Ensuite, les actions collaboratives peuvent s'affaiblir dans le sens où une routine s'est installée dans les actions menées par les membres<sup>242</sup>. Ces dernières sont répétées chaque année sans questionnement ni évolution envisagés<sup>243</sup> et le risque d'éclatement de la démarche s'en voit fortement augmenté.

Finalement, le changement d'éléments de contexte peut venir essouffler les initiatives si le sens premier de leur création ne paraît plus pertinent. Dans ces cas de figure, poursuivre la collaboration ne semble pas pertinent, il convient donc de l'arrêter ou bien de la redéfinir.

---

<sup>241</sup> Comme nous l'explique Claire Mercier et Murielle Bousquet dans l'ouvrage *Optimiser les ressources d'un territoire par le tourisme : la mutualisation*.

<sup>242</sup> Témoignage : "Beaucoup de nos membres sont dans une position de routine, ils paient la cotisation pour être sur le document, ils donnent chaque année l'information concernant leur site, cela leur suffit. C'est une économie en fait pour eux par rapport à des dépliants individuels, on n'est plus dans une dynamique de création". (Mercier et Bousquet, 2012, p.76).

<sup>243</sup> Par rapport à la valeur ajoutée que peut offrir la collaboration.

Voici une liste, non exhaustive, des dangers pouvant se présenter dans les démarches d'entreprises :

- « - *Les mutualisateurs se sont réunis sur des valeurs insuffisamment partagées.*
- *Des divergences de vues, d'objectifs et d'attentes apparaissent.*
- *Des moyens d'animation trop faibles.*
- *On ne se réunit pas assez souvent.*
- *Une forte dépendance vis-à-vis des aides publiques généralement octroyées selon un calendrier et des règles spécifiques, d'où des dérives possibles. Passer de « voici ce que l'on veut faire ensemble » à « voici ce que l'on doit faire pour obtenir les aides ».*
- *Un fonctionnement trop fermé sur soi, avec un manque d'articulation avec les autres réseaux et avec le territoire.*
- *La mutualisation comme simple moyen de réduire des coûts.*
- *Un changement de contexte qui rend la démarche moins pertinente.*
- *Le sentiment que les bénéfices de la mutualisation ne sont pas au rendez-vous*
- ... » (Mercier et Bousquet, 2012, p.79)

### **3.1.2. La nécessité d'établir un protocole d'étude pour palier à ce risque**

Afin d'anticiper les moments d'essoufflement de la collaboration, plusieurs outils d'analyse et d'évaluation sont envisageables. Ils permettent, s'ils sont bien réalisés, d'éviter ces situations mettant en péril le réseau d'acteurs organisé. Ces moyens de suivi peuvent en outre servir à évaluer la valeur ajoutée apportée par le travail collaboratif, qui se montre essentielle pour porter l'adhésion des membres mais aussi pour réimpulser une dynamique de groupe.

Le tableau ci-dessous présente les outils qui paraissent les plus pertinents pour ce genre de suivi.

|  | <b>FREQUENCE</b>   | <b>OBJECTIF</b>   |
|--|--|---|
| <p align="center"><b>GRILLE<br/>D’EVALUATIONS<br/><br/>OU<br/><br/>BILANS</b></p>                          | <p align="center"><b>Périodique</b><br/><i>(Trimestriel ou annuel<br/>généralement)</i></p>  | <p>Vérifie régulièrement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la valeur ajoutée de la collaboration</li> <li>- l'équité entre les collaborateurs</li> <li>- l'avancée dans l'accomplissement des objectifs communs</li> <li>- s'il n'y a pas de dérives non voulues</li> <li>- que les bénéfices soient répartis équitablement</li> </ul> |
| <p align="center"><b>QUESTIONNAIRES DE<br/>SATISFACTION</b><br/><br/><i>(Après des collaborateurs)</i></p> | <p align="center"><b>Ponctuel</b></p>  | <p>Recueille l'avis des membres</p>   |
| <p align="center"><b>ECO COMPTEURS</b></p>   | <p align="center"><b>Permanent</b><br/><i>(ou durant la période de<br/>mesure fixée)</i></p> | <p>Permet d'évaluer et d'analyser la fréquentation<sup>244</sup></p>  |

Bien que les résultats soient compliqués à quantifier, les parties prenantes ressentent le besoin d'évaluer l'efficacité de la démarche qu'ils ont entreprise ; on parle de démarche défensive. Dans cette optique, il importe d'être attentif à leur degré de motivation, à leur perception des résultats mais aussi à la façon dont ces derniers sont partagés. Les acteurs devront en outre être capable d'estimer s'ils doivent ou non continuer leur travail collaboratif. Cette estimation passe par l'analyse collective des conséquences positives et négatives que pourrait engendrer l'arrêt de leur

---

<sup>244</sup> Le nombre de passages sur un lieu déterminé.

collaboration mais aussi par l'étude d'éventuelles alternatives à la collaboration (comme un simple partenariat par exemple).

### 3.1.3. Un suivi garant du progrès de la collaboration

Outre ce processus défensif, le suivi et l'analyse peuvent permettre d'inscrire les parties prenantes dans une démarche plus créatrice ou novatrice. Le questionnement se révèle effectivement comme une très bonne méthode pour progresser. Il va permettre aux collaborateurs de chercher à optimiser, revisiter ou faire évoluer la démarche

En effet, afin de permettre à la collaboration de progresser, il convient de se poser certaines questions de façon périodique afin de déterminer quelles évolutions peuvent être réalisées. On retrouve par exemple :

- *Comment enrichir la démarche ?*
- *Comment lui permettre de continuer ?*
- *Comment lui permettre de s'adapter aux nouveaux enjeux ?*
- *Comment créer plus de valeur avec les actions collectives ?*
- *Qu'est-il impossible de faire seul que l'on peut faire collectivement ? ...*

Le schéma ci-après nous permet finalement d'illustrer très clairement la démarche cyclique de progrès de la collaboration qu'il convient de sans cesse répéter afin de ne pas laisser s'essouffler le réseau.

Figure 5 : Démarches de progrès de la collaboration



Source : Mercier Claire et Bousquet Murielle, *Optimiser les ressources d'un territoire par le tourisme : la mutualisation.*

### **3.2. La fonction d'animation essentielle pour la conduite d'une démarche de collaboration**

L'animation figure dans le travail collaboratif comme centrale puisqu'elle permet d'assurer un suivi dans la démarche mais aussi de maintenir la dynamique d'acteurs. Le(s) animateur(s) (ou assembleur(s)) du réseau constituent alors la force de la collaboration<sup>245</sup>, puisqu'ils permettent la conduite, le développement, la gestion, l'accompagnement et la promotion de l'offre globale d'itinérance. Sans eux, les actions seraient désordonnées et s'essoufferaient rapidement.

#### **3.2.1. Les systèmes d'organisation de l'animation**

On distingue principalement 3 systèmes d'organisation de la collaboration :

- Lorsqu'elle est animée et dirigée par les collaborateurs, sans qu'un poste distinct soit créé. Dans ce cas, ce sont les parties prenantes elles-mêmes qui conduisent les actions de manière purement volontaire. La démarche repose alors sur leur seule énergie et on retrouve bien souvent une répartition des rôles et tâches de chacun. Ce modèle d'organisation est réalisable à condition que les collaborateurs ne soient pas trop nombreux. La démarche sera dans ce cas limitée, avec des actions qui seront focalisées principalement autour de la communication. Cette absence d'animation dédiée pourra finalement fragiliser la démarche si les membres bénévoles ne s'investissent pas suffisamment ;
- Lorsque la collaboration se développe, les acteurs tendent à mieux s'organiser et désignent bien souvent l'un des membres pour lui confier certaines missions. Ce dernier libère alors de son temps pour les accomplir et se voit rémunéré par les autres membres<sup>246</sup>. Ce genre d'organisation implique forcément d'avoir un fond financier plutôt conséquent ;
- Et finalement, quand le système précédent n'est pas envisageable ou réalisable<sup>247</sup>, les membres de la collaboration peuvent décider de recruter une ou plusieurs personnes responsables de l'animation du réseau<sup>248</sup>. Pour illustrer ce dernier cas de figure, prenons l'exemple de l'association des sites du Pays Cathare. Son équipe d'animation (composée de deux employés) est en effet totalement financée par les recettes issues des cotisations

---

<sup>245</sup> Témoignage d'un animateur réseau : "Nous ne sommes pas là pour décider à la place des membres. Nous sommes là pour mettre en œuvre, coordonner, impulser, cadrer la méthode" (Mercier et Bousquet, 2012, p.96).

<sup>246</sup> Via le "pot commun".

<sup>247</sup> Souvent par manque de temps des parties prenantes à la collaboration (sont très pris par leur activité respective).

<sup>248</sup> A condition bien sûr d'avoir les fonds financiers suffisant.

versées par tous les collaborateurs mais aussi avec une partie des gains réalisés grâce aux produits vendus en boutique.

Pour conclure, le choix dans le mode d'organisation va dépendre du nombre d'acteurs impliqués, du montant du fond financier commun, du temps que les individus peuvent consacrer à l'initiative et finalement de l'implication ou non d'acteur(s) public(s) dans la démarche.

### **3.2.2. L'animation, indispensable pour la pérennité d'un réseau**

L'animation se dessine comme la fonction essentielle pour fédérer et garantir le développement d'une collaboration pérenne et profitable.

Elle va permettre d'impliquer, d'associer mais aussi de responsabiliser chaque acteur qui se verra confier une ou plusieurs missions. Cette organisation doit néanmoins être dans une optique participative, comme le veut le principe de collaboration. Les tâches à réaliser pour la mise en place des actions devront pour cela être réparties de façon équitable entre tous les membres.

L'animateur pourra de plus établir des groupes de travail voués à travailler sur des thématiques précises, sur la mise en place de la stratégie globale du projet ou encore sur le système de gouvernance des actions entreprises.

Finalement, il importe de trouver des équilibres entre les parties prenantes, et ce spécialement lorsque des instances publiques viennent s'ajouter à la démarche en guise de soutien. Les animateurs doivent dans cette perspective réfléchir à une juste répartition des missions et fonctions entre acteurs publics et privées en considérant les besoins et intérêts de chacun<sup>249</sup>.

L'animation peut en outre se révéler être un outil de sensibilisation au développement durable vis-à-vis des parties prenantes. Elle va permettre d'inscrire le travail collaboratif dans cette perspective et d'inciter les acteurs à travailler collectivement et équitablement, dans le respect de tous mais aussi de l'environnement.

---

<sup>249</sup> Les prestataires touristiques désirent généralement développer leur(s) activité(s) et de percevoir rapidement un bénéfice économique, alors que les acteurs publics sont plus soucieux de mettre en œuvre leur politique de développement territorial (sur le long terme), valorisant généralement les diverses ressources en présence sur le territoire.

## CONCLUSION DE LA PARTIE 2

---

Cette partie nous a au final permis de développer les trois axes de réflexion suivants :

- La mutualisation des ressources dont disposent les parties prenantes permet d'inscrire la collaboration dans une démarche durable ;
- Une communication globale de l'offre d'itinérance douce offre aux collaborateurs l'opportunité de construire une offre cohérente sur le territoire ;
- Le suivi et l'animation du réseau se montrent essentiels pour installer une collaboration pérenne et durable.

Le premier point nous a effectivement permis de mettre en évidence l'importance dans tout travail collectif de partager les ressources disponibles. Nous avons pu en distinguer trois grandes familles : les moyens financiers, matériels et les ressources humaines. Bien qu'il s'agisse d'un processus délicat à entreprendre, la mutualisation peut se révéler très profitable pour les collaborateurs mais aussi pour le territoire, ses habitants et les touristes qui y séjournent. Ce processus peut au final permettre aux membres de créer des produits et services collectifs innovants mais aussi d'initier des initiatives de mise en réseau d'acteurs plus restreintes mais pouvant se montrer profitables. Dans cette démarche de mutualisation, nous avons finalement pu souligner la place prépondérante qu'occupent les technologies de l'information et de la communication, qui constituent des outils précieux permettant d'offrir aux itinérants des prestations numériques et digitales innovantes.

Dans un second temps, nous avons pu expliquer l'intérêt pour les collaborateurs de mettre en place une stratégie de communication globale afin de renforcer la cohérence de l'offre d'itinérance douce. Dans une première section a été détaillé le rôle clé des outils de travail collaboratif. Ces derniers figurent effectivement comme des instruments précieux pour permettre de créer une synergie entre les membres et de faciliter le travail collaboratif qu'ils mènent pour réaliser des actions collectives servant leur(s) objectif(s) commun(s). La seconde section a ensuite permis de montrer en quoi l'élaboration d'une promotion de l'ensemble du réseau vient renforcer la visibilité de l'offre en place. Cette stratégie permet en outre de répondre aux besoins de personnalisation de plus en plus présent dans l'esprit des voyageurs cherchant à vivre une expérience unique de voyage. Et finalement, nous avons pu évoquer le fait que la communication peut être durable à travers l'utilisation de supports écologiques, mais aussi lorsqu'elle cherche à sensibiliser les acteurs sur les questions environnementales et sociales notamment.

Enfin, notre troisième piste de réflexion nous a permis de mettre en exergue le rôle central du suivi et de l'animation dans un réseau collaboratif. Afin d'éviter que la démarche collective s'essouffle, il est effectivement primordial pour les membres de mettre en place un protocole d'étude et de surveillance afin d'anticiper ce risque. Ce genre de démarche permet en outre de dynamiser la collaboration et de la faire évoluer, à travers un questionnement périodique qui permettra sans cesse de rechercher des solutions pour s'adapter aux évolutions et progresser dans le temps. Aussi, nous avons pu démontrer le caractère essentiel de l'animation dans tout travail collectif. Elle permet en effet de maintenir une dynamique entre les acteurs, de mieux planifier et gérer les actions entreprises mais aussi de garantir à la collaboration un développement sur le long terme.

---

**PARTIE 3 : L'ASSOCIATION LE CHEMIN DE  
ROBERT LOUIS STEVENSON, UNE DEMARCHE DE  
COLLABORATION REUSSIE**

---

## **INTRODUCTION DE LA PARTIE 3**

---

Maintenant que nous avons exposé et détaillé nos trois hypothèses de recherche, cette dernière partie nous permettra, en s'appuyant sur un terrain d'étude, de proposer la méthodologie qui semble la plus adaptée afin de démontrer la véracité de nos propos.

Pour ce faire, il convient de choisir un terrain qui s'inscrit dans une démarche de collaboration autour d'une offre d'itinérance douce.

Ainsi, l'Association "Sur le chemin de R.L. Stevenson" apparaît comme un choix pertinent, puisqu'elle semble être la preuve d'une démarche de collaboration réussie autour d'un illustre itinéraire.

Nous consacrerons le premier chapitre de cette partie à un rapide état des lieux sur l'histoire de l'itinéraire et sur le mouvement touristique qu'il connaît aujourd'hui. Au fil des années, ce chemin a en effet gagné en notoriété et apporte aujourd'hui des retombées économiques tangibles sur les territoires traversés.

Dans un second chapitre, nous présenterons l'ensemble des éléments qui constituent un cadre favorable à un développement local durable. D'une part, il sera montré le potentiel offert par un cadre environnemental d'exception et une culture riche et diversifiée. D'autre part, nous montrerons en quoi le réseau de professionnels installé le long du chemin est révélateur d'une réelle volonté locale de dynamiser le territoire et de valoriser son patrimoine dans une perspective durable. Le cas de l'association Stevenson sera bien sûr développé plus en détail et nous permettra de soulever le fait que cette collaboration tend elle aussi, par les actions qu'elle entreprend, à s'inscrire dans une certaine durabilité.

Enfin, le dernier chapitre sera consacré à la méthodologie qu'il conviendrait de mettre en place afin de vérifier nos hypothèses, sur le terrain d'étude que nous avons choisi bien sûr.

## 1. CHAPITRE 1 - CHEMIN DE ROBERT LOUIS STEVENSON

---

Avant d'aborder plus en détail les éléments caractérisant une volonté locale de dynamiser le réseau construit autour du chemin de Stevenson, ce chapitre va nous permettre de présenter globalement l'itinéraire et son association.

### 1.1. Histoire du chemin, naissance d'une association

C'est en septembre 1878 que Robert Louis Stevenson, un écrivain écossais, décide d'entreprendre un voyage à pied de près de 252 kilomètres à travers les paysages de Haute-Loire, de Lozère et du Gard afin de relier le Monastier-sur-Gazeille à Saint-Jean-du-Gard. Passionné par la culture française et avide d'aventure, on raconte qu'il entreprit ce voyage dans l'espoir d'oublier un amour impossible. L'homme, en compagnie d'une ânesse qu'il baptisa "Modestine", parcouru les Cévennes durant 12 jours et raconta son épopée dans un ouvrage, "*Voyage avec un âne dans les Cévennes*". L'ouvrage, publié en 1879, connut un franc succès et, depuis cette époque, nombreux sont ceux qui ont marché sur les pas de Stevenson.

En 1993, l'itinéraire fut balisé et classé GR®70 par la Fédération Française de Randonnée Pédestre, et un topo-guide fût même crée pour l'occasion.

L'association Sur le chemin de Robert Louis Stevenson fut fondée à la suite, en 1994, son objectif premier étant de contribuer à la valorisation du chemin de Grande Randonnée en sensibilisant et rassemblant les acteurs concernés. On retrouve ainsi une diversité d'adhérents, comme des hébergeurs, restaurateurs, voyagistes, loueurs d'ânes, transporteurs, guides et accompagnateurs, ou encore des organismes institutionnels (Offices de tourisme notamment), formant aujourd'hui un réseau de plus de 170 professionnels. Tous se situent finalement à proximité de l'itinéraire et désirent travailler ensemble pour faire du chemin de Stevenson une offre touristique cohérente et de qualité<sup>250</sup>. Cette initiative cherche en outre à préserver et valoriser les patrimoines naturels et culturels présents sur les territoires traversés par l'itinéraire.

A noter qu'à partir de 2009, l'association a entamé les démarches pour faire reconnaître le chemin "*Sur les Traces de R.L. Stevenson*" comme *Itinéraire culturel européen* auprès du Conseil de l'Europe.

---

<sup>250</sup> Plus d'informations sur <http://cevennes.com/association.htm>. (Consulté le 02-03-2018).

## **1.2. Le mouvement d'itinérance sur le chemin révélateur de sa notoriété**

Les chemins de Stevenson connaissent chaque année une fréquentation importante et nombreux sont les itinérants curieux, amoureux de la nature, fidèles, pèlerins, passionnés ou encore même chercheurs qui s'aventurent sur cet itinéraire. Chaque année, on estime à environ 6 000 le nombre de randonneurs le parcourant<sup>251</sup>. Principalement des marcheurs, on remarque quelques itinérants à cheval ou à vélo, mais ils ne représentent qu'un peu moins de 2%.

Cet itinéraire aurait en outre des retombées significatives dans les Cévennes puisqu'il rapporterait près de 2,9 millions d'euros par an sur le territoire. Les dépenses quotidiennes des randonneurs Stevenson apparaissent effectivement comme relativement élevées (de l'ordre de 49€ par jour<sup>252</sup>) en comparaison au profil de consommation des touristes en séjour. Recourant à 97% des hébergements marchands, ces itinérants passeraient en moyenne 9,7 nuitées sur le territoire.

Par ailleurs, l'itinéraire de Stevenson représente un réel atout pour l'attractivité du territoire. Plus de la moitié des voyageurs visite la région à l'occasion de ce cheminement, et 80% d'entre eux n'auraient pas choisi cette destination sans l'existence du GR.

L'étude économique réalisée par l'association affirme en outre que les randonneurs que l'on croise sur le chemin de Stevenson sont à plus de 80% des français avec une moyenne d'âge de 53 ans. On retrouve néanmoins une quinzaine de nationalités étrangères, comme les Belges, les Allemands ou encore les Britanniques. La moitié de ces marcheurs réalisent leur voyage en groupe, 30 % en couple et 20% en solitaire. La catégorie socioprofessionnelle la plus présente est celle des retraités avec 38%, suivi par les cadres (23%) et les employés (18%). Seulement

### CHIFFRES CLÉS 2010

(Entre mi-avril et mi-octobre)

6 140 randonneurs

59 000 nuitées

**20 % de randonneurs étrangers**

15 nationalités

**Randonneur type** : Français, 53 ans,

9 jours de randonnée, en couple ou entre amis. Opte pour la demi-pension, et utilise un topoguide.

<sup>251</sup> D'après une étude économique commanditée par l'association et réalisée en 2010. Association sur le chemin de Robert Louis Stevenson. *Etude des retombées économiques des randonneurs du chemin de Stevenson*, 2010, 4 p. [en ligne]. Disponible sur : <https://www.chemin-stevenson.org/images/stories/stevenson/doc-a-telecharger/etude%20d'impact%202010%20asso%20stevenson%20br%20a4.pdf>. (Consulté le 20-02-2018).

<sup>252</sup> Soit en moyenne 467€ par séjour.

5,4% des itinérants, des familles généralement, emmènent avec eux un âne pour les accompagner<sup>253</sup>.

La saison sur laquelle s'étend la pratique itinérante est assez importante et le niveau de fréquentation est bien réparti, de mai à septembre principalement. On constate en outre que l'itinéraire est découpé au gré des envies des voyageurs<sup>254</sup>, et que ces derniers recourent de manière assez importante aux transports en commun (pour leur retour notamment)<sup>255</sup>.

Vous trouverez en Annexe O le plan détaillé de l'itinéraire Stevenson.

*Figure 6 : Des randonneurs suivant les montjoies<sup>256</sup> traçant le chemin de Stevenson*



*Source : Association du chemin de R.L. Stevenson*

Ce chapitre nous a finalement permis d'établir le fait que l'expérience vécue et racontée par l'écrivain Stevenson a permis de progressivement construire un itinéraire de renom aujourd'hui parcouru par de nombreux voyageurs en quête de liberté et d'une expérience unique.

---

<sup>253</sup> L'animal montre en effet un côté pratique non négligeable mais aussi un côté attachant qui se révèle en plus être vecteur de lien social. (Geneviève Clastres. *Randonnée avec Friponille sur le chemin de Stevenson [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/randonnee-avec-friponille-sur-le-chemin-de-stevenson>. (Consulté le 06-02-2018).

<sup>254</sup> Plus de 30 points de départ et 25 lieux d'arrivée sont évoqués.

<sup>255</sup> "En effet, les randonneurs sont 46 % à utiliser les transports en commun pour se rendre au départ et près de 69 % à les utiliser pour le retour". (Association R.L. Stevenson, 2010, p.2).

<sup>256</sup> Bornes de repérage permettant aux itinérants de ne pas s'égarer par temps de brouillard notamment.

## 2. CHAPITRE 2 : DE NOMBREUSES CONDITIONS FAVORABLES A UNE ITINERANCE DOUCE DURABLE SUR LES TERRITOIRES

---

Cette section va nous permettre de mettre en avant les éléments qui démontrent la pertinence du choix de ce terrain. Les conditions principales nécessaires au développement d'une itinérance douce durable semblent en effet être réunies.

### 2.1. Un cadre environnemental et culturel d'exception

#### 2.1.1. Un riche potentiel offert par les espaces naturels et sauvages

Comme nous le décrit à de nombreuses reprises Robert Louis Stevenson dans son ouvrage, les paysages que le chemin qu'il a emprunté traverse sont variés et remarquables. On est ainsi amenés à parcourir des chemins forestiers, des plaines ou encore des tourbières. Le climat peut pourtant se révéler relativement capricieux puisque les Cévennes se trouvent au croisement des climats méditerranéens, continentaux et océaniques. Les vents sont donc parfois puissants et les températures assez rudes.

*Figure 7 : Les paysages envoutants offerts par les Cévennes*



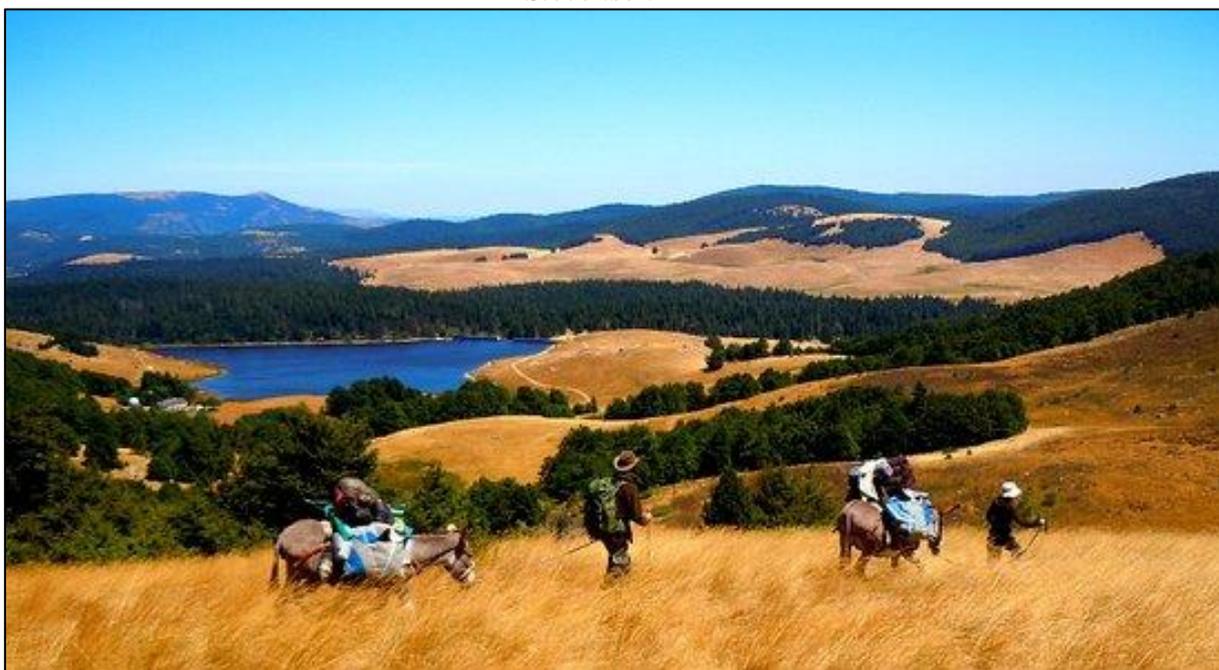
*Source : Photothèque de l'association du chemin de R.L. Stevenson*

Ces hautes terres sont en outre, de mai à octobre, des espaces où viennent transhumier les troupeaux. Du fait de leur grande valeur patrimoniale et naturelle, ces espaces ont d'ailleurs été distingués par la création du Parc National des Cévennes et se trouvent désormais protégés par

l'Office National des Forêts. Concernant le Parc National, il s'agit du seul se trouvant en moyenne montagne et se trouve être le plus vaste de France.

On distingue quatre massifs caractéristiques de ce territoire préservé, offrant de superbes paysages, étendus ou forestiers, mais aussi une biodiversité exceptionnelle<sup>257</sup> ; le massif de l'Aigoual, le mont Lozère, les Vallées cévenoles et les Gorges Tarn et de la Jonte<sup>258</sup>.

*Figure 8 : Exemple de panorama dépaysant pouvant être rencontré sur le chemin de Stevenson*



Source : <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/0f/a0/7e/10/massif-de-l-aigoual-en.jpg>

### **2.1.2. Un riche patrimoine culturel dans les Cévennes**

D'autre part, les Cévennes offrent aux visiteurs un patrimoine varié qui témoigne d'une riche histoire parfois mouvementée.

*« Les guerres de religion, la sériciculture et l'éducation du ver à soie, l'exploitation des mines de charbon et le développement des voies de chemins de fer, ou encore la mémoire de Robert Louis Stevenson qui parcourut la région à pied, accompagné d'un âne, font des Cévennes ce qu'elles sont aujourd'hui. »<sup>259</sup>*

---

<sup>257</sup> "Richesse de la faune, de la flore et des habitats naturels, l'abondance des sources et des rivières, la qualité du ciel étoilé" Tourisme Occitanie. Le parc national des Cévennes [en ligne]. Disponible sur : <http://www.tourisme-occitanie.com/accueil/decouvrir/occitanie-en-resume/les-parcs-naturels-regionaux-et-nationaux/le-parc-national-des-cevennes>. (Consulté le 10-03-2018).

<sup>258</sup> Cévennes écotourisme. *Les Cévennes* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.cevennes-ecotourisme.com/-Les-Cevennes->. (Consulté le 10-03-2018).

<sup>259</sup> Cévennes écotourisme. *Patrimoine et culture en Cévennes* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.cevennes-tourisme.fr/accueil/decouvrir/notre-territoire/culture-et-patrimoine>. (Consulté le 11-03-2018).

De nombreux récits populaires, légendes, contes et chansons témoignent aujourd'hui de cette histoire et constituent une tradition orale solidement ancrée sur le territoire.

Au cours des siècles, les paysages et les mentalités ont été façonnés par divers événements, offrant aujourd'hui aux visiteurs un patrimoine admirable.

Ainsi, on retrouve de nombreux édifices religieux, châteaux, monuments, fontaines ou encore centres villes pittoresques à travers toute les Cévennes, de quoi satisfaire la curiosité des touristes !

On retrouve aussi la présence de nombreux savoir-faire qui sont perpétués de génération en génération par les paysans et artisans (on retrouve par exemple la pierre sèche, lauze, la culture du châtaignier ou encore le pélardon).

A noter finalement que cette région rurale a su reconquérir le cœur de nombreuses personnes qui sont venues s'installer sur le territoire et ont permis de le redynamiser.

## **2.2. Un réseau d'acteurs diversifiés et complémentaires**

### **2.2.1. Une volonté locale des prestataires touristiques de dynamiser durablement les territoires accolés à l'itinéraire**

Aujourd'hui, de nombreuses initiatives montrent la volonté locale de dynamiser la région en matière de durabilité et plus spécialement d'itinérance douce.

L'association Cévennes Ecotourisme réunit par exemple des professionnels qui s'engagent à respecter les principes de la charte européenne du tourisme durable, le but étant de développer un tourisme plus respectueux de l'environnement, du territoire et de ses habitants (Cf. partie 2, 1.2.2.).

On retrouve aussi de nombreux projets et entreprises s'orientant vers une démarche touristique plus responsable. Citons à titre d'exemple le Vallon du Villaret<sup>260</sup>, l'Hôtel de charme écologique la Lozerette ou encore les Chalets du Goulet<sup>261</sup>.

D'autre part, des initiatives pour la protection de l'environnement sont entreprises, comme l'opération "Ramasseurs volontaires", en partenariat avec Green Trek, qui consiste à fournir, à

---

<sup>260</sup> Clastres Geneviève. *Escapade au Vallon Villaret [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/escapade-au-vallon-du-villaret>. (Consulté le 06-03-2018).

<sup>261</sup> En pleine nature, l'esprit de ce lieu est orienté autour de la table d'hôtes (rencontre, échanges, mise en valeurs des produits locaux et les plus sains possible, etc.). Des expositions et ateliers artistiques sont aussi très fréquents dans cet espace.

titre gratuit, un sac éco-conçu permettant de récupérer des déchets pouvant être rencontrés en chemin.

Finalement, on voit une multitude d'autres chemins de randonnées apparaître : "chemin de St-Guilhem, chemin d'Urbain V, drailles et chemins camisards en Cévennes, sur les pas des Huguenots, itinéraire Gaston Couté, randonnées dans les Millevaches en Limousin, tour des Ballons des Vosges, etc."<sup>262</sup>. Toute une économie est réunie autour de ces chemins d'itinérance : âniers, hébergeurs, voyageurs, services de port et livraison de bagages... Ils paraissent en outre comme une solution remarquable pour découvrir un territoire et rencontrer des producteurs du territoire.

### **2.2.2. L'association porteuse du projet de collaboration**

Les parties prenantes de l'itinérance douce autour du chemin de Stevenson ont conscience que ce dernier constitue un outil remarquable pour dynamiser l'économie des territoires qu'il traverse. Cet itinéraire permet de faire le lien entre les dimensions sociale, environnementale et culturelle, et l'association Sur le chemin de Robert Louis Stevenson vient renforcer cette relation.

Depuis sa naissance, cette association a réalisé un travail considérable de recensement et de regroupement des parties prenantes. Par exemple, nombre d'hôteliers sont passés d'une relation concurrente à un rapport collaboratif qui leur a permis de mettre en place une mutualisation de leurs compétences et savoir-faire.

#### **2.2.2.1. Une stratégie événementielle progressivement affinée**

L'association a en outre organisé depuis sa création de nombreux événements destinés à la valorisation et promotion du chemin, des territoires traversés et plus généralement de l'itinérance douce. Les manifestations festives se sont révélées être de véritables moteurs pour la convivialité et la rencontre entre les acteurs concernés par l'itinéraire, et les membres de l'organisation l'ont bien compris.

Quatre années après sa fondation, le 120<sup>ème</sup> anniversaire du voyage de Stevenson est célébré par les membres associés. Aussi, chaque année depuis 2002, se déroule le Festival Stevenson et c'est en 2007, à l'occasion du festival nature organisé par le Parc national des Cévennes, que la première édition de la Semaine Stevenson se réalise. Pour le 130<sup>ème</sup> anniversaire du voyage de

---

<sup>262</sup> Clastres Geneviève. *L'association « Sur le Chemin de R.L. Stevenson » fête ses 20 ans ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/association-stevenson-fete-ses-20-ans>. (Consulté le 07-03-2018).

l'écrivain, une large programmation culturelle et festive, s'étendant sur 250 km, a été organisée sur toute la saison estivale.

L'association a en outre initié la création d'un réseau européen « *Sur les traces de R.L. Stevenson* ». Les acteurs concernés se retrouvent régulièrement afin de discuter, échanger et débattre sur diverses questions concernant le réseau. En 2012, afin de renforcer cette organisation, une carte a été élaborée permettant de répertorier tous les partenaires investis.

Elle se montre également très active en termes de rencontres et d'échanges<sup>263</sup> autour de la thématique de l'itinérance mais aussi de concertation entre les parties prenantes<sup>264</sup>.

Par exemple, à l'occasion de ses 20 ans (en 2014), l'association a organisé sur plusieurs jours une programmation proposant une journée de colloque, un salon de la randonnée<sup>265</sup> mais aussi une marche pour la paix. D'après Christian Brochier, le président de l'association, l'événement visait à "*faire vivre les valeurs de Stevenson. Amener les gens à se rencontrer, à se parler, et à parler du chemin bien sûr*"<sup>266</sup>.

Concernant la colloque qui s'est déroulée pour l'occasion, l'objectif était de réunir autour d'une table ronde des professionnels de l'itinérance afin d'initier la création d'un réseau de la Grande Itinérance<sup>267</sup>. Il y avait, parmi les participants, des membres de l'association Stevenson, des représentants de grands itinéraires<sup>268</sup> mais aussi de chemins plus discrets<sup>269</sup>, des guides et accompagnateurs<sup>270</sup>, des représentants de la FFR ou encore plusieurs hébergeurs. L'objectif d'un tel rassemblement, outre celui d'accroître la notoriété de ces itinéraires, était d'engager une mutualisation des connaissances et expériences afin de créer de nouvelles dynamique et tenter de trouver collectivement des solutions aux problématiques communes rencontrées.

Les échanges ont finalement permis de faire ressortir plusieurs éléments se révélant intéressants et utiles pour la construction du réseau<sup>271</sup>. Des initiatives de partenariats avec la sphère publiques

---

<sup>263</sup> Régionales ou nationales.

<sup>264</sup> Pour le balisage et la signalétique du chemin notamment.

<sup>265</sup> Avec la présence de professionnels de la randonnée et producteurs locaux.

<sup>266</sup> Clastres Geneviève. *Randonnée avec Toundra sur le chemin de Stevenson [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/randonnee-toundra-stevenson>. (Consulté le 22-02-2018).

<sup>267</sup> Clastres Geneviève. *Pour un réseau de la Grande Itinérance [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/pour-un-reseau-de-la-grande-itinerance>. (Consulté le 22-0-2018).

<sup>268</sup> Des chemins de Saint-Jacques de Compostelle, de la Grande Traversée des Alpes ou encore celle du Jura, du Tour du Ballon des Vosges...

<sup>269</sup> Comme St-Guilhem ou le Gaston Couté par exemple.

<sup>270</sup> Spécialisés montagne ou encore randonnée.

<sup>271</sup> Importance et besoins d'accroître la visibilité, de mutualiser et partager, de s'unir pour avoir plus de poids, de favoriser la recherche, de créer une certaine cohérence, d'animer le réseau, etc.

ont aussi été évoquées, notamment avec la FFR, qui semble très favorable à cette idée, comme l'a bien exprimé l'un de ses représentants lors de la réunion :

*« Vous êtes des porteurs de projets. C'est vos initiatives et vos ambitions qu'il faut cadrer. La fédération sera là pour jouer son rôle de facilitateur, et pour porter avec bienveillance vos initiatives. On est prêt à vous accueillir, à vous accompagner, mais on n'a pas vocation à dire qu'on a un leadership. C'est à vous, hommes et femmes de territoire de jouer ce rôle de fédérateur. »*<sup>272</sup>

Finalement, il apparaît clairement que l'association Stevenson songe d'ores et déjà aux perspectives de développement futures et aux nouveaux outils et moyens qu'elle pourrait mettre en place. Elle montre aujourd'hui le désir de transmettre, mais aussi d'impliquer les jeunes pour perpétuer l'animation de ce réseau.

*« Enfin, il y a cette fameuse volonté de se rapprocher d'autres chemins, d'allier au niveau horizontal ce qui a déjà été fait au niveau vertical, rapprocher les chemins comme ceux-ci rapprochent les acteurs, et finalement les hommes, puisqu'on n'a jamais trouver mieux que la marche à pied pour faire vivre les territoires, créer des liens, du lien, et retrouver une certaine forme de lenteur, propice à la contemplation, au rêve, forme de saine résistance à un monde emballé vers on ne sait quel destin. »*<sup>273</sup>

#### **2.2.2.2. L'évaluation de la fréquentation et des retombées économiques du chemin de Stevenson**

Dans le cadre de sa stratégie de développement, l'association a mis en place un processus d'étude minutieux dans le but de dégager des statistiques précises sur plusieurs domaines d'observation.

C'est en 2003 que la première étude d'impact économique a été menée. Par la suite, du fait d'une augmentation des acteurs en présence sur le territoire mais aussi d'un remarquable accroissement de la fréquentation<sup>274</sup>, la nécessité de réitérer cette expertise s'est faite ressentir dans l'association. L'objectif étant d'une part d'évaluer les bénéfices de la communication qu'elle a mené, mais également d'établir un plan d'actions pour le futur. C'est donc en 2010 que la deuxième étude d'impact a été réalisée par Traces TPI, un cabinet d'étude spécialisé. Les résultats ont permis d'estimer les retombées économiques liées à la fréquentation de l'itinéraire mais aussi de mieux cerner la typologie des itinérants empruntant le chemin. Pour mener à bien

---

<sup>272</sup> Clastres Geneviève. *L'association « Sur le Chemin de R.L. Stevenson » fête ses 20 ans ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/association-stevenson-fete-ses-20-ans>. (Consulté le 07-03-2018).

<sup>273</sup> Même source que ci-dessus.

<sup>274</sup> Sans pour autant être quantifiée.

cette évaluation, plusieurs outils et techniques d'enquête<sup>275</sup> ont été mobilisés afin de pouvoir croiser les données et rendre les résultats les plus fidèles possible.

Finalement, cette dernière étude a permis d'"illustrer dans quelle mesure une forme de tourisme doux comme l'itinérance, avec moins de 10 000 personnes par an, peut représenter un élément de poids dans le paysage socio-économique d'une territoire rural" (Desvignes, 2012, p.58). Les données quantitatives et qualitatives recueillies ont en outre permis de mieux comprendre la clientèle afin d'ajuster la stratégie de développement à venir.

Finalement, une partie des outils mis en place dans le cadre du protocole d'étude conçu par le cabinet -à la demande de l'association- a été maintenue afin de pouvoir actualiser chaque année les résultats<sup>276</sup>. Il sera ainsi possible de suivre l'évolution de la fréquentation de l'itinéraire, des retombées économiques qu'elle engendre mais aussi des attitudes des voyageurs.

A noter par ailleurs que la structure a créé un Observatoire de l'environnement permettant d'accomplir une veille sur l'itinéraire. Il collecte des informations en rapport avec le balisage, l'érosion des sols, la sécurité, les diverses pollutions, les patrimoines naturels et culturels, etc.

### **2.2.2.3. La mutualisation au service de l'animation**

L'association du chemin de Stevenson a vite compris qu'il était essentiel pour elle de créer des emplois dédiés afin de gérer et fédérer le réseau des acteurs rassemblés. Il est clair pour cette collaboration que l'animation occupe un rôle fondamental pour que la notoriété du chemin demeure et se développe.

Elle a ainsi progressivement embauché<sup>277</sup>, en parallèle de son développement et grâce aux contributions financières de chaque membre, plusieurs agents de développement tourisme qui ont permis de mener la stratégie d'évolution de la démarche.

Dernièrement, Murielle Bousquet, consultante et formatrice en tourisme, a conduit un travail d'animation conséquent avec tous les collaborateurs du réseau en vue de les accompagner dans une démarche de mutualisation "*porteuse de rayonnement et de promotion*"<sup>278</sup>.

---

<sup>275</sup> Installation de 5 éco compteurs à des endroits stratégique, enquêtes auprès des randonneurs, mis en place d'un carnet de nuitées des itinérants (chez 17 hébergeurs placés sur l'itinéraire), enquêtes en face-à-face auprès des visiteurs (près de 1 300 itinérants interrogés) et distribution de carnets de dépenses auto-administré, recueil des volumes de ventes auprès d'agences réceptives, de tour-opérateurs et de la FFR.

<sup>276</sup> Le questionnaire auto-administré pour les itinérants et le système d'éco compteurs ont ainsi été conservés, dans une version plus « légère ».

<sup>277</sup> D'abord en 1998, puis en 2007 et enfin un assistant en 2010.

<sup>278</sup> Clastres Geneviève. *L'association « Sur le Chemin de R.L. Stevenson » fête ses 20 ans ! [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/association-stevenson-fete-ses-20-ans>. (Consulté le 07-03-2018).

#### **2.2.2.4. D'autres actions de promotion et de valorisation**

Le réseau de Stevenson a finalement au cours de son histoire mené à bien un certain nombre d'actions visant à promouvoir l'offre globale et valoriser le territoire et les parties prenantes de la démarche.

Par exemple, en 2011, afin d'accroître sa visibilité notamment à l'international, le site internet a été traduit en anglais (en 2011) et une charte de réseau a été instaurée.

La mutualisation en place a en outre permis la création de produits innovants, comme par exemple la bière "*La Stevenson*" qui permet de valoriser le terroir et les producteurs locaux. Cette boisson a ensuite été distribuée chez tous les hébergeurs membres de l'association<sup>279</sup>.

---

<sup>279</sup> Clastres Geneviève. *La Stevenson, une blonde pétillante nouvelle recrue de l'association [en ligne]*. Disponible sur : <http://www.voyageons-autrement.com/la-stevenson-une-blonde-petillante-nouvelle-recrue-de-l-association>. (Consulté le 21-02-2018).

### **3. CHAPITRE 3 : UNE METHODOLOGIE D'ANALYSE PERMETTANT DE VERIFIER LA DURABILITE DE LA COLLABORATION**

---

Après avoir fait un état des lieux du terrain qui a été choisi pour porter notre argumentation, ce chapitre va nous permettre de justifier le choix de la méthodologie qu'il conviendrait d'adopter pour pouvoir vérifier la durabilité de la collaboration, à travers les trois hypothèses qui ont été soulevées en partie deux.

Du fait de la multiplicité des parties prenantes de l'itinérance, il convient de mettre en place, pour chacune des hypothèses émises, plusieurs outils et méthodes qu'il conviendra de croiser afin d'avoir des résultats pertinents et démonstratif.

#### **3.1. Un panel d'outils pour établir le niveau de mutualisation**

Tout d'abord, afin de vérifier que la mutualisation des ressources entre les différents membres de l'association de Stevenson est efficace et efficiente, il convient de procéder en plusieurs étapes au moyen de différents outils et techniques.

##### **3.1.1. Réaliser un recensement des ressources disponibles**

Avant toute chose, il paraît crucial de recenser les ressources dont disposent chacun des collaborateurs. Il sera alors beaucoup plus simple de juger du niveau auquel sont exploitées les ressources disponibles.

Cet inventaire pourra par la suite, à condition qu'il soit mis à jour régulièrement, figurer comme un outil précieux facilitant la mutualisation entre les acteurs. N'importe lequel des membres pourra consulter cette "liste" s'il a besoin d'une ressource quelconque. S'il se révèle qu'un autre membre dispose de la ressource désirée, le partage se fera beaucoup plus aisément et rapidement, permettant ainsi d'optimiser les dépenses et d'éviter certains coûts inutiles. Par exemple, si un hébergeur a besoin de tables et de chaises supplémentaires pour un événement ponctuel, il pourra avant de recourir à la location de matériels, consulter le répertoire afin de regarder si un autre membre de la collaboration ne détient pas ce qu'il recherche.

A noter que les ressources financières ne peuvent pas vraiment être mutualisées entre les membres. Le fait de les estimer permettra néanmoins à l'association d'évaluer plus facilement les actions qu'elle pourrait réaliser en fonction des cotisations pouvant être données par chacun.

### **3.1.2. Adopter une technique d'enquête qualitative : l'entretien semi-directif**

Dans la suite, il conviendrait de réaliser des entretiens qualitatifs semi-directifs auprès des collaborateurs afin de recueillir leurs avis autour de quatre grands axes, correspondant aux trois déclinaisons des ressources que nous avons distingué plus tôt (financière, matérielle et humaine) mais aussi à la dimension des relations entre les différentes parties prenantes.

Les questions qui seront posées dans le guide d'entretien devront chercher à déceler les manques et faire ressortir les freins et insuffisances rencontrées, mais aussi les forces et opportunités de la mutualisation en place. Elles devront en outre permettre de mettre en exergue les relations de mutualisation et liens qu'entretiennent déjà les acteurs entre eux (Avec qui ? Pourquoi ? Pour quoi ? Dans quel contexte ? Depuis quand ? A quelle fréquence ? ....)

En sachant qu'il apparaît comme compliqué d'interroger l'ensemble des membres de l'association, il conviendra de procéder à un échantillonnage d'acteurs représentatifs, avec au minimum un acteur par catégorie (hébergements, restaurateurs, guides, accompagnateurs, loueurs, voyageurs, ...).

### **3.1.3. Déterminer les liens de mutualisation entre les acteurs**

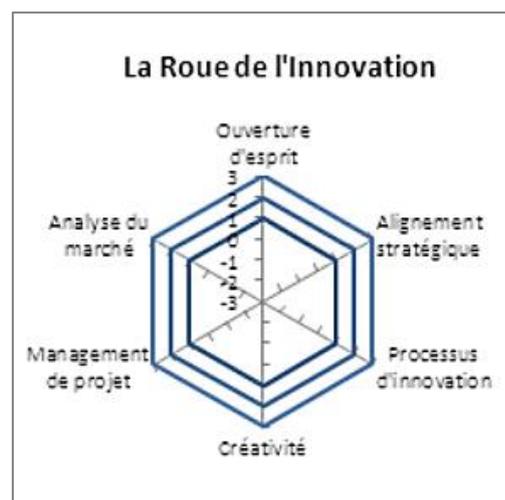
De plus, si ces entretiens sont menés efficacement, ils pourront fournir suffisamment d'informations utiles à l'élaboration d'un plan représentant toutes les relations de mutualisation qui existe ou ont pu exister entre les membres de l'association. A noter que sa réalisation devra s'appuyer sur les 3 sphères des parties prenantes de l'itinérance douce (Cf. Annexe B). Ce schéma permettra finalement de déterminer clairement si la mutualisation est suffisamment déployée et mettra en évidence les éventuels manques sur certains points (les relations sur lesquelles il conviendrait de travailler d'avantage).

### **3.1.4. Evaluer simplement le potentiel de l'innovation grâce la Roue de l'Innovation**

Finalement, comme nous avons pu le voir dans la partie 2, la mutualisation, si elle est bien conduite, peut être facteur d'innovation dans une collaboration. Il semble donc intéressant d'évaluer le potentiel d'innovation que détient la collaboration autour du chemin de R.L. Stevenson.

La Roue de l'Innovation apparaît dans ce sens comme un outil de mesure pertinent pouvant permettre de mesurer ce potentiel en considérant les caractéristiques humaines et les éléments organisationnels.

Sur la base de 6 critères, cet outil est assez simple d'utilisation mais permet de faire ressortir des résultats intéressants. Il convient pour l'utiliser de définir au minimum 2 repères concrets pour l'évaluation de chacun des critères. Il suffit ensuite d'attribuer une cotation aux différents critères (de -3 à 3) que l'on retrouve dans le tableau ci-après.



|   |  |
|---|--|
| <b>L'ouverture d'esprit</b>   | Curiosité<br>Intérêt porté à la nouveauté<br>Capacité à prendre des risques et à appréhender l'imprévisible ...  |
| <b>L'analyse de marché</b>  | Réalisation d'enquêtes clients<br>Informations sur l'évolution marché<br>Veille concurrentielle<br>Veille des besoins ...  |
| <b>Le management de projet</b><br><i>(Repères de pilotage efficace de l'innovation)</i> | Clarté des objectifs<br>Budget alloué<br>Clarifcation des rôles et des responsabilités<br>Planification des étapes<br>Existence d'un comité de pilotage/décision ... |
| <b>La créativité</b><br><i>(Mise en œuvre terrain de la créativité)</i>                 | Prix de l'innovation annuel<br>Niveau d'apport des innovations créées ...  |
| <b>Le processus d'innovation</b>  | Structure du processus d'innovation<br>Sa mise en œuvre<br>Intervention d'un réseau d'innovateurs internes et externes ...   |
| <b>L'alignement stratégique</b>   | Rendre compte de la place qu'occupe l'innovation dans la déclinaison de la stratégie globale de l'entreprise ...   |

Source : <http://slideplayer.fr/slide/1187773/#>

Au final, ces différents outils permettront de savoir, à travers l'évaluation du niveau d'équité, de solidarité et d'innovation, si la mutualisation est correctement et suffisamment développée. Ces trois éléments se révèlent en effet comme des critères déterminant pour qu'une collaboration puisse s'inscrire dans un développement durable.

### **3.2. Evaluation de l'efficacité de la communication**

Dans un second temps, il convient d'utiliser différentes techniques d'enquête pour chercher à déterminer si la communication est efficace et apporte les résultats voulus. Deux plans différents seront étudiés : en interne (au niveau des collaborateurs), et en externe (au niveau des habitants et des touristes).

#### **3.2.1. Vérification en interne de la collaboration**

##### **3.2.1.1. Adopter une technique d'enquête quantitative : le questionnaire d'évaluation**

Afin de mesurer l'efficacité de la communication en interne du réseau, distribuer un questionnaire d'évaluation pourrait dans un premier temps permettre de quantifier les perceptions des collaborateurs.

Ce questionnaire proposerait aux membres d'établir des notes, sur une échelle déterminée, par rapport aux différentes dimensions de la communication interne pouvant être distinguée (efficacité, efficacité, importance, etc.). Voici quelques exemples d'échelle pouvant être retrouvée dans ce genre de questionnaire.

|                      |           |                  |             |                      |               |                          |
|----------------------|-----------|------------------|-------------|----------------------|---------------|--------------------------|
| Tout à fait d'accord | D'accord  | Plutôt d'accord  | Indifférent | Plutôt en désaccord  | En désaccord  | Tout à fait en désaccord |
| Absolument satisfait | Satisfait | Plutôt satisfait | Ne sais pas | Plutôt pas satisfait | Pas satisfait | Pas du tout satisfait    |
| 1                    | 2         | 3                | 4           | 5                    | [...]         | 10                       |
| Très bien            | Bien      | Plutôt bien      | Moyen       | Plutôt mauvais       | Mauvais       | Très mauvais             |

Des listes à choix multiples et ordonnées par ordre de préférence pourront également être proposées afin de classer par ordre d'importance les différents manques qui se font ressentir.

Au final, cet outil permettra d'évaluer le niveau de performance de la communication réalisée en interne.

### **3.2.1.2. Opter en complément pour une technique d'enquête qualitative : les entretiens semi-directifs**

Afin de compléter les données quantitatives qui auront été récoltées grâce à l'outil précédent, il conviendrait de mener des entretiens exploratoires auprès des différentes catégories de membres en présence. Ces discussions orientées pourront en effet permettre de déceler d'éventuelles failles ou faiblesses dans la communication interne en place.

Il conviendra pour cette technique d'enquête de mettre en place un guide d'entretien autour de plusieurs thématiques pouvant permettre de recueillir les perceptions des acteurs à ce sujet. Ces entretiens pourront en outre permettre de faire ressortir d'éventuelles pistes d'amélioration.

Ils pourront d'autre part, au moyen de questions ciblées, permettre de savoir si une sensibilisation aux enjeux du développement durable est réalisée, et le cas échéant d'évaluer son niveau de performance.

## **3.2.2. Analyse de la communication externe à la collaboration**

### **3.2.2.1. Recourir à la technique d'enquête quantitative : le questionnaire**

Afin d'évaluer la qualité de la communication globale qui est réalisée au niveau des touristes, il conviendrait dans un premier temps de proposer un questionnaire en ligne sur les plateformes et réseaux où l'on peut retrouver les différents profils de voyageurs itinérants.

Ce dernier permettrait d'abord, à travers des questions fermées, de déterminer si les touristes pratiquant l'itinérance ont bien connaissance du chemin de Stevenson, si ce dernier leur semble attractif, ou encore s'ils envisagent de réaliser un voyage sur ce chemin.

Il pourra en outre faire ressortir les points positifs et négatifs de la communication en place, permettant ainsi à la collaboration d'envisager d'éventuelles pistes d'amélioration.

### **3.2.2.2. Renforcer l'analyse avec une technique d'enquête qualitative : les entretiens semi-directifs**

Dans la même idée que la démarche méthodologique adoptée pour la mutualisation, réaliser des entretiens semi-directifs auprès de voyageurs parcourant le chemin de Stevenson permettrait de déterminer plus précisément quels ont été les facteurs qui ont motivé leur choix pour cette destination afin de réaliser leur séjour itinérant.

Le guide d'entretien qui mènera ces discussions devra permettre de déterminer comment le touriste a connu la destination, qu'est ce qui a motivé son choix, quels outils et supports de communication l'ont touché, la vision qu'il avait du territoire avant de venir, sa vision à l'heure actuelle, etc.

Ainsi, l'analyse de tous ces éléments pourra révéler les représentations profondes des touristes pour l'itinéraire, éléments qui ne peuvent être décelés avec des outils quantitatifs...

### **3.3. L'évaluation de l'animation et du suivi au moyen de grilles d'analyse**

Comme nous avons pu le voir dans notre partie 2, il est essentiel de vérifier régulièrement l'atteinte des objectifs et de la valeur ajoutée qu'apporte la collaboration. L'animation et le suivi sont dans ce cadre les deux éléments permettant de réaliser cette vérification. Afin de confirmer cette hypothèse, il semble pertinent d'avoir recours à différentes grilles d'analyse et d'évaluation.

Ces dernières permettront en effet d'évaluer l'efficacité du protocole de suivi mis en place mais également de la dynamique d'animation. S'interroger sur les bénéfices réciproques permettra de même d'estimer si la collaboration est solidement organisée et correctement menée.

*Figure 9 : Exemple de grille d'évaluation de la collaboration par rapport aux objectifs*

| LES +   | LES -  | CONCLUSIONS / ALTERNATIVES POSSIBLES  |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quels résultats par rapport aux objectifs visés et aux échéances ?</li> <li>• Quels sont les objectifs atteints ?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quels sont les objectifs qui restent à atteindre ?</li> <li>• Quels sont les écarts ?</li> <li>• Pourquoi ces écarts ?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partage-t-on toujours les mêmes objectifs ?</li> <li>• Les objectifs doivent-ils évoluer ?</li> <li>• Quels nouveaux objectifs ?</li> <li>• Quelles échéances ?</li> <li>• L'environnement a-t-il changé ?</li> <li>• Doit-on élargir le groupe ?</li> </ul> |

*Source : Atout France. Optimiser les ressources d'un territoire par le tourisme : la mutualisation.*

Figure 10 : Exemple de grille pour évaluer la valeur ajoutée de la collaboration

| LES +  | LES -  | CONCLUSIONS /<br>ALTERNATIVES POSSIBLES  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce que la démarche apporte concrètement aux mutualisateurs individuellement [est-ce que les structures trouvent toujours leur intérêt individuel dans l'objectif commun ?] ;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce qu'elle n'a pas apporté ;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce qu'elle devrait apporter ;</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce que les mutualisateurs s'apportent mutuellement et au collectif ;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les limites ;</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les perspectives ;</li> </ul>                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les bienfaits de la mutualisation non prévus au départ : A-t-on enregistré des bénéfices non recherchés initialement ? Lesquels ? Qui en sont les bénéficiaires ?</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les effets non souhaités ;</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les prolongements, les réajustements ;</li> </ul> |

Source : Atout France. Optimiser les ressources d'un territoire par le tourisme : la mutualisation.

Figure 11 : Grille de questionnement permettant d'estimer l'angle d'évaluation

| LA CONFRONTATION DES VISIONS SUR LES ÉQUILIBRES ET LE « FONCTIONNEMENT ENSEMBLE »   |   |   |
|---|---|---|
| OBJECTIFS   | QUESTIONS   | ÉVOLUTION DU PROJET DE MUTUALISATION  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• S'assurer que les équilibres sont respectés et que les valeurs de réciprocité sont préservées ;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment les mutualisateurs jugent-ils les résultats par rapport à leur investissement ?</li> <li>• Les relations entre parties prenantes ont-elles évolué ?</li> <li>• Un groupe dominerait-il ?</li> <li>• Quel regard les mutualisateurs portent-ils sur les bénéfices réciproques ?<br/>Sur La participation des uns et des autres ?<br/>Sur la prise de décision ?</li> <li>• Ont-ils le sentiment que les équilibres sont respectés ?</li> <li>• Y a-t-il des frustrations ?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quels réajustements éventuels ?<br/>En termes d'organisation ?<br/>En termes d'animation ?<br/>En termes de moyens mis en communs ? ...</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• S'assurer que les valeurs sur lesquelles le groupe s'est fondé sont toujours partagées ;</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partage-t-on toujours les mêmes valeurs de base ?</li> <li>• A-t-on toujours la même vision des enjeux ?</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doit-on continuer ?</li> <li>• Doit-on se reposer la question des conditions d'accès ?</li> </ul>  |

Source : Atout France. *Optimiser les ressources d'un territoire par le tourisme : la mutualisation.*

Ce dernier chapitre nous permet finalement de présenter les pistes méthodologiques envisageables pour vérifier les hypothèses que nous avons pu émettre en partie 2. Il se révèle en tout cas primordial de mettre en œuvre un panel d'outils et de techniques afin d'obtenir des résultats concrets et révélateurs.

### **CONCLUSION DE LA PARTIE 3**

---

Finalement, cette dernière partie nous a permis de proposer une méthodologie de vérification des hypothèses émises pertinente, en se rapportant au terrain d'étude choisi : l'association Stevenson.

Nous avons ainsi pu constater que la démarche de collaboration que cette entité fédère réunissait toutes les conditions favorables à l'instruction d'un développement durable du territoire. Le chemin de R.L. Stevenson s'est révélé être porteur d'une identité fortement ancrée sur les territoires qu'il traverse. L'association qui a été créée afin de le valoriser et de le promouvoir a su montrer sa motivation et sa détermination à initier un réseau dynamique. De nombreuses actions ont en effet entreprises et ont toutes contribuées à renforcer la notoriété de l'itinéraire. Les retombées économiques se sont progressivement démultipliées et les chiffres qui ont été étudié et formulé par l'association le confirme.

Finalement, de cet état des lieux, nous avons pu établir un protocole méthodologique qui permettra, une fois mis en application, de venir affirmer ou infirmer les hypothèses que nous avons pu émettre. Cette méthodologie, proposant un panel de techniques et d'outils d'analyse, sera décliné autour des trois grands axes de notre recherche.

## CONCLUSION GENERALE

---

L'industrie du tourisme se dessine de nos jours comme un secteur d'activité majeur et diversifié, offrant aux voyageurs une multitude de possibilités. Néanmoins, de nombreuses pratiques touristiques ne considèrent pas suffisamment les notions de développement social, économique et environnemental et engendrent de ce fait des conséquences irréversibles sur notre planète et l'ensemble de ses écosystèmes.

Dans ce contexte, les acteurs et professionnels du tourisme sont confrontés à un défi majeur : développer leurs activités tout en s'inscrivant dans une démarche de développement durable.

Plus de 80% de l'activité touristique mondiale est incarnée par des entreprises privées de petite et moyenne taille (PME). L'enjeu repose donc en grande partie sur ces professionnels. Pourtant, il est souvent constaté qu'ils ont un accès limité aux ressources et compétences nécessaires pour entreprendre les bonnes démarches de développement.

Dans ce cadre, la collaboration des parties prenantes d'une pratique touristique se révèle très prometteuse et permettrait de pallier à ce problème. Ce type d'initiative offre effectivement de très bonnes perspectives, puisqu'elle permet de placer tous les acteurs sur un pied d'égalité et donc d'entreprendre des actions dans l'intérêt de tous les membres, sans aucune exception.

Ainsi, concernant plus spécifiquement le tourisme d'itinérance au moyen des mobilités douces, ce genre de mise en réseau permettrait d'unir les parties prenantes pour leur permettre d'initier un développement durable à l'échelle de leur territoire. Trois composantes fondamentales pour la durabilité de cette démarche se sont dessinées au cours de notre réflexion.

D'abord, la mutualisation de l'ensemble des ressources dont disposent les acteurs permettrait de renforcer l'efficacité de la collaboration. Les acteurs pourront grâce à elle mettre en œuvre des actions beaucoup plus fructueuses qui viendront renforcer la cohérence de l'offre touristique et la synergie entre les acteurs.

Aussi, une communication globale du réseau d'itinérance apparaîtrait comme un moyen d'augmenter la visibilité et la notoriété de l'itinéraire. Elle pourra en outre permettre d'élaborer une offre novatrice, personnalisée et expérientielle, répondant ainsi aux aspirations des voyageurs du XIX<sup>ème</sup> siècle tout en s'inscrivant dans une certaine durabilité. Elle saura d'ailleurs se révéler être un outil précieux à la sensibilisation environnementale et sociale.

Enfin, le suivi régulier et l'animation active de la démarche de collaboration se présenterait comme les deux conditions sine qua non pour une l'instauration d'une initiative pérenne. Le suivi permettrait ainsi d'éviter les risques d'essoufflements et de garantir une progression dans

le temps. L'animation quant à elle permettrait de mener à bien la démarche en considérant les impératifs qu'exige un développement durable. C'est sur elle que pourra se reposer la collaboration des parties prenantes de l'itinérance, puisqu'elle permet de maintenir et faire progresser la dynamique en place.

Finalement, les perspectives d'avenir pour le secteur du tourisme se dessinent peu à peu et laissent deviner qu'il sera crucial de trouver des solutions énergétiques performantes qui permettront de continuer à encourager son développement tout en maintenant une offre de prestations touristiques profitable et raisonnable.

En effet, sans une démarche de protection des ressources naturelles et culturelles, l'essence même de l'offre touristique est compromise. Il a en outre été démontré que les pratiques durables peuvent permettre d'engager plus de bénéficiaires, notamment du fait de coûts d'exploitation diminués mais aussi du fait d'une position sur le marché plus appropriée et donc profitable.

## BIBLIOGRAPHIE

---

- Alternatives Economiques pratique. *Développement durable : Villes, régions..., agir localement*. Langres : Scop-SA Alternatives Economiques, 2007, n°29, 152 p.
- Antunes-Vallerey Julia. *Développer une mobilité durable en territoire rural, outil d'attractivité touristique donnant accès aux spécificités paysagères*. Mémoire du diplôme d'ingénieur spécialité paysage et ingénierie du territoire, 2013, 39 p.
- Barthe L., Caron P., Dayan L., et al. *L'ingénierie de territoire à l'épreuve du développement durable*. Paris : L'Harmattan, 2011, 281 p.
- Bourdeau Laurent, Marcotte Pascale. *Les routes touristiques*. Paris : Editions Hermann, Presses de l'Université de Laval, 2015, 254 p.
- Calot Philippe. *Le tourisme facteur de nuisances et de risques*. Presses universitaires de Paris Nanterre, 2011, p 65-83.
- De Bruyne David. *Les refuges de montagnes en Europe*. Paris : ODIT France, 2009, n°30, 120 p.
- DESMET L., ECKERNE P., LABESCAT G., et al. *Faciliter les mobilités pour enrichir l'expérience touristique*. Paris : Atout France, Collection Rendez-vous en ville, 2012, 168 p.
- Desvignes Claudine. *Itinérance douce et tourisme*. Paris : Editions Touristiques Européennes, Les Cahiers Espaces, n°112, 2012, 101 p.
- Gagnon Christiane, Gagnon Serge. *L'écotourisme, entre l'arbre et l'écorce : de la conservation viable des territoires*. Québec : Presses de l'Université du Québec, Collection tourisme, 2007, 440 p.
- Gauthier Audrey *L'imaginaire de la marche dans les Illuminations d'Arthur Rimbaud*. Mémoire de maîtrise en études littéraires, Montréal : Université de Québec, 2011, 112 p.
- GoodPlanet. *2 degrés de trop*. Paris : La Martinière, 2009, 190 p.
- GoodPlanet. *La Biodiversité*. Paris : La Martinière, 2010, 185 p.
- Graziani Sylvie. *Développement territorial durable et participation volontaire : le cas du parc naturel régional de la Corse* in Torre Andre, *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, Corte : Armand Colin, 2004, p. 239-157
- Gros Frédéric. *Marcher, une philosophie*. 2e éditions. Paris : Flammarion, 2011, 312 p.
- Juristourisme. *Les voies de l'itinérance*. Paris : Juris Editions, n°197, 2017, 197 p.
- Kaufmann Vincent, Ravalet Emmanuel, Dupuit Elodie. *Motilité et mobilité : mode d'emploi*. Neuchâtel : Editions Alphil-Presses universitaires suisses, Collection Espaces mobilités et sociétés, 2015, 248 p.
- Kerouac Jack. *Sur la route* [1960]. Hong-Kong : Editions Gallimard, Collection Folio, 2007, 437 p.

- Le Breton David. *Marcher, éloge des chemins et de la lenteur*. Paris : Métailié, Collection SUTES, 2012, 140 p.
- Marchand Jean-Pierre, Riquet Pierre. *Europe du Nord, Europe médiane*. Saint-Amand : Belin, 1996, 480 p.
- Marsac Antoine, Lebrun Anne-Marie, Bouchet Patrick. *Tourisme durable et expériences touristiques : un dilemme. Proposition d'un dispositif d'analyse appliqué à l'itinérance en milieu rural*. Caen: Management Prospective Ed., n°56, 2012, 134-153 p.
- Menétray, Szerman Stéphane. *Slow attitude ! Osez ralentir pour mieux vivre*. Armand Colin, 2013, 256 p.
- Menozzi Marco. *Approche théorique du développement local durable et regard critique sur 15 années d'activité du dispositif d'agences de développement local en Région wallonne*. Mémoire de Master en politique économique et sociale, Mons : Université de Mons Belgique, 2013, 160 p.
- Merle T., Bachimon P., Carrey E., et al. *Les espaces du tourisme et des loisirs*. Neuilly : Atlante, 2017, 288 p.
- Michaud Jean-Luc, Barrey Guy. *Acteurs et organisations du tourisme*. Bruxelles : de Boeck, 2012, 174 p.
- Michel Franck. *Voyage au bout de la route*. Gémenos : Editions de l'Aube, Collection Monde en cours, 2004, 285 p.
- Paulard Laura, *Le slow travel : faut-il ralentir le rythme de nos voyages ?*. Mémoire de master 1 tourisme et développement, Toulouse : Université Toulouse Jean Jaurès ISTHIA, 2017, 130 p.
- Piquet Alexandre. *Guide pratique du travail collaboratif : Théories, méthodes et outils au service de la collaboration*, 2009, 80 p. [en ligne]. Disponible sur : [https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide\\_pratique\\_du\\_travail\\_collaboratif.pdf](https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide_pratique_du_travail_collaboratif.pdf). (Consulté le 14-02-2018)
- Rayssac Sébastien. *Cheminements, tourisme et gouvernance territoriale*. Sud-Ouest Européen, revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, n°43, 2017, 124 p.
- Saint Marc Philippe. *Socialisation de la nature*. Saint-Amand : Editions Stock, 1971, 373 p.
- Schneider Ludovic. *Le développement durable territorial*. La Plaine Saint-Denis : Editions Afnor (100 questions pour comprendre et agir), 2010, 159 p.
- Simon Anthony. *Les espaces du tourisme et des loisirs*. Paris : Dunod, 2017, 384 p.
- Stevenson Robert-Louis. *Voyage avec un âne dans les Cévennes*, 2010, 131 p. [en ligne]. Disponible sur : [http://www.chemin-stevenson.org/images/stories/stevenson/doc-a-telecharger/stevenson\\_voyage\\_avec\\_un\\_ane\\_dans\\_les\\_cevennes.pdf](http://www.chemin-stevenson.org/images/stories/stevenson/doc-a-telecharger/stevenson_voyage_avec_un_ane_dans_les_cevennes.pdf) (Consulté le 02-02-2018)

- Teoros. *En route !*, 2003, 2 p. [en ligne]. Disponible sur : [journals.openedition.org/teoros/1744](http://journals.openedition.org/teoros/1744). (Consulté le 16-11-2017).
- Teoros. *Intermodalités, billettique et mobilité touristique : l'exemple de l'Artecard à Naples*, 2013, 10 p. [en ligne]. Disponible sur : [journals.openedition.org/teoros/2534](http://journals.openedition.org/teoros/2534). (Consulté le 18-11-2017)
- Teoros. *Le tourisme des routards (backpacking)*, 2012, 2 p. [en ligne]. Disponible sur [journals.openedition.org/teoros/1170](http://journals.openedition.org/teoros/1170). (Consulté le 15-11-2017)
- Teoros. *Les routes touristiques à thème : entre marketing territorial et valorisation identitaire*, 2003, 6 p. [en ligne]. Disponible sur : [journals.openedition.org/teoros/1747](http://journals.openedition.org/teoros/1747). (Consulté le 16-11-2017)
- Teoros. *Sustainable Transport : Problems and Solutions*, 2010, 1 p. [en ligne]. Disponible sur : [journals.openedition.org/teoros/2550](http://journals.openedition.org/teoros/2550). (Consulté le 15-11-2017)
- Teoros. *Tourisme et transport : vers une vision intégrée*, 2013, 4 p. [en ligne]. Disponible sur : [journals.openedition.org/teoros/2522](http://journals.openedition.org/teoros/2522). (Consulté le 16-11-2017)
- Origet du Cluzeau Claude. *Tourisme sur la route*. Paris : Editions Touristiques Européennes, Les cahiers espaces, n°108, 2011, 101 p.
- UNESCO. *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, 1982, 6 p. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/content/download/146137/1573625/version/1/file/D%C3%A9claration+de+l%27UNESCO+de+mexico+sur+les+politiques+culturelles.pdf>. (Consulté le 13-01-2018).
- UNWTO, Rut Gómez Sobrino. *Les partenariats public-privé, clé du succès pour le tourisme le long de la Route de la soie*, 2014, 1 p. [en ligne]. Disponible sur : <http://media.unwto.org/fr/press-release/2016-03-14/les-partenariats-public-privé-cle-du-succes-pour-le-tourisme-le-long-de-la->. Consulté le (10-01-2018).
- Viard Jean. *Eloge de la mobilité : Essai sur le capital temps libre et la valeur travail*. La Tour d'Aigues : Editions de l'Aube, Collection l'Aube poche essai, 2014, 249 p.

## **TABLES DES ANNEXES**

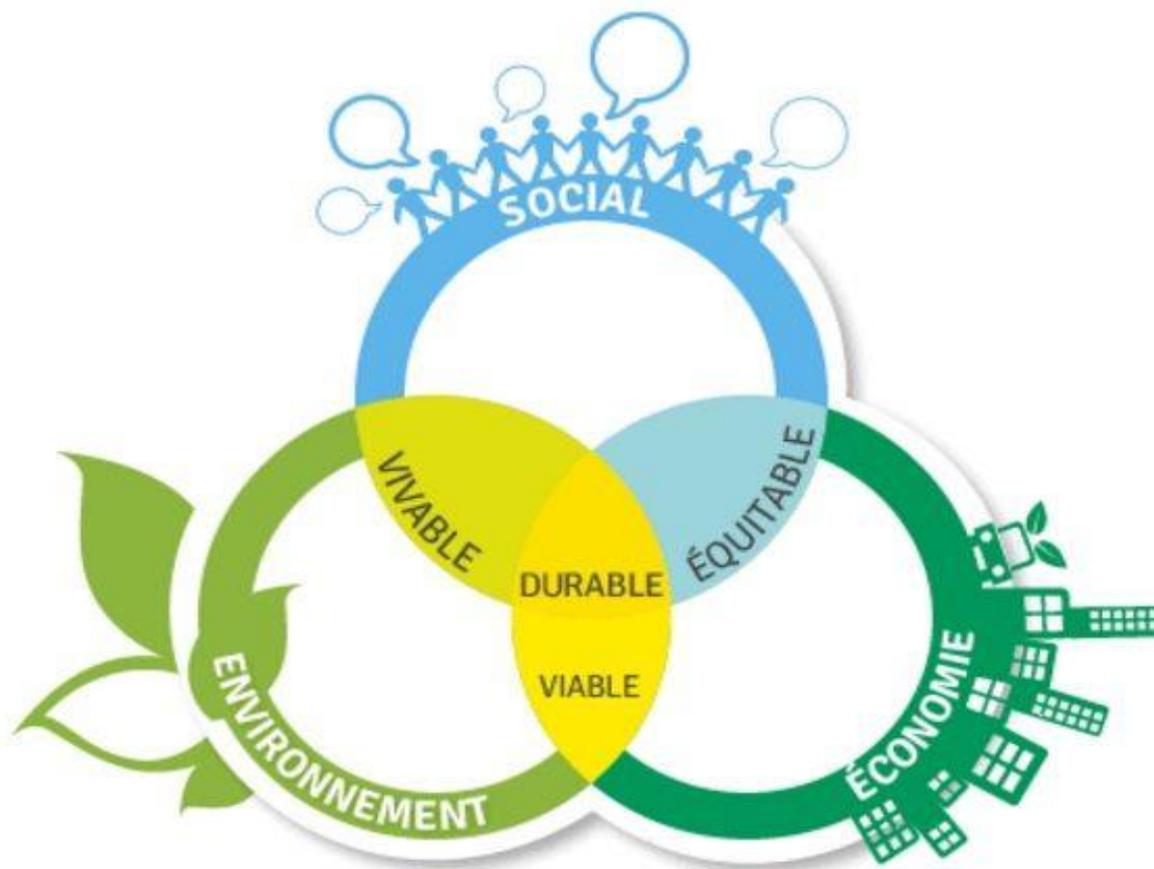
---

|  |     |
|--|-----|
| ANNEXE A : Les trois piliers du développement durable .....  | 122 |
| ANNEXE B : Les parties prenantes du tourisme d'itinérance .....  | 123 |
| ANNEXE C : Les différentes échelles du pouvoir public .....  | 124 |
| ANNEXE D : Le travail coopératif.....  | 125 |
| ANNEXE E : Le travail collaboratif.....  | 126 |
| ANNEXE F : Comment savoir quand on collabore ? .....   | 127 |
| ANNEXE G : L'organisation de la collaboration, de l'informel au formel .....   | 128 |
| ANNEXE H : Les différentes formes de structures pouvant être créées dans le cadre d'une formalisation de la collaboration.....       | 129 |
| ANNEXE I : Représentation graphique des principaux outils de travail collaboratif  | 130 |
| ANNEXE J : Les dimensions spatio-temporelles des OTC.....  | 131 |
| ANNEXE K : Zoom sur les freins et contraintes les plus couramment observés dans le cadre d'un travail collectif en mode projet ..... | 132 |
| ANNEXE L : Les principaux supports de communication, média et hors média.....  | 133 |
| ANNEXE M : Le Cycle du voyageur.....   | 134 |
| ANNEXE N : Quels exemples de labels liés au tourisme .....   | 135 |

## ANNEXES

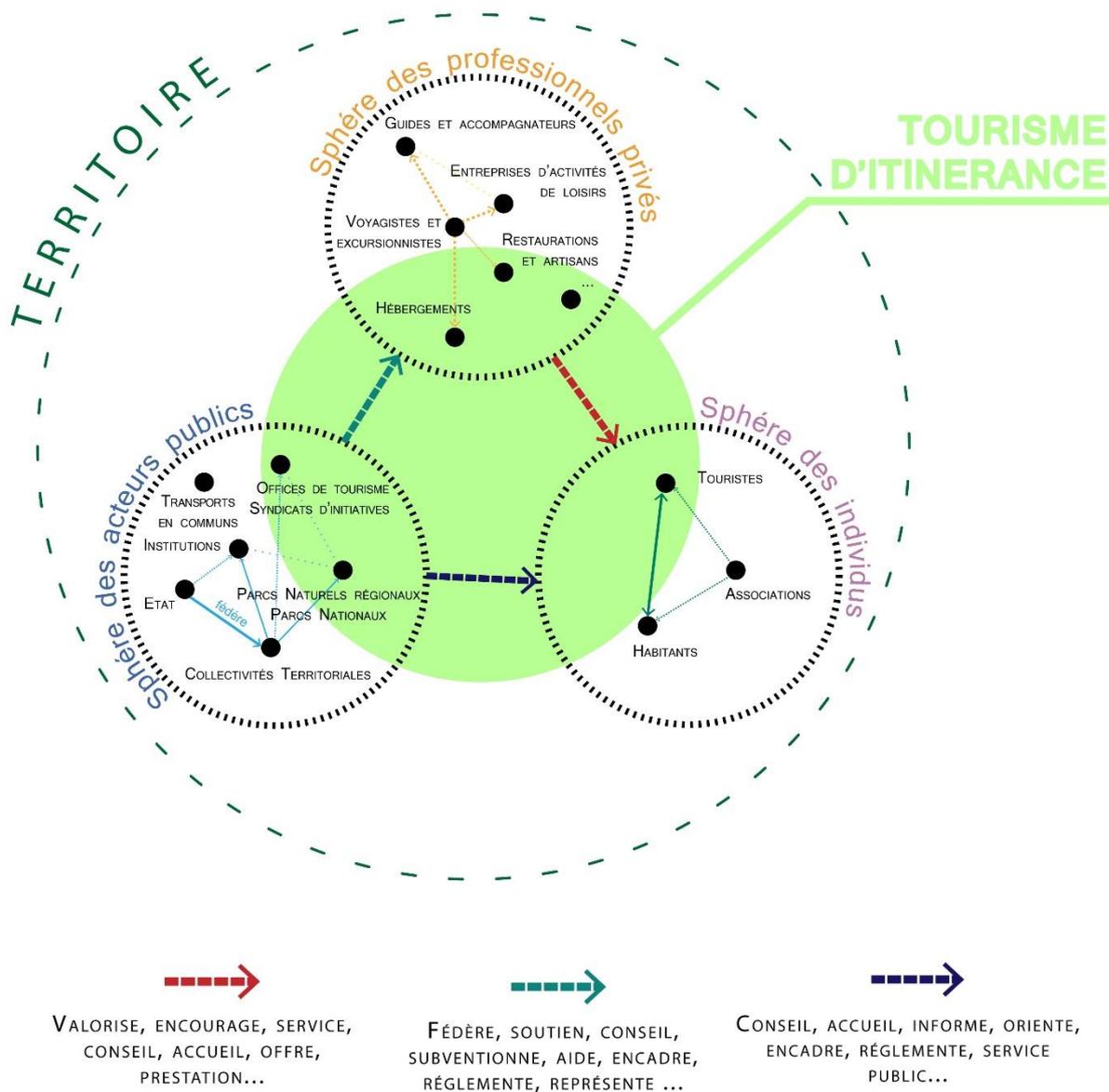
---

### ANNEXE A : Les trois piliers du développement durable

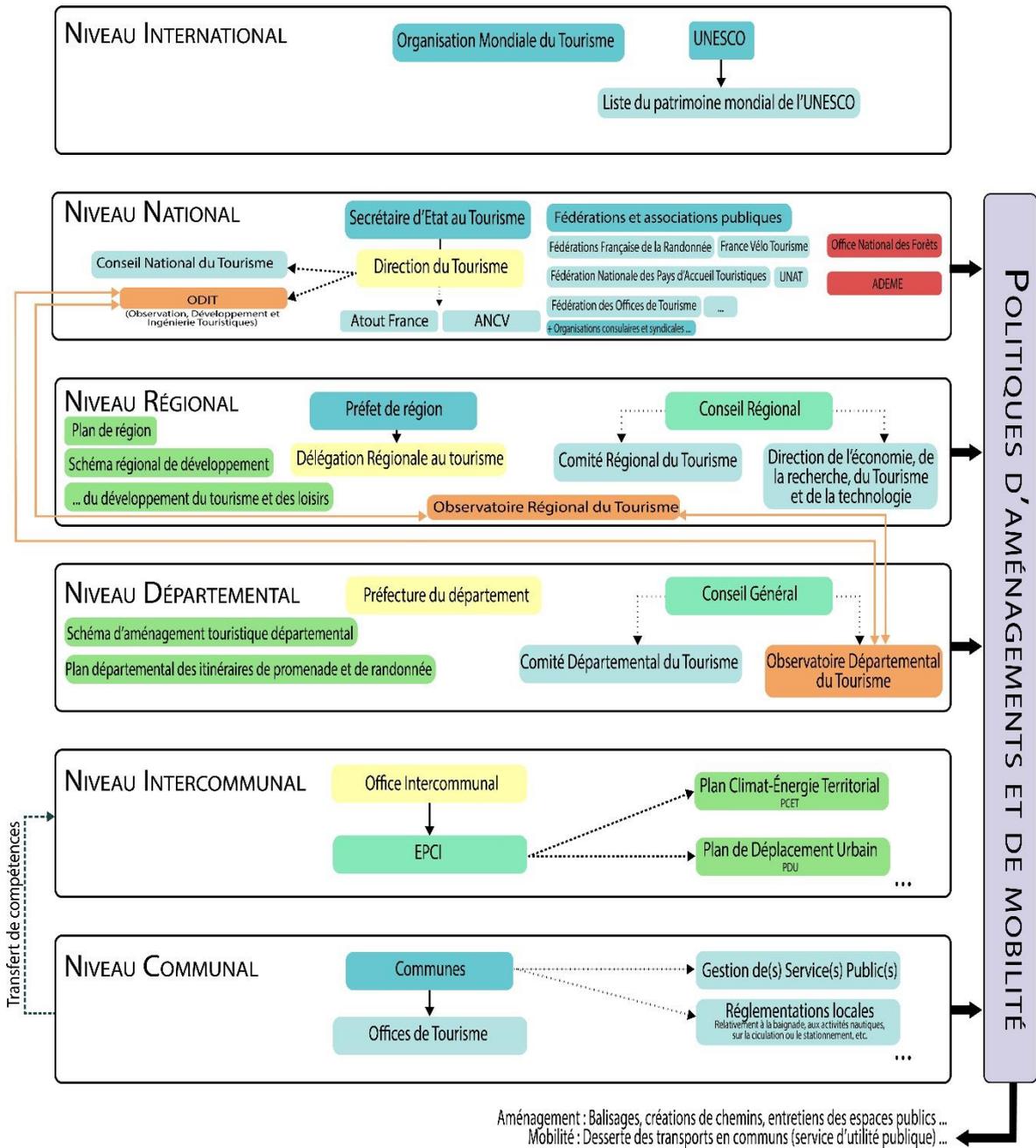


<https://www.construction21.org/france/articles/fr/tendances-green-building-solutions-awards-2016-categorie-energie-et-climats-chauds.html> (Consulté le 22/01/18)

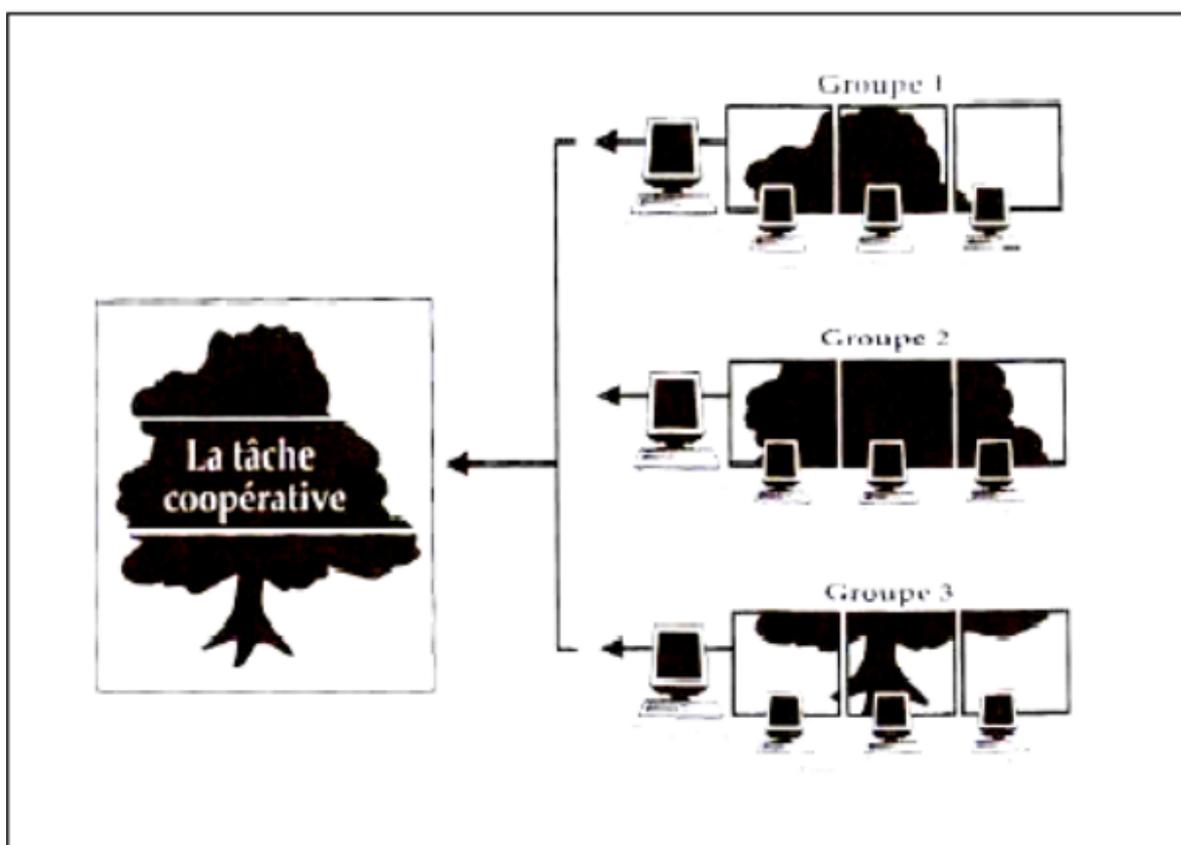
## ANNEXE B : Les parties prenantes du tourisme d'itinérance



## ANNEXE C : Les différentes échelles du pouvoir public

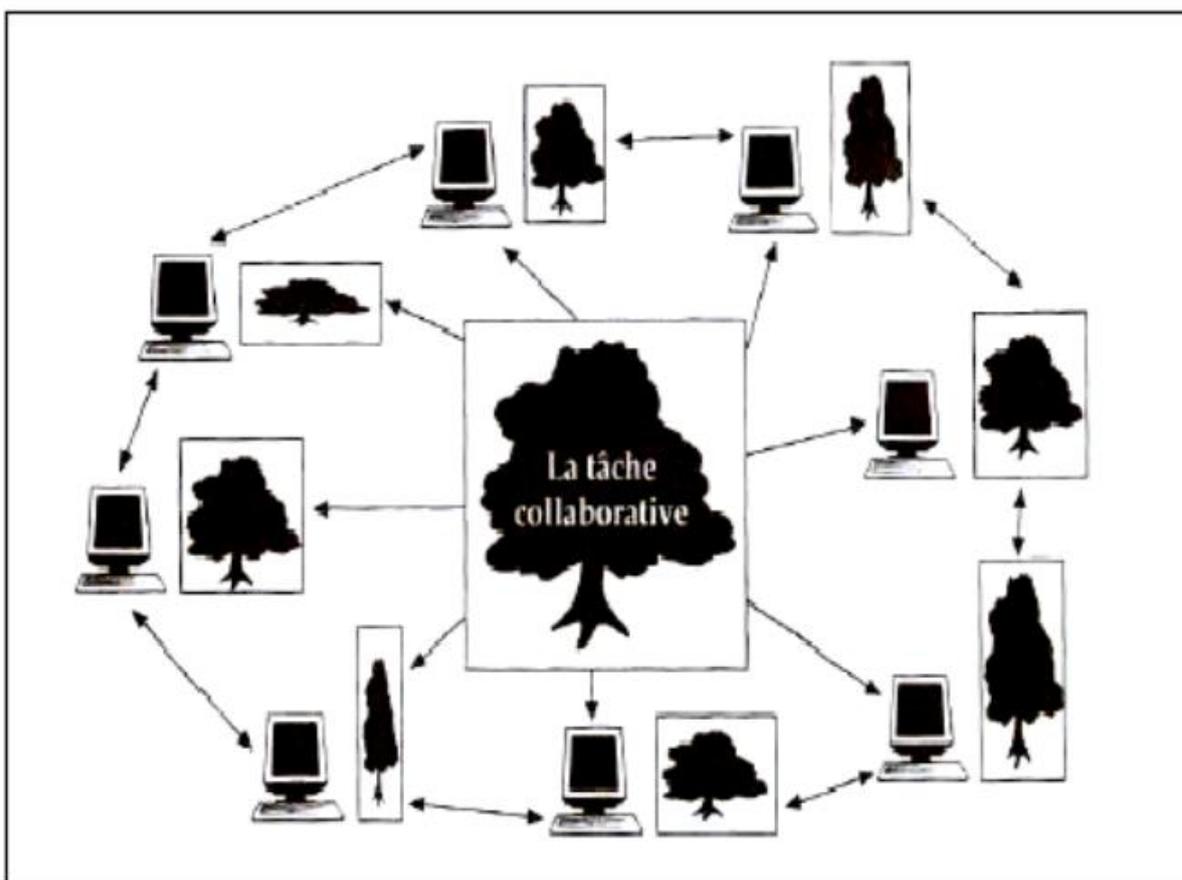


## ANNEXE D : Le travail coopératif



Le travail coopératif (Source : Henri et Lundgren-Cayrol, 2001)

## ANNEXE E : Le travail collaboratif



Le travail collaboratif (Source : Henri et Lundgren-Cayrol, 2001)

## ANNEXE F : Comment savoir quand on collabore ?

| Je ne collabore pas quand je :  | Je collabore quand je :   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Je participe à un entretien, une réunion ou une rencontre ;</li><li>- Je communique (émettre de l'information ou en recevoir), je réponds à une question qu'on me pose, je cherche des idées parce qu'on me le demande ;</li><li>- Je manage une équipe ou un projet, j'aide les autres parce qu'on me l'a demandé ;</li><li>- J'essaye d'obtenir le maximum de ressources de l'organisation pour réaliser mes objectifs dans de bonnes conditions.</li></ul> <p><b>Ces actions relèvent de la communication, du management ou de la négociation. Elles sont nécessaires et utiles, mais il ne s'agit pas de collaboration.</b></p> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Je donne une information à une personne parce que je pense que cette personne a besoin de cette information alors même qu'elle ne me l'a pas demandé ;</li><li>- Je consacre une partie de mon activité à aider les autres dans l'accomplissement de leur activité, alors même que cela ne concoure pas à l'atteinte de mes objectifs personnels. Je le fais, parce que cela contribue à la performance collective. Je le fais spontanément et non parce que j'en ai reçu l'ordre.</li><li>- Je cherche des idées et je les propose spontanément pour améliorer les performances de mon organisation.</li><li>- J'essaye de construire une relation gagnant/gagnant dans le cadre de mon activité. J'ai autant le souci de mes intérêts que de ceux des autres. Je veux gagner, je veux que l'autre gagne et que le collectif gagne : « Win Win Win » (selon l'expression de Pascal Baudry, pdt de WDHB Consulting)</li></ul> |

Source : Oliver Zara, dans son ouvrage *Le management de l'intelligence collective* (2008)

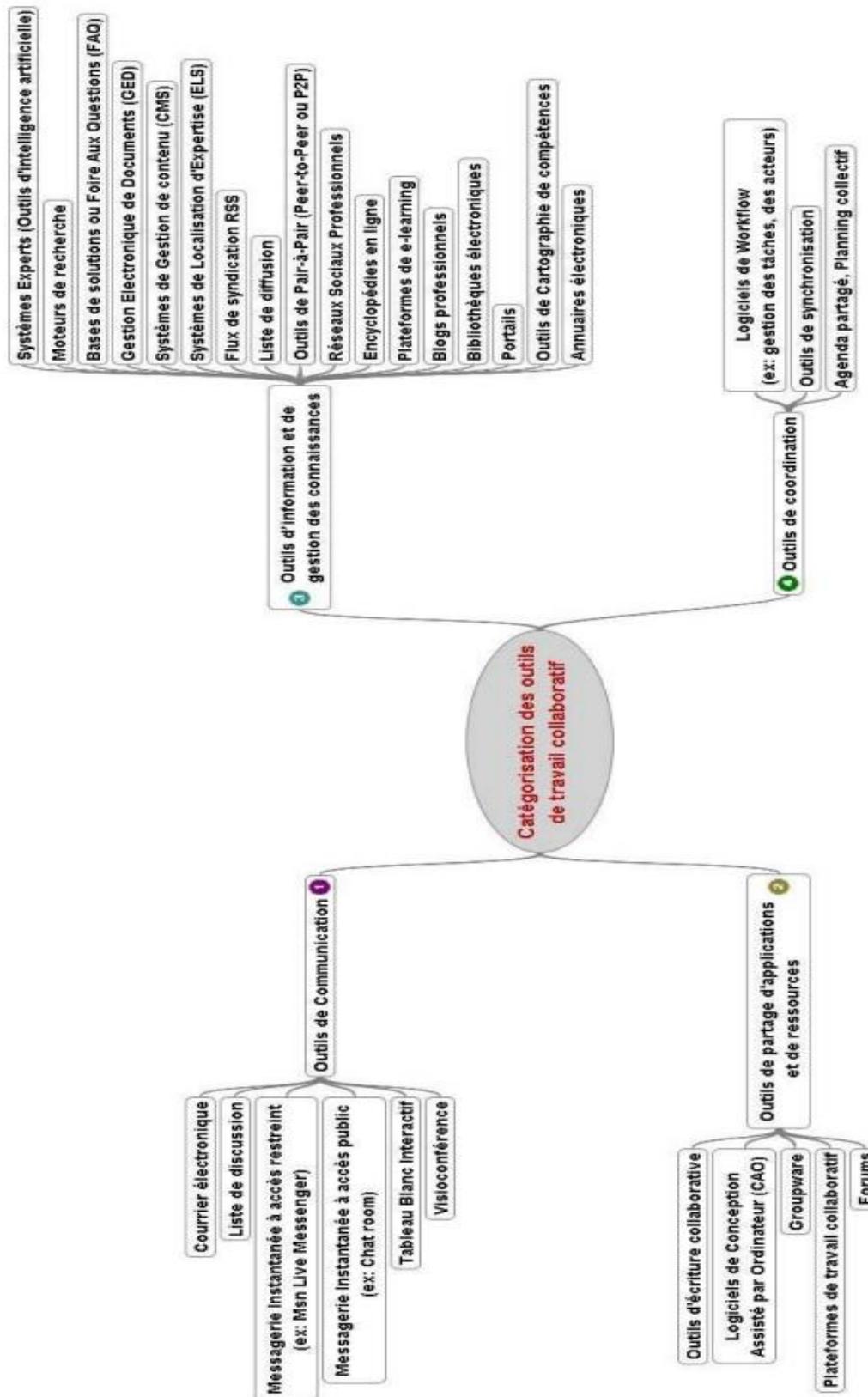
## ANNEXE G : L'organisation de la collaboration, de l'informel au formel



**ANNEXE H : Les différentes formes de structures pouvant être créées dans le cadre d'une formalisation de la collaboration**



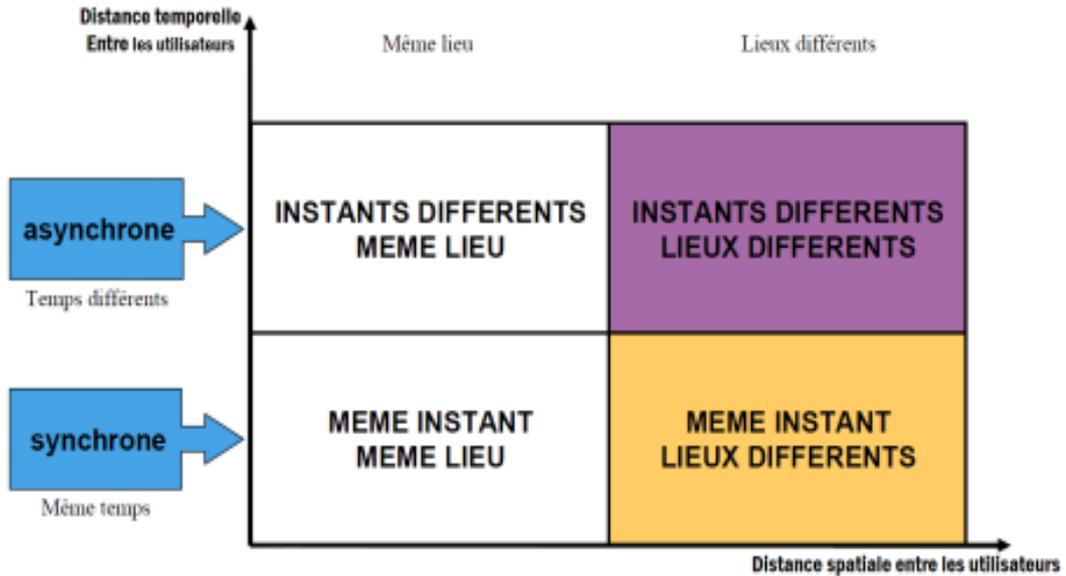
# ANNEXE I : Représentation graphique des principaux outils de travail collaboratif



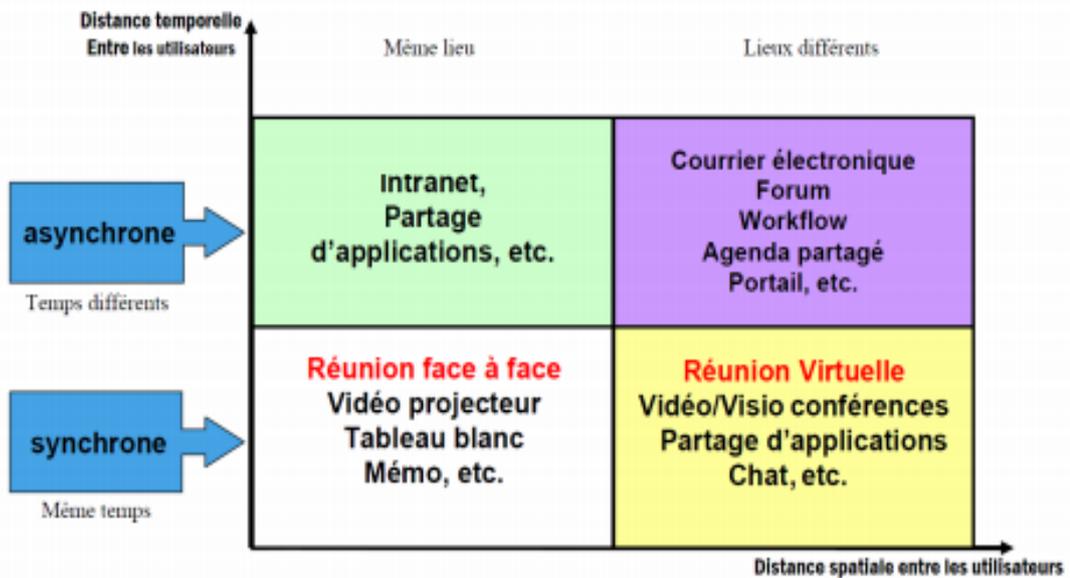
(Source : Alexandre PIQUET, 2009)

Source : [https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide\\_pratique\\_du\\_travail\\_collaboratif.pdf](https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide_pratique_du_travail_collaboratif.pdf)

## ANNEXE J : Les dimensions spatio-temporelles des OTC



Modélisation des dimensions spatio-temporelles de R. Johanson (source : E. Lamidieu, 2007)



Inscription des OTC selon leurs caractéristiques spatio-temporelles (source : E. Lamidieu, 2007)

Source : [https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide\\_pratique\\_du\\_travail\\_collaboratif.pdf](https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide_pratique_du_travail_collaboratif.pdf)

## ANNEXE K : Zoom sur les freins et contraintes les plus couramment observés dans le cadre d'un travail collectif en mode projet

### ⚡ La dispersion géographique des acteurs du projet

Les membres d'un groupe de travail n'appartiennent pas forcément aux mêmes organisations, aux mêmes structures voir aux mêmes territoires. De ce fait, ils peuvent éprouver des difficultés à se parler, se rencontrer et travailler ensemble du fait de cet éloignement géographique.

### ⚡ Le manque de temps

Le temps de chacun étant précieux dans le cadre d'une activité professionnelle, cet état de fait rend ainsi parfois très difficile le travail collectif sachant que l'on peut ainsi souvent remettre à plus tard les tâches que le groupe s'était fixé et que les urgences de chacun finissent finalement par invalider la possibilité de travailler avec les autres.

### ⚡ Manque d'intimité des acteurs

Les membres d'un groupe de travail ne se voyant pas tous les jours, ils n'ont pas l'occasion de se parler quotidiennement. Il y a ainsi une grande difficulté à organiser les échanges et à trouver l'intimité nécessaire à ce qu'un travail se fasse bien. Il vaut mieux en effet qu'il y ait une dimension affective entre les personnes dans le cadre d'un travail collectif car cet environnement est plus propice à produire des choses intéressantes.

### ⚡ Veille faible

Un autre problème, cette fois-ci liée à la dimension informationnelle, est le fait que chacun des membres travaillant sur un bout du travail collectif, certains ne se préoccupent pas de communiquer les résultats de sa veille aux autres. Il n'est en effet pas toujours facile d'organiser une veille efficace ainsi que de partager de l'information qui concerne l'équipe ou le projet dans lequel chacun travaille.

### ⚡ Saturation du mail

Le courrier électronique étant une des technologies de communication ayant remporté le plus de succès ces dernières années dans les organisations, son utilisateur en est souvent victime du fait de l'encombrement rapide des boîtes mails (spam) par ses collègues, ce qui est dommageable. S'ajoute à cette saturation, la gestion parfois difficile des mails, des fichiers attachés en pièce-jointe qui aboutit à ne plus savoir où ranger l'information voire où la retrouver. Selon certains experts, le courrier électronique serait même devenu un outil « anti-collaboratif ».

### ⚡ L'incompatibilité d'agendas

Chacun ayant ses propres exigences, ses propres contraintes professionnelles et/ou personnelles, il est très souvent difficile de trouver des moments synchrones permettant au groupe de travail de pouvoir se rencontrer et travailler ensemble. D'autant plus que ces temps de réunion nécessitent de prévoir des temps de déplacement qui font qu'il devient souvent difficile d'organiser et programmer ces moments de rencontre.

### ⚡ Réunions improductives

Parfois mal préparées, mal suivies, mal animées, les temps de réunion peuvent ne pas être faciles à vivre pour les personnes qui ont beaucoup de préoccupations et d'autres tâches au quotidien.

### ⚡ Amnésie collective

Découlant des réunions improductives, ces temps d'échanges sont l'occasion pour les membres d'un groupe de parler de beaucoup de choses mais, restant des moments d'oralité, un certain nombre d'idées, d'éléments se perdent, disparaissent ; cela nécessite des efforts supplémentaires pour récupérer l'information recherchée.

### ⚡ Manque de visibilité

Il n'est pas non plus évident de savoir où chacun des membres se trouvent dans la tâche qui lui incombe, et par conséquent où en est le projet et comment ses membres peuvent éventuellement y contribuer du fait que chacun fonctionne de son côté.

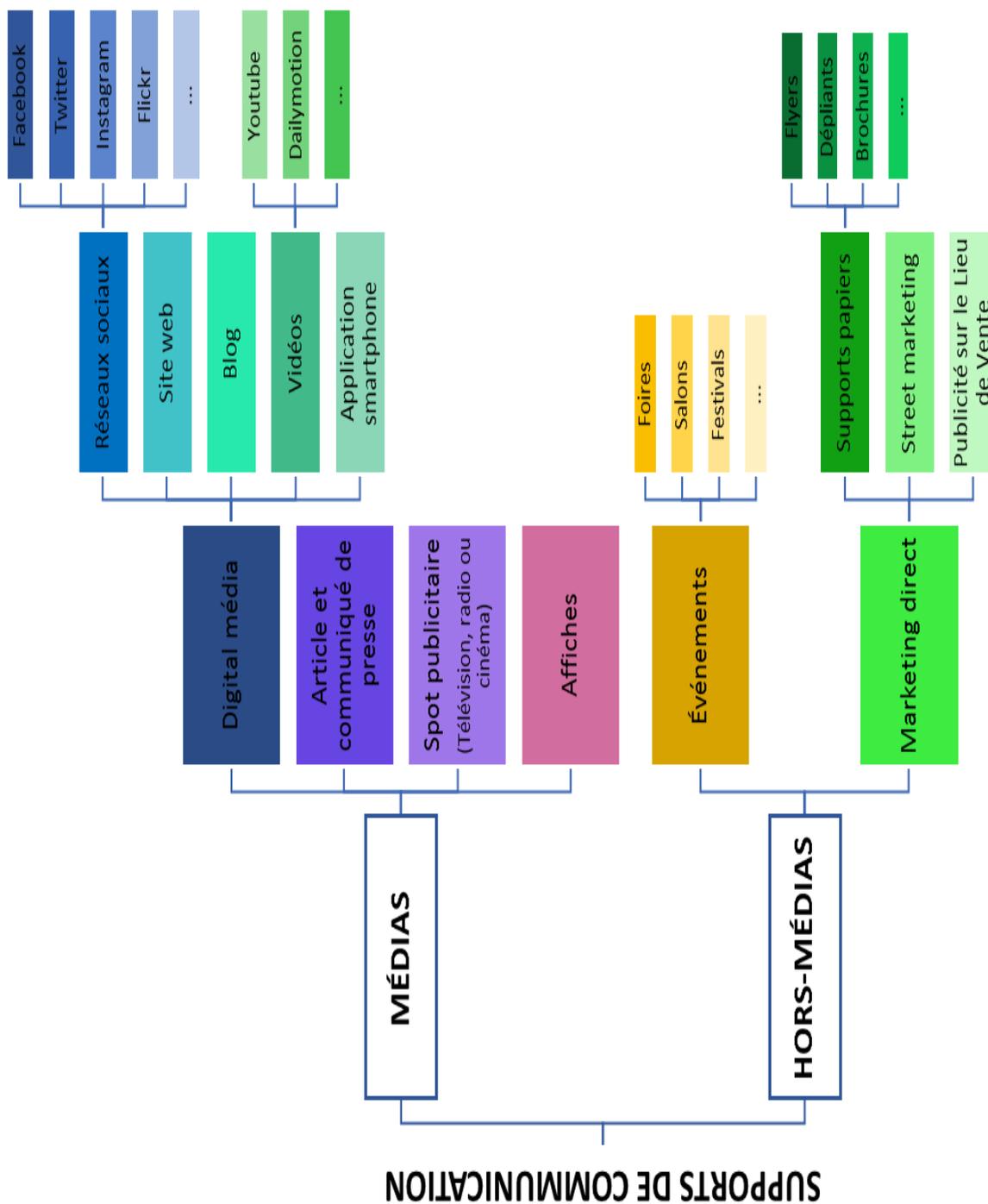
### ⚡ Difficulté de coproduction

Enfin, il y a souvent dans le cadre d'un travail collectif une grande difficulté à coproduire. Ce constat a pour conséquence que les projets sont des phénomènes de production individuelle additionnée plutôt que des phénomènes de coproduction, voire de coproduction fusionnelle. Ce fait est dommageable car si un collectif s'est monté c'est bien pour essayer de marier les idées, les créations de chacun et pas seulement pour les juxtaposer.

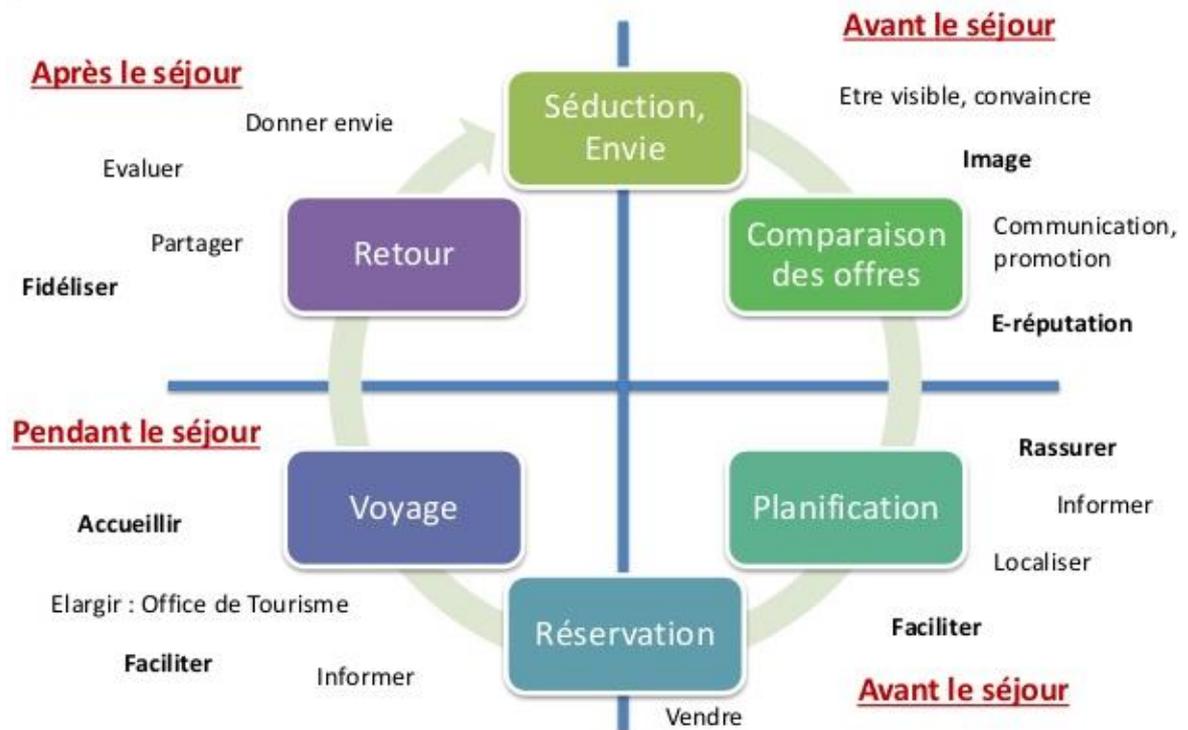
Source : Frédéric Soussin, <http://adn-creatif.jimdo.com/>

Source : [https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide\\_pratique\\_du\\_travail\\_collaboratif.pdf](https://www.a-brest.net/IMG/pdf/Guide_pratique_du_travail_collaboratif.pdf)

## ANNEXE L : Les principaux supports de communication, média et hors média



## ANNEXE M : Le Cycle du voyageur



Source : <https://fr.slideshare.net/cefac/ot-quiberville-sur-mer-gerer-sa-relation-client-avec-lemail-juin2014>

## ANNEXE N : Quelques exemples de labels liés au tourisme



# ANNEXE O : Carte de l'itinéraire de Stevenson



## TABLE DES FIGURES

---

|   |     |
|---|-----|
| Figure 1 : Emissions de Gaz à Effet de Serre par mode de transport en France (DOM inclus), en % ..... | 14  |
| Figure 2 : Les 3 processus interdépendants de la collaboration .....                                  | 55  |
| Figure 3 : Les bénéficiaires de la collaboration .....  | 58  |
| Figure 4 : Les 3 grandes fonctions des Outils de Travail Collaboratif, le trèfle fonctionnel .....    | 77  |
| Figure 5 : Démarches de progrès de la collaboration .....   | 89  |
| Figure 6 : Des randonneurs suivant les montjoies traçant le chemin de Stevenson .....                 | 98  |
| Figure 7 : Les paysages envoutants offerts par les Cévennes .....                                     | 99  |
| Figure 8: Exemple de panorama dépaysant pouvant être rencontré sur le chemin de Stevenson .....       | 100 |
| Figure 9 : Exemple de grille d'évaluation de la collaboration par rapport aux objectifs .....         | 112 |
| Figure 10 : Exemple de grille pour évaluer la valeur ajoutée de la collaboration .....                | 113 |
| Figure 11 : Grille de questionnement permettant d'estimer l'angle d'évaluation .....                  | 114 |

# TABLE DES MATIERES

---

|   |          |
|---|----------|
| REMERCIEMENTS.....  | 3        |
| SOMMAIRE .....  | 4        |
| INTRODUCTION GENERALE .....   | 6        |
| <br>  |          |
| <b>PARTIE 1 : L'ITINÉRANCE DOUCE, UN TOURISME PROPICE À LA COLLABORATION DES ACTEURS TOURISTIQUES PRIVÉS ET DISPOSÉ À UN DÉVELOPPEMENT DURABLE DES TERRITOIRES.....</b> | <b>8</b> |
| Introduction de la partie 1.....  | 9        |
| <br>  |          |
| 1. Chapitre 1 - Face à la menace de l'homme, la nécessité d'adopter une démarche de développement durable.....  | 10       |
| 1.1. La nature et la culture, des biens immatériels précieux .....  | 10       |
| 1.1.1. Deux composantes garantes du bien-être de l'homme .....  | 10       |
| 1.1.2. L'homme, menace pour les patrimoines naturels et culturels de notre planète .....  | 11       |
| 1.1.2.1. Les conséquences néfastes de l'expansion de l'homme.....   | 11       |
| 1.1.2.2. Les répercussions négatives des transports sur la planète.....   | 13       |
| 1.1.2.3. Le tourisme, des effets bénéfiques mais aussi néfastes sur les plans social, économique et environnemental .....   | 15       |
| 1.1.3. Des prises de consciences en réaction à la raréfaction et dégradations des espaces naturels et liens sociaux .....   | 17       |
| 1.1.3.1. Une société dans laquelle un désir croissant de retour à la nature apparaît  | 17       |
| 1.1.3.2. Le développement durable comme réponse aux préoccupations et prises de conscience .....  | 18       |
| 1.2. L'apparition de formes de tourisme désireuses d'améliorer les rapports avec l'environnement et les populations locales .....                                       | 19       |
| 1.2.1. De multiples formes de tourisme alternatif .....   | 19       |
| 1.2.2. Les enjeux touristiques à venir pour des formes de tourisme véritablement durables et responsables .....   | 23       |

|  |    |
|--|----|
| 2.    Chapitre 2 - Les mobilités essentielles à l'itinérance douce, une pratique touristique en devenir .....  | 25 |
| 2.1.  Les origines du tourisme d'itinérance à travers l'évolution des mobilités .....  | 25 |
| 2.1.1.  L'itinérance et la mobilité, deux notions indissociables .....   | 25 |
| 2.1.1.1.  Définition des concepts généraux : itinérance et mobilité .....  | 25 |
| 2.1.1.2.  L'avènement des mobilités, élément déterminant dans l'émergence du tourisme d'itinérance .....   | 27 |
| 2.1.2.  Les mobilités douces, une alternative durable pour voyager.....  | 31 |
| 2.1.2.1.  Les différentes mobilités douces, un véritable attrait touristique .....   | 32 |
| 2.1.2.2.  Les mobilités douces, clé d'un tourisme d'itinérance durable en milieu rural .....   | 35 |
| 2.2.  Le tourisme d'itinérance, une tendance en proue .....  | 36 |
| 2.2.1.  L'itinérance des touristes sur les territoires, réel facteur de développement.....   | 36 |
| 2.2.2.  Les voyageurs itinérants .....   | 37 |
| 2.2.2.1.  Une variété de profils... ..   | 37 |
| 2.2.2.2.  ... Aux diverses motivations, désirs et aspirations.....   | 38 |
| 2.2.2.3.  Des outils et prestations au service de l'itinérant.....   | 39 |
| 2.2.3.  Les grands itinéraires et routes touristiques, symboles forts de l'itinérance.....   | 40 |
| 2.2.3.1.  Un panel varié.....  | 40 |
| 2.2.3.2.  Des itinéraires clé d'un marketing territorial et constituant un atout pour la valorisation identitaire .....                                  | 43 |
| 3.    Chapitre 3 – L'itinérance douce et la collaboration de ses parties prenantes privées, facteur d'un développement durable sur les territoires ..... | 45 |
| 3.1.  Les parties prenantes de l'itinérance douce, une diversité d'acteurs au service des voyageurs itinérants .....                                     | 45 |
| 3.1.1.  Les acteurs publics, régulateurs et promoteurs du tourisme d'itinérance douce .....  | 45 |
| 3.1.2.  La place centrale des acteurs privés dans ce type de tourisme .....  | 48 |
| 3.1.2.1.  Les hébergeurs et restaurateurs au cœur de l'itinérance .....  | 48 |
| 3.1.2.2.  Prestataires de services, d'activités culturelles ou de loisirs .....  | 49 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 3.1.3. | Le rôle d'ambassadeur des populations locales.....   | 50 |
| 3.2.   | Le tourisme d'itinérance douce, outil d'un développement durable local .....   | 51 |
| 3.3.   | L'approche solidaire de la mobilisation et collaboration des acteurs touristiques privés, pour une meilleure visibilité de l'offre globale ..... | 52 |
| 3.3.1. | Caractérisation du travail collectif, de la coopération à la collaboration. ....   | 53 |
| 3.3.2. | Les conditions pour l'instauration d'une dynamique de collaboration fructueuse .....   | 57 |
| 3.3.3. | Quels intérêts pour les parties prenantes ?.....   | 57 |
| 3.3.4. | La formalisation des démarches de collaboration des acteurs, de l'informel au formel .....   | 58 |
| 3.3.5. | La nécessité de dépasser les frontières et d'envisager la coopération interterritoriale.....   | 59 |
|        | Conclusion de la partie 1.....   | 61 |

## **PARTIE 2 : LES CLES D'UNE COLLABORATION ASCENDANTE DURABLE .63**

|  |                                  |    |
|--|----------------------------------|----|
|  | Introduction de la partie 2..... | 64 |
|--|----------------------------------|----|

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 1.       | Chapitre 1 : La mutualisation des ressources, pilier d'une démarche de collaboration durable ..... | 65 |
| 1.1.     | Le principe de mutualisation, un atout pour la collaboration.....                                  | 65 |
| 1.1.1.   | Une optimisation des ressources.....   | 65 |
| 1.1.2.   | Une équation délicate à mettre en place .....  | 67 |
| 1.2.     | Les différentes ressources pouvant servir la mutualisation .....                                   | 67 |
| 1.2.1.   | Les moyens financiers.....   | 67 |
| 1.2.2.   | Les ressources humaines .....  | 68 |
| 1.2.3.   | Les moyens matériels .....   | 70 |
| 1.3.     | La mutualisation, des bénéfiques à plusieurs niveaux .....   | 70 |
| 1.3.1.   | Les bénéficiaires de cette optimisation des ressources.....  | 70 |
| 1.3.2.   | Les fruits de la mutualisation .....   | 71 |
| 1.3.2.1. | La création d'offres et outils collectifs innovants.....   | 71 |
| 1.3.2.2. | D'autres initiatives de groupement.....  | 73 |
| 1.3.3.   | La place prépondérante des nouvelles technologies .....  | 74 |

|  |    |
|--|----|
| 2. Chapitre 2 - L'intérêt de réaliser une communication commune entre les acteurs touristiques privés pour gagner en cohérence dans l'offre d'itinérance douce ..... | 76 |
| 2.1. Les outils de travail collaboratif, instruments pour une communication interne efficace .....   | 76 |
| 2.1.1. Les fonctions de ces outils professionnels .....  | 76 |
| 2.1.2. Catégorisation des outils de travail collaboratif .....   | 77 |
| 2.1.3. Des bénéfices aux défis du travail collaboratif.....  | 78 |
| 2.2. Une stratégie de communication globale au service de la visibilité de l'offre d'itinérance .....  | 79 |
| 2.2.1. La communication au service de la visibilité de l'offre d'itinérance.....   | 79 |
| 2.2.2. Vers une personnalisation et thématisation de l'offre .....   | 81 |
| 2.2.3. Label et marque, garants d'une certaine qualité .....   | 82 |
| 2.3. Vers une communication plus durable et sensibilisante .....   | 83 |
| 2.3.1. Supports de communication plus écologiques.....   | 83 |
| 2.3.2. Sensibilisation .....   | 84 |
| 3. Chapitre 3 - L'animation et le suivi, fonctions essentielles et complémentaires pour une collaboration durable .....  | 86 |
| 3.1. Le suivi de la collaboration permettant de pallier aux risques d'essoufflement ou de désengagement .....  | 86 |
| 3.1.1. Les risques d'essoufflement de la collaboration .....   | 86 |
| 3.1.2. La nécessité d'établir un protocole d'étude pour palier à ce risque ....  | 87 |
| 3.1.3. Un suivi garant du progrès de la collaboration .....  | 89 |
| 3.2. La fonction d'animation essentielle pour la conduite d'une démarche de collaboration.....   | 90 |
| 3.2.1. Les systèmes d'organisation de l'animation .....  | 90 |
| 3.2.2. L'animation, indispensable pour la pérennité d'un réseau.....   | 91 |
| Conclusion de la partie 2.....   | 92 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>PARTIE 3 : L'ASSOCIATION LE CHEMIN DE ROBERT LOUIS STEVENSON,<br/>UNE DEMARCHE DE COLLABORATION REUSSIE.....</b>                     | <b>94</b>  |
| Introduction de la partie 3.....  | 95         |
| <b>1. Chapitre 1 - Chemin de Robert Louis Stevenson.....</b>  | <b>96</b>  |
| <b>1.1. Histoire du chemin, naissance d'une association.....</b>  | <b>96</b>  |
| <b>1.2. Le mouvement d'itinérance sur le chemin révélateur de sa notoriété.....</b>   | <b>97</b>  |
| <b>2. Chapitre 2 : De nombreuses conditions favorables à une itinérance douce durable<br/>sur les territoires.....</b>                  | <b>99</b>  |
| <b>2.1. Un cadre environnemental et culturel d'exception.....</b>   | <b>99</b>  |
| <b>2.1.1. Un riche potentiel offert par les espaces naturels et sauvages .....</b>  | <b>99</b>  |
| <b>2.1.2. Un riche patrimoine culturel dans les Cévennes .....</b>  | <b>100</b> |
| <b>2.2. Un réseau d'acteurs diversifiés et complémentaires .....</b>  | <b>101</b> |
| <b>2.2.1. Une volonté locale des prestataires touristiques de dynamiser<br/>durablement les territoires accolés à l'itinéraire.....</b> | <b>101</b> |
| <b>2.2.2. L'association porteuse du projet de collaboration .....</b>   | <b>102</b> |
| 2.2.2.1. Une stratégie événementielle progressivement affinée .....   | 102        |
| 2.2.2.2. L'évaluation de la fréquentation et des retombées économiques du chemin<br>de Stevenson .....                                  | 104        |
| 2.2.2.3. La mutualisation au service de l'animation .....   | 105        |
| 2.2.2.4. D'autres actions de promotion et de valorisation.....  | 106        |
| <b>3. Chapitre 3 : Une méthodologie d'analyse permettant de vérifier la durabilité de la<br/>collaboration .....</b>                    | <b>107</b> |
| <b>3.1. Un panel d'outils pour établir le niveau de mutualisation .....</b>   | <b>107</b> |
| <b>3.1.1. Réaliser un recensement des ressources disponibles .....</b>  | <b>107</b> |
| <b>3.1.2. Adopter une technique d'enquête qualitative : l'entretien semi-directif ..<br/>.....</b>                                      | <b>108</b> |
| <b>3.1.3. Déterminer les liens de mutualisation entre les acteurs .....</b>   | <b>108</b> |
| <b>3.1.4. Evaluer simplement le potentiel de l'innovation grâce la Roue de<br/>l'Innovation .....</b>                                   | <b>108</b> |
| <b>3.2. Evaluation de l'efficacité de la communication .....</b>  | <b>110</b> |
| <b>3.2.1. Vérification en interne de la collaboration .....</b>   | <b>110</b> |

|   |            |
|---|------------|
| 3.2.1.1. Adopter une technique d'enquête quantitative : le questionnaire d'évaluation .....                 | 110        |
| 3.2.1.2. Opter en complément pour une technique d'enquête qualitative : les entretiens semi-directifs ..... | 111        |
| <b>3.2.2. Analyse de la communication externe à la collaboration .....</b>                                  | <b>111</b> |
| 3.2.2.1. Recourir à la technique d'enquête quantitative : le questionnaire.....                             | 111        |
| 3.2.2.2. Renforcer l'analyse avec une technique d'enquête qualitative : les entretiens semi-directifs ..... | 111        |
| <b>3.3. L'évaluation de l'animation et du suivi au moyen de grilles d'analyse .....</b>                     | <b>112</b> |
| Conclusion de la partie 3.....  | 115        |
| <br>  |            |
| <b>CONCLUSION GENERALE.....</b>   | <b>116</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>  | <b>118</b> |
| <b>TABLES DES ANNEXES .....</b>   | <b>121</b> |
| <b>ANNEXES .....</b>  | <b>122</b> |
| <b>TABLE DES FIGURES .....</b>  | <b>137</b> |
| <b>TABLE DES MATIERES .....</b>   | <b>138</b> |

## RESUME

---

Depuis une vingtaine d'années maintenant, les mœurs de nos sociétés évoluent et les individus aspirent à de nouveaux modes de vie. Les conséquences néfastes qu'engendrent les activités de l'homme sur notre planète, de plus en plus perceptibles, ont en effet conduit à des prises de consciences collectives. La nécessité de changer les choses apparaît aujourd'hui clairement. Nombreux sont ceux qui tentent d'engager un nouveau rapport avec les autres et avec l'environnement.

Dans la sphère du tourisme, certains voyageurs ont choisi d'adopter des pratiques plus respectueuses de la nature et des populations locales pour participer véritablement à l'économie des territoires qu'ils visitent. Cette prise de conscience participe à un développement durable des territoires. De ce constat découle de nouveaux genres de tourisme qualifiés d'"alternatifs", se développant progressivement, ils commencent à occuper une place importante dans le monde du voyage. Face à ce désir de renouveau mais aussi de retour à la nature, l'itinérance douce apparaît comme une solution particulièrement intéressante. Cette pratique se dessine comme un moyen de découvrir les territoires en favorisant la rencontre, le partage et la solidarité. L'utilisation de mobilités douces permet en outre de préserver les espaces naturels traversés par le voyageur itinérant et d'offrir une expérience de découverte mémorable.

Dans ce cadre, la collaboration à l'initiative des acteurs touristiques privés concernés par cette pratique touristique semble offrir de réelles perspectives de développement sur les territoires, tant sur le plan social, économique qu'environnemental. A travers ce travail de recherche, nous avons essayé de découvrir comment ces initiatives peuvent contribuer à un développement durable des territoires. De ce questionnement, trois éléments se sont dégagés : la place primordiale de la mutualisation des ressources dans ces démarches, l'importance de réaliser une communication collective pour proposer au touriste une offre attractive et cohérente, et enfin la nécessité d'animer et de suivre le travail collaboratif pour assurer la pérennité du réseau. Finalement, l'Association du chemin de Robert Louis Stevenson nous a permis d'illustrer cette réflexion et d'émettre des propositions en matière de méthodologie afin de pouvoir vérifier ces affirmations sur le terrain.

**Mots clés :** Développement durable, tourisme alternatif, tourisme responsable, tourisme durable, itinérance, mobilité douce, développement local, collaboration ascendante, collaboration intersectorielle, mutualisation

## SUMMARY

---

For the past twenty years, the behaviours of our societies have been in constant evolution and people are eager for new lifestyles. As a result of the obvious impacts of the increasing negative and destructive practices that mankind has had on the planet earth, there has been a common awakening of people. Indeed, at this point in time, everyone has finally come face to face with the obvious truth that simply things have got to change. Therefore, many individuals have started today new approaches to help each other towards more ecological and natural options. Indeed, in the modern world of tourism, more and more travelers have chosen to follow respectful environmental and cultural practices, which in turn gave room to a significant development of global and regional economies. This raised awareness is largely favorable to the endorsement of sustainable tourism within territories. Additionally, from these new trends has slowly started the growth of several innovative types of tourism called “alternative tourism” in which more and more people are interested.

From these fresh inspiring ideas towards connecting again with nature was also recently born another ground-breaking concept called “gentle roaming”. This notion has proven to be a different fascinating and effective way to discover local communities whilst encouraging solidarity, diversity and most of all the confluence of varied cultures. The use of “soft mobility” enables us for instance to preserve the appearance of natural areas in which a traveler may encounter and discover a unique way to travel around.

The collaboration between the concerned private players interested in these tourist innovations seems to offer real prospects towards the development of the territories. This effect can be observed as much on the social and economic level as the environmental level. Thus, throughout thorough research, we have tried here to reveal how these initiatives have contributed to a sustainable development of the regions. From this questioning appeared three major elements to explore: the prominent question of sharing resources, the importance of performing a collaborative communication in order to offer visitors an attractive and organised product, and at last the necessity to supervise and follow up on the collaborative work in order to ensure the sustainability of the network. Finally, the organization called “chemin de Robert Louis Stevenson” allowed us to illustrate this thought process and to provide several methodological solutions to be able to verify our hypotheses in situ.

**Key words** : sustainable development, alternative tourism, responsible tourism, sustainable tourism, mobility, soft mobility, regional development, bottom-up collaboration, intersectoral collaboration, sharing of resources