



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIEME ANNÉE

Animation de réseau et développement touristique durable de sites patrimoniaux

Le cas du Réseau des Grands Sites de France

Présenté par :

Marie Corbière

Année universitaire : **2018 – 2019** Sous la direction de : **Sébastien Rayssac**



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

Animation de réseau et développement touristique durable de sites patrimoniaux

Le cas du Réseau des Grands Sites de France

Présenté par :

Marie Corbière

Année universitaire : **2018 – 2019** Sous la direction de : **Sébastien Rayssac**

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

« Prendre la route et découvrir le monde,
Marcher au hasard des chemins et s'enrichir d'innombrables paysages,
Admirer au petit matin des monuments comme installés pour l'éternité,
Suivre jusqu'à la nuit des itinéraires existants ou des sentiers balisés, partagés avec des
inconnus,
Vivre seul des instants de grâce suspendus et communier avec la nature ou de vieilles pierres
Les émotions ressenties lors de voyages, proches ou lointains, subliment le plus souvent les
réalités quotidiennes »

Brice Dution et Lionel Walker.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon maître de mémoire, Sébastien Rayssac, pour sa grande disponibilité, pour toute l'aide et les précieux conseils qu'il a pu m'apporter au cours de ces trois dernières années et en particulier cette année. Il m'a permis de prendre confiance dans mon étude, et de me pousser vers le haut.

Je remercie aussi ma tutrice, Lydiane Estève, qui m'a accompagnée durant les 6 mois de stage, et a contribué à la réussite de l'écriture de cette recherche. Elle m'a ouvert les portes d'une association porteuse de sens à mes yeux, et a su me donner la chance de m'épanouir pleinement dans mes missions.

Je tiens également à remercier l'ensemble de la promotion Master 2 Tourisme et Développement, mais plus particulièrement mes trois camarades Floriane, Agathe et Jeanne pour leur soutien sans faille tout au long de cette année, pour l'entraide qui s'est développée entre nous, pour leur motivation, pour leurs idées, et pour ce que chacune a pu apporter à l'autre, merci.

De plus, je remercie ma famille et mes amis, qui m'ont soutenue durant cette année ainsi que pour toute leur contribution à l'élaboration de ce mémoire et surtout à sa relecture. Je n'oublie pas mon copain, qui était à mes côtés durant l'écriture de ce mémoire, qui a su me motiver et m'encourager chaque jour.

Ensuite, je remercie l'ensemble du corps enseignant de l'ISTHIA, pour le temps accordé, pour leur présence et leur écoute, ainsi que le personnel de la bibliothèque pour leur grande disponibilité.

Pour finir, je remercie toutes les personnes qui m'ont aidée de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire et pour tous leurs conseils.

Sommaire

INTRODUCTION	8
PARTIE 1 : La labellisation et la mise en réseau de sites patrimoniaux culturels et naturels	11
<i>INTRODUCTION PARTIE 1.....</i>	<i>12</i>
Chapitre 1 : Le patrimoine culturel et naturel, la source du développement touristique ?.....	13
Chapitre 2 : De la protection des sites patrimoniaux à leur labellisation : une reconnaissance de leur exceptionnalité.....	31
Chapitre 3 : La mise en réseau, une force pour les territoires	46
<i>CONCLUSION PARTIE 1</i>	<i>66</i>
PARTIE 2 : L'animation d'un réseau de sites patrimoniaux : le cas du réseau des Grands Sites de France.....	69
<i>INTRODUCTION PARTIE 2.....</i>	<i>70</i>
Chapitre 1 : La démarche de labellisation Grand Site de France, un lien fort avec le tourisme	71
Chapitre 2 : Les Grands Sites, réunis autour du Réseau des Grands Sites de France	91
Chapitre 3 : Contextualisation des missions d'animation du réseau, vers le développement d'un tourisme durable pour le territoire des sites membres	102
<i>CONCLUSION PARTIE 2</i>	<i>113</i>
PARTIE 3 : Animation d'un réseau et développement touristique durable : résultats et perspectives	114
<i>INTRODUCTION PARTIE 3.....</i>	<i>115</i>
Chapitre 1 : Un réseau pour favoriser et dynamiser l'échange d'expériences et leur vulgarisation en lien avec le développement touristique durable des territoires.....	116
Chapitre 2 : L'animation du réseau pour accompagner les membres vers un développement économique des territoires.....	135
Chapitre 3 : Des hypothèses à nuancer et des perspectives de recherches	152
<i>CONCLUSION PARTIE 3</i>	<i>162</i>
CONCLUSION GENERALE.....	163
BIBLIOGRAPHIE	167
TABLE DES ANNEXES.....	169
TABLE DES SIGLES ET DES ABREVIATIONS	197
TABLE DES FIGURES	198
TABLE DES TABLEAUX	200
TABLE DES MATIERES.....	201

Introduction

Notre pays offre un grand nombre de sites incontournables et renommés : le Pont du Gard, le Mont Saint-Michel, les Gorges du Verdon, la Pointe du Raz etc. Monuments emblématiques, sites naturels, vestiges du passé, ils définissent l'identité d'un territoire. Ces sites patrimoniaux naturels, culturels ou bien influencés par les deux, forment les paysages français, et rendent ces lieux indélébiles dans la mémoire de ceux qui s'y aventurent. Attirant des milliers de touristes chaque année, ces sites emblématiques possèdent une attractivité unique qui les rend cependant vulnérables. Forte fréquentation, tension avec les habitants, dégradation du site et de ses composantes... autant de problématiques qui nuisent aux sites et à leur transférabilité aux générations futures.

C'est dans ce contexte que la politique publique des Grands Sites de France a émergé, proposée par le Ministère en charge des sites, actuellement Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (MTES). Le label Grand Site de France (GSF), symbole d'excellence, signifie que le site en question est géré durablement en accord avec les principes du développement durable. Cette démarche vise à rétablir les équilibres du site et à préserver ses qualités tout en le laissant accessible au public.

Les sites étant dans cette démarche, sont regroupés au sein d'un réseau : le Réseau des Grands Sites de France (RGSF), qui sera le terrain d'étude de cette recherche. Le RGSF a pour objectif de valoriser, de capitaliser les savoir-faire et d'accompagner les sites membres vers l'obtention du label Grand Site de France délivré par le MTES. C'est dans ce but, qu'il organise des formations, des rencontres thématiques ou encore des ateliers de terrain. Il apporte un appui technique aux gestionnaires, et favorise ainsi l'action collective et une communication harmonisée entre les différents Grands Sites.

L'opportunité de faire un stage au sein du Réseau des Grands Sites de France (RGSF) a guidé cette recherche. Le stage consistait à accompagner le Réseau des Grands Sites de France dans son animation en participant à la communication interne du réseau, à l'échange d'expériences entre les membres dans un objectif final, mais non vérifiable dans cette recherche, de faciliter l'accompagnement des membres vers le label Grand Site de France. Notre mission se dessinait principalement à travers trois missions respectives. La première mission s'attachait à mettre à jour ainsi qu'à développer les outils de partage et d'échanges entre les sites. La seconde avait pour objectif de réaliser un document de contribution au Plan Biodiversité émis par le Ministère

en 2018 en mettant en lumière des expériences et des actions, issues des Grands Sites, préservant la biodiversité. Enfin, la dernière concernait la mise en place d'un projet de développement de l'entrepreneuriat du territoire dans les Grands Sites. C'est dans ce contexte que s'inscrit la réalisation de ce second mémoire.

Suite à cela, une question de départ a été émise : **Comment un Réseau peut-il faciliter l'obtention d'un label conforme aux principes du développement durable ?**

La finalité même du label est de gérer le site en question selon les principes du développement durable. La présence d'un site patrimonial exceptionnel induit une fréquentation touristique importante. La réflexion de développer un tourisme durable sur les territoires des sites patrimoniaux est donc un enjeu de taille. Le tourisme durable prend en compte les impacts sociaux, économiques et environnementaux actuels et futurs. Il intègre l'ensemble des acteurs concernés dans la démarche (professionnels, habitants, touristes etc.), pour développer un tourisme acceptable par tous et qui ne nuira pas aux spécificités du territoire.

L'animation du RGSF permet avant tout de développer la communication interne, de donner les clés aux membres pour mettre en place des actions respectant les valeurs de la démarche et donc du développement durable.

L'objet des missions, la démarche Grands Sites de France, ainsi que le contexte actuel, ont permis d'élaborer une problématique pour notre recherche, dans l'optique de donner une suite logique aux missions du stage, à savoir :

Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?

Cette problématique a fait émerger des hypothèses de réponses directement liées aux missions proposées. Dans la perspective de répondre à cette problématique et de vérifier les hypothèses de réponses, ce mémoire se décomposera par conséquent en trois parties.

La première partie s'attachera à approfondir le cadre théorique du sujet. Il s'agira par-là de définir les concepts clés et de tirer les enjeux propres à ce sujet. Le patrimoine et le tourisme sont intimement liés, chacun se nourrit de l'autre pour subsister. Mais comment le patrimoine peut-il être préservé ? Nous verrons certaines mesures de protection concernant la France, puis en quoi un processus de labellisation bénéficie ou pas aux sites patrimoniaux. Enfin, la labellisation entraîne généralement une mise en réseau des sites concernés. Il sera intéressant de comprendre le but de l'animation d'un réseau et son rôle.

Puis, la seconde partie avait pour objectif de replacer la réflexion dans un contexte précis en lui fournissant un terrain d'application sur lequel il était possible de vérifier les hypothèses. Le stage s'effectuant auprès du RGSF, cette partie présentera la politique publique des Grands Sites de France, les spécificités qui font d'un site patrimonial un Grand Site, ainsi que les différentes étapes pour accéder au prestigieux label Grand Site de France. Le rôle du RGSF et ses missions seront abordées afin de comprendre plus en détail l'apport d'un tel réseau pour les membres. Enfin, nous contextualiserons chacune des missions pour en cerner leur enjeu, leur objectif ainsi que leur intérêt.

Pour finir, la dernière partie mettra en avant la démarche méthodologique utilisée pour réaliser les missions. Les résultats de celles-ci seront exposés et permettront de nourrir la réflexion. Cette recherche s'achèvera sur un bilan des missions en les reliant aux hypothèses et à la problématique tout en apportant des nuances aux résultats obtenus et des perspectives de recherche pour la suite.

PARTIE 1

La labellisation et la mise en réseau de sites patrimoniaux culturels et naturels

Introduction Partie 1

Le stage effectué au Réseau des Grands Sites de France, comme précédemment indiqué, porte sur l'animation d'un réseau d'acteurs. Ce réseau vise à accompagner en partie les membres à la labellisation Grand Site de France. Les membres sont des gestionnaires de sites patrimoniaux, à dominante, naturels puisqu'ils sont classés par la loi de 1930 mais avec des influences du patrimoine culturel. C'est ainsi que notre première partie se divisera en 3 chapitres : la relation entre tourisme et patrimoine, la labellisation et l'animation d'un réseau d'acteurs. Elle visera à définir et à prendre de la hauteur sur ces notions et mécanismes afin d'appréhender au mieux les missions.

Tout d'abord, le patrimoine est une notion complexe à définir, il se compose du patrimoine naturel et culturel. Le premier chapitre s'attachera donc à donner une définition du patrimoine culturel et naturel, tout en mettant en lumière leurs composantes et ce qu'ils représentent. Nous verrons aussi comment le tourisme se nourrit de ces patrimoines et comment il joue un rôle de valorisation pour le patrimoine. Il est important aussi d'établir les impacts négatifs que peut avoir le tourisme sur le patrimoine qui ont donné source à une nouvelle forme de tourisme respectueuse et durable.

Ensuite, le second chapitre vise à mettre en avant les outils de protection des patrimoines, puis, à définir la labellisation, en comprendre ses enjeux, ses atouts dans la protection ou la valorisation des patrimoines. Cette recherche nous amènera aussi à faire un focus sur les labels existants concernant les sites patrimoniaux.

Pour finir, le dernier chapitre permettra de définir la mise en réseau et notamment la mise en réseau d'acteurs ou de sites patrimoniaux. A l'heure où les nouvelles technologies se développent encore et encore, la mise en réseau de son côté fait de même grâce à ce constat, mais aussi par la concurrence montante dans le secteur touristique obligeant les acteurs et les territoires à se diversifier et à innover. Pourquoi développer la mise en réseau d'acteurs ? Quels sont les enjeux ? Comment l'animer ? Autant de questions auxquelles cette recherche répondra.

Chapitre 1 : Le patrimoine culturel et naturel, la source du développement touristique ?

Les Grands Sites sont avant tout des paysages formés par le patrimoine présent sur un lieu. Généralement ces sites ont une dominante « naturelle » mais ils sont surtout le fruit du mariage entre le patrimoine naturel et culturel et leurs influences. Ils se nourrissent de ces patrimoines qui donnent leur notoriété. Le patrimoine, aussi vaste soit-il, évoque des conditions et des valeurs bien particulières pour qu'il soit considéré comme tel. Le choix a été fait de nous attarder plus particulièrement au patrimoine culturel et naturel et d'en comprendre les liens avec le tourisme.

1. Des patrimoines complémentaires : patrimoine culturel et naturel

Dans cette sous-partie, des éléments et parties d'écriture seront repris du mémoire de première année « *Des espaces muséographiques et sentiers d'interprétation pour un développement touristique durable et une préservation de la biodiversité* ».

1.1. Le patrimoine, des biens collectifs à transmettre

Le patrimoine est un concept ancien qui englobe une multitude de biens, qu'ils soient, culturels naturels, personnels, de famille, bâtis, mobiliers, etc. Avant d'envisager de définir les patrimoines étudiés dans ce mémoire, il conviendra de définir ce qu'est le patrimoine.

1.1.1. Définitions du patrimoine

Tout d'abord, le patrimoine est un concept très large qui renvoie à plusieurs notions : une notion d'héritage, de propriété, de transmission. Etymologiquement, il vient du latin *patrimonium* qui signifie héritage du père, ce qui vient du père, à l'univers domestique et à la transmission des biens entre les différentes générations de familles.

A. Comolet (1994), résume le patrimoine à « *la base transmissible, matérielle et immatérielle du développement humain* », pour lui trois idées se dégagent du patrimoine. Premièrement, le patrimoine a une dimension relationnelle et identitaire, c'est-à-dire qu'il constitue dans un sens notre identité ou bien l'identité d'un territoire par exemple. Ensuite, il y a la dimension temporelle qui implique la transmission de biens dans le temps, cela peut-être nos ancêtres qui nous transmettent ce bien ou aussi notre rôle de le transmettre aux générations futures. Bien entendu, cette dimension prend en compte aussi le fait que le bien doit être transmis avec la même qualité, c'est-à-dire en l'ayant préservé et non dégradé. Pour finir, le patrimoine a une dimension adaptative et évolutive c'est-à-dire qu'il doit anticiper des besoins futurs qui sont aujourd'hui encore inconnus et imprévisibles. (Guichard, Héritier, 2009, p. 15).

H.Ollagon (1979), soutient de même que le patrimoine est « *un ensemble d'éléments matériels et immatériels qui concourent à sauvegarder l'autonomie et l'identité du titulaire et à permettre son adaptation dans le temps, dans un milieu évolutif* » (Guichard, Héritier, 2009, p 14), c'est-à-dire qu'il doit s'adapter et qu'il a une dimension évolutive.

Finalement, le patrimoine évoque une notion de valeur intrinsèque et un besoin de conservation, voire de gestion restauratoire.

Le patrimoine n'est pas juste un décor à préserver, c'est avant tout un cadre de vie, conscient ou non de l'homme d'aujourd'hui. C'est un lieu de rencontre et de connaissances, une passerelle entre les générations et les peuples, mais aussi un instrument d'éducation et d'intégration. (Audrerie, 2003, 63p)

Aussi, une des définitions centrales du patrimoine est la suivante de A. Bourdin en 1992 :

« Le patrimoine se définit comme « ce qui nous vient de nos pères ; ceux qui nous ont donné naissance, ceux qui ont habité là où nous vivons, ou plus généralement ceux qui ont vécu avant nous. La lignée, le lieu, la collectivité, l'humanité toute entière, telles sont bien les ressources du patrimoine. Mais pour que ce dernier existe réellement à nos yeux, il faut que nous lui reconnaissions une valeur et que nous nous sentions des responsabilités à son égard, à commencer par celle de le conserver : un bien que l'on abandonne ou que l'on dilapide n'est plus un patrimoine »

Dans cette définition on sent que la question de l'appropriation est importante et même révélatrice de ce qui fait patrimoine ou non, il évoque aussi la notion de valeur donnée à un patrimoine comme le fait X. Greffe (1990), une valeur esthétique (émotion ressentie, beauté, enrichissement au mouvement artistique), une valeur historique c'est-à-dire qu'il va témoigner d'une époque, une valeur économique et pour finir une valeur sociale c'est-à-dire qu'il va renforcer l'identité sociale, la fierté.

1.1.2. Le patrimoine est reconnu collectivement

Le patrimoine, comme nous l'entendons ici dans cette recherche, est un patrimoine qui va définir l'identité d'un territoire, une identité spécifique à ce dernier. Aujourd'hui, le patrimoine s'entend sur des espaces plus vastes et ayant une fonction symbolique collective. On peut parler d'une territorialisation du patrimoine ou, inversement, d'une patrimonialisation des territoires, qui paraît plus cohérente pour ensuite mettre en place des actions et une politique patrimoniale (cela évite des actions dispersées). Les objets et les lieux patrimoniaux contribuent à forger des territoires et inversement les territoires, eux, engendrent des représentations culturelles et jouent un rôle important dans la patrimonialisation des objets et des lieux. « *L'effet territorial leur confère une forte dimension identitaire, enracinée dans la durée et le tissu de ses péripéties, elles-mêmes constituées en récits*

particulièrement signifiants ». La patrimonialisation crée, redéfinit ou renforce les territoires (Di Méo, 2007, p. 93).

Pour être qualifié de patrimoine, ce doit être un bien commun, collectif et donc aussi d'une collectivité, qu'il semble important de conserver pour nous et pour les générations futures du fait de sa valeur particulière. De plus, le patrimoine renvoie à l'idée que c'est un héritage légué par les générations passées avec un devoir de le transmettre dans le même état aux futures générations. On dépasse la simple propriété personnelle et il se dessine une propriété collective, un bien commun.

Ensuite, selon J. Gadrey (1994), le patrimoine d'une collectivité est « *un ensemble d'objets et de produits auxquels cette collectivité, ou une proportion suffisante de ses membres, attache de la valeur, parce qu'il s'agit de réalités qui témoignent de l'identité de cette collectivité en établissant un lien temporel entre le passé de cette collectivité et son présent et ce qu'elle imagine de son avenir* ». Ici, on identifie bien cette notion de perception collective et de sentiment d'identité collective, il envisage aussi son lien avec le futur.¹

1.1.3. Le patrimoine est matériel et immatériel

Le patrimoine est composé de patrimoine matériel, c'est-à-dire palpable, mais aussi immatériel. Selon C. Origet de Cluzeau (2012, 207 p.) se sont les « *composantes matérielles et immatérielles de l'identité de toute société humaine, élaborées, puis transmises et réactualisées sur un territoire : ces biens et savoirs fondent l'identité et les différences entre les groupes humains* »².

Le patrimoine immatériel, n'est pas si facilement visible puisqu'il est intangible, il est surtout ressenti et vécu. Il est reconnu par l'UNESCO et prend en considération les coutumes et traditions, les rites et manifestations, le savoir-faire, les lieux, les moments, les peuples et les différentes civilisations, la culture telles que les musiques, les danses, les techniques artisanales et gastronomiques, la religion etc.³

1.2. Le patrimoine culturel

Le patrimoine culturel intègre beaucoup d'éléments et a de nombreuses définitions mobilisant différents points de vue.

¹ Bessière Jacinthe. *Sociologie du patrimoine*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2018

² Bessière Jacinthe. *Sociologie du patrimoine*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2018

³ Breton Jean Marie. *La dimension culturelle et patrimoniale de la demande de tourisme*. Juristourisme. Janvier 2019, n°215, p19-23

1.2.1. De la culture au patrimoine culturel

Ici, l'importance est de comprendre et de voir comment la culture peut devenir un patrimoine important à préserver. Tout ce qui concerne la culture n'est pas forcément du patrimoine culturel.

1.2.1.1. Définition de la culture

La notion de culture a évolué au fil des siècles, du XVI^e au XX^e siècle on qualifiait de culture le fait de développer des facultés, de développer l'intellect. Ensuite le terme a été élargi à l'ensemble des formes acquises de comportements des sociétés humaines, c'est-à-dire tout ce qui va montrer et témoigner des sociétés humaines. Puis, en 1945, l'UNESCO la définit comme *« l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social »*. Cette définition reprend la précédente et la confirme en montrant bien que la culture finalement ce n'est pas seulement le développement intellectuel pris distinctement, mais bien toutes les particularités et les spécificités des différentes civilisations ou sociétés, actuelles ou passées qui vont apporter des connaissances aux individus. Hannah Arendt, dans La crise de la culture (1961) repart du concept latin de la culture qui est dérivé de *colere* qui signifie cultiver, prendre soin, entretenir, préserver. Pour elle c'est le rassemblement de toutes les différences et la connaissance de l'autre, de l'ailleurs, c'est la relation aux autres, mais surtout la relation de l'homme avec « les choses du monde ». Par ailleurs, pour le Ministère de la Culture, la culture représente la conscience et l'expérience du fait qu'il y a quelque chose qui est extraordinaire, quelque chose qui est élevé et qui fonde la communauté. André Malraux, évoque la culture comme *« ce qui répond à l'homme quand il se demande ce qu'il fait sur terre »*.⁴

Finalement, la notion de culture correspond à l'ensemble des connaissances assimilées par l'homme. Elle est perçue comme la source du patrimoine. La culture renvoie aussi aux comportements humains passés et à venir (Audrerie, 2003, p 18).

1.2.1.2. Le concept de patrimoine culturel

Tout d'abord, la dimension culturelle du patrimoine est celle qui est la plus vieille en France, et la base de notre législation. Le patrimoine culturel représente l'œuvre de l'homme tout au long de l'histoire, c'est un témoin du génie d'une nation, d'un territoire (Audrerie, 2003, p 40).

Le patrimoine culturel est à la fois matériel et immatériel, c'est tout ce qui compose l'identité d'une société humaine. Pour ce qui est du patrimoine culturel matériel on va retrouver les sites

⁴Couralet Sylvie. *Programmation et gouvernance*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2018

dédiés à la culture, les réalisations de la main de l'homme c'est-à-dire les musées, les monuments, les villes et villages d'art ou de caractère, les sites archéologiques et préhistoriques, les jardins, les édifices religieux etc. Alors que le patrimoine culturel immatériel, est constitué des fêtes et manifestations, des traditions et savoir-faire (C. Origet du Cluzeau, 1998, 126p).

1.2.2. L'UNESCO et le patrimoine culturel

L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) donne une définition officielle du patrimoine culturel dans sa Convention. Sont considérés comme patrimoine culturel :

- *« les monuments : œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science ;*
- *les ensembles : groupes de constructions isolées ou réunies, qui, en raison de leur architecture, de leur unité, ou de leur intégration dans le paysage, ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science ;*
- *les sites : œuvres de l'homme ou œuvres conjuguées de l'homme et de la nature, et zones incluant des sites archéologiques, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue historique, esthétique, ethnologique ou anthropologique ».*⁵

On voit au travers de cette définition que le patrimoine culturel comprend une multitude de biens, et que la notion reste très large. Selon l'UNESCO, le patrimoine culturel recouvre plusieurs catégories de patrimoine (outre la définition ci-dessus)⁶ :

- **Le patrimoine culturel matériel** avec le patrimoine culturel mobilier (peintures, sculptures, monnaies, instruments de musiques, armes, manuscrits), le patrimoine culturel immobilier (monuments, sites archéologiques), le patrimoine culturel subaquatique (épaves de navire, ruines et cités enfouies sous les mers).
- **Le patrimoine culturel immatériel** avec les traditions orales, les arts du spectacle, les rituels.
- **Le patrimoine naturel** quand ce sont des sites naturels ayant des aspects culturels tels que les paysages culturels, les formations physiques, biologiques ou géologiques.

Cette catégorisation montre aussi que le patrimoine culturel survole de nombreux autres types de patrimoines, tels que le patrimoine naturel.

⁵ UNESCO. *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel [En ligne]*. Disponible sur <http://www.unesco.org/>. (Consulté le 14-01-2019)

⁶ UNESCO. *Qu'entend-t-on par « Patrimoine culturel » ? [En ligne]* Disponible sur <http://www.unesco.org/>. (Consulté le 14-01-2019)

1.3. Le patrimoine naturel, une notion large et complexe

Le patrimoine naturel est aussi vaste, et recoupe de nombreuses notions spécifiques en lien avec la nature. Il est aussi reconnu par l'UNESCO tout comme le patrimoine culturel. Jusqu'à ces dernières années, le patrimoine était surtout culturel et intégrait pour l'essentiel des objets de culture, des fabrications et constructions. Aujourd'hui, ce statut évolue et le patrimoine s'étend à la nature (amorcée aux États-Unis dès le XIXe siècle). Cette patrimonialisation s'intensifie aussi grâce à l'émergence des thématiques du développement durable et de la protection (Di Méo, 2007, p. 93).

1.3.1. Différentes approches du patrimoine naturel

Le terme de patrimoine naturel est apparu pour la première fois dans le décret sur les parcs naturels régionaux. Il spécifiait qu'un territoire peut être classé Parc Naturel Régional 5pnr° en raison de la qualité de son patrimoine naturel et culturel. (Lefeuvre, 1990, p. 29). En 1986, la Commission interministérielle des comptes du patrimoine naturel définit pour la première fois le patrimoine naturel. « *Le patrimoine naturel se comprend d'abord en énonçant simplement ses principales composantes, les eaux continentales et marines, le sol, l'air, les matières premières et énergétiques, les espèces animales et végétales.* ». Cette définition fut complétée plus tard comme désignant « *l'ensemble des biens dont l'existence, la production et la reproduction sont le résultat de l'activité de la nature, même si les objets qui le composent subissent des modifications du fait de l'Homme* ». De plus, aujourd'hui quand on parle de patrimonialisation de la nature on y accole une notion de maintien des équilibres biologiques et de régulation des dynamiques naturelles et des interactions dans le but de transmettre ce patrimoine, cette richesse en conservant une qualité optimale. (Guichard, Héritier, 2009, p. 18). Selon Bérard (2005), avant on voyait plutôt la nature comme un élément artistique et monumental puis on a commencé à prendre en compte l'écologie de ces milieux dits remarquables, et enfin, aujourd'hui on aborde même l'idée de la protection de la nature dite ordinaire (Sacca, Cubizolle, 2009, p. 16).

Pour finir selon Jean-Marie Breton, le patrimoine naturel est constitué par différents éléments. Il peut s'agir de paysages, de grands sites, de phénomènes naturels, des écosystèmes de la flore et de la faune, des perspectives monumentales, chacun ayant un attrait de nature esthétique, émotionnel ou scientifique⁷. Enfin, cette idée est appuyée par l'élue en charge du suivi Grands Site de France de l'Aven d'Orgnac, qui l'identifie « *comme un paysage remarquable, emblématique ou*

⁷ Breton Jean Marie. *La dimension culturelle et patrimoniale de la demande de tourisme*. Juristourisme. Janvier 2019, n°215, p19-23

un paysage de légendes, ce n'est pas forcément un paysage qui est beau, pour elle, se sont des lieux qui ont une particularité, une singularité qui marquent les esprits. » (Corbière, 2018, p. 12).

1.3.2. Focus sur le patrimoine naturel et l'UNESCO

Il apparaît essentiel de conserver la diversité de la vie sur la Terre, qui est nécessaire à l'Homme et à son bien-être. Selon l'UNESCO, le patrimoine naturel représente :

- *« Les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques ou par des groupes de telles formations qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue esthétique ou scientifique ;*
- *Les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animale et végétale menacées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation ;*
- *Les sites naturels ou les zones naturelles strictement délimitées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science, de la conservation ou de la beauté naturelle. »*

Cette définition montre à quel point le patrimoine naturel intègre des espaces naturels vastes et divers.⁸

1.3.3. La préservation du patrimoine naturel est liée à des notions transversales

1.3.3.1. Définition de la biosphère

Tout d'abord, le géologue autrichien Suess, en 1875, étendait le concept de biosphère à tout ce qui constituait ou avait constitué le monde vivant. Une acception différente du terme a été adoptée plus tard par le géochimiste russe Vladimir Ivanovitch Vernadsky (1929) qui y intègre les êtres-vivants mais aussi les éléments de leur milieu et les interactions des êtres-vivants avec ce milieu. Il considère la biosphère comme un immense système dynamique formé par l'ensemble des écosystèmes du globe.⁹

Finalement, la biosphère est une mince pellicule de la planète Terre abritant les êtres vivants dans les différents milieux que ce soit les eaux, la terre et le ciel, et qui fonctionnent comme une totalité. D'une manière plus synthétique, d'après le penseur Teilhard de Chardin (1955) la biosphère est la couche vivante formée par les végétaux et les animaux du globe (Deléage, 2001). De plus, la biosphère *« est constituée d'écosystèmes faits de populations coadaptées. Ces écosystèmes résultent d'une histoire où l'homme est intervenu de façon plus ou moins sensible. »* (Blandin, 2009, p 64).

⁸Unesco. *Liste du Patrimoine Mondial [En ligne]*. Disponible sur <http://whc.unesco.org/> (Consulté le 8-1-2018)

⁹Encyclopædia Universalis. *Biosphère [En ligne]*. Disponible sur <https://www.universalis.fr/> (Consulté le 20-10-2017)

1.3.3.2. Définition de la biodiversité

La notion de biodiversité est apparue en 1992 lors du Sommet de Rio. D'après l'article 2 de la Convention sur la Diversité biologique, au Sommet de Rio en 1992, la biodiversité est définie comme étant la « *variabilité des organismes vivants de toute origine y compris, entre autres, les écosystèmes terrestres, marins et autres systèmes aquatiques et les complexes écologiques dont ils font partie ; cela comprend la diversité au sein des espèces et entre espèces ainsi que celle des écosystèmes* ». En d'autres termes, la biodiversité est la variété et la variabilité des organismes vivants et des écosystèmes dans lesquels ils vivent.

La biodiversité comporte trois niveaux fonctionnels. Tout d'abord la diversité génétique, qui correspond à la variété génétique d'une population ou d'un ensemble de populations pour une espèce donnée, c'est-à-dire qu'une espèce va s'adapter, par exemple, aux évolutions de leur environnement ce qui entrainera des mutations, des migrations... Ensuite, la diversité spécifique, qui représente la diversité (nombre, nature et abondance) des différentes espèces animales, végétales ou microbiennes. Pour finir, la diversité écosystémique correspond à la diversité des écosystèmes présents sur la planète, des interactions des populations naturelles et de leurs environnements physiques. Elle prend en compte à la fois des composantes biotiques (espèces animales et végétales) et abiotiques (type de sol, topographie, etc.) (Brahic, Terreaux, 2009).

1.3.3.3. Définition de l'environnement

Tout d'abord, l'environnement représente ce qui nous entoure, c'est l'ensemble des éléments naturels qui entourent un individu (humain, animal, végétal) ou une espèce¹⁰. Il y a six enjeux environnementaux principaux qui sont des composants de l'environnement. Ils concernent l'eau, l'air, le bruit, les déchets, les *produits propres* et sans risques puis la nature elle-même. Plus particulièrement, il faut savoir que l'eau est un élément essentiel de notre environnement, de ce qui nous entoure, elle représente les trois quarts du globe. La nature comprend, la biodiversité, les sols, les habitats des espèces, la faune, la flore, l'enjeu principal est de préserver la faune et la flore. Dans cette définition de l'environnement on se rend finalement compte que l'environnement est une définition large qui comprend différentes notions telles que la biodiversité et la biosphère. De plus, un des enjeux liés à l'environnement est de préserver la biodiversité. En effet la diversité du vivant est un élément essentiel de l'environnement. Si l'enjeu est la préservation alors c'est que ces éléments naturels sont vus comme un patrimoine naturel,

¹⁰Encyclopædia Universalis. *Environnement [En ligne]*. Disponible sur <https://www.universalis.fr/> (Consulté le 10-12-2017)

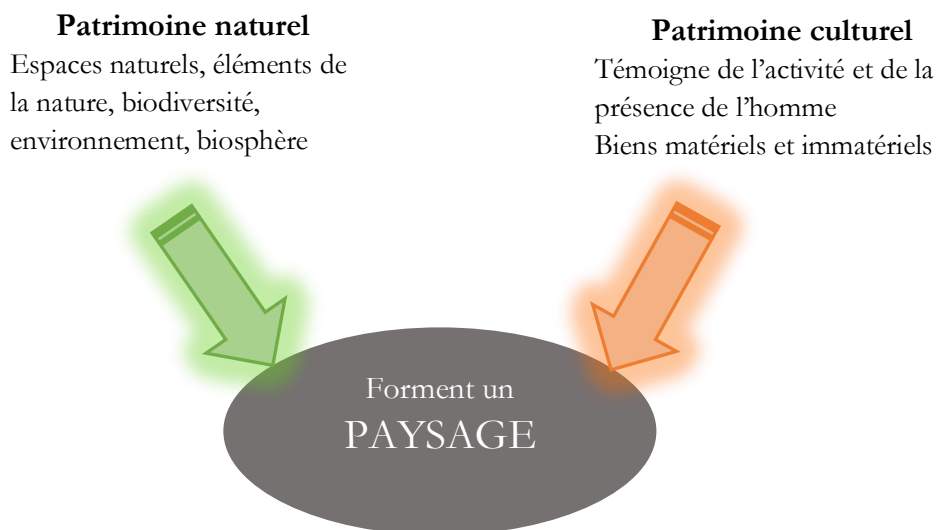
ou du moins comportant une certaine valeur et richesse reconnue qui mérite sa préservation (Vernier, 1992) (Blandin, 2009).

Au vu de ces définitions, le patrimoine naturel est une notion qui est aussi reliée à la biodiversité, la biosphère et l'environnement. Si l'un d'eux se dégrade, s'érode, en d'autres termes si leur qualité se détériore, le patrimoine naturel actuel risque de perdre de sa valeur, et de son caractère exceptionnel pour lequel il est conservé et reconnu.

1.4. Des patrimoines qui forment notre paysage

Les patrimoines culturels et naturels forment un tout que l'on peut identifier comme étant le paysage. Ces patrimoines sont interdépendants et complémentaires. Si l'on s'en tient aux différentes définitions du paysage, on s'aperçoit que le patrimoine culturel et naturel en font partie intégrante. Dans la convention européenne du paysage, il est défini comme « *une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de naturels et/ou humains et de leurs interactions.* ». De plus, le paysage est une ressource offerte par l'environnement et chargé de valeurs culturelles. Il est la fusion du patrimoine culturel et naturel (Lazzarotti, 2011). Les Grands Sites, que nous détailleront en Partie 2, sont avant tout des paysages, formés par ces patrimoines.

Figure 1 : Patrimoines et paysage



2. Entre patrimoines en danger et mise en tourisme

2.1. Le patrimoine culturel, matière première du tourisme

Au début, le tourisme était surtout basé sur le patrimoine culturel, ils sont étroitement liés. Aujourd'hui encore la principale motivation des touristes est le patrimoine culturel et représente 40% du tourisme international selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)¹¹.

Dans le cas d'un tourisme culturel, le touriste va se déplacer à des fins culturelles c'est-à-dire dans un objectif d'étendre ses horizons, de découvrir un patrimoine et un territoire tout en étant dans la recherche de nouvelles connaissances et d'émotions (Origet du Clouzeau, 1998). Tout tourisme est éminemment culturel dans le sens où le touriste part sur un territoire qu'il ne connaît pas, découvrir cet endroit et donc développer des connaissances plus ou moins fortes concernant le territoire, suivant l'objectif de départ du touriste. Dans le discours d'ouverture de la Conférence Mondiale sur le tourisme culturel qui s'est tenue en décembre 2018 par l'OMT et l'UNESCO, la culture est « *l'un des moteurs de la croissance du tourisme, de sorte que la protection du patrimoine culturel et la promotion du tourisme au service du développement durable sont indissociables.* »¹²

2.2. Le développement du tourisme, un phénomène de société

Le phénomène touristique s'est déroulé en plusieurs étapes, il s'est tout d'abord développé par la notion de « Grand Tour » au XVIII^e siècle en Angleterre avec les jeunes aristocrates qui partaient en voyage initiatique comme un pèlerinage sur les sites emblématiques. C'est véritablement avec l'arrivée des congés payés en 1936 que le tourisme se popularise. A la suite de la seconde guerre mondiale, le tourisme se transforme petit à petit en tourisme de masse, on compte en 1951 trois millions de vacanciers citadins et en 1966, vingt millions de vacanciers citadins. Afin de les accueillir, dès 1950, de grands aménagements sont réalisés sur les territoires des littoraux et en montagne. A l'issue des 30 glorieuses, 60% des français partent en vacances. Petit à petit les frontières s'ouvrent et on assiste à une mondialisation des flux touristiques. Le tourisme qui se développe à cette époque est un tourisme de masse ne prenant pas, ou peu en compte les éventuels effets dévastateurs qu'il peut engendrer, que ce soit les effets environnementaux, socio-économiques ou socio-culturels. Les premières prises de conscience n'ont lieu qu'autour des années 1970-1980, les effets dévastateurs du tourisme sont de plus en plus pris en compte (Lozato-Giotar, 2006).¹³ La démocratisation du tourisme dans les années

¹¹ Breton Jean Marie. La dimension culturelle et patrimoniale de la demande de tourisme. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p19-23

¹² Goliard François. Les conventions cadres : resserrer et approfondir les liens entre la culture et le tourisme. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p26-28

¹³ Bessière Jacinthe. *Sociologie du tourisme et des loisirs*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2017.

60 a permis d'ouvrir les sites patrimoniaux au public au plus grand nombre et de les faire connaître. Mais le patrimoine était alors considéré comme une richesse commerciale que l'on pouvait exploiter (Dution et Walker, 2014).

Aujourd'hui nous assistons d'ailleurs à un véritable engouement, une demande croissante pour les espaces et sites naturels, les espaces protégés, les paysages remarquables et les biens culturels de toute nature¹⁴. C'est une raison de plus pour les protéger, et notamment les espaces naturels qui sont des espaces fragiles et aussi dont les impacts sont méconnus et non visibles par les touristes.

2.3. La dégradation des patrimoines, une menace pour le tourisme

Aujourd'hui on constate une dégradation des patrimoines qui peut impacter directement ou indirectement la qualité et la spécificité d'un territoire.

2.3.1. L'Unesco et sa liste du patrimoine naturel et culturel en péril

La Liste du patrimoine mondial en péril a été réalisée afin d'informer le Monde des menaces qui pèsent sur les caractéristiques exceptionnelles, reconnues universellement, d'un site. Son but est aussi d'encourager des mesures correctives. Il y a deux types de situations pour les sites en danger. Tout d'abord, les sites en situation de péril prouvé, c'est-à-dire qui font l'objet de menaces imminentes spécifiques et établies. Ensuite, on y trouve les sites en situation de mise en péril, c'est-à-dire qui sont confrontés à des menaces qui pourraient altérer les valeurs de patrimoine mondial comme la modification du statut juridique protégeant le bien, les conflits armés qui menacent d'éclater, les systèmes de gestion non adaptés, manquants ou incomplets. Actuellement, on retrouve 54 sites sur la liste du patrimoine mondial en péril avec 38 sites culturels et 16 sites naturels.¹⁵

L'inscription du site sur la Liste en péril va lui permettre de bénéficier d'une assistance dans le cadre du Fonds du patrimoine mondial, et d'alerter la communauté internationale en espérant une mobilisation pour la sauvegarde du site. De plus, le fait d'être inscrit sur cette Liste va déclencher plus rapidement des mesures de conservation. Lorsqu'un site est mis sur cette Liste, un programme de mesures correctives doit être réalisé, et les gestionnaires du site doivent tout faire pour restaurer les valeurs du site naturel afin qu'il ne soit pas retiré de la Liste du patrimoine mondial. Pour finir, si un site se voit perdre les caractéristiques qui lui ont valu cette inscription

¹⁴ Breton Jean Marie. La dimension culturelle et patrimoniale de la demande de tourisme. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p19-23

¹⁵ UNESCO. *Patrimoine mondial en péril [En ligne]*. Disponible sur <http://whc.unesco.org/fr> (Consulté le 31-3-2019)

au Patrimoine Mondial, le Comité peut décider de le retirer de cette Liste mais aussi de la Liste du patrimoine en péril¹⁶.

2.3.2. Le développement du tourisme, quels impacts négatifs sur les patrimoines culturels et naturels ?

Pendant longtemps le tourisme a été considéré comme une industrie qui n'avait pas forcément de conséquences négatives, d'où la prise de conscience qui s'est faite tardivement comme nous l'avons évoqué auparavant. Les pouvoirs publics avaient souvent sous-estimé le nombre de touristes avec des capacités de charges parfois largement dépassées, ce qui a généré des dégradations¹⁷.

2.3.2.1. Une répartition inégale du tourisme qui met à mal certains territoires

Tout d'abord, un des principaux constats est qu'il y a une répartition inégale du tourisme dans le monde et en France. 20% du territoire français accueille 80% des flux touristiques, une forte pression touristique s'exerce sur ces territoires et donc sur leur environnement et inexorablement sur leurs patrimoines (C. Dupuis, 2014). Ensuite, le tourisme, et notamment le tourisme de masse implique de nombreux effets dévastateurs dont des effets environnementaux tels que la pollution visuelle avec les constructions à outrance et l'artificialisation des territoires, la pollution sonore liée aux touristes, mais aussi la pollution de l'air (entraînant le noircissement de monuments), des sols, et des eaux qui peuvent engendrer de graves problèmes pour la biodiversité et les écosystèmes¹⁸.

2.3.2.2. Cette répartition inégale engendre des capacités de charges dépassées

Tout d'abord, cette inégale répartition des flux touristiques entraîne une fréquentation excessive et mal gérée des territoires et par enchaînement cela va entraîner des dégradations sur les patrimoines. Chaque site ou territoire peut recevoir un nombre maximum de personnes sans qu'il soit détérioré, on appelle ça la capacité de charge, c'est-à-dire une limite au-delà de laquelle les activités qui s'y développent, entraînent une détérioration de l'environnement. Elle est définie en fonction de la fragilité de l'espace, de sa taille, du niveau d'acceptabilité. (Patin Valéry, 2005) (Dupuis, 2014).

¹⁶ UNESCO. *Patrimoine mondial en péril [En ligne]*. Disponible sur <http://whc.unesco.org/fr> (Consulté le 8-1-2018)

¹⁷ Rayssac Sébastien. *Développement et tourisme durable : concepts et approches*. Cours de Licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016.

¹⁸ Bessière Jacinthe. *Sociologie du tourisme et des loisirs*. Cours de Master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2017.

Pour le tourisme culturel, le cas est différent puisqu'il est très concentré sur la capitale et sur quelques lieux, ce qui impose une nécessité de rééquilibrer à la fois les flux mais du coup l'offre sur le territoire français car certains sites sont surfréquentés alors que d'autres sont délaissés¹⁹.

2.3.2.3. L'aménagement touristique, cause de la dégradation

La faune, la flore font partie du décor paysager touristique. Sa dégradation n'est pas essentiellement due au tourisme, mais l'est en partie par l'aménagement touristique. Nous citerons par exemple la construction de voies routières au dépend du décor végétal pour rendre accessibles les sites touristiques ou territoires, l'abattage des arbres du fait du développement et de l'ouverture de pistes de skis ou de constructions immobilières, ou l'installation de complexes touristique balnéaires. L'abattage aboutit parfois à une réduction importante voire à la disparition de forêts à caractère endémique comme par exemple la disparition des pinèdes et mimosas au bord de la Méditerranée. De plus, la fréquentation et les visites sont plus ou moins contrôlés dans les espaces naturels, et l'activité touristique peut avoir un impact sur les différentes espèces si leur environnement est déséquilibré. Ces déséquilibres peuvent aller de la destruction d'habitat au dérangement des espèces. Le tourisme peut avoir d'autres conséquences comme la maltraitance des animaux, leur exportation, ou leur destruction pour obtenir des souvenirs de vacances comme les carapaces de tortues ou les objets en ivoire (Lozato-Giotar, 2006)²⁰.

Il est bien sûr important de préciser que même si le tourisme a des impacts négatifs sur un territoire comme nous l'avons vu (au niveau du patrimoine naturel et culturel notamment) ce secteur n'est pas la cause principale de la détérioration du patrimoine. Par exemple, le patrimoine culturel bâti est aussi mis à mal par le travail du temps et des années qui passent, par la météo, la pollution etc. De même pour le patrimoine naturel, qui souffre de l'augmentation de la pollution et des activités humaines par exemple. L'idée ici, était de montrer que l'activité touristique peut avoir des effets néfastes, du moins qu'elle y contribue. A contrario, le tourisme reste un bon moyen de valoriser ces patrimoines et de créer une économie touristique qui contribuera aussi à la sauvegarde et la transmission des patrimoines naturels et culturels.

¹⁹ Goliard François. Les conventions cadres : resserrer et approfondir les liens entre la culture et le tourisme. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p26-28

²⁰ Association Cybelle Planète. *Tourisme et Biodiversité [En ligne]*. Disponible sur <http://www.cybelle-planete.org/>. (Consulté le 20-11-2017).

2.4. Des patrimoines importants à préserver pour la pérennité du secteur touristique

2.4.1. La valorisation touristique de ces patrimoines, un véritable enjeu de développement pour les territoires

Tout d'abord, le tourisme permet la mise en valeur du patrimoine, il va permettre de donner de la vie et de reconnaître l'exceptionnalité d'un lieu touristique. Le tourisme va finalement confirmer le patrimoine car il va le valoriser et créer une économie autour de ce patrimoine. Le tourisme peut apparaître comme un sauveur du patrimoine s'il est mis en place en conformité avec le développement durable (Lazzarotti, p133, 2011).

Il a une fonction économique car il peut devenir une matière première de l'économie locale jusqu'à être même un catalyseur de développement local. De plus, il est la matière première du développement touristique et de l'attractivité touristique d'un territoire.²¹ Le patrimoine, s'il est mis en valeur et utilisé à des fins touristiques, revêt plusieurs types de retombées économiques, directement dues aux produits du site (prix d'entrées, de visites, des souvenirs...) et indirectement avec la création d'emploi. Aujourd'hui, mettre en valeur le patrimoine est vu comme un outil du développement territorial (Patin, 2005).

2.4.2. Les patrimoines créent une identité au territoire

Ensuite, le patrimoine va avoir différentes fonctions sur un territoire. Tout d'abord une fonction sociale vu qu'il sera le témoin des rapports entre la société et le patrimoine. Il peut faire ressortir un sentiment d'appartenance et une volonté, même un devoir de le préserver par un groupe d'individu qui va s'identifier à ce patrimoine²².

De plus il est important de le préserver car il peut être un facteur de cohésion sociale pour les individus et notamment les habitants. Le patrimoine va relever les spécificités du territoire et donc indirectement de la vie de ses habitants. Il sera donc primordial pour préserver et développer durablement le territoire autour du patrimoine d'associer les habitants à la mise en tourisme (Lazzarotti, p133, 2011).

2.4.3. L'importance des patrimoines pour les paysages touristiques

La présence de la faune et la flore, et donc du patrimoine naturel des territoires, ainsi que le patrimoine culturel, participent plus ou moins directement aux activités générées par le tourisme. Ils sont considérés comme des éléments du décor paysager, des photos d'un territoire ou d'une

²¹ Bessière Jacinthe. *Sociologie du patrimoine*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2018

²² Bessière Jacinthe. *Sociologie du patrimoine*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2018

région, par exemple les flamands roses en Camargue, les bouquetins et le lys martagon dans les Alpes, l'aigle de Bonelli dans les gorges du Gardon, le Pont du Gard (patrimoine bâti) ou la Cité de Carcassonne. Les patrimoines naturels et culturels sont des éléments constitutifs des paysages touristiques, qui sont les supports de diverses activités touristiques. Les espèces emblématiques sont de véritables trésors (J-P. Lozato-Giotart, 2006)²³. Elles sont perçues comme un héritage culturel, beaucoup de sociétés accordent une grande importance au maintien de leur paysages ou à des espèces culturellement significantes. En majorité, les touristes choisissent leur lieu de vacances en fonction des caractéristiques des paysages. (Brahic, 2009, 199 p)

2.5. Un tourisme respectueux de ces patrimoines

Au vu de ces constatations, le tourisme, certes parfois destructeur, est un secteur où le souci de préserver ces paysages commence à émerger. Certains professionnels ont conscience que leur activité repose principalement sur les paysages ainsi que le patrimoine et donc que leur dégradation pourrait nuire à leur propre activité. Depuis quelques années la thématique du développement durable se renforce. Dans le secteur du tourisme on parle de tourisme durable.

2.5.1. Une forme de tourisme qui prend ses sources dans le développement durable

Dans les années 1970, les limites du modèle productiviste se font sentir et la croissance économique n'est plus la solution pour arrêter la pauvreté ou encore les inégalités sociales. De plus, on constate une utilisation abusive des ressources qui menace l'équilibre des écosystèmes. C'est donc à cette période que le concept de développement durable a émergé en 1972 avec le rapport « Limits to Growth » (Limites de la croissance) du MIT (Institut de technologie du Massachussetts) au club de Rome. Ce fut la première étude posant la question de la durabilité du système économique, et une nouvelle notion d'écodéveloppement émerge faisant allusion à un développement raisonné et solidaire. C'est véritablement avec le rapport de Brundtland en 1987 que la notion de développement durable émerge et s'affirme dans le discours des autorités internationales. Ce rapport ne remet pas en cause le développement mais préconise de le rendre durable. Une première définition du développement durable est alors donnée, comme étant *« celui qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs »*. C'est en 1992 au Sommet de Rio que le concept fut réellement médiatisé à l'international, 27 principes furent adoptés, avec 2500 recommandations pour un plan d'action du 21^e siècle, adoption de l'Agenda 21, Convention sur la biodiversité. Ensuite, en 2002, le Sommet National

²³ François Tourisme Consultants. *Biodiversité et Tourisme : de nouvelles opportunités pour les entreprises et les destinations*, 2011, 90 p [En ligne]. Disponible sur <https://archives.entreprises.gouv.fr/>. (Consulté le 23-10-2017).

du développement durable à Johannesburg a conforté les décisions prises à Rio, et a permis de mettre en avant de grandes problématiques communes à la planète concernant l'équité sociale, le dialogue interculturel, et l'état actuel de l'environnement se dégradant. Le développement durable est donc un enjeu fort pour nos sociétés.

L'Etat français s'investit sur cette thématique à la fois sur son propre territoire (Charte de l'environnement en 2005, Grenelle de l'Environnement en 2007, Plan Climat en 2017, Plan biodiversité en 2018 etc.) mais aussi en se raccrochant à des actions internationales. Quelques initiatives ont vu le jour à l'international (COP 21 en 2015 par exemple) traduisant la volonté internationale de privilégier un développement durable. Cependant, certaines puissances mondiales présentent des freins pour obtenir des résultats probants, c'est le cas des Etats-Unis qui n'ont pas souhaité se ratifier à la COP21.

Finalement, le développement durable repose sur le respect de l'environnement, le développement efficace de l'économie, et l'équité sociale. En d'autres mots, le développement durable est « *un développement économique viable, socialement équitable et écologiquement soutenable permettant aux générations futures de vivre décemment sur cette planète* », c'est-à-dire qu'il permet d'assurer un bon équilibre entre l'Homme, l'économie et la nature (Atout France, 2011, p 11)²⁴.

2.5.2. Définition du tourisme durable

Le tourisme durable a pris ses sources dans le développement durable, ce n'est pas une forme de tourisme mais un concept, il implique donc d'appliquer les principes du développement durable, de la durabilité au secteur touristique. Le secteur du tourisme se nourrit des spécificités d'un territoire, de ses patrimoines, il se doit donc de les préserver pour s'y développer. Selon les sources et les auteurs des petites différences sont présentes dans la définition du tourisme durable et dans la formulation des principes associés. Une première définition du tourisme durable est donnée par l'Organisation Mondiale du Tourisme en 1988 :

*« Le développement durable du tourisme satisfait les besoins des touristes et des régions d'accueil d'aujourd'hui, tout en veillant à protéger et à améliorer les conditions pour son développement futur. Il doit conduire à une gestion de l'ensemble des ressources permettant de satisfaire aux besoins économiques, sociaux et esthétiques, tout en sauvegardant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes d'entretien permettant la vie. »*²⁵

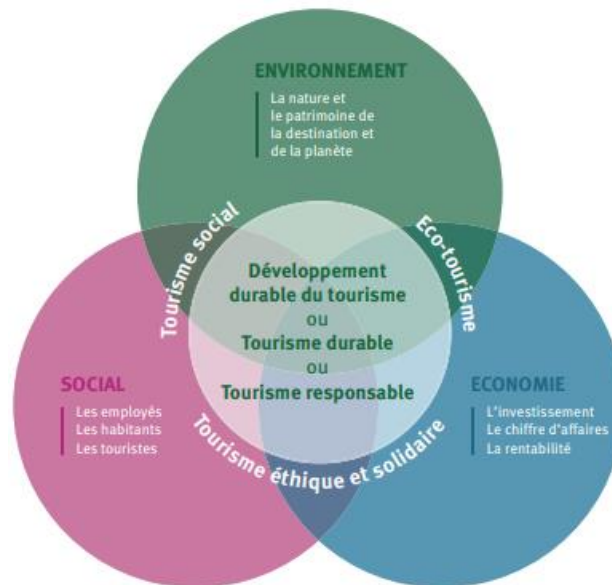
Dans d'autres mots le tourisme durable doit maintenir les équilibres socioculturels et écologiques en contribuant au développement économique des territoires et des prestataires du

²⁴ Rayssac Sébastien. *Développement et tourisme durable : concepts et approches*. Cours de Licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016.

²⁵ Rayssac Sébastien. *Développement et tourisme durable : concepts et approches*. Cours de Licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016.

tourisme (Gloaguen, p 30, 2010-2011). Le tourisme durable peut donc se décomposer en 3 parties.

Figure 2 : Schéma du développement durable du tourisme (Atout France, 2011, p 17)



La première, avec un niveau économique, le tourisme durable doit assurer une activité économique viable sur le long terme, c'est-à-dire, en offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis, elle doit générer des ressources, garantir un développement économique du territoire, créer de l'emploi et apporter une stabilité des emplois, stimuler l'économie locale, améliorer les conditions de vie des habitants du territoires avec l'amélioration de certaines structures publiques par exemple.

Ensuite, au niveau social, le tourisme durable doit prendre en compte 3 éléments. Tout d'abord les populations locales avec la lutte contre la folklorisation, le respect de leur cultures et traditions, de leur authenticité, contribuer à la tolérance entre les peuples, assurer le progrès social. En d'autres termes il doit permettre une limitation des effets négatifs du tourisme sur les sociétés en les contrebalançant en effet positif. Puis, il prend en compte les clientèles en favorisant l'accès à tous au tourisme, en mettant en place par exemple des dispositifs d'aides pour les personnes n'ayant pas les moyens ou bien en rendant accessibles les activités touristiques aux personnes en situation de handicaps.

Pour finir, le personnel est aussi pris en compte en favorisant une évolution de l'emploi dans des conditions sociales plus justes et plus épanouissantes. Puis, au niveau environnemental, le tourisme durable doit préserver les ressources naturelles et limiter les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement. Il doit contribuer à la préservation environnementale des

ressources et des milieux, il doit utiliser raisonnablement les ressources naturelles (notamment l'eau dans certains espaces touristiques), adapter le tourisme au territoire d'accueil (voir la capacité de charge que peut supporter l'espace naturel), contribuer à la protection de l'environnement et de la nature, mais aussi à valoriser le patrimoine naturel (Gloaguen, 2010-2011, p 30-31) (Atout France, 2011, p 15)²⁶.

Conclusion Chapitre 1

Finalement, la notion de développement durable est parfaitement adaptée au secteur touristique car plus que tout autre secteur, il se nourrit du patrimoine naturel et culturel qui est sa matière première. C'est ainsi qu'il devient essentiel pour le tourisme de se développer durablement sans dégrader ni épuiser les ressources qui le rend possible.

²⁶ Rayssac Sébastien. *Développement et tourisme durable : concepts et approches*. Cours de Licence 3 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016.

Chapitre 2 : De la protection des sites patrimoniaux à leur labellisation : une reconnaissance de leur exceptionnalité

Les patrimoines naturels et culturels sont fragiles. Divers dispositifs de protections existent en France afin de transmettre ces sites aux générations futures. Outre la protection, la labellisation reconnaît aussi la qualité d'un bien et son exceptionnalité.

1. Des outils de protection nationaux pour le patrimoine

La France est un pays riche de par sa diversité, que ce soit au niveau de ses paysages, de ses monuments ou de son climat. Le pays dispose de nombreux sites/espaces protégés avec par exemple 43 000 sites inscrits et classés, plus de 600 zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager, une centaine de secteurs sauvegardés, une quarantaine de sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO (Dution, Walker, 2014).

1.1. La Charte du tourisme durable, un document incitatif

La nécessité que le tourisme intègre le développement durable s'est notamment manifestée par l'adoption, sous l'égide de nombreuses organisations internationales (UNESCO, Programme des nations unies pour l'environnement, l'OMT, etc.), de la charte du tourisme durable qui a été signée à Lanzarote en 1995. Elle vient affirmer la thèse selon laquelle le tourisme et la protection de l'environnement sont interdépendants. En effet, les ressources patrimoniales constituent la source majeure pour le développement du tourisme. Un tourisme bien encadré peut mettre en valeur un territoire, un site et à posteriori le préserver. A l'issue de cette Conférence, des résolutions finales ont été prises concernant une recommandation aux Etats et aux gouvernements régionaux de mettre en place très rapidement des programmes d'action pour développer un tourisme durable. Cet exemple de charte montre que ce type de documents ne sont malheureusement que des documents incitatifs à l'échelle mondiale et n'ont pas de véritable force juridique, mais son développement ne repose que sur les actions concrètes qui seront développées sur un territoire au sein d'un pays. Les gouvernements doivent s'efforcer de leur côté de rechercher un équilibre entre leurs objectifs économiques et les besoins de protection du patrimoine²⁷.

²⁷ Lafforgue Laurence. *La protection des ressources touristiques par la politique d'aménagement du territoire*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2018.

1.2. La protection par les Monuments Historiques et des Sites Patrimoniaux Remarquables

Tout d'abord, les Monuments Historiques (MH) sont des immeubles dont la conservation présente un intérêt public au niveau de l'histoire ou de l'art, les notions de rareté et d'exceptionnalité sont aussi prises en compte. Ils peuvent être classés en totalité ou en partie seulement. Ces immeubles peuvent être aussi des monuments mégalithiques. La protection au titre des MH apparaît pour la première fois dans la loi de 1887 assurant leur protection. Elle fut élargie avec la loi de 1913 distinguant les sites inscrits et classés. (Audrerie, 2003, p 34). Les MH sont des bâtiments patrimonialisés et protégés, cette mesure permet de les conserver en l'état, ou alors de les réhabiliter ou restaurer si nécessaire pour les mettre à dispositions des locaux, des visiteurs ou des touristes²⁸. L'inscription est le premier niveau de protection, le classement est lui la mesure de protection la plus forte. La loi de 1943 a ensuite institué un périmètre de protection de 500 mètres autour des MH classés ou inscrits. Cette décision vient appuyer le fait que les monuments et environnement dans lequel il est implanté forment un tout et sont solidaires. Le monument fait partie d'un paysage qui dépasse largement le strict périmètre du monument (Audrerie, 2003, p 34) (Dution, Walker, 2014, 172p).

Ensuite on note aussi les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) intégrés par la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine. Les SPR remplacent les anciens dispositifs de protection : les Aires de mise en valeur de l'architecture et du paysage (AVAP), les Zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) et les secteurs sauvegardés. Ces dispositifs, aujourd'hui transformés en SPR ont pour objectif la protection et la valorisation du patrimoine architectural, urbain et paysager des territoires concernés. Les SPR concernent « *les villes, villages ou quartiers dont la conservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présente, au point de vue historique, architectural, archéologique, artistique ou paysager, un intérêt public.* » De plus, le site est pris dans son intégralité, les espaces ruraux, les villes et villages, les paysages forment un tout, un ensemble cohérent et peuvent être classés au même titre du fait que ces espaces contribuent à leur conservation ou leur valorisation. Ici, la protection permet de réfléchir plus largement aux enjeux globaux à l'échelle du territoire. Ces enjeux sont décrits dans un plan de gestion du territoire, soit par un plan de sauvegarde et de mise en valeur

²⁸Breton Jean Marie. La dimension culturelle et patrimoniale de la demande de tourisme. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p19-23

(document d'urbanisme), soit par un plan de valorisation de l'architecture et du patrimoine (servitude d'utilité publique)²⁹.

1.3. De nombreuses politiques de protection des ressources naturelles touristiques

Les protections pour les espaces naturels et pour la biodiversité sont très nombreuses, ici nous nous concentrerons sur les Parcs naturels et les réserves naturelles, mais nous aurions pu aussi évoquer des arrêtés de biotope, des Zones naturelles d'intérêt écologique, floristique et faunistique (ZNIEFF), les sites Natura 2000 et bien d'autres. Ce pendant ces 2 exemples permettent d'aborder à la fois la protection du patrimoine et la mise en tourisme.

1.3.1. Les Parcs Naturels

Tout d'abord, les Parcs naturels sont divisés en trois catégories : les Parcs Nationaux (PN) qui ont la plus forte protection, les Parcs Naturels Marins (PNM) et les Parcs Naturels Régionaux (PNR).

Les Parcs Nationaux datent de la loi du 22 juillet 1960 aujourd'hui régis par celle de 2006. Ils sont au nombre de 10 en France. Ils peuvent être créés à partir d'un espace terrestre ou maritime. Le milieu naturel doit comporter un intérêt spécial qu'il importe d'en assurer la protection. Ces territoires, par cette protection sont préservés des dégradations et atteintes qui pourraient altérer leur diversité, leur composition, leur aspect ou leur évolution (Dupuis, 2014, 269p). Les Parcs Nationaux sont délimités en deux zones. Le cœur du parc qui est en fait une réserve intégrale avec une réglementation très forte et contrôlée, dont toute infraction est susceptible de sanctions (peine de prison, amende). La loi de 2006 définit les règles communes aux parcs nationaux (réglementation agricole/forestière/pastorale, activités interdites, travaux interdits au cœur du parc etc.). Chaque parc fixe des règles supplémentaires spécifiques à son territoire. Ensuite on y trouve l'aire d'adhésion qui constitue en fait une zone tampon qui entoure le parc (communes extérieures adhérentes). Cette partie permet de réceptionner les visiteurs sans en dégrader la partie protégée.³⁰

Ensuite, les PNR ont eux, pour vocation d'accueillir les activités de loisirs et donc de constituer des sites touristiques. Ils ont été créés par la loi de 1967 comme un instrument de protection des équilibres biologiques et du patrimoine, mais aussi comme un instrument de développement

²⁹ Ministère de la Culture. *Les Sites Patrimoniaux Remarquables [En ligne]*, Disponible sur <http://www.culture.gouv.fr> (Consulté le 7-4-2019)

³⁰ Lafforgue Laurence. *La protection des ressources touristiques par la politique d'aménagement du territoire*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2018.

local, en réglementant ou en interdisant les activités qui sont susceptibles de nuire à la préservation de ces espaces naturels. Leurs missions sont d'ordre socio-économique, pédagogique, de loisirs, de détente, de culture et de découverte. Ce sont des territoires ruraux où l'on recherche un développement durable qui soit respectueux des équilibres du milieu. Un certain nombre de parcs adhèrent à la charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, et les signataires s'engagent à développer le tourisme durable. Actuellement, il y a 52 territoires labellisés Parcs Naturels Régionaux, considérés comme remarquables du fait de leur richesse patrimoniale culturelle et naturelle. Les parcs agissent en faveur du patrimoine naturel autour de 4 fondements qui sont la connaissance, la protection, la gestion et la valorisation de ce patrimoine (Gloaguen, 2010-2011)³¹. Pour finir, au travers de ces éléments, les PNR sont comme des outils pour permettre la préservation des espaces naturels et leur valorisation, mais ce ne sont pas des espaces mis sous cloche où les activités sont limitées, ils accordent une importance à concilier les activités humaines, la préservation de l'espace naturel ainsi que l'accueil des touristes.

1.3.2. Les réserves naturelles

Tout d'abord, selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), une réserve naturelle est « *une partie du territoire où la conservation de la faune, de la flore, du sol, des eaux, des gisements de minéraux et de fossiles et, en général, du milieu naturel présente une importance particulière* ».³² Cela induit que toute intervention artificielle, c'est-à-dire des aménagements qui sont susceptibles de dégrader le milieu par exemple, ne sont pas admis. Il y a trois types de réserves naturelles, tout d'abord les réserves naturelles nationales (RNN), les réserves naturelles de la collectivité territoriale de Corse (RNC) et les réserves naturelles régionales (RNR).

Un plan de gestion est réalisé pour projeter les objectifs et les moyens qui doivent être mis en œuvre sur le terrain afin d'entretenir ou de restaurer les milieux, le plan de gestion précise aussi ce qui peut être fait ou non sur la réserve. Une des actions majeures d'une réserve naturelle est de sensibiliser le visiteur, en faisant connaître et aimer ce patrimoine naturel remarquable et en l'amenant à le protéger. Pour cela, les réserves développent des animations afin de sensibiliser et de faire connaître ce patrimoine, au travers de sentiers d'interprétation et d'observation, de guides, de jeux ou encore de livrets. L'enjeu est d'aller au-delà du simple émerveillement devant un milieu remarquable, et de leur faire comprendre la complexité de la nature et de son

³¹ Parcs naturels régionaux. *Biodiversité [En ligne]*. Disponible sur <http://www.parcs-naturels-regionaux.fr/>. (Consulté le 29-11-2017)

³² INSEE. *Réserve naturelle [En ligne]*. Disponible sur <https://www.insee.fr/>. (Consulté le 20-1-2018)

fonctionnement. En fait une réserve naturelle a pour but de préserver le milieu naturel tout en le valorisant auprès des visiteurs à travers de la sensibilisation³³. Pour finir, la responsable de l'accueil des publics de la Réserve Naturelle des Marais du Vigueirat, partage l'idée que le tourisme et l'accueil du public est une opportunité à la préservation de la réserve naturelle et aussi un outil de développement du territoire, et qu'il est important de développer le tourisme sur une certaine partie de la réserve.

1.4. Le classement et l'inscription des sites naturels : un exemple qui lie fortement patrimoine culturel et naturel

Cette dernière protection est l'une des plus propice à conjuguer à la fois protection du patrimoine naturel et culturel, puisqu'il intègre la notion de « site », en fait un espace constitué de ces patrimoines. Le classement et l'inscription des sites date de la Loi du 2 mai 1930. Cette loi a pour vocation de protéger les sites et monuments naturels « *dont la conservation ou la préservation présente au point de vue artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, un intérêt général* ». Ces sites doivent être suffisamment remarquables au niveau national pour pouvoir être protégés. Comme pour les Monuments Historiques il y a deux niveaux de protection : l'inscription qui a surtout un effet de surveillance des sites et le classement qui permet d'assurer la protection avec plus de vigueur afin de conserver les caractéristiques du site et de le préserver de toutes atteintes graves. Pour un site classé, tous les travaux susceptibles de détruire ou de modifier l'aspect du site doivent être autorisés par le ministre chargé des sites. Aujourd'hui on dénombre 4 800 sites inscrits sur 1 700 000 hectares et 2 700 sites classés sur 800 000 hectares.

La nature des protections a aujourd'hui évolué, au début c'était des éléments isolés menacés de dégradation qui étaient protégés (rochers, forêts etc.) alors qu'aujourd'hui se sont des entités plus vastes associant à la fois des aspects culturels et naturels : le Pont du Gard, la montagne Sainte-Victoire, le Mont Saint-Michel... Il est important de mentionner qu'au départ ces sites n'étaient pas protégés dans un souci de préserver la biodiversité ou de l'environnement, mais aujourd'hui cette loi répond à ces nouvelles problématiques et sujets qui ont émergé.³⁴

Cette protection retiendra particulièrement notre attention durant la suite de cette recherche puisque chaque Grand Site doit être classé par la loi de 1930. C'est pourquoi, dans la suite de ce mémoire nous garderons le terme de *site patrimonial*, en lien avec cette loi.

³³ Réserves Naturelles de France. *Les réserves [En ligne]*. Disponible sur <http://www.reserves-naturelles.org> (Consulté le 10-12-2017)

³⁴ Lafforgue Laurence. *La protection des ressources touristiques par la politique d'aménagement du territoire*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2018.

2. La labellisation des sites patrimoniaux : entre enjeux et limites

Outre les mesures de protection permettant la préservation de ce patrimoine et témoignant de son exceptionnalité, un processus de labellisation d'un site peut venir en complément de cette protection, valorisant cette exceptionnalité, tel est le cas des membres du Réseau des Grands Sites de France, engageant cette démarche dans le but d'être labellisés.

2.1. Qu'est-ce qu'un label ?

Tout d'abord, le terme de label, au Moyen-Age « *lambel* » était un synonyme de blason. De sa provenance nous voyons que deux chemins se dessinent autour de ce mot, déjà la notion de visibilité, d'image comme un logo mais aussi qu'un label décrit une certaine identité. Cette notion est ensuite réapparue en France au XVIIe siècle en désignant comme label, une étiquette que l'on appose sur un produit et qui va donner des indications sur son appellation, son origine, sa composition et son usage. Cependant un label est souvent assimilé à une marque déposée qui va permettre de garantir la qualité d'un produit, voire même sa conformité à des normes³⁵.

Un label valorise la qualité et l'excellence d'une démarche et permet de garantir une qualité supérieure du produit/site par rapport à un autre. Ils sont aussi des marqueurs de territoire, ils marquent les spécificités d'un territoire. L'objectif d'un label peut être d'informer le client, d'assurer la conformité d'un produit ou d'un service ou bien de distinguer un produit par son origine géographique d'une production. La labellisation est une opportunité de structurer les acteurs, de rendre visible les particularités d'un territoire. De plus, selon Clom-Filloz (2011) le label « *publicise certaines qualités d'un territoire « rêvé, projeté, perçu et vécu ; un espace qui se réinvente par le biais de ses acteurs qui interrogent la conformité aux critères établis et mis en évaluation* ». La labellisation du fait qu'elle correspond à des critères établis collectivement devient un argument d'autorité et légitime le label. (Fournier, 2014, p13, 89, 286 et 292)

Pour finir, l'obtention du label s'en suit de l'apposition du logo qui va démontrer que l'entreprise/site/territoire respecte les exigences et la qualité demandés. La labellisation entraîne aussi des formes de contrôles et de surveillance³⁶.

³⁵ Roux-Durand Marion. *Les labels du patrimoine culturel. La Lettre de l'OCIM*, 2012, n°142, 28-37

³⁶ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. *Branding et labels en tourisme : réticences et défis*. Management et Avenir, 2011, n° 47, p. 205 à 222

2.2. Les enjeux de la labellisation

Être labellisé, pour un site patrimonial apporte de nombreux avantages et répond à différents enjeux auxquels ils sont confrontés. Mais la labellisation est aussi un enjeu pour le visiteur venant en quête de découverte et d'immersion.

2.2.1. Des enjeux pour un territoire : protection et développement économique

La labellisation représente des enjeux pour les territoires en quête de cette distinction. Tout d'abord, le principal enjeu pour un territoire ou un site à être labellisé est de faire reconnaître officiellement son site ou les spécificités du territoire. Le label va alors devenir une reconnaissance de l'exceptionnalité de leur site par un organisme d'attribution extérieur. Selon M. Fournier, la labellisation est un moyen « *d'authentifier, de protéger, de réinventer, de valoriser afin de la transformer en une ressource mobilisable en vue d'un développement localisé.* » (2014, p. 7)

De plus, la forte croissance du tourisme entraîne des pressions sur les sites patrimoniaux culturels et naturels fragiles, et le label devient parfois pour eux une opportunité de protéger leur patrimoine ou de le développer durablement³⁷. Certains labels intègrent dans leur norme la préservation des sites et viennent compléter une protection officielle. C'est le cas du label Grands Sites de France qui témoigne d'une gestion de site et d'un développement qui ne portera pas atteinte aux valeurs et à l'esprit des lieux du site. On peut aussi citer le label « Ville et Pays d'art et d'histoire » qui affiche comme enjeu principal la sensibilisation et la préservation du cadre de vie³⁸.

Ensuite, la labellisation peut aussi répondre à des enjeux économiques car quand un site est valorisé de cette manière c'est la région qui en bénéficie et les acteurs même du territoire. Le label va donner une image positive de la qualité du territoire, de ses traditions, de son art de vivre etc. (Fournier, 2014, p. 108).

2.2.2. Des avantages pour le visiteur : le rassurer

Ensuite, le label est une plus-value pour le visiteur, d'autant plus dans le secteur du tourisme puisqu'il part à la découverte d'une destination inconnue. Il va donc rechercher des signaux ou des éléments qui lui permettront d'identifier le lieu. Dans ce sens, le label va démontrer l'engagement public du site dans son adhésion à des règles, des directives, des normes qui sont

³⁷ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. *Branding et labels en tourisme : réticences et défis.* Management et Avenir, 2011, n° 47, p. 205 à 222

³⁸ Roux-Durand Marion. *Les labels du patrimoine culturel.* La Lettre de l'OCIM, 2012, n°142, 28-37

contrôlés. Le label rassure le visiteur dans sa prise de décision et développe son attachement non pas au territoire mais au label lui-même, il amène alors le tourisme par la confiance qu'il lui attribue, à la fois à visiter le site mais aussi à vouloir visiter les autres sites qui ont obtenu le même label. Finalement le label devient presque une marque pour le visiteur en laquelle il va avoir confiance.³⁹ Aujourd'hui, cette recherche de labels par les visiteurs est amplifiée notamment par les nouvelles formes de tourisme, et constituent donc des signaux pour aider le visiteur à ne pas passer à côté de l'essentiel du territoire et de ce qui fait sa spécificité, sa particularité⁴⁰.

2.3. Les différents types de labels

Les labels dans le tourisme peuvent être divisés en différents types, en effet, un label n'est pas attribué de la même manière ni avec les mêmes exigences ni à la même échelle.

2.3.1. Les labels d'accréditation de certification

Tout d'abord, on trouve des labels dits « d'accréditation ou de certification », c'est-à-dire que ce sont les labels qui ont un processus de certification assurant que le site patrimonial ou l'offre touristique respectent des normes définies ou un cahier des charges. Ensuite, une fois labellisés ils pourront apposer le logo qui montre au consommateur que des normes de certification ont été atteintes. Pour exemple on peut citer le label « tourisme et handicap » ou l'écolabel européen qui en prend en compte des critères environnementaux et s'inscrit dans une démarche de développement durable. Aux yeux des consommateurs ces labels montrent l'engagement du site à adhérer à des règles ou des normes elles-mêmes contrôlées et surveillées par un organisme certificateur⁴¹ (Fournier, 2014, p. 94).

2.3.2. Les labels de récompense

Ensuite, il existe des labels dits de « récompense » où une organisation va accorder une distinction, un prix aux lauréats d'un concours comme le label « Villes et Villages fleuris » par exemple ou le label Eden. Ce dernier a été mis en place par la Commission Européenne en 2006 pour développer et accroître les modèles d'un tourisme durable dans l'Union Européenne.

³⁹ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. *Branding et labels en tourisme : réticences et défis. Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222

⁴⁰ Erwann Charles, Hervé Thouément. Le label territorial, facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne. *Téoros*. 2007, p 33-38 [En ligne]. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/teoros/823> (Consulté le 26-2-2019)

⁴¹ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. *Branding et labels en tourisme : réticences et défis. Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222

Chaque année est organisée un concours sur une thématique définie où le label est attribué au gagnant.

2.3.3. Les labels d'Etat ou administratifs

Il existe aussi des labels dits « d'Etat », c'est-à-dire qu'ils sont attribués par un ministère et encadrés par les pouvoirs publics. Dans le tourisme et la labellisation des sites patrimoniaux on retrouve deux principaux attributeurs suite à l'examen du dossier : le Ministère de la Culture et le Ministère de la Transition énergétique et solidaire (par exemple le label Grands Sites de France, Villes et Pays d'Art et d'histoire...). Les labels d'Etats ont des démarches plus contraignantes mais ils sont aussi plus légitimes et ne peuvent être contestés contrairement à des labels décernés par des associations ou des réseaux.

Par ailleurs ce ne sont pas forcément les plus connus et reconnus (Fournier, 2014, p 94)⁴².

2.3.4. Les labels attribués par un réseau

Les labels peuvent être attribués par des réseaux comme par exemple le label « Plus Beaux Villages de France », qui dispose d'une Commission technique dédiée « Commission Qualité » qui décide de l'octroi du label ou non. Il repose sur des critères à respecter, puis sur un processus de sélection⁴³.

Pour finir, le prestige d'un label dépend surtout de la notoriété de l'organisme accréditeur, et par extension des autres sites labellisés qui sont à la fois concurrents et partenaires.

2.4. Les conséquences engendrées par la labellisation

2.4.1. La surfréquentation engendrée par la labellisation

Même si la plupart des labels n'engendrent pas une hausse de la fréquentation à la suite de la labellisation, du fait que ce sont des sites souvent connus et dont la notoriété a contribué à la labellisation, le label « Patrimoine Mondial » de UNESCO est un contre-exemple. En effet, certains sites voient leur fréquentation augmenter de 20% à 40% suite à la labellisation. Le label « Patrimoine mondial » est une reconnaissance internationale et les sites bénéficient donc d'une portée internationale, ce qui explique cette augmentation. Cette forte augmentation suite à la

⁴² Erwann Charles, Hervé Thouément. Le label territorial, facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne. Téoros. 2007, p 33-38 [En ligne]. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/teoros/823> (Consulté le 26-2-2019)

⁴³ Comment devient-on un PBVF ? *Les Plus beaux villages de France* [En ligne]. Disponible sur <https://www.les-plus-beaux-villages-de-france.org/fr/> (Consulté le 14-04-2019)

labellisation peut avoir des effets négatifs sur le site lui-même, et ses qualités pour lesquelles il a été labellisés peuvent se voir détériorer⁴⁴.

2.4.2. Des labels utilisés comme outil marketing

Le label peut devenir un outil de promotion du territoire voir même de marketing. Par sa portée internationale, le label du « Patrimoine Mondial » est un label qui devient un véritable outil de promotion, et qui impacte le choix du visiteur dans sa destination ou dans le choix des sites qu'il va visiter lors de son séjour. Le label est un argument promotionnel utilisé par les acteurs d'un territoire en bénéficiant, il s'inscrit dans une stratégie de positionnement ou de promotion touristique d'un territoire. Le territoire ou le site labellisé pourra alors employer le nom et la renommée du label et elle s'étendra à l'ensemble des membres. On peut parler de véritable outil marketing dans le sens où le label va être un élément d'identification du territoire ou d'un site patrimonial, un outil pour le promouvoir, qui va permettre de se différencier par rapport à un autre site et ainsi induire une réassurance des cibles marketing. Il y a alors à la fois une approche du « produit » avec le site ou le territoire, puis une approche « produit/visiteur ». Mais il y a un conflit sur cet aspect de promotion qui peut aller à l'encontre de l'objectif de protection pour basculer vers de la commercialisation du territoire. Selon M. Fournier « *les territoires deviennent des produits touristiques et culturels, authentifiés, labellisés, esthétisés, prêts à consommer une fois estampillés* » (Fournier, 2014, p 94-97)⁴⁵.

2.4.3. Profusion de labels dans le tourisme, comment s'y retrouver ?

Le tourisme et ses différentes approches du fait de la richesse du patrimoine (culturelles, gastronomiques, naturelles, durables, de découverte, balnéaires etc.) font de ce secteur un secteur où un grand nombre de labels cohabitent. Cette profusion de label est bénéfique pour l'économie d'un territoire qui en bénéficie, car il traduit le dynamisme et la richesse de l'offre du territoire, et donc il se démarque en ce sens. Mais, le revers de la médaille dans cette profusion est que trop de labels sur un même territoire peuvent nuire au niveau de la lisibilité et de la crédibilité qui en sera alors discutée. Finalement, cette prolifération entraîne une confusion sur le territoire que ce soit pour les touristes ou même pour les partenaires régionaux⁴⁶.

⁴⁴ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. Branding et labels en tourisme : réticences et défis. *Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222

⁴⁵ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. Branding et labels en tourisme : réticences et défis. *Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222

⁴⁶ Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. Branding et labels en tourisme : réticences et défis. *Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222

De plus, les sites labellisés augmentent ce qui tend à augmenter la concurrence et banalise les sites, selon Jeudy (2008) « *si le patrimoine n'a plus de statut à part, s'il devient une valeur marchande comme les autres, il perd de sa puissance symbolique* ». Il faut donc réaffirmer la singularité et trouver des solutions pour se différencier (Fournier, 2014, p170). Ce que l'on peut retenir c'est que cette multitude de label outre les conséquences négatives que l'on a vu, est tout de même le moyen de l'existence de caractéristiques propres au territoire, et plus il y a de labels plus il y a des spécificités et d'offres de qualité⁴⁷.

2.4.4. Quelle différence avec une marque ?

La marque et le label, sont souvent associés ou évoqués ensemble, pourtant il y a des différences. La marque est comme un complément d'un label. Le label lui, va évoquer tout le processus d'un site patrimonial dans sa démarche de labellisation et prend en compte le fond et les normes à respecter pour être labellisé. La marque permet d'identifier un site, une organisation, c'est un élément qui permet au public de reconnaître un produit, un site parmi tant d'autres. En enregistrant ces éléments d'identification à l'INPI tel qu'un logo, un dessin, une marque, une police de caractère, des couleurs permet aussi à l'acteur, qu'il soit public ou privé d'acquérir la propriété d'un logo, d'un dessin, cela permet à l'acteur d'en devenir le propriétaire (Fournier, 2014, p 286). Le label est une reconnaissance d'une certaine certification, d'une qualité, d'une spécificité, alors que la marque est principalement une identification. De plus, un label de nature territorial va traduire une volonté politique afin de donner à son territoire un axe de différenciation, c'est une manière de fédérer les acteurs au bénéfice du territoire, alors que la marque peut surgir d'une dynamique isolée.

3. La labellisation de sites patrimoniaux, des labels de référence pour un tourisme respectueux

Les problématiques actuelles vues précédemment imposent à la fois de préserver ces patrimoines mais aussi d'aider au développement durable des territoires. Cette étude ciblant les patrimoines naturels et culturels va s'attarder à décrypter les différents labels qui y sont liés ainsi que leurs enjeux. Nous nous concentrerons sur le label du « Patrimoine Mondial », « Grands Sites de France », « Villes et pays d'art et d'histoire », les « Plus beaux villages de France ».

⁴⁷ Erwann Charles, Hervé Thouément. Le label territorial, facteur d'attractivité touristique : une étude appliquée à la Bretagne. Téoros. 2007, p 33-38 [En ligne]. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/teoros/823> (Consulté le 26-2-2019)

3.1. La labellisation « Patrimoine Mondial », un label prestigieux à l'international

Le label « Patrimoine Mondial » de l'Unesco existe depuis 1972 avec la Convention au sujet de la protection du patrimoine naturel et culturel mondial. Les sites labélisés sont aujourd'hui des symboles de l'identité culturelle du monde. Il est attribué par le Comité du patrimoine mondial qui en établit une liste chaque année. L'objectif de la mise en place de ce label est de stimuler dans le monde, l'identification, la protection et la préservation du patrimoine culturel et naturel qui a une valeur exceptionnelle pour l'humanité et une application universelle. Aujourd'hui, on dénombre 679 biens culturels, 174 biens naturels et 25 biens mixtes étant labélisés et répartis sur 145 Etats⁴⁸

Figure 3 : Critères de sélection

- 1) Représenter un chef-d'œuvre du génie créateur humain
- 2) Témoigner d'un échange d'influences considérable pendant une période donnée ou dans une aire culturelle déterminée, sur le développement de l'architecture ou de la technologie, des arts monumentaux, de la planification des villes ou de la création de paysages ;
- 3) Apporter un témoignage unique ou du moins exceptionnel sur une tradition culturelle ou une civilisation vivante ou disparue ;
- 4) Offrir un exemple éminent d'un type de construction ou d'ensemble architectural ou technologique ou de paysage illustrant une ou des périodes significative(s) de l'histoire humaine ;
- 5) Être un exemple éminent d'établissement humain traditionnel, de l'utilisation traditionnelle du territoire ou de la mer, qui soit représentatif d'une culture (ou de cultures), ou de l'interaction humaine avec l'environnement, spécialement quand celui-ci est devenu vulnérable sous l'impact d'une mutation irréversible
- 6) Être directement ou matériellement associé à des événements ou des traditions vivantes, des idées, des croyances ou des œuvres artistiques et littéraires ayant une signification universelle exceptionnelle ;
- 7) Représenter des phénomènes naturels ou des aires d'une beauté naturelle et d'une importance esthétique exceptionnelles ;
- 8) Être des exemples éminemment représentatifs des grands stades de l'histoire de la terre, y compris le témoignage de la vie, de processus géologiques en cours dans le développement des formes terrestres ou d'éléments géomorphiques ou physiographiques ayant une grande signification ;
- 9) Être des exemples éminemment représentatifs de processus écologiques et biologiques en cours dans l'évolution et le développement des écosystèmes et communautés de plantes et d'animaux terrestres, aquatiques, côtiers et marins ;
- 10) Contenir les habitats naturels les plus représentatifs et les plus importants pour la conservation in situ de la diversité biologique, y compris ceux où survivent des espèces menacées ayant une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation.

⁴⁸UNESCO. *Les critères de sélection*. Disponible sur <http://www.unesco.org/>. (Consulté le 14-01-2019)

Pour être labellisés, les sites doivent satisfaire au moins un de ces 10 critères. Cette labellisation présente de nombreux avantages pour le site déjà par le prestige du label, qui permet aussi de faire partie d'une communauté sauvegardant des biens d'importance universelle. De plus, il pourra bénéficier de plans de gestion, d'une assistance d'urgence en cas de dommages dus aux catastrophes naturelles ou à l'activité humaine. Pour terminer, le site pourra renforcer ses activités touristiques du fait que le public sera plus sensible au site et à ses valeurs. Ensuite, la labellisation engendre quelques contraintes, le site sera suivi par l'Unesco qui peut le déclasser.

Ce label qui vient affirmer la singularité d'un lieu est à la fois une forme de protection, un instrument de développement local mais aussi un instrument de gestion de l'activité touristique.

3.2. Le label Plus Beaux Villages de France, des villages remarquables

L'association « Les Plus Beaux Villages de France » regroupe aujourd'hui 158 villages labellisés en France, chacun reconnu pour leur patrimoine remarquable.

Pour obtenir le label, les villages doivent répondre à une charte de qualité avec des critères qui sont à respecter. Tout commence par une étape de pré-sélection, où trois critères sont obligatoires et donc éliminatoires :

- Le village ne doit pas dépasser 2000 habitants
- Le territoire du village doit avoir au moins deux périmètres de protection (MH, Sites classés, ou SPR)
- Témoigner d'une motivation collective (délibération du Conseil Municipal.)

Ensuite, il y a 27 critères d'évaluation qui permettent de mesurer sur site la qualité du village. Ici les critères concernent le patrimoine protégé au sein du village, la qualité patrimoniale et architecturale du village et les efforts de maîtrise, de mise en valeur et d'animation de leur patrimoine (avec des documents d'urbanisme, une maîtrise des flux, des aménagements etc.).⁴⁹

Figure 4 : Les étapes d'attribution du label "Les Plus Beaux Villages de France"



⁴⁹France.fr. *Les labels touristiques du patrimoine français* [En ligne] Disponible sur <https://be.france.fr> (Consulté le 20-03-2019)

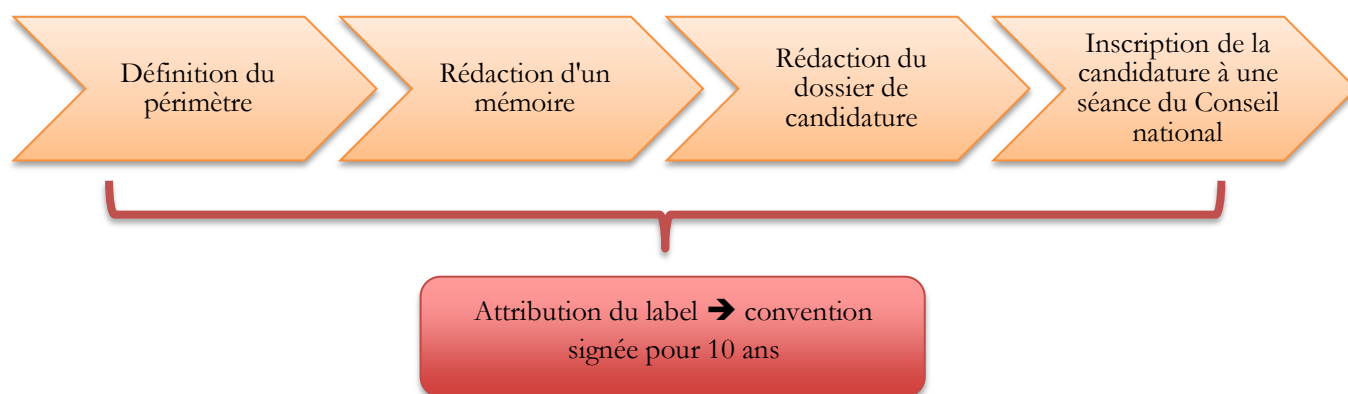
Finalement, l'octroi de ce label est un outil de reconnaissance d'un village au patrimoine remarquable et valorisé.

3.3. Villes et Pays d'Art et d'Histoire, attribué par le Ministère de la Culture

Contrairement aux deux labels mentionnés précédemment, celui-ci est attribué par l'Etat, par le Ministre de la Culture suite à l'avis du Conseil national des Villes et Pays d'art et d'histoire (VPah). On note aujourd'hui, 190 labellisés qui sont des communes ou groupements de communes mettant en place une politique qui vise à sensibiliser au patrimoine, à l'architecture et au cadre de vie, les habitants, visiteurs et le jeune public. Ces territoires, face aux enjeux que représente l'appropriation par les habitants de leur patrimoine, témoignent d'une démarche portée vers la connaissance, la conservation et la médiation.

L'attribution du label suit quatre critères principaux, le premier concerne l'intégration dans le projet local de développement, de la culture, de l'architecture et du patrimoine. Ensuite, un périmètre doit être défini en étant en cohérence historique, géographique, démographique et culturelle. Le troisième critère relève des moyens mis en œuvre pour assurer la connaissance la conservation, la protection et la valorisation du paysage, de l'architecture et du patrimoine. Pour finir, le projet VPah doit être inscrit dans les politiques locales⁵⁰.

Figure 5 : Processus d'obtention du label VPah



Suite à l'attribution du label, une convention est signée définissant les objectifs précis qui portent sur le recrutement d'un animateur du patrimoine notamment, mais aussi sur la sensibilisation des publics (surtout une initiation aux jeunes, rendre acteurs les habitants), la valorisation du patrimoine et de l'architecture et la mise en place d'un Centre d'interprétation de l'architecture

⁵⁰Ministère de la Culture. *Label « Ville et Pays d'art et d'histoire »* [En ligne] Disponible sur <http://www.culture.gouv.fr> (Consulté le 10-04-2019)

et du patrimoine. L'obtention du label permet à la collectivité de jouir de nombreux avantages, comme une meilleure visibilité (logo, mention dans les documents du ministère de la Culture, aide pour l'édition de dépliants etc.), du conseil et de l'expertise des services de la DRAC, l'appartenance au réseau national du label, et une aide aux subventions⁵¹.

3.4. Le label Grand Site de France

Pour terminer ce bref inventaire des labels du patrimoine nous évoquerons rapidement le label Grand Site de France qui sera plus approfondi dans la seconde partie puisqu'il concerne directement notre mission.

Ce label, attribué depuis 2004, n'est pas forcément le plus connu mais il s'agit d'une politique qui s'est construite sur 30 ans de réflexion par le Ministère en charge des sites, il est attribué par l'Etat, par le Ministère en charge des sites. La différence de ce label est qu'il n'est pas attribué au site mais au gestionnaire du site. C'est-à-dire que ce label va reconnaître et garantir l'excellence de la gestion d'un **site classé** (critère essentiel pour être éligible), d'une grande notoriété et sujet à une forte fréquentation. Le label garantit que le site est préservé et géré selon les principes du développement durable, que le gestionnaire en préserve sa qualité, qu'il l'entretient et qu'il effectue une gestion compatible au développement local mais aussi de faire en sorte que le tourisme sur son territoire soit compatible aux conditions de vie des habitants. Finalement, ce label cherche à préserver dans le temps ces sites et l'esprit des lieux sans les figer mais en les faisant vivre. Ici l'objectif n'est pas de faire connaître les sites car ils ont déjà une forte notoriété (Fournier, 2014, 632 p)⁵².

Conclusion Chapitre 2

Pour conclure ce chapitre, il est important de préciser que les labels dans le tourisme sont une manière de caractériser un territoire. Les labels du patrimoine sont un complément à une protection antérieure : site classé (label Grand Site de France), classement monuments historiques (Plus Beaux Villages de France etc.) par exemple. Les sites labellisés deviennent à la fois des « modèles » d'excellence au niveau de la préservation d'un bien, de sa gestion, ou de sa qualité, mais aussi des modèles de beauté ou d'exceptionnalité. C'est une manière de communiquer et de dire que ce site est préservé et qu'il respecte telle ou telle valeur.

⁵¹Villes et Pays d'art et d'histoire. *Un label [En ligne]* Disponible sur <http://www.vpah.culture.fr/label/label.htm> (Consulté le 15-04-2019)

⁵²Lafforgue Laurence. *La protection des ressources touristiques par la politique d'aménagement du territoire*. Cours de Master 2 TD, ISTHIA, Université Toulouse – Jean Jaurès, 2018.

Chapitre 3 : Animation et mise en réseau, un atout pour les membres

La labellisation entraîne indéniablement la mise en place d'un réseau et une mise en réseau des sites labellisés, à l'image du Réseau des Grands Sites de France par exemple. Notre mission étant directement liée à la mise en réseau et à son animation, il paraît opportun de comprendre les mécanismes de la mise en réseau d'acteurs.

La mise en œuvre d'une politique de labellisation s'appuie sur l'existence d'un réseau. Mais pourquoi mettre en réseau ces sites, quel en est l'intérêt ? Ce chapitre s'attachera à définir la mise en réseau, les procédés pour créer un réseau, les objectifs mais aussi d'appréhender la mise en réseau dans le secteur du tourisme et notamment en lien avec les sites patrimoniaux.

1. La mise en réseau, qu'est-ce que c'est ?

Aujourd'hui, un double constat est fait concernant la mise en réseau. Premièrement, les réseaux se multiplient ce qui implique une importance à savoir travailler en réseau, n'excluant pas le domaine du tourisme et du patrimoine. Ensuite, de plus en plus d'entreprises ou d'acteurs développent des outils et dispositifs de partage de pratiques et de capitalisation des savoirs (Le Boterf, 2012, p. 3).

1.1. Origine des réseaux

Tout d'abord, étymologiquement, le réseau vient du latin « *rets* » ou « *retis* » qui signifient des filets de pêche et une notion de maillage. Selon Braudel (1980), le premier maillage dans le domaine économique remonte au Moyen-Age. A cette période, on effectuait alors des échanges marchands par le biais d'entrepreneurs qui étaient à la tête d'artisans. On appelait ça le troc, le réseau permettait d'avoir une relation de confiance dans l'échange des marchandises. Cette première origine montre l'importance de la relation de confiance dans un réseau.

Aujourd'hui, on retrouve ce concept dans la plupart des secteurs ou domaines que ce soit dans l'ingénierie avec la télécommunication, la biologie (avec le réseau de neurones, le système nerveux etc.), en géographie (réseau territorial, réseau urbain), dans le tourisme etc. (Le Boterf, 2012, p3) (Assens, 2013, 168 p).

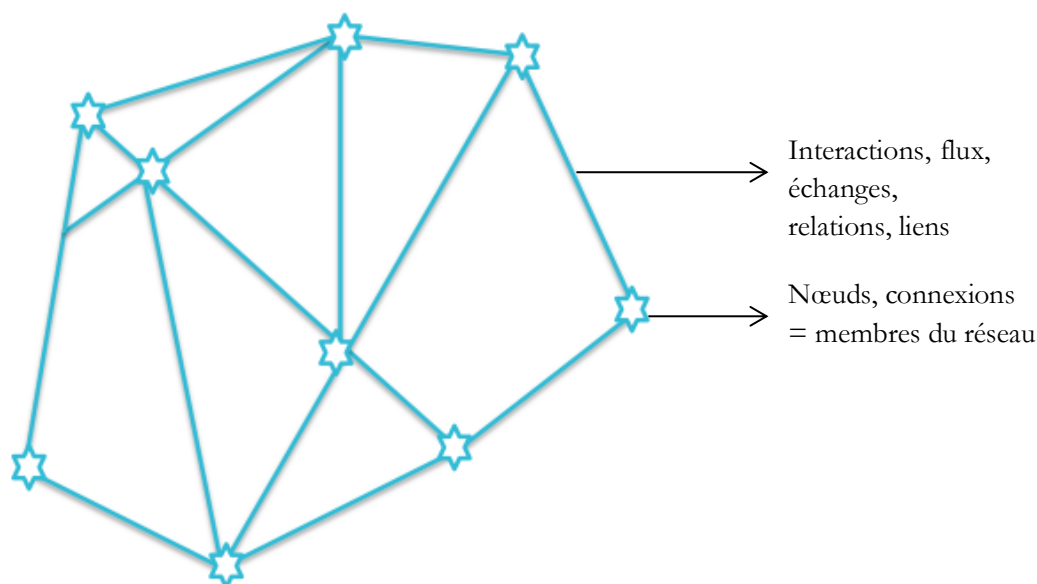
Autre origine à noter, le développement du numérique et la révolution numérique font qu'aujourd'hui le réseau et la mise en réseau sont au cœur des réflexions.

1.2. Définition du réseau

Selon Guy Le Boterf (2012), un réseau serait un « *ensemble de relations entre des points ou des nœuds, sans que l'un ou l'autre occupe une position centrale* », c'est-à-dire que dans un réseau, chaque membre

a des relations avec d'autres membres, ils sont en interactions et à priori ils sont tous à un même niveau, la notion de hiérarchie y est exclue. De plus, il parle de « points de connexion » ou de « nœuds » pour désigner les membres, chacun reliés par des mailles, le réseau représente l'ensemble de ces nœuds et interactions. (Le Boterf, 2012, p. 3).

Figure 6 : Schématisation de la structure d'un réseau



De plus, selon Christophe Assens, « le réseau sert à décrire un mode d'organisation basé sur des relations d'échange entre des entités autonomes, qui sont connectées entre elles malgré l'éloignement physique ou cognitif, pour valoriser leurs complémentarités. » (Assens, 2013, p. 16). Un réseau, au-delà de sa structuration et de l'aspect organique, revêt aussi d'un niveau logique et dynamique, c'est-à-dire que la structure du réseau représente aussi un ensemble de mécanismes et de modes de fonctionnement se reposant sur des valeurs et modalités. Ensuite, on rajoute à cela un niveau stratégique, le réseau fonctionne avec et vers des finalités et objectifs⁵³.

Pour compléter ces premières définitions, Christophe Assens et Mauricette Fournier rajoutent qu'un réseau peut prendre une forme matérielle et immatérielle. Il peut être matériel à l'image des réseaux routiers ou ferroviaires, des cours d'eau etc. Chaque réseau a une construction immatérielle de son maillage notamment par le biais de relations sociales ou de flux. Ce deuxième aspect aura une grande importance pour la suite de cette recherche (Assens Christophe, 2013, p. 15). Le réseau renvoie aussi à un espace de virtualité et à la déterritorialisation, il permet la circulation d'éléments divers et donc l'échange entre les

⁵³ Groupe de travail ARADEL. *Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques*, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

différents points de connexion. Il est dépendant de la notion de flux et de distance (physique mais aussi sociale etc.) (Fournier, 2014, p. 348).

1.2.1. Les réseaux d'acteurs

Dans cette recherche, nous nous concentrerons plutôt aux réseaux d'acteurs et donc à des réseaux immatériels. Les réseaux d'acteurs ou de professionnels sont des systèmes de relations entre des acteurs, qui selon Christophe Assens sont indépendants sur le plan financier, juridique ou managérial. Ces derniers sont caractérisés par plusieurs points. Tout d'abord, le réseau est organisé autour d'objectifs communs aux acteurs, il doit être reconnu socialement (différent d'un réseau personnel qui se construit naturellement) et il doit y avoir des échanges de ressources entre les différents membres et acteurs, utiles à la réalisation des objectifs. Ces échanges peuvent être sous forme d'informations, de savoirs, de services etc. Ensuite, le réseau crée et développe les relations et interactions entre les acteurs/professionnels. Il est important de noter que l'intensité et la qualité de ces relations résultent du climat de confiance et de réciprocité présents dans le réseau. A savoir que s'il y a une dégradation des échanges cela peut entraîner le déclin ou la disparition du travail en réseau (Le Boterf, 2012, 166p).

Selon Christophe Assens, un réseau d'acteurs permet de mettre en valeur les complémentarités verticales et horizontales entre des acteurs indépendants, c'est le principe de *l'union fait la force*.

1.2.2. La typologie des réseaux

Guy Le Boterf (2012, 166p) différencie quatre types de réseaux. Les premiers sont les réseaux de support d'un acteur individuel ou collectif, qui vont être un soutien à l'action d'un acteur, cela peut-être des experts, des spécialistes, des banques de données etc.

Ensuite, il parle des réseaux d'action collective, ce sont des réseaux qui ont pour but la production et l'action, par exemple produire des nouvelles connaissances, créer et monter un nouveau produit, développer une méthode, constituer une force de réponse à des appels d'offre. Ce réseau est caractérisé par une valeur finale qui peut être de différents ressors (gain de temps, obtention d'un brevet etc.). Les liens entre les acteurs et leur coopération restent fragiles, ce sont des réseaux éphémères qui durent le temps de la mission et la composition du réseau peut changer et varier dans le temps selon les besoins.

Le troisième type de réseau qu'il évoque est le réseau de partage et de capitalisation des pratiques, qui eux, ont une finalité d'amélioration des pratiques de chacun basé sur l'échange et le partage créant un savoir commun/collectif. Ce réseau demande aux différents membres d'avoir un

certain recul sur leurs actions et leurs expériences afin de pouvoir partager leurs expériences et d'en ressortir ce qui fonctionne ou non. On assimile ces réseaux à des sources de progrès social où chacun va apporter à l'autre. Les uns et les autres vont s'enrichir des expériences de tous. Selon Etienne Wenger (Le Boterf, 2012, p. 50), ces réseaux peuvent devenir des communautés de pratiques où les membres vont partager, échanger, élaborer et diffuser du savoir. Les membres de ces réseaux de professionnels ont un domaine de travail similaire, un même intérêt et une même passion qui les rassemble, leur démarche et leur adhésion est volontaire, ce qui fait la force de ce réseau.

Pour finir, il parle aussi de réseaux d'appui et d'apprentissage mutuel, il s'apparente un peu au précédent sauf qu'il n'y a pas de finalité collective, ils ne recherchent pas à créer du savoir en commun. « *Ils constituent des ensembles dans lesquels chacun est à la fois formateur et formé, enseignant et enseigné, maître et apprenant* » (Le Boterf, 2012, p. 53).

D'autres types de réseaux sont aussi évoqués par d'autres auteurs tels que les réseaux de compétences, les réseaux de développement (clubs d'entreprises), les réseaux structurels ou territoriaux, les réseaux de projets etc.⁵⁴.

Ces typologies des réseaux peuvent être contestées dans le sens où un réseau ne reste pas forcément cloisonné à une typologie, mais peut correspondre à plusieurs.

1.3. La mise en réseau, de véritables atouts pour les acteurs

Les réseaux sont des structures qui favorisent la collaboration car une certaine confiance est installée au sein du réseau et entre les membres. De plus, la collaboration est de meilleure qualité grâce à la circulation facilitée des informations au sein du réseau, de la complémentarité des compétences entre les membres⁵⁵. Le réseau va permettre de valoriser les complémentarités entre les membres (Assens, 2013, p16). La mise en réseau renforce les liens faibles c'est-à-dire que certains acteurs peuvent ne pas avoir l'habitude de travailler ensemble (secteur d'activité différent, éloignement physique etc.) et la mise en réseau va leur permettre de travailler ensemble et d'échanger. Ensuite, la recherche de mise en réseau répond à un besoin non satisfait par d'autres formes d'organisations. Le réseau leur permet par exemple d'être plus efficace, de partager, d'échanger, de développer de l'attractivité sur un territoire, de développer les

⁵⁴ Groupe de travail ARADEL. *Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques*, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

⁵⁵ Assens Christophe, Courie Lemeur Aline. *De la gouvernance d'un réseau à la gouvernance d'un réseau de réseau. Question de management*, 2014, n°8, p 27-36 [En ligne] Disponible sur <https://www.cairn.info/> (Consulté le 31-01-2019)

connaissances et compétences et de développer l'accès aux différents environnements et informations⁵⁶.

De plus, selon Anne Versailles au sein d'un réseau l'information qui circule est supposée bénéficier autant à chaque membre qu'à leur action collective. Aujourd'hui le monde est de plus en plus grand et les problématiques de plus en plus complexes, demandant une vitesse de réactivité ce qui nécessite d'avoir une approche interdisciplinaire. La mise en réseau permet une mobilisation et une réponse à la hauteur de ces nouveaux enjeux, elle rompt l'approche segmentée et spécialisée. Elle répond à des motivations d'échanges avec d'autres pour s'enrichir et s'améliorer mais aussi pour se relier et être plus forts, gagner une légitimation ou une expertise collective sur des enjeux et objectifs communs.⁵⁷

1.4. La mise en réseau fait émerger une intelligence collective

De plus en plus la mise en réseau se développe du fait qu'elle fait émerger une certaine intelligence collective, appelée aussi intelligence de groupe. On peut la définir comme *« la capacité de décider collectivement, la décision prise devant être au moins aussi bonne, et si possible meilleure, que si elle était l'œuvre d'un seul membre du groupe »*. Autrement dit, l'intelligence collective permettrait d'avoir un résultat de meilleure qualité que si cela avait été fait individuellement, le tout est plus grand que la somme des parties. De plus, Smith la définit comme *« un groupe d'êtres humains poursuivant une tâche comme si le groupe lui-même était un organisme cohérent et intelligent œuvrant avec un seul esprit, plutôt qu'une collection d'agents indépendants »*. Finalement, on retrouve ici une certaine forme d'effervescence produisant un rassemblement efficace des compétences de chacun. Cette intelligence est possible seulement s'il y a un esprit de groupe, de collaboration, de la communication entre les différents individus, le respect et la confiance. Pour Gustave Le Bon, le travail de groupe et la mise en réseau amènent les individus à fonctionner différemment, à penser autrement, à agir d'une manière différente que s'ils avaient été isolés. Pour lui, elle émerge *« d'un groupe qui partage une finalité et un fort sens de l'engagement. Les membres d'un tel groupe sont reliés par la perception d'une mission commune au service d'une vision fédératrice au bénéfice de tous »*⁵⁸.

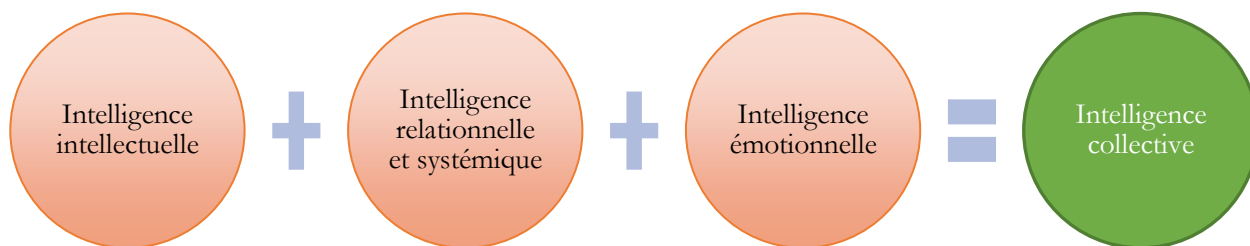
⁵⁶ Groupe de travail ARADEL. *Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques*, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

⁵⁷ VERSAILLES Anne. *Le réseau est l'outil idéal de la société de la connaissance*. ITECO, décembre 2008, [en ligne]. Disponible sur <http://www.iteco.be/revue-antipodes/> (Consulté le 20-03-2019)

⁵⁸ Abad Lydia, Betito Florence et al. Les principes de l'intelligence collective ou comment faire émerger la sagesse d'un groupe. *Cahiers espaces Intelligence collective*, 2016, n°332, p. 65-76

Pour qu'une intelligence collective émerge il faut réunir plusieurs types d'intelligence.

Figure 7 : Les 3 formes d'intelligence à intégrer pour une intelligence collective



Dans le monde professionnel, cela demande que les individus coopèrent et collaborent afin de réaliser leurs objectifs communs en s'échangeant des informations et connaissances, mais aussi en apportant aux uns et aux autres des compétences et des expériences.

1.5. Les dérives possibles de la mise en réseau

La mise en réseau et la création d'un réseau, peuvent ne pas toujours être positifs et auquel cas dériver des objectifs attendus par ceux-ci. En effet, il peut arriver qu'il n'y ait plus d'échanges entre tous les membres et surtout entre les membres et la tête du réseau, une certaine routine peut s'installer dans le réseau lorsque les membres sont dans l'attente et que les actions au sein du réseau se répète (manque d'innovation). Un sentiment de « ne pas avancer » peut aussi se faire ressentir lorsqu'aucune décision n'est prise due à des différences de points de vue par exemple. De plus, une des dérives possibles est l'encombrement du réseau, c'est-à-dire quand un réseau contient trop d'informations il va alors s'engorger et les membres seront dans l'incapacité d'intégrer ces connaissances. Une autre dérive est plus liée au rôle des membres, il se peut que chacun finisse par travailler pour soi et se limite au minimum d'échanges, certains membres profitent aussi des atouts du réseau et ne jouent pas le jeu de la coopération, en fait ils vont utiliser le réseau pour leurs propres bénéfices (Le Boterf, 2012, 166p).

Christophe Assens rajoute à cela qu'un réseau va souvent chercher à s'étendre et à agrandir son influence. Seulement, plus le réseau s'étend et s'agrandi, plus il devient instable, les interactions deviennent moins évidentes, et la coordination entre les différentes entités devient difficile. Il conseille alors dans ce cas de segmenter le réseau, en créant des sous-groupes homogènes dans lesquels il sera plus facile pour les membres d'avoir un sentiment d'appartenance au réseau⁵⁹.

⁵⁹ Assens Christophe, Courie Lemeur Aline. *De la gouvernance d'un réseau à la gouvernance d'un réseau de réseau*. Question de management, 2014, n°8, p 27-36 [En ligne] Disponible sur <https://www.cairn.info/> (Consulté le 31-01-2019)

Pour finir, le travail en réseau est un peu contre nature car on nous apprend à ne pas s'inspirer de ce qui se fait ailleurs, à se spécialiser alors que la mise en réseau demande de sortir de ces cases. Certains acteurs vont alors avoir du mal à partager leurs informations, leurs idées sous prétexte qu'elles ne sont pas finalisées, et ce non-partage ne facilite pas l'investissement et la contribution. Le travail en réseau demande d'être fluide, de sortir des cases préétablies, de prendre de l'inspiration sur d'autres expériences⁶⁰.

Retenons qu'un réseau doit s'entretenir, et innover régulièrement afin de ne pas perdre les membres du réseau et qu'ils restent pro-actifs.

2. Du montage du réseau à son animation

Maintenant que nous avons compris comment fonctionne un réseau et ce qui fait la plus-value d'un réseau, nous allons voir comment il peut se monter et aussi comment l'entretenir pour qu'il perdure.

2.1. Le montage d'un réseau

Pour monter un réseau d'acteur, ce dernier doit être gouverné, il y a aussi des principes à respecter, et des éléments clés de réussite.

2.1.1. Un réseau doit être gouverné

Tout d'abord, un réseau nécessite une certaine forme de gouvernance, ce n'est pas un rôle de chef où un membre est hiérarchiquement supérieur mais il faut un intermédiaire. Selon Christophe Assens (2013, 168 p), on parle de réseau entre acteurs uniquement s'il y a un véritable relais de communication entre les membres. Ce rôle est fondamental car il va permettre de créer des relations et de favoriser les échanges, sans lequel les acteurs n'auront pas ces relations. Pour lui, un réseau X composé de A B C fonctionne uniquement s'il y a un échange entre A et B et entre B et C et si B joue ce rôle d'intermédiaire. Il y a une différence avec les réseaux sociaux qui eux ne sont pas suffisants pour lier les membres de façon solidaire, car ici l'intermédiaire n'est pas neutre, il a une proximité affective et cognitive avec les acteurs. Pour lui, tout réseau a besoin d'un dénominateur commun, une personne dit « pilote » rassemblant les membres, qui les fédère et qui permet de pérenniser les relations et donc d'avoir un réseau stable dans le temps (Assens, 2013, 168 p) (Le Boterf, 2012, p. 74). Ensuite, Provan et Kenis (2007) ont décrit trois

⁶⁰ VERSAILLES Anne. *Le réseau est l'outil idéal de la société de la connaissance*. ITECO (Centre de formation pour le développement et la solidarité internationale), décembre 2008, [en ligne]. Disponible sur <http://www.iteco.be/revue-antipodes/> (Consulté le 20-03-2019)

types de gouvernance pour un réseau. Premièrement, on retrouve le réseau distribué soumis à l'autogouvernance de ses membres, ici les membres sont considérés comme des pairs. Puis, il y a le réseau piloté avec une gouvernance centralisée autour d'un membre ou d'une personne X, ce membre doit avoir une position périphérique. Pour finir, on parle aussi de réseau administré, dans ce cas-là, la gouvernance est réalisée de manière collégiale par des membres élus (comme des coopératives ou des mutuelles) (Assens, 2014, p. 27-36).

2.1.2. Trois principes : l'autonomie, l'interdépendance et l'éloignement

Christophe Assens établit que l'on peut créer un réseau seulement s'il repose sur des principes constants qui sont l'autonomie, l'interdépendance et l'éloignement. Ces principes vont affecter les membres mais permettent aussi de rendre la structure du réseau modulable. Si on les étudie un à un, le premier principe à respecter, dit d'autonomie, signifie que chaque membre garde un degré d'indépendance. Ensuite, le principe d'interdépendance affirme le fait que les membres sont fédérés dans un même maillage, ils adhèrent à des valeurs communes, et ont un fort lien avec les autres membres (soit de manière tacite, à travers une carte etc.). Cette interdépendance peut être de différentes sources : transactions marchandes, financières, échange de connaissances entre membres, structuration du tissu des liens sociaux etc. Pour terminer, le principe de l'éloignement signifie que les membres au sein d'un réseau ne sont pas forcément sur un même territoire, ils peuvent être éloignés par des distances matérielles (espace, relief, territoire etc.) ou/et immatérielles (temps identité, histoire). C'est justement cet éloignement et ces différences qui permettront d'avoir des échanges de qualité et complémentaires (Assens, 2013, p. 17).

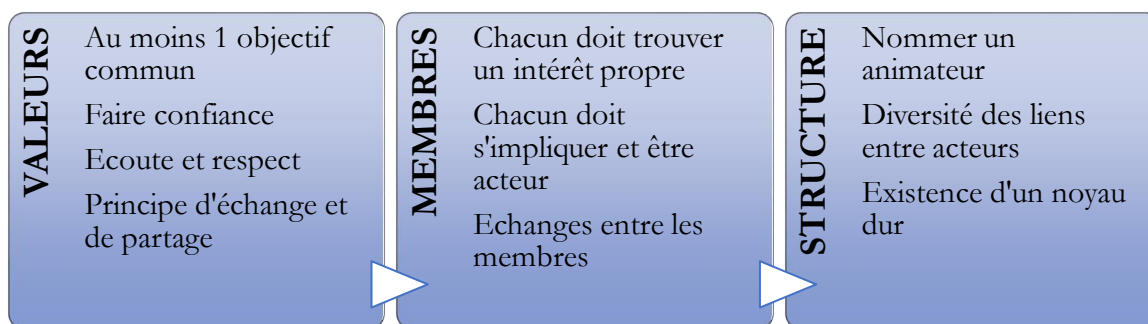
2.1.3. Les conditions de réussite d'une mise en réseau

Selon Guy Le Boterf, il existe des conditions de réussite d'un réseau et il vaut mieux « *une cohérence forte entre quelques conditions simples qu'une cohérence faible entre des conditions sophistiquées* ». Pour assurer l'efficacité d'un réseau il faut savoir coopérer, pouvoir coopérer et vouloir coopérer. Savoir coopérer revient à maîtriser des langages transverses et spécifiques pour que chacun puisse dialoguer et se comprendre, construire des représentations partagées, créer des boucles d'apprentissage (tirer collectivement les leçons d'expériences et concevoir des outils en commun pour partager entre tous). Ensuite, il faut que les membres puissent coopérer ce qui revient tout d'abord à avoir une vision claire de la mission à laquelle ils contribuent, de connaître la composition du réseau tenant compte de la variété des membres, de leur faculté à travailler en équipe. Dans un réseau, il doit y avoir des règles communes, une instance de régulation, des

méthodes de travail prédéfinies, la circulation d'information etc. Pour finir, « vouloir coopérer » est la base d'un réseau dans le sens où ça doit être une démarche volontaire et libre de l'acteur d'adhérer au réseau. Ainsi l'acteur sera plus impliqué et acteur si c'est une démarche volontaire (Le Boterf, 2012, p. 74).

Nous pouvons rajouter à ce constat d'autres facteurs clés de succès, certains déjà évoqués. Tous ces facteurs clés de succès aboutissent à des réalisations concrètes et à rendre le réseau efficace⁶¹.

Figure 8 : Les facteurs clés de succès d'un réseau



2.2. Animer un réseau pour le rendre performant

Comme nous l'avons dit plus haut, un réseau doit être animé, piloté pour qu'il soit pérenne et efficace. L'animation est alors primordiale, elle permet de faire vivre et de rendre le réseau actif.

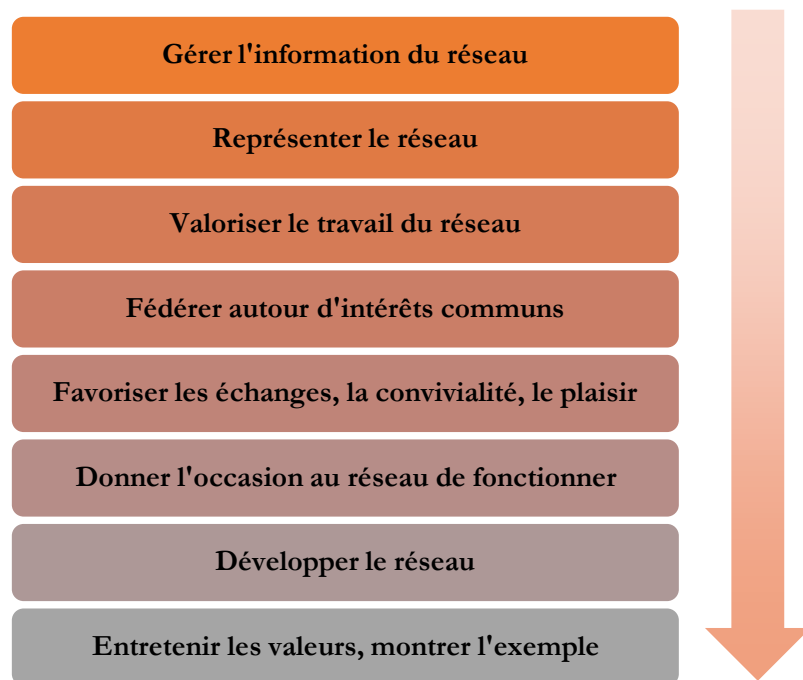
2.2.1. Le rôle de l'animateur du réseau

Le premier rôle majeur de l'animateur et du pilote du réseau est de construire la confiance, la solidarité et de multiplier les informations. Il devra conduire différentes actions⁶² :

⁶¹Groupe de travail ARADEL. Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

⁶²Groupe de travail ARADEL. Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

Figure 9 : Les actions de l'animateur d'un réseau



Pour développer ces actions, nous pouvons rajouter que finalement, l'animateur a une mission qui va permettre de capitaliser et d'échanger les informations et expériences entre les acteurs, il est un porte-parole du réseau vis-à-vis de l'extérieur (d'autres réseaux par exemple) et permet de personnifier le réseau. Il va être le référent pour la mise en valeur des actions des membres. En fait c'est lui qui fait vivre et qui fait que le réseau sera durable et solide. Il va donner « l'ambiance » du réseau qu'il souhaite, en fédérant les membres autour de valeurs communes, et en favorisant le plaisir de travailler ensemble, c'est ainsi que les membres auront d'autant plus envie de s'y investir et d'y rester.

L'animateur doit développer le réseau, il ne doit pas rester sur ses acquis et doit rechercher de nouveaux membres (créer de nouveaux nœuds), étendre ses activités, multiplier les liens de différents types entre les membres, multiplier les objectifs communs.

Finalement, en tant que porte-parole du réseau, il devra être exemplaire vis-à-vis des membres mais aussi de l'extérieur dans le respect des valeurs du réseau en donnant du sens, en favorisant l'interactivité et la coopération, en maintenant la cohérence au sein du réseau⁶³.

⁶³ Groupe de travail ARADEL. *Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques*, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

Le rôle d'animateur requiert de nombreuses compétences et qualités telles que l'ouverture aux autres, avoir l'esprit de synthèse, apprécier les relations humaines, pouvoir susciter l'engagement, savoir-faire faire, connaître les outils de communication etc.

2.2.2. L'animation d'un réseau s'appuie sur des outils et des méthodes

2.2.2.1. Explicitation de ces outils

Pour commencer, un des premiers outils pour animer un réseau est de produire de l'information, car le réseau est un système qui produit, c'est-à-dire qu'il faut produire des bilans ou synthèses sur le travail réalisé, sur les réunions organisées, sur les projets développés.

Ensuite, il convient d'échanger les expériences entre membres car chaque membre est différent au niveau de ses compétences, de ses expériences et de son parcours. Pour cela, le réseau peut mettre à disposition un système d'échange. Cela peut se traduire par l'organisation de manifestations sur des thèmes particuliers, en donnant du temps à chacun pour s'exprimer sur ses propres expériences, en développant des documents internes, toujours dans un souci d'ouverture et d'apprentissage pour que chacun progresse et que le réseau soit performant à moyen terme.

Dans un autre temps, le réseau peut mettre en place des réunions pour travailler ensemble, en commun. Ces réunions permettent à chaque membre de s'exprimer sans pour autant que la réunion perde en efficacité, c'est pour cela qu'il faut respecter quelques règles pour son bon déroulement : ordre du jour, un animateur de réunion, un secrétaire de séance, prévoir des moments d'échanges et de discussion etc.

Un autre outil pour l'animation du réseau est la formation proposée aux membres. Le réseau peut proposer des formations spécifiques pour combler les manques ou inhomogénéités trop importants dans les compétences des membres.

Le réseau devra développer des outils de communication performants car elle est essentielle au bon fonctionnement du réseau qu'elle soit entre les membres du réseau, entre les groupes à l'intérieur du réseau ou entre le réseau et son environnement. Les outils de communication numériques ou électroniques sont particulièrement efficaces pour les réseaux où les membres sont éloignés géographiquement mais aussi pour la communication entre le réseau et son environnement. Par exemple le réseau peut mettre en place une liste de diffusion, un espace sur un serveur accessible aux membres, des forums ou espaces partagés etc.

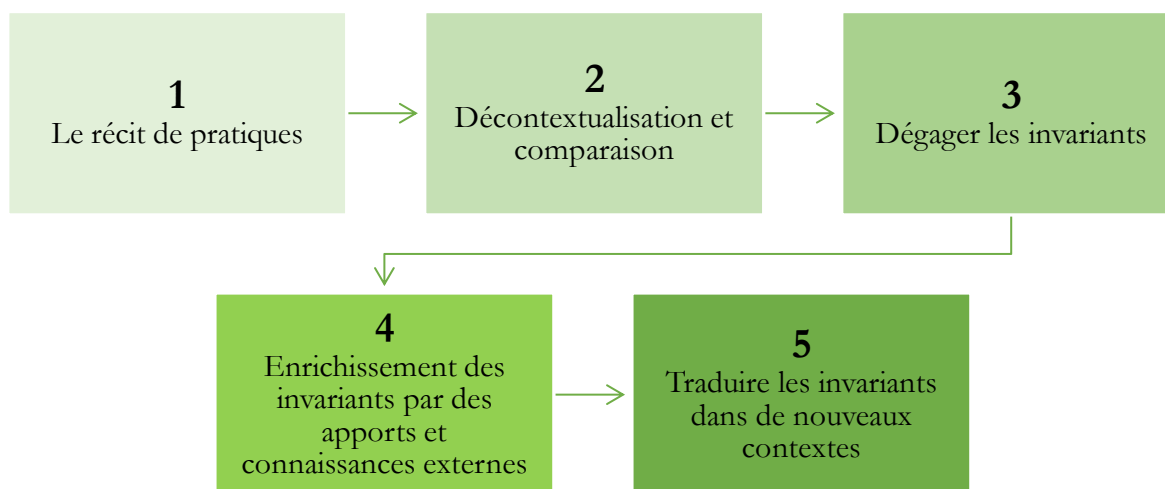
Ensuite, l'animation d'un réseau passe par la valorisation du réseau et des membres afin de montrer son efficacité dans la conduite de projets, sa réussite, son bon fonctionnement, montrer qu'il y a une perception positive du réseau par d'autres structures. La valorisation permet alors aux membres une perception positive et une fierté d'appartenir au réseau et du travail accompli.

Pour finir, développer des outils de capitalisation fait partie de l'animation du réseau, l'organisation en réseau implique que ce soit une organisation apprenante, où on évolue constamment vers une meilleure connaissance, de meilleurs modes de fonctionnement et donc une meilleure efficacité. Plus on capitalise et on échange plus le réseau sera efficace et plus il prendra de la valeur (Le Boterf, 2012, p 20)⁶⁴.

2.2.2.2. Le partage de pratiques ou d'expériences nécessite une méthode

Le partage de pratiques est le socle de la mise en réseau, c'est par là que passera les échanges, la construction collective et l'entraide et ainsi le réseau et les membres entre eux adopteront petit à petit un langage commun, dégageront des leçons, des valeurs, et harmoniseront leurs approches ou problématiques (Le Boterf, 2012, p 22). Guy Le Boterf, précise et approfondi cet outil, essentiel pour lui, car il nécessite une méthode particulière :

Figure 10 : La méthode du partage de pratique selon Guy Le Boterf



Pour compléter ce schéma il est important d'approfondir quelques points. Tout d'abord, la première étape concernant le récit de pratiques est une étape de réfléchissement, de description

⁶⁴ Groupe de travail ARADEL. Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

de représentation et de mettre des mots sur une action ou sur une expérience. Ces récits doivent dégager des pratiques, des schémas opératoires et éclairer sur les invariants ou les types de leçons qui sont recherchés. Les invariants permettent de dégager des points communs ou des spécificités, de trouver des régularités dans ce qui varie. Ils peuvent concerner la typologie de problèmes, des variables clés, des règles d'action, des facteurs de réussite, des risques à éviter, des constantes d'une méthode, d'un dispositif. La dernière étape qui consiste à traduire les invariants dans de nouveaux contextes se comprends par l'analyse et la prise de recul par rapport à sa pratique afin de la conceptualiser et par la suite la partager pour la confronter ou la comparer avec d'autres pratiques (Le Boterf, 2013, p. 99 à 104).

3. La mise en réseau dans le tourisme, de plus en plus développée

A présent, il convient d'analyser le développement de la mise en réseau d'acteurs dans le secteur touristique. L'intérêt pour le secteur touristique de développer une mise en réseau est similaire à celui décrit plus haut dans cette recherche, commun à tous les réseaux.

3.1. La mise en réseau pour une cohérence territoriale

A cette échelle, un réseau d'acteur sera plutôt développé pour structurer l'offre touristique du territoire du fait que les acteurs sont divers, mais avec des objectifs communs liés à un territoire commun entre eux.

3.1.1. Le choix de la mise en réseau d'un territoire pour répondre aux enjeux touristiques

Au début du développement du tourisme, les touristes étaient fidèles à une destination ce qui impliquait qu'ils avaient une bonne connaissance du territoire et donc plus forcément besoin d'avoir un territoire structuré. Aujourd'hui, les touristes ne sont plus fidèles, ils bougent et changent de destination en permanence, parfois sans préparer leurs vacances et sans savoir où ils se trouvent exactement. Le système de promotion touristique n'est plus adapté à ces comportements, la création de réseaux d'acteurs est une réponse et les territoires s'en saisissent de plus en plus car elle vise à fluidifier le parcours des clients⁶⁵. La mise en réseau permet de repenser le territoire afin de s'adapter aux évolutions de la société, économiques et

⁶⁵Scaglione Miriam. Mes clients sont nuls en géo : je crée un réseau ! Fiction réaliste. *Cahiers espaces Réseaux d'acteurs du tourisme et design de services*, 2019, n°347, p. 96-99

technologiques⁶⁶. De plus, les territoires pour devenir plus attractifs et donner une cohérence, ont besoin de travailler en réseau, sur des projets communs, en s'entraïdant.

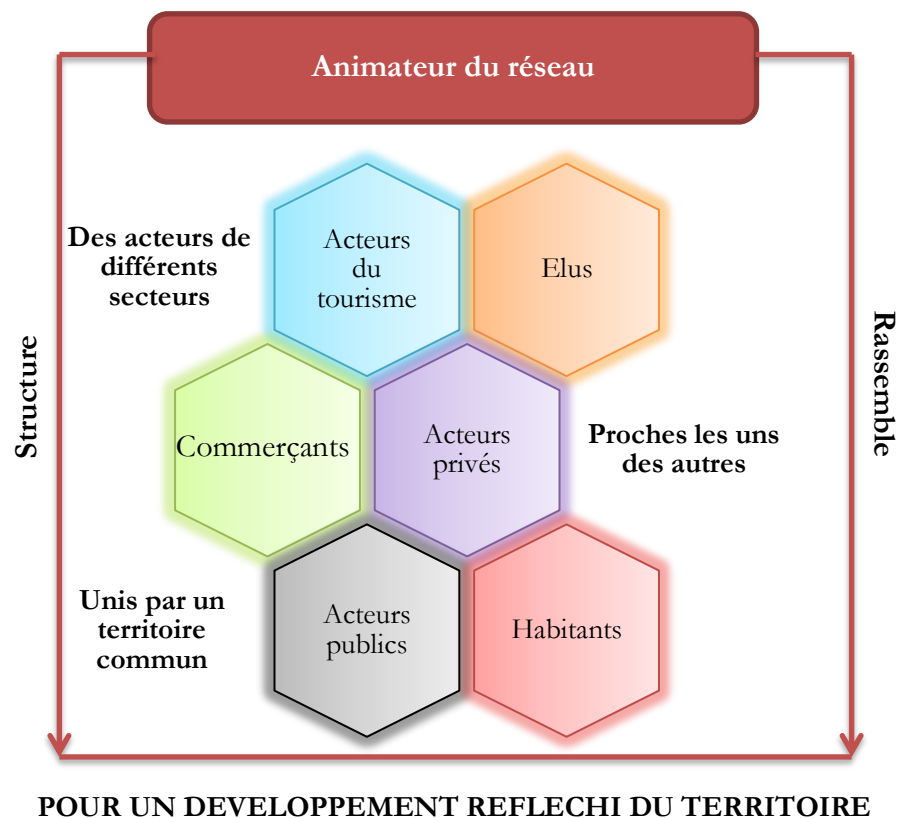
3.1.2. Les acteurs impliqués par la mise en réseau sur un territoire touristique

Le tourisme a une très grande influence sur le tissu économique local, c'est un secteur qui regroupe des acteurs œuvrant dans des secteurs divers et variés, cela peut-être les transports, l'hébergement, les loisirs, la culture, les commerçants, des acteurs privés, publics etc. Tout autant d'acteurs qu'un touriste peut rencontrer durant son séjour ou sans lequel il n'aurait pas pu faire telle ou telle activité. Si ces différents acteurs travaillent ensemble, l'expérience vécue par le visiteur en sera de meilleure qualité. Le développement du tourisme sur un territoire ou localement implique de concilier trois systèmes logiques différents recherchant une finalité non similaire. Tout d'abord, le territoire souhaite se développer économiquement, ensuite le touriste est en quête d'expériences et les entreprises recherchent une rentabilité économique. La mise en réseau permet de structurer et de concilier ces trois systèmes, l'assemblage des trois permet alors de développer des services innovants et une diversification de l'offre.⁶⁷

⁶⁶ Rouard Annie et Schegg Roland. Construire une destination via la mise en réseau des acteurs : Le projet européen Transfrontour. *Cahiers espaces Réseaux d'acteurs du tourisme et design de services*, 2019, n°347, p. 86-89

⁶⁷ Rouard Annie et Schegg Roland. Construire une destination via la mise en réseau des acteurs : Le projet européen Transfrontour. *Cahiers espaces Réseaux d'acteurs du tourisme et design de services*, 2019, n°347, p. 86-89

Figure 11 : Schématisation de la mise en réseau d'acteurs sur un territoire touristique



Bien-entendu, ce schéma représente un système possible de mise en réseau d'acteurs sur un territoire, mais il convient qu'il existe aussi des réseaux d'acteurs sur un même territoire comprenant uniquement des gestionnaires de sites par exemple, ou des hébergeurs, à l'image du Réseau Pays Cathare qui conduit à regrouper les gestionnaires des sites pour réaliser ensemble des actions de valorisation. De plus, la mise réseau ne revêt pas toujours ces formes, elle peut se traduire aussi par une politique tarifaire conduisant à des tarifs préférentiels ou abaissés si l'on visite les sites du réseau⁶⁸.

3.1.3. Une mise en réseau pour une animation territoriale

Une mise en réseau d'acteurs et leur fédération sur un même territoire est en soi un dispositif d'animation territoriale. Le réseau permet de renforcer les liens courts entre les acteurs du territoire, habitants et touristes compris, et de structurer le territoire. Le réseau instaure des relations directes et permet de créer une chaîne de valeurs entre les acteurs, c'est-à-dire que si on prend par exemple le fromager local, il va produire son fromage, ensuite le restaurateur va le

⁶⁸Ortiz Marylise. Construire des dynamiques de développement et d'attractivité par la valorisation des patrimoines. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p30-33

valoriser dans un plat et l'office de tourisme jouera lui un rôle de prescripteur. Le réseau est alors bénéfique pour l'animation du territoire. La logique d'animation territoriale se décline dans la création de ressources spécifiques liées à une dimension patrimoniale, sociales et humaines (coorganisassions d'événements par exemple). Cette animation territoriale autour de ses ressources, entraîne une dynamique collective amenant la construction d'une identité de destination.⁶⁹

3.2. Illustrations de la mise en réseau des acteurs du tourisme au niveau local

Pour illustrer la mise en réseau d'un territoire à des fins touristiques en partie, nous aborderons plusieurs cas : des démarches de développement de réseaux d'acteurs partant d'une volonté de l'Etat et les démarches volontaires qui ne sont pas officialisées par l'Etat.

3.2.1. Des réseaux d'acteurs territoriaux impulsés par l'Etat

Depuis quelques années, l'Etat a constaté l'importance de la structuration des territoires et du tourisme pour répondre et faire face à la concurrence notamment internationale. Sont alors développé deux types de contrats entre l'Etat et des territoires, des contrats qui passent indéniablement par la mise en réseau d'acteurs in fine : les contrats de destination et les contrats de structuration de pôles touristiques territoriaux (SPÔTT).

Les contrats de destination, lancés par l'Etat en 2014, sont des outils qui permettent de valoriser et de développer l'attractivité des territoires dans le but d'attirer de nouvelles clientèles notamment internationales en priorité. Ils ont été mis en place pour renforcer ou faire émerger les destinations ou marques, les structurer et les rendre visibles pour répondre à la concurrence actuelle ainsi qu'à une économie complexe. Ces contrats sont signés à la fois par l'Etat (ministre des affaires étrangères, secrétaires d'Etat) mais aussi par les acteurs locaux, ils peuvent être des collectivités territoriales, des Comités Régionaux ou départementaux du tourisme, des offices du tourisme, des hébergeurs, des transporteurs, des prestataires touristiques etc. Ils sont dans un sens une mise en réseau d'acteurs puisque ces contrats fédèrent les acteurs du tourisme à travers des objectifs communs ou la création d'une marque de territoire. Cette fédération des acteurs permet de créer une offre mieux structurée et plus cohérente et visible. Aujourd'hui, on dénombre 20 contrats de destination qui sont répartis en 5 thèmes : l'offre patrimoniale ; écotourisme ; bien vivre et découverte de sites naturels et patrimoniaux ; œnotourisme et gastronomie ; la montagne et le ressourcement ; sport et détente. Ces contrats disposent de

⁶⁹Cayla Nathalie et Peyrache-Gadeau Véronique. Radiographie Vignobles & Découvertes en Savoie, un réseau en cours de consolidation. *Cahiers espaces Réseaux d'acteurs du tourisme et design de services*, 2019, n°347, p. 116-119

plusieurs axes d'actions afin de structurer et de développer l'offre, améliorer la qualité de l'accueil, promouvoir la destination à l'international, et observer les retombées économiques⁷⁰. Ce contrat entre l'Etat et le territoire permet de répondre à l'importance d'agir ensemble et à la force de l'action collective pour atteindre un même objectif de développement. C'est un système de développement partagé et coordonné qui donne lieu à un plan d'action mutualisé et enrichi d'une intelligence collective qui émerge des acteurs clés du territoire.⁷¹

Les contrats de Structuration de Pôles Touristiques Territoriaux, ci-après appelés SPÔTT ont pour objectif premier de valoriser l'excellence touristique des territoires, ils sont portés par le Secrétariat d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Economie Sociale et Solidaire au sein du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique. Contrairement aux contrats de destinations, ceux-ci n'ont pas pour priorité la visibilité à l'international mais plutôt un développement d'une offre touristique de proximité, ils viennent compléter les contrats de destinations. Le nom du contrat explicite la démarche car ces contrats doivent fédérer les acteurs du territoire par le biais de projets touristiques structurants. Ces contrats se développent autour d'un projet relevant d'une thématique ou d'une filière propre au territoire et reflétant son identité ou ses valeurs. Les projets développés reflètent les ressources touristiques du territoire, les valeurs, les savoir-faire locaux tout en développant une offre qui va inciter le visiteur à rester plus longtemps (car structurée) ou à revenir ultérieurement. Aujourd'hui, on note 23 contrats SPÔTT se structurant autour de thématiques ou filières tels que l'écotourisme, l'itinérance, la culture, le bien-être, la gastronomie et agrotourisme, le tourisme de découverte économique.

3.2.2. Des réseaux d'acteurs impulsés par les territoires, des liens plus durables ?

Contrairement à des contrats impulsés par l'Etat, même si bien-entendu ces démarches sont volontaires, puis sélectionnées par l'Etat, ici la logique diffère dans le sens où elle est totalement volontaire du territoire sans avoir eu le besoin d'avoir une aide de l'Etat. De plus, certains souhaitent travailler en réseau et non par le biais des contrats où le travail en réseau s'arrête dès que l'objectif est atteint. Une démarche volontaire d'un territoire de mettre en réseau tous les différents acteurs d'un territoire, permet des liens et une structuration de l'offre plus durable.

⁷⁰ Direction générale des entreprises. *Les contrats des destinations [En ligne]*. Disponible sur <https://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/contrat-destination-outil-developpement-l-attractivite-touristique>. (Consulté le 24-04-2019)

⁷¹ Atout France. *Contrats de destinations [En ligne]*. Disponible sur <http://atout-france.fr/content/contrats-de-destinations> (Consulté le 27-04-2019)

Par exemple, on peut noter un exemple concret, impulsé par la Réserve de Biosphère des Gorges du Gardon qui a mis en place un réseau d'éco-acteurs sur son territoire. La Réserve de Biosphère a rassemblé des professionnels engagés en faveur d'un développement équilibré du territoire, chaque acteur s'est engagé à adapter ses pratiques pour préserver le patrimoine du territoire, à transmettre ses connaissances aux visiteurs et à leur entourage, à connaître et reconnaître la qualité exceptionnelle du territoire mais aussi à partager entre eux leurs expériences.

3.2. La mise en réseau des sites patrimoniaux, des enjeux différents

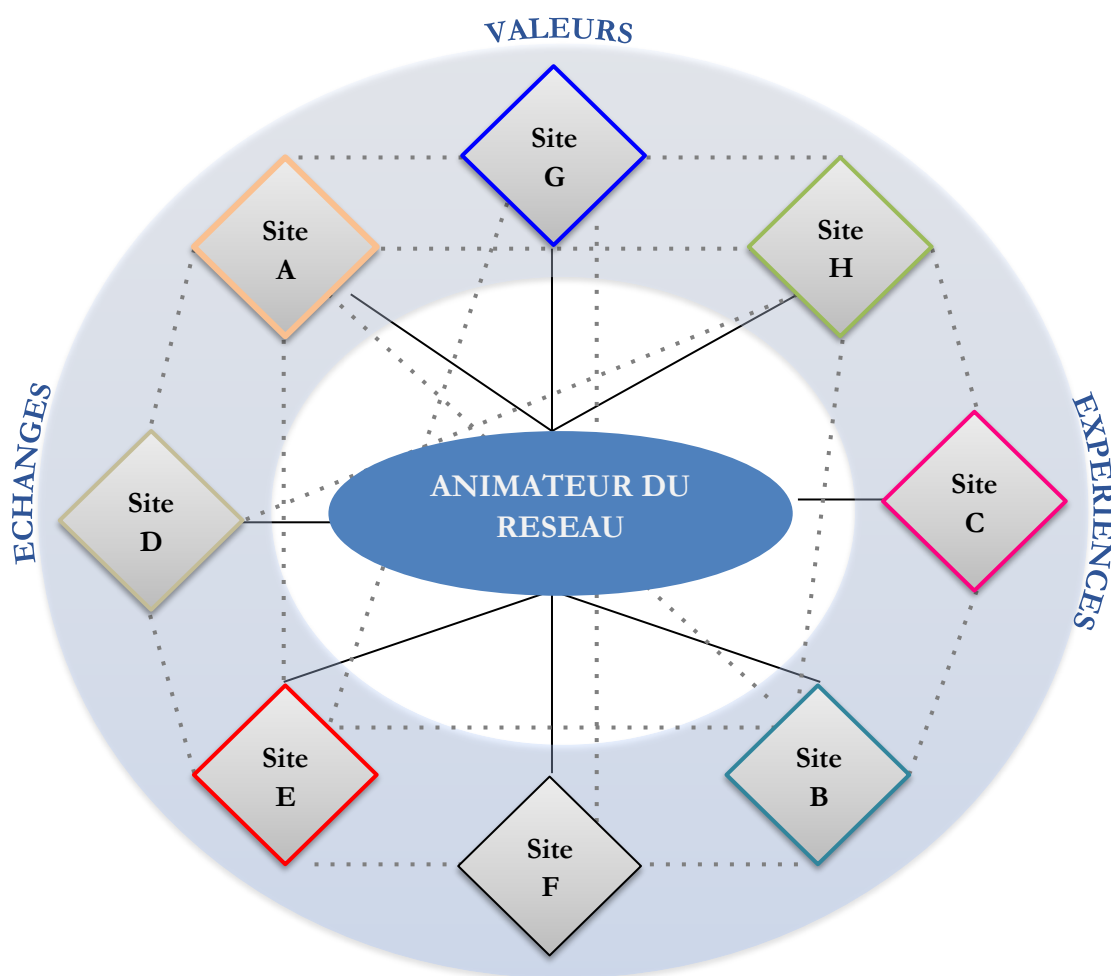
Dans ce cas-là, les acteurs ne sont pas présents sur un même territoire, sauf national bien sûr, ils sont dispersés et n'ont pas les mêmes ressources touristiques, mais des valeurs communes et un certain fil conducteur les réunissant. Souvent, ce réseau se forme par le biais d'un réseau de labellisation, c'est-à-dire un réseau créé en lien avec un label en particulier, on peut citer le Réseau des Grands Sites de France, ou le Réseau des Parcs Naturels Régionaux. De plus, les techniques de labellisation contribuent à créer des effets de mise en réseau favorisant ainsi un développement local. C'est une modalité très efficace de mise en réseau⁷².

Par ailleurs, ces réseaux sont mis en place afin de partager des expériences et d'apprendre de chacun. C'est le cas du Réseau Petites Cités de Caractères, lequel a permis une mutualisation d'expériences et d'informations grâce à une plate-forme collaborative. La création de ces plateformes permet de réduire la distance entre les sites qui n'auraient habituellement pas travaillé ensemble étant donné la distance qui les sépare⁷³. Des réseaux tels que le Conseil International des Musées (ICOM) permettent de soutenir et de renforcer la coopération entre les musées (Patin, 2005, 176p).

⁷² Ortiz Marylise. Construire des dynamiques de développement et d'attractivité par la valorisation des patrimoines. *Juristourisme*. Janvier 2019, n°215, p30-33

⁷³ Filloz Valia et Colomb Valérie. De l'étiquette à la marque : la labellisation comme unificateur des projets territoriaux ? *Développement durable et territoires [En ligne]*, Disponible sur <http://journals.openedition.org/developpementdurable> (Consulté le 26*02-2019)

Figure 12 : Schématisation de la mise en réseau de sites patrimoniaux sur le territoire national



Conclusion Chapitre 3

Pour clôturer ce chapitre, nous avons élaborer ce schéma apportant une représentation de la mise en réseau d'acteurs. Ici, nous avons choisi des acteurs étant des sites patrimoniaux dispersés sur le territoire national afin de montrer les enjeux de cette mise en réseau mais aussi de nous recentrer sur ce qui nous anime depuis le début de cette recherche : le patrimoine culturel et naturel et sa valorisation et/ou protection. La particularité d'un tel réseau est que les sites sont éloignés les uns des autres chacun avec des problématiques qui leurs sont propres en fonction des influences du territoire au niveau économique, social, environnemental, politique etc., c'est pourquoi chaque site dispose d'un contour différent sur le schéma. Pourtant chaque site a en commun un même objectif ou une même ambition que l'on peut appeler les « valeurs », représentées sur le schéma par le disque bleu comme un cercle d'influence. L'animateur du

réseau va entretenir des liens forts entre chaque site et, grâce à lui, les sites développeront des liens entre eux jusqu'à échanger et transférer leurs expériences, grâce à la zone d'influence du réseau.

Ainsi, nous concluons ce chapitre par le constat qui est fait de l'importance de travailler en réseau aujourd'hui et des intérêts à la fois pour le territoire et pour le site patrimonial.

Conclusion Partie 1

Cette première partie nous a permis de nous familiariser avec les différentes thématiques et liens entre le patrimoine, la labellisation et la mise en réseau pour appréhender au mieux nos missions au sein du Réseau des Grands Sites de France. Le patrimoine naturel ou culturel sont complémentaires et forment le paysage qui se révèle face aux visiteurs (touristes et locaux). Ces patrimoines et le paysage sont la base du tourisme qui va s'en nourrir, c'est pourquoi il est essentiel pour ce secteur de le préserver et, encore mieux, de lui permettre d'être de meilleure qualité par une gestion durable. Le développement durable a pris une énorme ampleur depuis le Sommet de la Terre à Rio en 2002, si bien que le tourisme s'est emparé de ces enjeux et l'a décliné avec le « *tourisme durable* ».

Par ailleurs, afin de protéger les patrimoines naturels et culturels, le territoire français dispose de divers outils de protection reflétant la volonté de les préserver pour les transmettre aux générations futures. La protection peut aussi entraîner une forme de valorisation, rendant ces sites patrimoniaux exceptionnels à la vue des visiteurs. Outre la valorisation par des aménagements, de la promotion etc. Les sites patrimoniaux peuvent être valorisés par des labels allant dans la continuité du processus de préservation. De nombreux labels existent en France, souvent pour affirmer une certaine qualité ou une excellence du site ou du produit dans un domaine.

La labellisation entraîne indéniablement une mise en réseau avec les membres labellisés ou ayant entamé la démarche, en apportant une plus-value au quotidien pour les sites. Ceci n'est possible que s'il existe un animateur du réseau, quelqu'un qui va lui donner vie, et renforcer les liens entre les membres, afin qu'il soit pérenne.

C'est dans cette logique et cette réflexion que la problématique suivante a émergé :

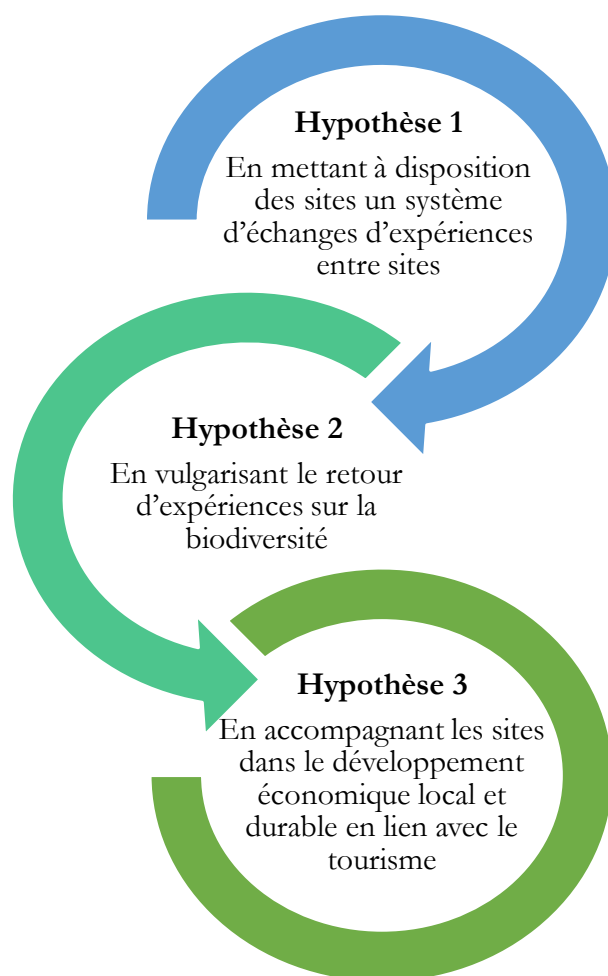
Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?

Autrement dit, l'intérêt ici est de voir comment un réseau et son animation rassemblant des sites souhaitant être labellisés et donc visant une gestion de qualité, peut avoir un impact sur les territoires de chacun alors que le réseau ne fédère que des sites diffus sur le territoire français. Finalement, comment une démarche de labellisation d'un site patrimonial peut-elle *booster* le développement touristique durable des territoires ?

Cette problématique nous amène à poser trois hypothèses de réponses :

Problématique

Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?



Les trois hypothèses énoncées ci-dessus, sont en lien direct avec les missions confiées lors du stage, et ont été pertinentes à poser pour répondre à cette problématique.

Il est important de garder en tête que les sites patrimoniaux membres d'un réseau ont certes des points communs qui font qu'ils sont dans un même réseau, mais chaque site a des problématiques et des spécificités propres à leur territoire et au site.

La première hypothèse concerne l'échange d'expériences généré entre les sites grâce au travail de l'animateur du réseau. L'idée est de voir quels peuvent être les apports d'un réseau sur les sites qui en sont membres. Cette hypothèse admet le fait que le réseau est un plus, et son animation est un atout. Pour cela, l'animateur du réseau doit développer des outils/actions qui permettent aux sites patrimoniaux de faciliter leur développement touristique durable. Les expériences échangées doivent recouper les trois piliers du développement durable.

La seconde hypothèse traite de la vulgarisation d'expériences : il semble indispensable pour valoriser le développement touristique durable des territoires, de vulgariser des expériences en lien avec les trois piliers du développement durable, ici la biodiversité, l'environnement. Cette valorisation peut permettre aussi de faire rayonner au niveau national les actions de ces sites membres du réseau grâce à l'animation du réseau.

Enfin, la troisième hypothèse concerne le développement économique local des territoires des sites membres. Outre son rôle d'échange d'expériences entre sites, de valorisation des sites etc. les animateurs d'un réseau peuvent accompagner leurs membres sur de nouveaux sujets et projets et notamment en lien avec l'économie du territoire pour en faire des territoires vivants.

Dans la seconde partie nous aborderons ces trois hypothèses de réponses, en lien avec le stage ce qui consistera à contextualiser la mission au sein d'un réseau national qui servira de base à notre recherche.

Partie 2

L'animation d'un Réseau de sites patrimoniaux : le cas du Réseau des Grands Sites de France

Introduction Partie 2

Après avoir défini les concepts et notions clés de notre réflexion liés étroitement à nos missions, nous sommes en mesure d'aborder la problématique énoncée plus haut de manière plus concrète, grâce à une mise à l'épreuve de nos hypothèses sur un terrain d'application : le Réseau des Grands Sites de France (RGSF). Il assemble des sites classés s'engageant dans la démarche pour obtenir le label Grand Site de France (GSF). Le stage mission, sur une durée de six mois, nous permettra de développer des perspectives de réponses grâce aux différentes missions.

Tout d'abord, le premier chapitre se concentrera sur cette politique publique de l'Etat, concernant uniquement des sites classés par la loi de 1930, de spécifier les particularités de cette politique qui in fine amène ou permet une attribution de label, le label Grand Site de France (GSF). Quelles sont les spécificités de cette démarche, et quelles garanties apportent cette démarche aux territoires qui s'y engagent ? De plus, notre sujet portant en partie sur le tourisme, nous nous attacherons à étudier le type de tourisme sur ces territoires, et lequel est souhaité et mis en œuvre.

Ensuite, le second chapitre s'attachera à étudier le fonctionnement et le rôle du réseau qui a été créé autour de ce label et notamment l'apport de l'animation de ce réseau pour les membres du réseau. L'approche de ce réseau sera l'occasion de voir si l'animation du réseau apporte une réelle plus-value aux sites membres pour faciliter et valoriser leur développement touristique durable.

Pour finir, le dernier chapitre sera dédié à la présentation des missions réalisées au sein du Réseau des Grands Sites de France (RGSF). Il s'agira en particulier de contextualiser l'ensemble des missions pour en comprendre l'intérêt et d'en faire ressortir les enjeux pour les membres du réseau ou les enjeux au niveau national.

Chapitre 1 : La démarche de labellisation Grand Site de France, un lien fort avec le tourisme

Ce chapitre s'attachera à présenter le label Grand Site de France, la démarche pour l'obtenir, mais aussi à poser les bases et la particularité des sites visant cette labellisation. Pour finir, notre recherche liée à notre problématique ayant pour sujet le tourisme et le développement touristique durable des territoires, ce chapitre permettra de montrer le lien entre celui-ci et le terrain de recherche.

1. La politique des Grands Sites de France : histoire et construction d'une politique nationale

En 1976, l'Etat mettait en place une politique publique dédiée exclusivement à des sites classés par la loi de 1930. Elle concerne les sites classés les plus renommés et les plus fréquentés. Cette politique publique visait à « *restaurer les qualités qui avaient fait la renommée du lieu, et accueillir les nombreux visiteurs tout en préservant l'intégrité et la beauté du site* ». Elle repose sur un équilibre entre l'accueil des visiteurs et la préservation de ces lieux, pour ne pas faire de ces lieux des sanctuaires impénétrables, et ce, dans un seul but de protection. L'adéquation entre la vie et la transmission du site est majeure. C'est de cette politique que la notion de « Grand Site » (GS) est tirée.

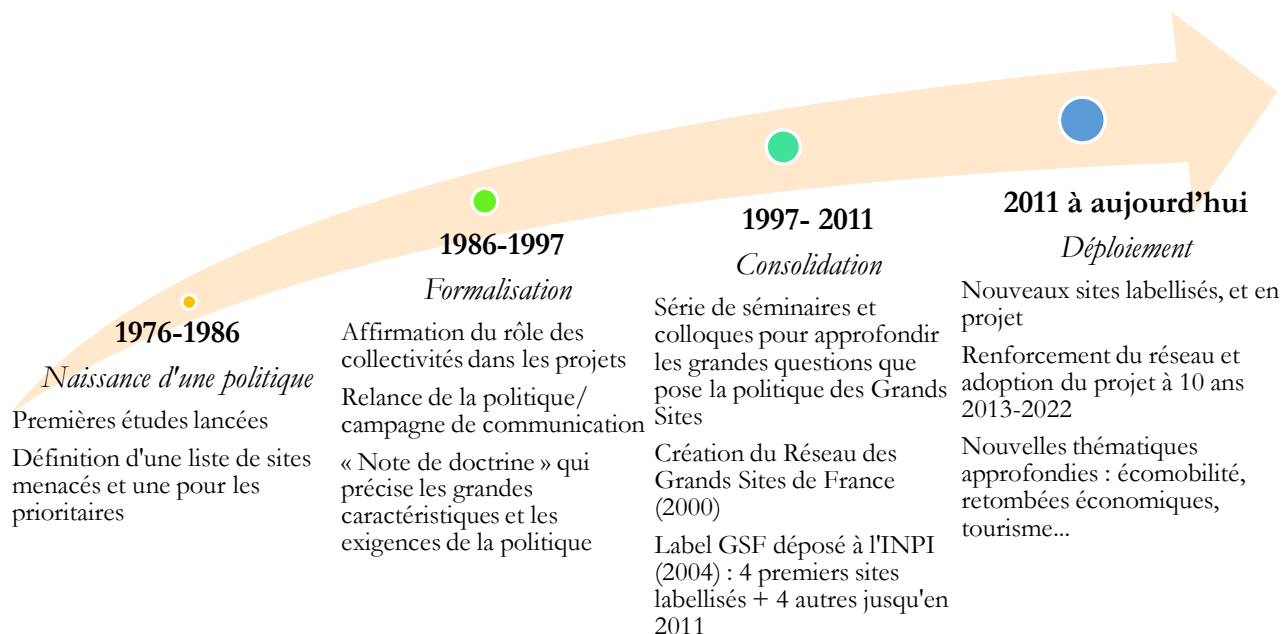
1.1. Une politique de 30 ans portée par l'Etat

Entre 1974 et 1975, l'Etat est sollicité par des autorités locales souhaitant le faire réagir face à deux problèmes. Tout d'abord, de nombreux habitants se sentent envahis par des visiteurs ou touristes n'ayant que trop peu souvent en tête les intérêts et règles du mode rural. Ensuite, le second problème concerne une certaine forme de banalisation des sites emblématiques français avec des équipements et infrastructures d'accueil trop souvent de médiocre qualité. C'est pour répondre à ces problèmes et pour rétablir les équilibres paysagers et culturels des sites que l'Etat lança en 1976 cette politique spécifique tout d'abord à l'initiative de la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR).

Dès sa mise en place, il a été convenu qu'elle ne porterait que sur des sites de grande notoriété dont la fréquentation pose problème et classés en partie ou entièrement au titre de la loi de 1930 sur les sites (voir Partie 1, chapitre 2). De plus, elle porte en grande partie sur des sites à dominante naturels tout en s'adressant aussi à des ensembles bâtis tel que Carcassonne ou à des sites mixtes. Ainsi cette politique concerne à la fois le patrimoine naturel et le patrimoine culturel ainsi que leurs interactions et influences sur un espace ou un territoire.

La méthode opérationnelle de la politique publique s'est construite progressivement, elle s'appuie sur une démarche de projet intégrant les différents acteurs/partenaires (Etat, collectivités locales etc.) sur des objectifs, afin d'aboutir à un véritable plan d'action. (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, 14 p)

Figure 13 : Historique de la politique des Grands Sites de France



Aujourd'hui, cette politique publique a pris de l'ampleur et s'est renforcée. Actuellement, on compte 18 sites labellisés et 28 sites en projet, c'est-à-dire en démarche de labellisation. De véritables partenariats se sont créés entre l'Etat et les collectivités locales qui se sont associés au fil du temps. Ainsi, la politique en faveur des Grands Sites (GS) a elle aussi évolué pour muter en une politique de préservation et de gestion durable d'un territoire et non seulement du site classé.

Cette politique est menée et conduite par l'Etat et plus précisément par le Ministère en charge des sites, actuellement le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (MTES), positionné au sein du bureau des sites et des paysages. L'Etat accompagne les sites, valide les programmes, décide de l'octroi ou non du label, et finance des projets.

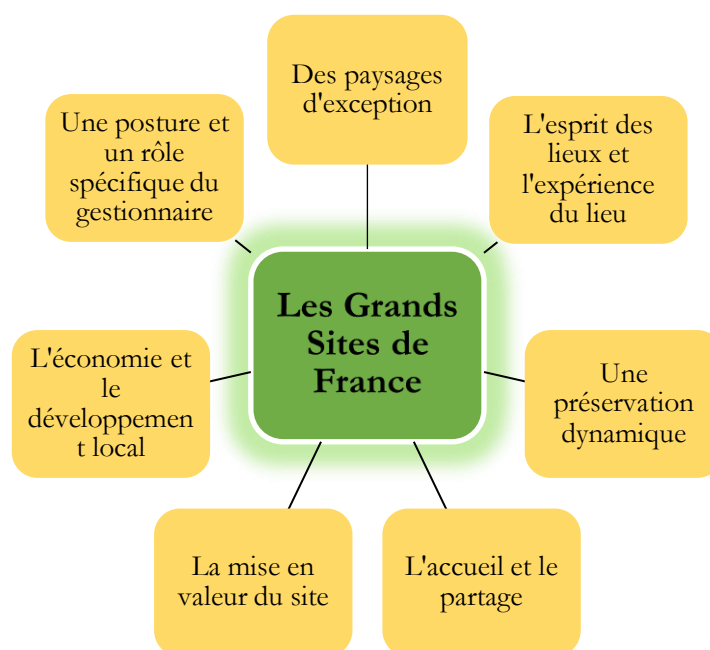
De plus, les services de l'Etat accompagnent les gestionnaires dans la démarche et dans l'élaboration de projets, par exemple la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DREAL), le Ministère de la Culture comme appui pour veiller au respect de la mesure de protection (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, 14 p).

1.2. Des valeurs communes pour les Grands Sites de France

Un Grand Site de France se construit autour d'objectifs ou d'ambitions, que les sites et le réseau nomment : valeurs communes. Ces valeurs créent une identité et une logique dans leurs actions, se sont ces valeurs qui les rassemblent. La spécificité de ces valeurs façonne les démarches et la gestion des sites.

Il est à noter que la formulation des valeurs a été réutilisée mot pour mot dans cette recherche et non inventée dans un but de promouvoir le réseau. Ces valeurs ont été définies suite à un travail d'enquête et de concertation entre les GSF qui s'est ensuite officialisée par la production d'un document-cadre. Considéré comme une véritable feuille de route, ce document-cadre permet de dresser les caractéristiques d'un GSF et de mieux comprendre ce qu'est un GSF.

Figure 14 : Les valeurs communes des Grands Sites de France ⁷⁴



1.2.1. Des paysages dits « d'exception »

Les Grands Sites (GS) sont tout d'abord des paysages dits « d'exception », ils sont remarquables et emblématiques dans le sens où ils marquent la spécificité d'un territoire et forment son image. Les GS sont des sites classés, un classement justifié par leur caractère exceptionnel, unique et singulier d'où le terme « d'exception ». Le paysage, ici, désigne l'alliance entre les valeurs culturelles et naturelles du site, il témoigne de l'interaction entre la nature et l'homme. C'est cette

⁷⁴ Réseau de Grands Sites de France. *Valeurs communes des Grands Sites de France*, 2014, 9p

particularité qui les différencie des autres types d'espaces protégés. Chaque GS a une personnalité propre qui s'est affirmée ou s'affirme avec le temps. Cette dernière est étroitement liée à l'histoire et au passé du site. De plus, il est rajouté que ces sites ont aussi un caractère vivant alliant la protection du site avec la vie du territoire environnant. L'identité et l'image s'exprimant au travers de ces paysages, attribuent au site un caractère authentique véhiculé par la diversité naturelle, humaine, historique et culturelle.

Finalement, ce sont des paysages témoignant du passé tout en les reliant avec l'avenir. On retrouve ici l'idée même du patrimoine défini par H. Ollagon en 1979 qui affirmait que le patrimoine doit avoir la capacité de s'adapter et d'évoluer dans le temps sans rester figé.

1.2.2. L'esprit des lieux et l'expérience du lieu

L'esprit des lieux désigne la personnalité particulière d'un GS, et se base sur des caractères tangibles et intangibles faisant appel à tous les sens, les facultés mentales et affectives. C'est une ambiance particulière une perception immédiate globale du lieu relative à sa qualité, à son unicité, alors que d'autres lieux peuvent être comparables de par le relief, la végétation, l'histoire la légende. Cette perception reste subjective puisque c'est un ressenti propre à chacun.

Pour l'élue du GSF de l'Aven d'Ornag, l'esprit des lieux pour les GSF c'est le fait de revenir à l'esprit d'origine qui a fait que ce lieu a été classé car les GSF sont des sites très fréquentés qui ont été mis à mal par la fréquentation. Chacun voit ce qu'il veut mais c'est une appréciation en partie objective et sensible de la part de celui qui en fait l'expérience. Elle parle d'un « *ressenti en général assez universel devant la beauté, la grandeur d'un paysage [...] L'esprit des lieux c'est ce qu'on veut à tout prix préserver et comment on fait pour que chaque visiteur ressente ce que cette première personne a ressenti en découvrant le lieu, qu'ils ressentent les mêmes choses. C'est compliqué parce qu'on n'est plus seuls sur Terre, on est nombreux et l'objectif est donc de retrouver une ambiance « sereine » devant le paysage* » (Corbière, 2018, p 103).

Ils associent l'esprit du lieu à l'expérience vécue par les visiteurs car l'esprit du lieu se réfère à « *l'unicité* » du lieu. La découverte ou sa confrontation quotidienne (habitants, élus, techniciens, gestionnaires etc.) avec le site fait découler pour le visiteur une expérience du lieu singulière, unique et non duplicable.

Les gestionnaires de ces sites manipulent, aménagent et gèrent ces sites avec une délicatesse et un soin particulier afin de ne pas l'uniformiser, le dénaturer ni lui enlever ce qui fait sa spécificité, sa particularité, en d'autres termes les gestionnaires tendent à préserver l'esprit du lieu.

L'utilisation du terme de l'esprit des lieux est au cœur de la politique des GSF, elle a permis d'ancrer leurs principes et d'alimenter le débat sur les valeurs au sein du réseau.

1.2.3. Une préservation dite « *dynamique* »

Les GSF sont des paysages préservés pour plusieurs raisons. Premièrement se sont des paysages préservés de par leur(s) site(s) classé(s) au titre de la loi de 1930. De plus, il faut savoir que les GSF ont pour la plupart plusieurs protections sur leur territoire, autre que le site classé. En effet, certains sites sont à cheval sur des Parcs Naturels Régionaux, des Parcs Nationaux, des Réserves Naturelles, des zones de réglementations particulières (ZNIEFF, arrêtés de biotopes etc.), des Réserves de biosphères, de sites Natura 2000 etc. Autant de protection qui viennent renforcer l'image de territoires préservés et sauvegardés.

Outre les mesures de protection, les gestionnaires de ces sites s'attachent à appréhender la préservation dynamique de leurs paysages et ceci d'une manière globale c'est-à-dire en y associant la biodiversité, le patrimoine historique et culturel, ainsi que les pratiques sociales et économiques du territoire car pour eux, chacune de ces entités façonnent le site. La préservation par le gestionnaire se doit d'être exemplaire et constitue une valeur d'intérêt général. Sur un GSF, on ne protège pas dans un but d'interdire le site, de le sanctuariser ou de le muséifier en le mettant sous cloche. La préservation dynamique prend en compte le fait que se sont des territoires vivants, ouverts et historiquement habités où justement les gestionnaires tendent à concilier protection et maintien de ce caractère vivant. Ainsi, l'habitant est un acteur fondamental pour la réussite d'une telle démarche, il participe à sa préservation, à sa valorisation et est le passeur de ce capital.

1.2.4. L'accueil et le partage

L'accueil et le partage sont très importants dans les GSF, se sont des lieux animés, habités et visités. Ils doivent être proposés et accessibles à tous, qu'importe la culture et les moyens financiers. Ce sont des lieux où le partage par le dialogue et l'échange sont mis en avant. Le visiteur doit pouvoir prendre son temps pour découvrir le site dans un objectif de faire naître un attachement au lieu, une envie d'y revenir et de partager autour de soi l'expérience vécue. Pour cela les GSF tentent de mettre à disposition des visiteurs, les clés nécessaires à la découverte, à la contemplation, et inciter à la connaissance.

1.2.5. La mise en valeur du site

L'engorgement de ces sites qui s'engagent dans la démarche nuit à la qualité de la visite. C'est pourquoi, les gestionnaires des GSF poussent leurs actions vers une mise en valeur, elle-même fondée sur les valeurs qui ont justifié sa protection. La mise en valeur sur ces sites est spécifique et doit prendre en compte divers éléments, les sites recherchent un équilibre entre protection, ouverture et aménagement. Les aménagements pensés se doivent d'être sobres et au mieux intégrés au paysage.

1.2.6. L'économie et le développement local

Certains sites entrant dans la démarche subissent de fortes pressions commerciales mal maîtrisées dues à de fortes fréquentations. Ces dérives nuisent à la qualité du lieu, à l'expérience du visiteur et entraînent des déséquilibres locaux.

Pour pallier cela, les gestionnaires des GSF ne recherchent pas leur propre rentabilité commerciale mais plutôt les retombées indirectes qui vont bénéficier aux territoires au travers de ce projet. Ils tendent à être des leviers de développement local et durable, déjà parce que la conduite de projet mobilise les partenaires dans une gouvernance partagée et concertée mais aussi car ils tendent à développer une économie propre au territoire se basant sur ses spécificités, et notamment un tourisme ayant un bénéfice pour le territoire. Le projet GS doit être porté par le territoire, et mettre en valeur les activités et produits locaux tout en prenant en compte les habitants. Un GS génère de l'économie, il peut être un facteur de développement local et contribuer à la préservation des richesses de tout un territoire.

1.2.7. Une posture et un rôle spécifique du gestionnaire

Le gestionnaire a un rôle très fort dans cette politique, d'autant plus que le label est accordé pour la gestion du site et non au site. Le gestionnaire recherche en permanence l'équilibre entre la protection du site et son ouverture ce qui rend son travail complexe à gérer. La gestion d'un GSF demande d'avoir une approche globale prenant en compte la vision patrimoniale (paysage, environnement), économique et sociale, donc les principes du développement durable. Les gestionnaires doivent avoir une vision à long terme du projet, doivent pouvoir anticiper, maintenir ou développer le dialogue avec les acteurs du territoire. La gestion doit porter des valeurs d'exemplarité que ce soit pour la conduite de ces actions ou pour la démarche de

concertation et de gouvernance. A l'image de l'habitant, les gestionnaires sont des passeurs, ils transmettent sans pour autant avoir un rôle de « *donneur de leçon* »⁷⁵.

2. Une démarche de labellisation en deux temps pour une gestion et un développement durable des sites

La démarche de labellisation GSF s'effectue en deux temps demandant plusieurs années avant de pouvoir prétendre à une labellisation et l'obtenir. Pour cela, les sites entrant dans la démarche passent dans un premier temps par une Opération Grand Site (OGS), et dans un second temps ils prétendront à la labellisation GSF.

La démarche est coordonnée par la structure gestionnaire du GS, constituée le plus souvent d'un regroupement de collectivités territoriales sous forme d'une commune, d'une intercommunalité, d'un syndicat mixte, d'un département etc.

Il est important de préciser que les sites portant ces démarches ne sont pas tous qualifiés de GSF. En effet, on parle de Grand Site de France lorsque celui-ci a obtenu la labellisation. Tout site étant dans une démarche de labellisation, et donc en OGS, est qualifié de Grand Site.

2.1. Les Opérations Grand Site

Le processus de labellisation GSF est une démarche longue demandant certains résultats d'actions réalisées avant que le site soit labellisé. Avant la candidature au label, il faut s'engager dans une OGS. C'est une démarche qui a été mise en place par l'Etat pour les collectivités territoriales qui avaient besoin d'une solution face aux difficultés que posent l'accueil des visiteurs ainsi que l'entretien des sites classés de grande notoriété soumis à une forte fréquentation.

2.1.1. Une démarche reposant sur trois objectifs

Une OGS doit répondre à trois objectifs (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, 14 p) :

- « *Restaurer et protéger activement la qualité paysagère, naturelle et culturelle du site ;*
- *Améliorer la qualité de la visite (accueil, stationnements, circuits, information, animations) dans le respect du site ;*
- *Favoriser le développement socio-économique local dans le respect des habitants. »*

⁷⁵Réseau de Grands Sites de France. Valeurs communes des Grands Sites de France, 2014, 9p

Ces trois objectifs tournent autour de trois points qui sont le site, la visite (donc le tourisme) et les habitants, c'est-à-dire que cette démarche prend en compte tous les acteurs qui font vivre le site. Ils visent aussi à résoudre le problème de la fréquentation touristique ainsi que de la dégradation de ces sites. Le maintien et la restauration de la qualité paysagère naturelle et culturelle du site est l'objectif principal et directement en lien et même une réponse pour des lieux trop fréquentés comme c'est le cas ici.

Le deuxième objectif concernant l'amélioration de la qualité de visite tout en respectant le site, signifie tout d'abord que les sites doivent améliorer la gestion de l'accueil des visiteurs avec un travail sur les stationnements, la sécurité etc. Ils doivent aussi proposer aux visiteurs une occasion d'être sensibilisé au site et de recevoir des informations utiles sur ce dernier pour que la découverte soit satisfaisante. Finalement, l'objectif est aussi de rendre ces sites accueillants et accessibles à tous.

Ensuite, pour le troisième objectif, il s'agit de remettre les habitants au cœur de la problématique du site et de redynamiser le territoire. Les actions et mesures du projet doivent bénéficier au développement local des communes faisant partie de l'opération. Beaucoup des territoires de GSF subissent une dévitalisation du fait qu'ils soient en espace rural, la population est donc faible et les fonctions économiques locales peuvent disparaître en basse saison. Cet objectif est donc délicat et demande à la fois de concilier respect du site et développement local, et de maintenir les habitants du territoire.

L'OGS est la première étape pour des sites souvent dégradés et subissant de fortes pressions qui vont nuire à leur qualité. Il s'agit bien de définir et de mettre en œuvre un projet concerté qui répond au besoin de restauration, de préservation, de gestion et de mise en valeur du territoire. En fait, une OGS consiste à retrouver l'esprit du lieu, les qualités qui ont fait que ce site est renommé, tout en mettant en place un projet qui propose une gestion durable du site et du territoire et d'en assurer la pérennité, dans une perspective de développement durable (ICOMOS France, 2009, 220p).

2.1.2. Les conditions d'éligibilité pour une Opération Grand Site

Pour prétendre à une OGS et à posteriori au label GSF, il y a des conditions d'éligibilité à remplir, elles sont au nombre de quatre (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2011, 14 p) :

1. *« Être un site classé au titre des articles L.341-1 à 22 du code de l'environnement (loi du 2 mai 1930) pour son intérêt artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, pour une partie significative du territoire, avec un périmètre de classement pertinent pour l'efficacité et la lisibilité de la procédure de protection ;*
1. *Être un territoire dont le paysage est remarquable, emblématique ou de forte notoriété ;*
2. *Nécessiter une action coordonnée d'envergure pour remédier aux difficultés d'entretien ou de gestion du site, liées à une grande fréquentation (au point de perdre les qualités qui sont à l'origine de sa réputation) ;*
3. *Faire l'objet d'une volonté de restauration, de préservation et de gestion partenariale pérenne, soutenue par un large consensus au niveau local. »*

2.1.3. Les étapes pour engager une Opération Grand Site

La mise en œuvre d'une OGS se déroule en plusieurs phases, il y a tout d'abord une phase d'étude qui va permettre de construire le projet et le programme d'actions, puis une phase de mise en œuvre où il s'agira de réaliser ces opérations et actions.

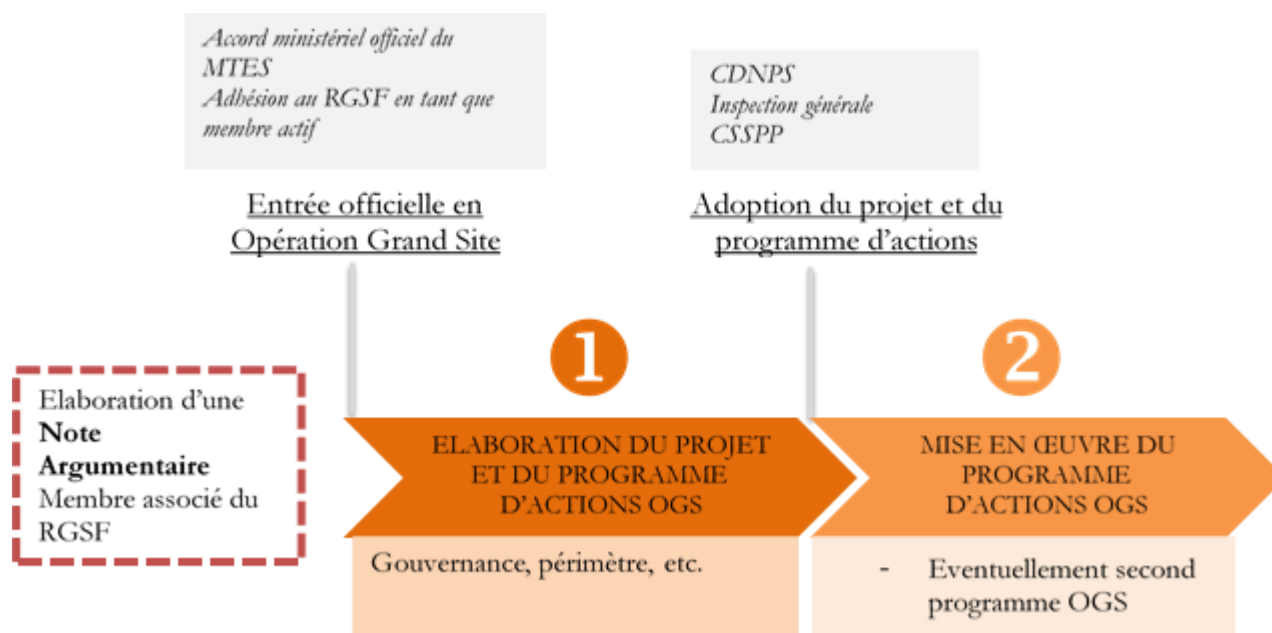
Tout d'abord, la structure porteuse de la démarche fait une demande officielle à l'Etat en l'accompagnant d'une note technique que l'on appelle « note argumentaire » qui précise en quoi le site répond aux conditions d'éligibilité d'une OGS. Il s'en suit un accord ministériel officialisant le démarrage de l'OGS.

La première phase de construction du projet est alors engagée, il s'agit d'identifier les dysfonctionnements du site et de construire une nouvelle vision pour le site classé et pour le territoire s'appuyant sur des études approfondies : études de fréquentation, paysagères, de stationnement, d'interprétation, d'aménagement, de gestion ou de gouvernance... Finalement, cette phase de diagnostic permet au gestionnaire de définir ses enjeux et l'aide dans ses orientations stratégiques. Cette phase aboutit à la définition précise d'un programme d'actions de l'OGS s'inscrivant pour le site dans un projet global.

A la suite de cela, le projet ainsi que le programme d'actions doivent être validés. Pour se faire, la structure gestionnaire devra les présenter en premier lieu à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS), pour avis. Puis, une seconde phase d'instruction est faite au plan national par la DGALN, bureau des sites et espaces protégés, avec la présentation du projet pour avis à la Commission supérieure des sites, perspectives et paysages (CSSPP).

Ensuite la phase de mise en œuvre est lancée et une contractualisation entre l'Etat et les collectivités concernées est effectuée.

Figure 15 : Schématisation des étapes d'une OGS



2.1.4. Le périmètre d'une Opération Grand Site

Pour engager et mener une OGS il faut définir un territoire le plus pertinent possible pour mettre en œuvre le projet de préservation, de restauration, de gestion et de mise en valeur du site classé. Ce périmètre doit être cartographié, il est composé de deux ensembles. Le premier est le site classé qui est le cœur du GS, il peut être terrestre ou maritime. L'importance de cette partie du périmètre « classé » fait qu'une partie significative du GS est protégée. Ensuite, on retrouve le périmètre du GS, souvent plus large que le site classé, il est comme une zone tampon, et permet de développer un réel projet de territoire, en y incluant des zones de vie, des communes qui participent au projet. Ce périmètre est plus ou moins grand en fonction des enjeux de protection et de mise en valeur qui sont définies pour le site. A terme, ce périmètre sera le périmètre du GSF lorsqu'il sera labellisé.

2.1.5. Une structure gestionnaire du site pour l'Opération Grand Site

La mise en œuvre du projet et sa coordination sont assurées par un organisme généralement que l'on appelle « gestionnaire » ou « organisme de gestion ». Il est soit choisi, soit créé au moment de l'OGS. Le plus généralement se sont des syndicats mixtes ou des intercommunalités, parfois une collectivité unique. Il doit associer les diverses collectivités territoriales (communes,

départements, régions) impliquées dans la gestion pérenne et l'avenir du site. Le gestionnaire doit avoir au minimum une compétence d'étude et d'animation mais aussi, si possible, une compétence de maîtrise d'ouvrage les actions à mettre en œuvre.

Finalement, une OGS doit permettre aux sites s'y engageant de réhabiliter leurs sites, souvent dégradés par une fréquentation mal gérée, de mettre en place une gestion durable pour le site. C'est uniquement en montrant l'effort de gestion durable du site, et en ayant des résultats concrets et positifs que le site pourra prétendre à une labellisation.

2.2. La labellisation Grand Site de France

Le label Grand Site de France est l'outil qui vient suivre l'OGS, c'est le second outil créé pour les collectivités territoriales afin de mettre en œuvre la politique des Grands Sites.

2.2.1. Un label ayant une portée législative

La labellisation garantit l'excellence de la gestion des sites classés soumis à une grande notoriété et une forte fréquentation. Depuis 2010, ce label a une portée législative, il est inscrit dans le Code de l'environnement, Article L341-15-1, créé par LOI n° 2010 -788 du 12 juillet 2010 - article. 150 :

« Le label " Grand site de France " peut être attribué par le ministre chargé des sites à un site classé de grande notoriété et de forte fréquentation. L'attribution du label est subordonnée à la mise en œuvre d'un projet de préservation, de gestion et de mise en valeur du site, répondant aux principes du développement durable.

Le périmètre du territoire concerné par le label peut comprendre d'autres communes que celles incluant le site classé, dès lors qu'elles participent au projet.

Ce label est attribué, à sa demande, à une collectivité territoriale, un établissement public, un syndicat mixte ou un organisme de gestion regroupant notamment les collectivités territoriales concernées. La décision d'attribution fixe la durée du label ».⁷⁶

Cette loi permet à la fois de renforcer le label qui jusqu'en 2010 était uniquement une marque déposée par l'Etat à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) en 2002. Un règlement d'usage du label y était attaché lequel a été revu et modifié en 2010 pour être en accord avec les modifications induites par la loi.

De plus, la loi indique une triple condition pour être éligible au label, le site doit avoir les caractéristiques d'un GS (notoriété, fréquentation, site classé), le site doit faire l'objet d'une mise

⁷⁶ Legifrance. Code de l'environnement [En ligne]. Disponible sur <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI0000022496151&cidTexte=LEGITEXT000006074220&dateTexte=20100714> (Consulté le 10-5-2019)

en œuvre d'un projet de préservation, de gestion et de mise en valeur du site répondant aux principes du développement durable notamment. Pour finir, le site doit être géré par un organisme de gestion partenarial, et c'est lui-même à qui le label sera attribué. Le gestionnaire coordonne et met en œuvre le projet du GS.

De plus, le site doit jouir d'un état, d'un entretien et d'un fonctionnement satisfaisants et à la hauteur du site. Les aménagements et services proposés aux visiteurs doivent être fondés sur l'identité et la singularité du site. Le périmètre du site se définit avec les mêmes critères qu'une OGS.

2.2.2. La constitution du dossier de demande de labellisation

La constitution du dossier représente l'engagement du gestionnaire dans le maintien ou l'amélioration de l'état du site et plus généralement son engagement dans une gestion durable du site. Ce dossier est divisé en cinq parties :

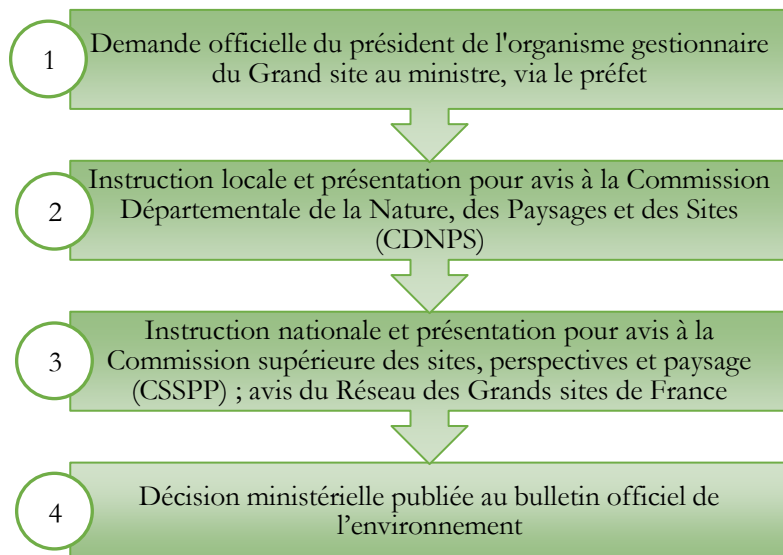
- Une déclaration d'engagement de l' élu de la structure de gestion qui, à la fois montre la motivation de demande du label, mais aussi les engagements.
- Une présentation du site, du contexte territorial, de ses caractéristiques (historiques, paysagères, culturelles, naturelles) faisant de lui un Grand Site (protections réglementaires, fréquentation, etc.). Il doit y figurer un état des lieux de la préservation, de l'entretien et de la gestion du site ainsi que la démarche pour le restaurer, le préserver et le mettre en valeur.
- Une présentation du projet de préservation, de gestion et de mise en valeur du site pour les années à venir.
- Des informations sur les moyens techniques et financiers de gestion du site et de l'organisation de la structure de gestion.
- Des modalités d'évaluation et de suivi.

Au regard de ces différents éléments constituant le dossier de labellisation, on remarque que ce label a une dimension dite de projet.

2.2.3. Le processus d'attribution du label

Le label GSF est la propriété de l'Etat, il est attribué à la suite de plusieurs étapes :

Figure 16 : Le processus d'attribution du label



La décision ministérielle du ministre en charge des sites attribue officiellement le label à l'organisme de gestion du site. Le label est attribué pour 6 ans, renouvelable, il matérialise l'excellence de la gestion du site. Tous les 6 ans, la structure de gestion du GSF devra renouveler sa demande de labellisation, en effectuant les mêmes démarches.

L'obtention du label se matérialise par l'utilisation du logo et l'utilisation de la dénomination « *Grand Site de France* ». Son usage est réservé aux gestionnaires de sites autorisés par la décision ministérielle de labellisation, le logo et son emblème peuvent être utilisés sur la signalétique, pour de la communication etc. Ce label n'est pas une marque commerciale, son utilisation à des fins commerciales en est donc interdite.

Le logo reprend le symbole des sites classés qui caractérise la politique de protection des monuments naturels et des sites. Il représente au centre par une forme hexagonale la France et le tout est un objectif d'appareil photographique. Les sites peuvent soit utiliser le logo tel quel, soit en l'associant dans un cartouche au nom du site et avec une représentation de son paysage.

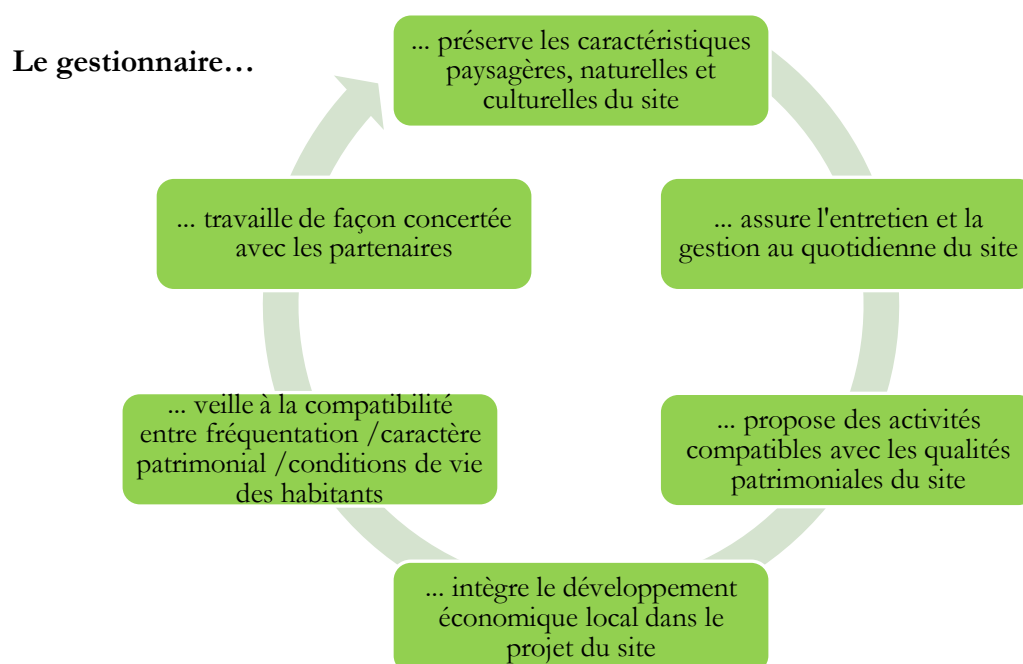
Figure 17 : Logo et cartouche du label⁷⁷



2.2.4. Les garanties du label

L'obtention du label, permet d'apporter des garanties sur la gestion du site qui doit être préservé et géré selon les principes du développement durable. Ainsi, le label garanti que le gestionnaire :

Figure 18 : Les garanties du label

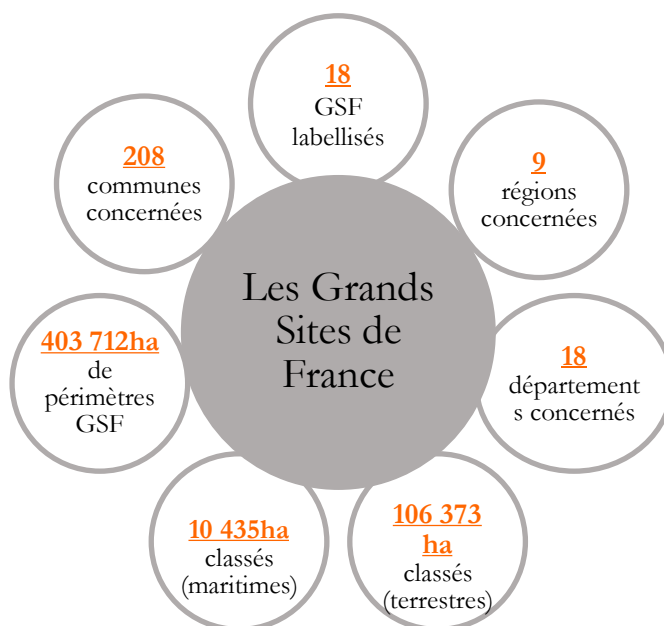


En plus de fournir ces garanties, l'état, l'entretien et le fonctionnement du site doivent être à la hauteur du site. Le site doit disposer de services et d'aménagements destinés aux visiteurs qui sont respectueux du site.

⁷⁷ Réseau des Grands Sites de France. *Label* [En ligne]. Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/> (Consulté le 15-7-2019)

2.2.5. Les Grands Sites de France labellisés, en chiffres et en images

Figure 19 : Chiffres clés des Grands Sites de France



Actuellement, les 18 Sites labellisés sont : l'Aven d'Ornac, la Baie de Somme, Bibracte Mont Beuvray, la Camargue Gardoise, le Cirque de Navacelles, Conca d'Oru, vignoble de Patrimonio - golfe de Saint-Florent, les Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon, les Gorges de l'Hérault, les Iles sanguinaires – pointe de la Parata, les Deux caps Blanc-Nez Gris-Nez, le Marais Poitevin, le Massif du Canigó, la Pointe du Raz en Cap Sizun, le Pont du Gard, le Puy de Dôme, le Puy Mary volcan du Cantal, Sainte-Victoire et Solutré Pouilly Vergisson.

Ces GSF présentent tous des paysages uniques et différents les uns des autres, certains proches du littoral, en milieu humides, d'autres en montagne ou encore en plaine.

Figure 20 : Photos de quelques Grands Sites de France labellisés⁷⁸



De gauche à droite : Puy Mary, volcan du Cantal, Cirque de Navacelles, Aven d'Orgnac, Pont du Gard, Dunes sauvages de Gávres à Quiberon, Camargue Gardoise.

3. Quel tourisme sur les Grands Sites ?

Au vu de la problématique posée plus haut dans cette recherche, il semble pertinent de faire un focus sur le lien entre le tourisme et les Grands Sites afin de relier la problématique au sujet de stage.

3.1. Les valeurs du tourisme pour les Grands Sites

Le tourisme est une composante incontournable de la politique, du fait que les sites concernés ont une forte notoriété et une forte fréquentation, mais la finalité n'est pas de promouvoir la destination ni de développer le tourisme. Néanmoins un tourisme durable, de qualité est souhaité être développé sur ces territoires.

En effet, le tourisme souhaité dans les GSF est un tourisme durable qui permet une meilleure qualité de l'expérience globale du visiteur durant tout son séjour au niveau du paysage, de la visite, de l'hébergement, des activités, des souvenirs à acheter... Mais aussi de privilégier le partage, la convivialité, l'immersion... Il doit s'ancrer dans les spécificités et les ressources endogènes du territoire, il est à l'opposé de la standardisation, parce que chaque GS est unique. Le tourisme de séjour et le hors saison sont préférés. De plus, les GSF cherchent à déconcentrer les lieux très fréquentés en diffusant la fréquentation sur le territoire. Les gestionnaires des GS

⁷⁸ Réseau des Grands Sites de France. *Galerie des membres [En ligne]*. Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/galerie-photos> (Consulté le 15-7-2019)

souhaitent que les visiteurs vivent une expérience différente, singulière, orientée sur la découverte en profondeur de la richesse du territoire avec :

- Des prestataires engagés dans une pratique d'activités respectueuses des lieux
- Des modes de déplacements doux
- Des clés de découverte variées et pour tous
- Des passeurs (habitants, guides...)
- Un visiteur informé et acteur de la protection du site et de la vie locale
- Des territoires qui associent le patrimoine naturel et culturel dont le paysage est le cœur
- Des territoires vivants et habités
- Une immersion dans des paysages remarquables protégés
- Des aménagements légers
- Une offre de qualité, diversifiée toujours en accord avec les valeurs
- Un séjour qui fait sens pour les visiteurs

Le tourisme souhaité sur les GS est un tourisme durable, et les gestionnaires œuvrent en ce sens pour développer un tourisme à la fois à l'image du site et de ses spécificités mais aussi un tourisme qui ne nuira pas au site et qui sera durable.⁷⁹. Même si les GSF ne sont pas 100% durables, et certains sites ont encore beaucoup de travail, ils s'en tiennent pour objectif.

3.2. L'interprétation, une base pour découvrir les Grands Sites

L'interprétation est un concept qui avait pris une grande place dans notre précédent mémoire de recherche. Cette seconde recherche permet de réadapter et d'étudier ce concept sur un nouveau niveau, à savoir : quelle est la place de l'interprétation dans les Grands Sites ? Est-il pertinent de parler d'interprétation sur les Grands Sites ?

3.2.1. Définition de l'interprétation

Avec son ouvrage *Interpreting Our Heritage* (1957), l'américain Freeman Tilden est le premier à théoriser l'interprétation. Il la définit comme *"l'art de révéler, à tous les visiteurs qui le souhaitent, quelque chose de l'ordre de la beauté et de l'émerveillement, l'inspiration et le message spirituel sous-jacents aux sensations que le visiteur perçoit de lui-même"*. Pour lui, le but de l'interprétation est de donner du sens à ce qu'un visiteur voit, observe lors de la découverte d'un site, d'un territoire, mais cela sans

⁷⁹Réseau de Grands Sites de France. *Grands Sites de France et tourisme*, 2014, 12p

passer par une démarche scientifique (Tilden, 1957).

Outre sa définition, de nombreuses autres ont été données et sont complémentaires pour mieux comprendre le concept. Ainsi, l'office de la langue française du Québec définit comme étant « *une méthode de sensibilisation des visiteurs à des éléments choisis et signifiants du patrimoine en ayant recours à des moyens qui font d'abord appel à l'appréhension, c'est-à-dire qui mènent à une forme vécue et descriptive de la connaissance plutôt qu'à une forme rigoureusement rationnelle* ». Cette définition est intéressante au niveau de la sensibilisation des visiteurs, l'interprétation permet ceci, sans donner une leçon ni une découverte descriptive d'un site, mais plutôt avec des moyens moins rationnels faisant appel à la sensibilité du visiteur⁸⁰. D'autres relient même « *interprétation du patrimoine* » et « *préservation du patrimoine* » en admettant le fait que l'interprétation permet de développer une attitude plus positive du visiteur vis-à-vis de la conservation du patrimoine, car l'interprétation permet d'expliquer au public la signification du site qui lui fait apprécier sa visite et comprendre mieux le site⁸¹.

3.2.2. Pourquoi parler d'interprétation dans les Grands Sites ?

Au vu des différentes définitions, l'interprétation est en adéquation avec le tourisme qui est voulu sur les GS sur plusieurs points. Des ressemblances peuvent être perçues : volonté de faire vivre une expérience aux visiteurs, une découverte unique du territoire et sensible, développer des attitudes plus positives envers le site, faire découvrir un site en l'interprétant car les GS sont des sites/territoires vastes, des paysages basés sur le patrimoine naturel qu'ils est important d'expliquer pour en percevoir tous ces sens.

De plus, le concept est défini par James Carter comme « *l'art d'aider les gens à apprécier quelque chose que vous ressentez comme remarquable* »⁸², l'interprétation est alors adaptée pour les GSF. Leur classement relève d'un paysage, d'un site jugé « *remarquable* » et l'interprétation permet alors de révéler l'esprit du lieu, ses influences culturelles et naturelles à l'oreille du visiteur.

3.2.3. Zoom sur les Maisons de Site, des lieux d'interprétation

Les Grands Sites mettent en place divers moyens de faire découvrir le site par le biais de l'interprétation. Ils créent des « Maisons de Site », qui sont pour les visiteurs des espaces

⁸⁰ Rivard René. L'interprétation, concept fondateur de la mise en découverte. *Les Cahiers Espaces Mise en découverte des espaces naturels*, 2011, n°109, p. 8-16

⁸¹ Corbishley Mike. L'interprétation du patrimoine à English Heritage. *Les Cahiers Espaces Interprétation du patrimoine*, 1997, p. 44-48

⁸² Vourc'h Anne. L'interprétation dans les Grands Sites : un outil au service de l'esprit du lieu. *Les Cahiers -Espaces Mise en découverte des espaces naturels*, 2011, n°109, p. 44-47

d'accueil, des lieux de sensibilisation aux patrimoines et à sa diversité. Beaucoup de site y intègrent un espace muséographique interprétant le patrimoine culturel et naturel du site pour permettre aux visiteurs une meilleure compréhension. En parallèle, un programme d'animations, de ballades et de visites guidées sont organisées. Ces offres intégrant une médiation humaine permettent une découverte plus sensible du lieu. Le guide est transmetteur de connaissances, il a suivi une formation qui lui permet de mieux transmettre le savoir et la connaissance aux visiteurs. Il peut montrer et expliquer aux visiteurs ce qui leur est invisible à l'œil, créer du lien avec les visiteurs qui seront alors plus captés et réceptifs aux éléments donnés par le médiateur (Corbière, 2018, p. 48).

3.2.4. L'exemple des Maisons de Site du Grand Site des Gorges du Gardon

La Maison de Site des Gorges du Gardon est un point d'accueil du site naturel, on y trouve un espace d'accueil, une boutique qui met en valeur les produits du terroir et locaux puis un espace muséographique pour faire découvrir aux visiteurs le site des Gorges du Gardon. Le parcours de visite s'articule autour de six thématiques et espaces : la présentation des Gorges du Gardon, la garrigue, la faune et la flore, la rivière, les rapaces et falaises, les grottes et chauves-souris. Cet espace muséographique a été conçu de manière à faire vivre et ressentir le Grand Site. Pour cela les sens sont sollicités dans chaque étape de la visite : expérience auditive de reconnaissance de chants, musique d'ambiance, plusieurs vidéos etc.

Une nouvelle Maison de Site est en cours de construction : la Maison de la Rivière et du Castor. Ce lieu servira au développement local et à la découverte d'une espèce emblématique : le castor. Il sera un élément d'attractivité en intersaison et renforcera l'offre touristique locale avec les objectifs de sensibiliser les scolaires, le grand public et les estivants ; de faire découvrir le patrimoine naturel du massif des Gorges du Gardon et de préserver les sites et espèces les plus sensibles. En ce sens, ce lieu est en adéquation avec le tourisme souhaité par le Réseau, un tourisme expérientiel, basé sur les spécificités, privilégiant le hors saison, contribuant au développement local etc. Cet espace d'accueil est conçu de manière intégrée au paysage, discret, avec des espaces en intérieur et en extérieur pour créer une dynamique de parcours. Les éléments d'architecture et de scénographie font écho à la nature environnante : le béton de site pour la roche de la falaise, le bois fait écho aux essences du site et à l'activité du castor. Ce lieu sera participatif et ludique avec des dispositifs interactifs (odoramas, dispositifs tactiles, théâtres optiques...). Outre la visite, ce lieu a été conçu, notamment grâce à l'espace buvette pour faire de ce site touristique un lieu de vie pour les habitants de la région, un endroit où ils reviennent pour profiter de la vue et des services, l'objectif est de fidéliser les locaux. Des produits locaux

seront mis en valeur au travers de ce service en plus de l'espace boutique⁸³.

Ces deux maisons de sites sont accompagnées d'animations et visites proposées par des animateurs de l'équipe gestionnaire du Grand Site. Les animateurs du SMGG ont développé un programme pédagogique sur l'année auprès des établissements scolaires du territoire, mais aussi plus ponctuellement des interventions dans les centres de loisirs. De plus, ils sensibilisent aussi les adultes grâce à des sorties nature à thème pour observer et découvrir les espèces faunistiques et floristiques des Gorges du Gardon comme par exemple les rapaces, les castors, les chauves-souris et plus largement la garrigue...⁸⁴

Cet exemple, même s'il ne représente pas une vitrine de l'ensemble des Grands Sites permet de visualiser sur le terrain à quoi peut ressembler l'offre touristique sur un Grand Site et de quelle manière elle est développée. C'est aussi un exemple de traduction d'une ambition générale des Grands Sites pour le tourisme en actions concrètes sur un Grand Site en particulier.

Conclusion Chapitre 1

Pour conclure ce chapitre, nous avons pu poser les bases de la politique publique des Grands Sites de France, la démarche de labellisation est fractionnée d'étapes (Cf. Annexe A) et demande aux gestionnaires de mettre en place un projet de territoire et des actions durables. L'obtention du label est l'ultime étape qui garantit que le site est géré de manière durable en accord avec la fragilité du site. Il semblait important d'appréhender le tourisme sous l'angle des Grands Sites étant donné le sujet qui porte en partie sur le développement touristique durable des territoires. Le tourisme sur les Grands Sites, du moins l'ambition souhaitée est un tourisme durable, avec une fréquentation plus étalée dans l'année, une découverte unique et singulière, permettant de proposer une expérience aux visiteurs au plus près des acteurs locaux. Ces ambitions sont un idéal à atteindre, pas toujours atteint mais tout de même souhaité à long terme, car de telles ambitions ne peuvent pas être atteintes en quelques mois ou même quelques années.

⁸³ Stage de Licence 3 Tourisme et Développement (2017). *Définition des modalités touristiques et commerciales en vue de l'ouverture d'un espace muséographique sur la rivière et le castor*, Syndicat Mixte des Gorges du Gardon, 14 semaines.

⁸⁴ Syndicat Mixte des Gorges du Gardon. *Catalogue des animations [En ligne]* Disponible sur <http://www.gorgesdugardon.fr/> (Consulté le 8-7-2019)

Chapitre 2 : Les Grands Sites, réunis autour du Réseau des Grands Sites de France

Les Grands Sites en cours de labellisation ou labellisés sont structurés autour d'un réseau qui les accompagne dans leur démarche, le Réseau des Grands Sites de France (RGSF). C'est au sein de cette structure que nos missions ont été réalisées. Rappelons tout d'abord que théoriquement un réseau est un espace d'échanges, ici entre des sites, où la notion de confiance y est forte et indispensable pour qu'il soit efficace. Le Réseau, bien que ses membres puissent être éloignés physiquement, les rassemble et les rapproche et stimule l'échange et le partage. Telle a été le but de créer le Réseau des Grands Sites de France.

1. Le fonctionnement du Réseau des Grands Sites de France

Le RGSF est une association régie par la loi du 1er juillet 1901 et le décret du 16 août 1901 et reconnue d'intérêt général. À ce jour, le réseau compte 48 membres.

1.1. Les membres du réseau

Les membres du réseau sont donc des gestionnaires de sites, regroupant plusieurs catégories de membres : les membres actifs et les membres associés.

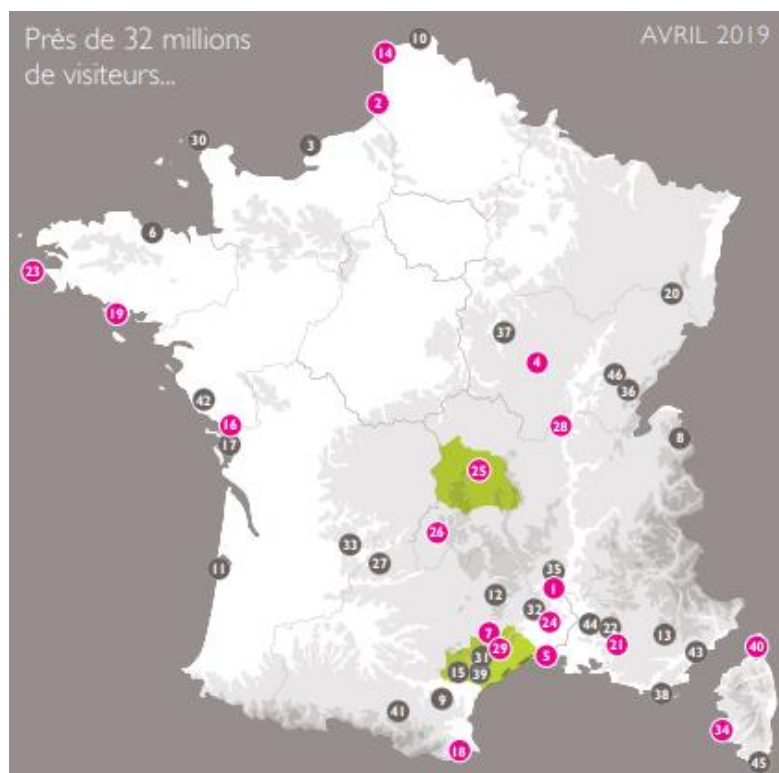
Les membres actifs sont divisés en 2 « *collèges* » et disposent d'un droit de vote à l'Assemblée Générale du réseau. Le premier, regroupe les gestionnaires des GSF labellisés ainsi que les gestionnaires de GS en projets (en OGS notamment). Le second, regroupe les grandes collectivités, en vert sur la carte, (régions et départements) qui œuvrent dans la gestion et la valorisation des paysages de leur territoire et qui souhaitent bénéficier de l'expérience des Grands Sites et participer aux échanges techniques du réseau.

Ensuite, les membres dits « *associés* », non votant à l'Assemblée Générale, sont principalement des gestionnaires de sites patrimoniaux qui ne disposent pas de toutes les caractéristiques des Grands Sites, des sites qui par exemple sont des sites inscrits et non classés ou de faible notoriété. Ils deviennent membres du réseau dans une volonté de participer aux échanges du réseau et de bénéficier de son expérience (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2015, 2p).

Au sein du réseau on dénombre 48 membres actifs (dont 2 grandes collectivités, second collègue) et un membre associé : Conques, qui n'était pas un site classé jusque-là.

Les membres contribuent financièrement à l'activité de l'association par le biais de cotisations annuelles. Outre ces ressources financières, des partenariats financent aussi l'association comme le Ministère en charge des Sites, du Tourisme, des Affaires Etrangères, de la Culture, de la Caisse des Dépôts, etc.

Figure 21 : Membres actifs du réseau : sites labellisés et sites en projet



1.2. Une création du réseau nécessaire pour les gestionnaires des Grands Sites

Ce réseau a été créé suite aux besoins des gestionnaires des Grands Sites, le 7 novembre 2000 par ces derniers. Les gestionnaires désiraient avoir un lieu d'échange d'expériences, de mutualisation et d'entraide permettant d'être accompagnés tout au long de leur démarche. Ainsi, le réseau fait l'objet de diverses missions ou d'actions générales justifiant sa raison d'exister (Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement, 2015, 2p) :

- Le réseau est un centre de ressource, d'échange pour ses membres et d'appui dans leurs actions.
- Il valorise l'action de ses membres, leur rôle et leur savoir-faire.
- Il développe et promeut le label Grand Site de France.

- Il représente les membres/sites auprès des pouvoirs publics et tout particulièrement du Ministère en charge des sites classés.
- Il dispose d'une force d'expertise et de propositions dans le domaine du paysage et des sites patrimoniaux, en France et à l'étranger.

Plus généralement, la mission principale du réseau est d'accompagner les sites dans le processus et la démarche de labellisation, le réseau et son équipe d'animation sont un appui aux membres dans leurs actions. Il les aide à la constitution de leurs dossiers de projets et de programmes d'actions d'OGS, ainsi qu'à leurs dossiers de labellisation GSF.

Ces missions sont générales, le réseau approfondi certaines thématiques en fonction des années pour capitaliser sur ces dernières et les partager aux membres du réseau. Le RGSF avec l'appui de ses membres a élaboré un document cadre des Projets à 10 ans (2013-2022) avec des ambitions et des objectifs pour les prochaines années.

Figure 22 : Logo du Réseau des Grands Sites de France



Comme nous l'avons évoqué dans le Chapitre 1, l'adhésion au réseau des GSF est une première étape pour prétendre au label. Même si elle n'est pas obligatoire, l'entrée au réseau permet au site d'accéder aux échanges d'expériences partagées avec tous les membres et d'être accompagné durant chaque étape de la démarche GSF.

1.3. Un réseau soutenu par l'Etat

Le Ministère en charge des sites, porteur de la politique GSF soutient financièrement le Réseau depuis sa création. Depuis 2009, ce soutien s'inscrit dans une convention pluriannuelle d'objectifs.

Ce soutien ne rend pas l'association dépendante de l'Etat, elle est indépendante dans son fonctionnement, l'Etat n'en n'est pas membre et ne participe pas au Conseil d'Administration, ni à l'Assemblée Générale.

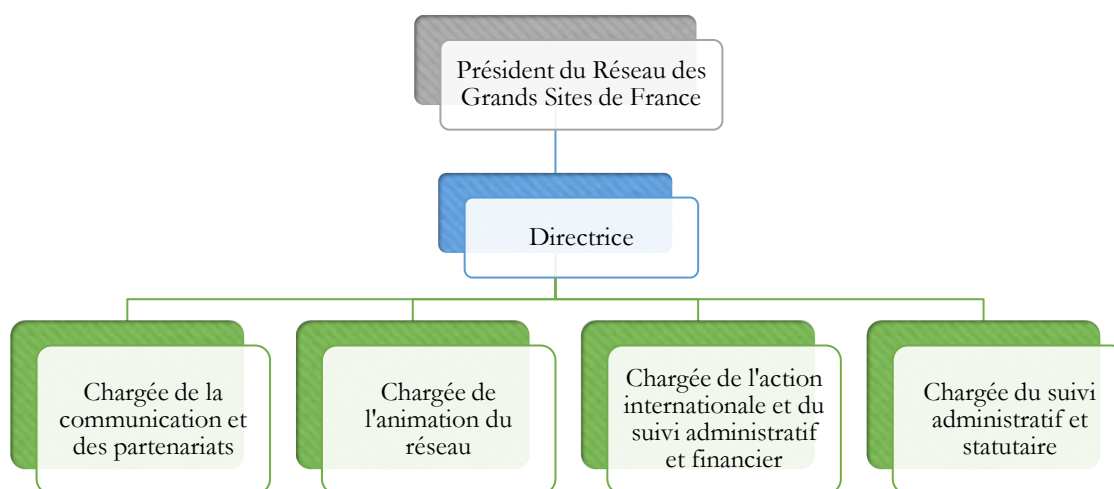
Aujourd'hui le lien entre l'Etat et l'association est développé, puisque que le Réseau a participé en 2002 à la rédaction du règlement du label Grand Site de France. Le RGSF est aussi consulté

pour l'attribution du label, la directrice est présente lors de la Commission supérieure des sites, perspectives et paysage (CSSPP). Un membre du Réseau siège à la CSSPP en tant que personnalité qualifiée.

1.4. L'équipe du réseau

Si les membres sont proches de 50, l'équipe technique qui anime et gère l'association, la tête de réseau, reste petite, elle est composée de cinq personnes.

Figure 23 : Organigramme du Réseau des Grands Sites de France



2. Des outils d'animation, comme appui aux membres

Au fil de l'évolution de la politique des Grands Sites de France, les missions et objectifs de l'association et donc du réseau ont évolué. Ces objectifs sont notamment atteints grâce à quelques outils d'animation du réseau mis en place par l'équipe d'animation. L'association a mis en place pour l'ensemble du réseau, des outils qui viennent accompagner les membres dans leurs actions et dans la démarche de labellisation et sur lesquels ils peuvent s'appuyer.

2.1. Des outils d'échange à distance

L'association met à disposition de ses membres des outils sur lesquels ils peuvent s'appuyer. Chaque nouvelle arrivée d'un membre au Réseau se suit d'une réunion d'accueil téléphonique destinée aux directeurs et chargés de mission des sites. Cette réunion est l'occasion de présenter les outils d'animation et de communication du Réseau.

Ensuite, une liste de diffusion électronique permet de communiquer entre sites et entre le siège et les membres.

Une plate-forme internet exclusivement réservée aux membres a aussi été mise en place pour leur proposer une grande base documentaire contenant des études, cahiers des charges, compte-rendu, etc. sur des thématiques diverses.

Des réunions téléphoniques collectives sur une plate-forme accessible aux participants par code a été développée pour approfondir des thématiques en présence de témoins ou d'expert et faisant par la suite l'objet de synthèses. Dans cet esprit, le Fil des Grands Sites a pour objectif de stimuler le partage d'expériences entre sites, un ou deux témoignages sont présentés avec des échanges qui sont enregistrés et retranscrits et font l'objet d'un document diffusé au Réseau et sur internet. Les thèmes abordés jusque-là ont traité des observatoires du paysage, des activités de pleine nature, des retombées économiques des Grands Sites, de la signalétique, de la gestion des camping-cars, des chantiers d'insertion, des outils numériques au service des gestionnaires de sites patrimoniaux, de la mobilisation et de la sensibilisation des habitants à la démarche Grand Site de France ou encore des produits de boutiques des Grands Sites.

De plus, des groupes de travail peuvent être organisés pour alimenter une réflexion commune et faire avancer des thèmes actuels pour les Grands Sites. Par exemple il y a des groupes de travail chaque année sur la thématique des Rencontres, des groupes de travail sur la communication, le tourisme, etc.

2.1. Des rencontres entre sites

Des rencontres entre sites peuvent être organisées, on y trouve des ateliers Intersites et des voyages Intersites. Les ateliers réunissent un petit groupe de responsables de site sur un site avec pour objectif d'échanger sur la situation d'un site et sur des projets thématiques spécifiques (programme OGS, observatoires photographiques du paysage, schéma d'interprétation etc.) Ces ateliers permettent au site accueillant de bénéficier du regard de sites extérieurs et des expériences de ces derniers.

Les voyages Intersites diffèrent dans le sens où se sont tous les acteurs d'un site qui vont à la rencontre des acteurs d'un autre site. L'objectif n'est pas le même puisque qu'ils ont pour but de faire découvrir d'autres sites avec des contextes territoriaux différents, et de comprendre la dimension du Réseau. C'est un moment de prise de recul pour le site et qui permet de réunir les acteurs de la démarche (élus, techniciens, partenaires, état, collectivités etc.).

2.2. Des événements qui ponctuent l'année

Deux grands événements ponctuent l'année et rassemblent dans un même lieu les membres du Réseau : les Rencontres annuelles du RGSF et le séminaire des directeurs. Les Rencontres Annuelles permettent à la fois de rassembler les membres, les partenaires, etc. mais aussi d'approfondir des thématiques qui concernent le Réseau. Chaque année une nouvelle thématique est approfondi sur un site différent. Ces Rencontres font par la suite l'objet « *d'Actes* » permettant de rassembler les échanges et de capitaliser les informations des deux jours. Chaque site membre se verra envoyé un exemplaire papier.

Le Séminaire annuel des directeurs a lieu chaque début d'année, il permet de réunir les directeurs ou chargés de mission des Grands Sites durant 2 jours à Paris. C'est aussi un moment d'échanges sur les activités des Grands Sites, les activités du Réseau et de l'association. C'est l'occasion de faire un bilan des actions et du travail mené, et permet de bâtir le programme pour les années à venir.

2.3. Des formations et journées techniques proposées aux membres

Le RGSF est agréé organisme de formation depuis 2011, et propose plusieurs formations, nous en évoquerons trois. Depuis trois ans, une Formation Paysage a vu le jour avec un paysagiste, chaque année organisée sur un Grand Site différent. Cette formation, ouverte aux techniciens et élus des Grands Sites permet d'appréhender des méthodes clés pour une démarche paysagère, elle se déroule sur 3 jours avec une quinzaine de participants. Cette formation permet au Grand Site accueillant de faire émerger des solutions pour améliorer la qualité paysagère et l'intégration paysagère du site.

Ensuite, le RGSF organise aussi des formations à la démarche Grand Site de France auprès des équipes de gestion, des partenaires et des acteurs du territoire. Elle dure entre une demi-journée à une journée complète.

Dans le cadre des activités internationales, le RGSF a créé et anime le Pôle international francophone de formation des gestionnaires de sites. Tous les deux ans, une formation intensive est organisée et accueille environ une quinzaine de gestionnaires francophones de sites de tous pays, elle est aussi ouverte aux membres du RGSF. Cette formation mobilise les membres, que ce soit pour des interventions lors de la semaine de formation, ou pour être des sites accueillants lors d'une semaine d'immersion. Organisée sous le patronage de l'UNESCO et s'inspirant de l'approche des Grands Sites de France, elle entend valoriser une conception holistique du

patrimoine prenant en compte l'ensemble des composantes du site (écologiques, paysagères, historiques et culturelles), ainsi que de ses défis.

2.4. Des réflexions collectives

Le Réseau des Grands Sites de France mène des réflexions collectives sur des sujets et des enjeux majeurs des Grands Sites. Ces réflexions permettent de définir des références et enjeux partagés entre les membres. Ces documents expriment une vision et des valeurs partagées qui fondent l'action du RGSF et de ses membres. Dans ce sens, le réseau a conduit 3 réflexions approfondies qui ont fait l'objet de « *Documents cadres* » : le « *Projet à 10 ans pour le Réseau des Grands Sites de France* » en 2013 suivi de deux autres documents en 2014 : « *Grands Sites de France et tourisme* » et « *Valeurs communes des Grands Sites de France* ». Ces documents sont comme des feuilles de route qui cadrent et dessinent les caractéristiques des Grands Sites de France en lien avec ces sujets.

Cette année, un nouveau et quatrième document cadre va être édité sur le « *Paysage* ». Le paysage est un thème majeur des Grands Sites puisque la démarche repose en grande partie sur la qualité du paysage, et les membres s'impliquent sur ce sujet avec des observatoires photographiques du paysage, des chartes paysagères et architecturales, des plans de paysage, etc. Le réseau a aussi capitalisé sur le sujet suite aux Rencontres Annuelles de 2015 et 2016 et la publication des actes. Le RGSF parle de paysage car le périmètre du simple site classé et donc du monument s'est étendu sur un périmètre plus large à l'échelle du paysage.

3. Le réseau des Grands Sites de France, entre ambition, programme d'action et objectifs

Avec le renforcement de la politique des Grands Sites de France (augmentation du nombre de sites concernés, implication grandissante des collectivités locales, accroissement des moyens, création du label Grand Site de France), l'action du RGSF a évolué au fil des années. C'est notamment dans le document cadre réalisé en accord avec les membres que le réseau a fixé ses ambitions, objectifs et actions, jusqu'en 2022.

3.1. Des objectifs attendus pour 2030

Les collectivités locales réunies au sein du RGSF et l'Etat attendent et souhaitent atteindre un certain nombre de résultats pour l'échéance de 2030, une année majeure et significative puisqu'elle marquera les 100 ans de la loi de 1930 sur les sites classés. Pour cela, les résultats et objectifs fixés sont les suivants (RGSF, 2013, 15p) :

- Atteindre 40 à 50 Grands Sites de France labellisés et 30 à 40 en projet.
- Préserver les valeurs paysagères qui ont fait de ces sites des sites classés grâce à une gestion particulière et positive des Grands Sites de France.
- Intégrer les enjeux actuels dans les actions des gestionnaires de ces sites notamment la préservation de la biodiversité et des ressources naturelles, l'adaptation au changement climatique.
- Proposer au public de vivre une expérience unique, singulière et enrichissante au sein des Grands Sites de France.
- Faire des Grands Sites de France des lieux d'exemples d'un tourisme durable où les différents acteurs sont engagés (professionnels, habitants) en mobilisant les ressources spécifiques de leurs territoires.
- Faire de ces sites des territoires reconnus comme projets de développement durable.
- Former un réseau comportant des lieux de référence constituant une source d'inspiration et de savoir-faire.
- Constituer un réseau solide avec des membres engagés et un soutien de l'Etat affirmé et proportionnel à l'augmentation de la taille du réseau et à l'enjeu stratégique que représente, pour le pays, le rayonnement des Grands Sites de France.

3.2. Programme d'action pour 10 ans

L'association a élaboré **son projet prospectif 2013-2022** adopté au printemps 2013, qui trace des perspectives à 10 ans pour le réseau et fixe son plan d'actions à 5 ans. Ce programme a été élaboré en accord avec les membres du réseau grâce à des entretiens, puis approuvé en Conseil d'Administration. Le Réseau des Grands Sites de France et le Ministère en charge des sites, co-construisent cette politique et recherchent une amélioration en continue, en s'adaptant aux enjeux actuels, aux mutations des activités et des territoires et des nouvelles perceptions des patrimoines.

Le RGSEF a défini son programme d'actions et les objectifs de ces dix prochaines années en lien avec ces résultats attendus pour 2030, autour de 4 grandes ambitions regroupant des objectifs (RGSEF, 2013, 15p).

→ **Ambition 1** : Les Grands Sites de France, une référence stabilisée, connue et unanimement reconnue.

La politique des Grands Sites de France est encore récente impliquant un manque de connaissance de la politique et de reconnaissance de cette politique jugée pourtant efficace en

apportant des solutions concrètes au développement durable des territoires. Depuis quelques années la notion de « *Grands Sites* » est utilisée pour d'autres usages créant aussi une confusion avec le label Grand Site de France. Cette politique est amenée à se développer et les sites s'y engageant aussi, le réseau entend donc favoriser, soutenir et accompagner ce développement.

Ainsi le réseau s'est fixé comme ambition d'être mieux connu et reconnu et d'être une référence stabilisée. Pour se faire, les objectifs sont de développer le nombre des sites labellisés ou en démarche d'Opération Grand Site, de privilégier l'usage de l'appellation Grand Site de France (pour éviter la confusion Grand Site), de renforcer la communication autour des Grands Sites de France notamment entre le RGSF, le Ministère et chaque site et enfin de stabiliser et de préciser le statut et la communication des Grands Sites qui ne sont pas encore labellisés car leur nombre est actuellement majoritaire.

→ **Ambition 2** : Des Grands Sites de France, symboles d'excellence paysagère, et des territoires de projets, références en matière de développement durable.

Cette ambition est directement liée aux raisons de l'attribution du label puisque les sites doivent mettre en œuvre des projets de préservation, de gestion et de mise en valeur du site, en accord avec le développement durable. L'enjeu est de renforcer le partage et la mise en œuvre concrète des exigences du label, mais aussi d'approfondir les valeurs qui sont partagées dans les Grands Sites de France, de favoriser l'échanges et l'identification de bonnes pratiques au sein du réseau. Cette ambition a été en partie réalisée comme nous l'évoquerons plus tard, avec notamment la publication de deux documents cadres sur les valeurs et le tourisme dans les Grands Sites de France. Le tourisme est un thème central sur ces sites puisque la forte fréquentation est une des conditions pour entrer dans la démarche. Ces sites sont donc confrontés au tourisme et à son développement, et la production d'un tel document a permis de clarifier le type de tourisme voulu sur les Grands Sites de France (*Cf. Partie 2, Chapitre 1*)

→ **Ambition 3** : Le Réseau des Grands Sites de France, un acteur reconnu pour son expertise en matière de gestion des sites patrimoniaux et des paysages, en France et à l'étranger.

L'ensemble du réseau et donc des Grands Sites souhaite partager leurs expériences avec d'autres réseaux et s'enrichir eux-mêmes des leurs, en France ou à l'étranger. Ainsi, le RGSF a contribué pleinement à la politique « Territoires d'exception » conduite par le Ministère en charge des sites. Cette politique inclue les sites classés, les Grands Sites de France et les sites du Patrimoine mondial

Aussi, des collectivités désireuses de valoriser leurs sites majeurs se tournent vers le réseau du fait de leur notoriété croissante, il est stratégique pour le RGSF de les accompagner même s'ils n'ont pas pour vocation à être labellisés. De plus, le RGSF anime depuis 2010 le Pôle international de formation et d'échange de gestionnaires de sites patrimoniaux, partageant donc son expérience au travers de sites à l'international. L'ambition ici est de continuer à développer ces échanges inter-réseaux et à l'international.

→ **Ambition 4 :** Le RGSF, une force durablement confortée dans ses moyens et dans sa capacité d'influence.

Pour finir, la dernière ambition fixée par le RGSF est de renforcer l'implication des élus, de développer des ressources propres du Réseau et de renforcer le RGSF en tant que force politique. La nécessité de développer les moyens du RGSF s'exprime et cette ambition traduit ce constat. Les membres considèrent que si les moyens sont accrus, ils accroissent en même temps leur propre capacité d'action.

Ces ambitions donnent un cadre aux actions du Réseau des Grands Sites de France, mais chaque année il met en œuvre et définit des actions précises, qui tiennent compte de sujets actuels, d'opportunités données par l'Etat ou partenaires pour accompagner ou approfondir certains sujets. Nos missions feront parties pour la majorité d'actions de ce type.

3.3. Le Réseau, moteur pour des projets de tourisme durable : les escapades nature sans voiture

Le Réseau mène notamment un projet phare sur les GS et lié au tourisme : les Escapades Nature sans voiture. Ces escapades ont été pensées à la manière des city break. L'idée était de montrer et de proposer que des courts séjours dans la nature et sans voiture sont possibles sur les GSF labellisés et en projet. Ces escapades permettent de découvrir les paysages et le patrimoine de ces sites par des modes de déplacement doux. Ce sont neuf moyens de transport qui sont utilisés pour accéder et découvrir les GS : à pied, en train (TGV/TER), en bus, en vélo "classique", en vélo électrique, en barque, en bateau-navette, en train à crémaillère et en taxi-navette. Ce sont des courts séjours de 2 ou 3 jours sur un GS sans voiture depuis son domicile. Ces idées d'escapades sont des « facilitateurs » et mettent en lumière des formes de mobilités durables. Elles ont été testées et réalisées par un voyageur missionné par le RGSF. Il se rend sur les GS, soit en organisant seul son parcours volontairement (le plus souvent choisi car le rendu est plus authentique à la réalité), soit en étant orienté par le GS. A la suite de son test, ce voyageur effectue un compte-rendu détaillé du séjour (accès au site, signalétique, informations disponibles

sur internet, diversité de l'offre de découverte...) et le transmet au GS concerné pour d'éventuelles améliorations. Une fois que le séjour sans voiture est validé par le voyageur, son récit est adapté par le Réseau et le Grand Site sous forme de carnets de voyages et communiqués sur le site internet dédié aux Escapades Nature sans voiture. Aujourd'hui, 14 escapades ont été testées et approuvées et sont valorisées sur le site internet.

En plus de ça et toujours en lien avec les actions du réseau et le tourisme durable, le RGSF, avec la collaboration et le soutien de la Caisse des Dépôts, du ministère en charge du Tourisme et du ministère de l'Environnement, a également publié un recueil de bonnes pratiques du tourisme durable basé sur 20 exemples innovants dans les GSF. Ces exemples concernent par exemple : l'écomobilité, le partage des valeurs des GSF avec les partenaires touristiques, l'écotourisme, la signalétique touristique en accord avec la qualité paysagère, l'accueil des camping-cars, la maîtrise des impacts de la fréquentation, l'accessibilité pour tous, l'offre de produits du terroir, l'interprétation et la transmission auprès des visiteurs, la communication, etc. Ce document permet de valoriser les actions des GS et de proposer un recueil de bonnes pratiques pour les autres membres.

Conclusion chapitre 2

Ce chapitre a permis de saisir l'importance de la création de ce Réseau pour les Grands Sites de France labellisés et en projet. L'association est un appui aux sites, et développe de nombreux outils pour aider et faciliter les actions des Grands Sites et impulser les échanges entre eux. En plus de ces outils, le Réseau s'investit et est moteur dans des projets valorisant les Grands Sites comme les Escapades Nature sans voiture.

Chapitre 3 : Contextualisation des missions d'animation du réseau, vers le développement d'un tourisme durable pour le territoire des sites membres

La mission proposée par le Réseau des Grands Sites de France demandait d'accompagner à animer le Réseau des Grands Sites de France en participant à la communication interne du réseau, à l'échange d'expériences entre les membres dans un objectif final de faciliter l'accompagnement des membres vers le label Grand Site de France.

Plus particulièrement, la mission se répartissait en trois sous-missions bien précises. La première consistait à favoriser le partage d'expériences entre sites au travers d'une mise à jour de l'extranet du RGSF et l'organisation des Rencontres Annuelles du RGSF. La seconde visait à valoriser les acquis sur la biodiversité dans les GS dans l'objectif d'en faire un outil de communication externe. La dernière sous-mission portait sur un projet de développement économique local dans les GS par l'entrepreneuriat de territoire.

Ces différentes missions, relatives à l'animation d'un réseau, nous amènent à réfléchir aux impacts positifs que l'animation d'un réseau peuvent avoir sur le territoire des membres du réseau, et en quoi le réseau et la labellisation entraînent une certaine facilitation de leur développement touristique durable.

1. Le partage d'expériences entre sites par le biais d'outils de communication et d'événements

Le RGSF propose des outils et des solutions afin de susciter le partage d'expériences entre les sites membres du réseau. Le stage-mission permettait d'être confronté à trois outils : la base documentaire extranet, les fiches résumés des questions/réponses et l'organisation des Rencontres Annuelles du RGSF.

1.1. La partie extranet du site du Réseau des Grands Sites de France

Tout d'abord, le RGSF dispose d'une plate-forme d'échanges pour les sites membres sur le site internet. Cette interface a été totalement repensée et restructurée au cours de l'année 2018, ce qui a engendré de nombreux problèmes sur cette partie du site internet que l'on appelle « *extranet* ».

1.1.1. Présentation de l'extranet

Il est important de présenter brièvement cette plate-forme pour mieux en comprendre l'intérêt pour les membres. Elle est accessible par le biais du site internet et exclusivement réservée aux membres du RGSF (codes d'accès donnés lors de l'adhésion au réseau). Cet espace rassemble

divers documents et informations : sur la vie du Réseau (CR de réunions, annonces, annuaire des membres...), sur la politique des Grands Sites et sur des thèmes d'intérêt commun aux sites (communication, mécénat, structures de gestion des sites, labellisation, études...), mais aussi toutes sortes de documents classés par Grands Sites (Cahiers des charges, convention de partenariat, programme OGS...). Les sites sont régulièrement sollicités pour fournir des informations et des documents qui sont mis à la disposition des gestionnaires des autres sites. Un moteur de recherche permet de trouver facilement les ressources de ce fond documentaire. La confiance existante entre les membres permet que l'extranet soit enrichi régulièrement. Le code d'accès est strictement confidentiel pour le gestionnaire, et il s'agit d'un service exclusif dédié aux membres adhérents du RGSF.

Cette base documentaire permet aux membres d'avoir des outils, des documents sur lesquels s'appuyer pour leurs propres projets.

1.1.2. Objet de la mission

Suite à la restructuration de cette plate-forme en ligne, une mise à jour semblait nécessaire pour une meilleure utilisation de l'extranet. Tout d'abord la base documentaire n'était plus à jour, un grand nombre de documents restaient à publier. Ensuite, l'équipe avait repéré quelques dysfonctionnements sans forcément avoir l'occasion de les répertorier. L'objet de la mission était donc d'analyser l'extranet, de repérer les dysfonctionnements, de trouver des solutions, puis d'enrichir la base documentaire.

1.2. Capitaliser les connaissances et acquis par la rédaction de fiches thématiques

Le réseau a aussi mis en place une autre plate-forme d'échanges à la fois par échange de mail et par la rédaction de fiches reprenant ces échanges. Pour cela, une liste de diffusion a été créée. C'est l'outil de base qui permet de communiquer entre les sites, et entre le siège et les membres. Elle rend possible la circulation d'informations, mais aussi la possibilité de poser des questions afin que d'autres gestionnaires y répondent. Ensuite, ces échanges sont rassemblés par l'équipe du RGSF, et l'information est capitalisée sous forme de fiches thématiques, consultables sur l'extranet.

L'objet de la mission était donc de réaliser cette capitalisation, de rédiger les fiches, et parfois de les compléter avec les informations du réseau.

1.3. Les rencontres annuelles du RGSF

Les Rencontres annuelles représentent le moment fort du RGSF. Sur une durée de deux jours, elles sont l'occasion d'approfondir un thème différent chaque année, concernant la gestion et le devenir des GS. C'est un événement qui rassemble les élus et techniciens des sites membres du Réseau mais aussi les partenaires nationaux. L'événement a lieu sur un GS, qui accueille et organise en partie les Rencontres, notamment pour l'organisation sur place. Le RGSF l'aide et suit l'organisation et permet de faire le relais entre le site accueillant et les membres ou participants. Il a aussi le rôle d'organiser et de concevoir le contenu des Rencontres (séances plénières, intervenants, thématiques des tables rondes etc.). A la fin de chaque Rencontres, les échanges et expériences sont capitalisés dans des Actes.

La mission réalisée au sein du RGSF était d'accompagner à l'organisation de cet événement annuel, fédérateur et fructueux pour les sites. Cette année, la thématique se fera sur la fréquentation et l'acceptabilité sociale.

Finalement, ces trois missions sont complémentaires et donneront un bon aperçu en termes de communication et d'échanges internes du RGSF.

2. Valoriser et capitaliser les acquis sur la biodiversité dans les Grands Sites, un enjeu national

Pour rappel, la biodiversité représente les richesses des espèces, des écosystèmes, leur diversité génétique et leurs interactions. Elle fournit un grand nombre de services à nos sociétés et constitue en ce sens une forte importance pour l'humanité.

Les GS sont souvent situés sur des sites riches en biodiversité, et agissent en faveur de sa préservation. Le RGSF a souhaité apporter une contribution au Plan Biodiversité sorti en 2018, et mettre en avant les actions déjà effectuées au sein des Grands Sites. La mission réalisée consistera à capitaliser et valoriser ces acquis.

2.1. Le Plan Biodiversité, une réponse aux problématiques actuelles

Depuis des années, la nature lance un appel à l'aide à l'Humanité, de nombreux constats négatifs ont été faits, amenant à faire de ce sujet un sujet d'intérêt national et mondial.

2.1.1. Une perte de la biodiversité constatée

En 1992, des scientifiques, signaient le "*World Scientists' Warning to Humanity*" et mettaient déjà en garde sur la dégradation de l'environnement et les dégâts irréversibles sur nos écosystèmes, ils parlaient déjà de « situation d'urgence ». D'après ces scientifiques, les dégâts actuels causés à la planète Terre sont nombreux : diminution de la couche d'ozone, raréfaction de l'eau douce, dépérissement de la vie marine, déforestation, destruction de la biodiversité, changement climatique et une croissance continue de la population humaine qui n'arrange rien. Aujourd'hui, 25 ans plus tard, aucune d'amélioration n'est visible, au contraire il y aurait même des dégradations supplémentaires.⁸⁵

Les écosystèmes sont détruits, dégradés, pollués. L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) a dressé un constat sur la perte de la biodiversité dans le monde et l'état des espèces menacées. D'après la dernière édition de la Liste rouge mondiale (version 2017.2), environ 28% des espèces seraient menacées. Parmi ces espèces, 40% des amphibiens, 14% des oiseaux et 25% des mammifères sont menacés d'extinction au niveau mondial. Il faut savoir que la France fait partie des 10 pays hébergeant le plus grand nombre d'espèces menacées avec 1194 espèces présentes sur le territoire qui sont menacées.⁸⁶ La biodiversité s'érode et l'on constate des dégradations à tous les niveaux : le rythme d'extinction des espèces constaté est 100 à 1000 fois supérieur au taux naturel. Ce dernier siècle, deux espèces de vertébrés ont disparu chaque année en moyenne dans le monde, soit plus de 200. Il y a une accélération sous-estimée, des espèces disparaissent sans qu'on s'en aperçoive et les espèces sont de plus en plus menacées. La répartition des menaces est assez inégale et les régions tropicales subissent une dégradation plus importante de leurs écosystèmes. Les espèces les plus affectées et les plus sensibles à la dégradation de leur écosystème sont les espèces d'eau douce, suivies par les espèces terrestres puis marines. Au sein même de ces groupes, certaines espèces sont plus menacées que d'autres, comme par exemple les espèces migratrices car elles nécessitent un réseau contigu d'espaces naturels pour leurs voyages (Brahic, 2009).

2.1.2. Les causes de cette dégradation

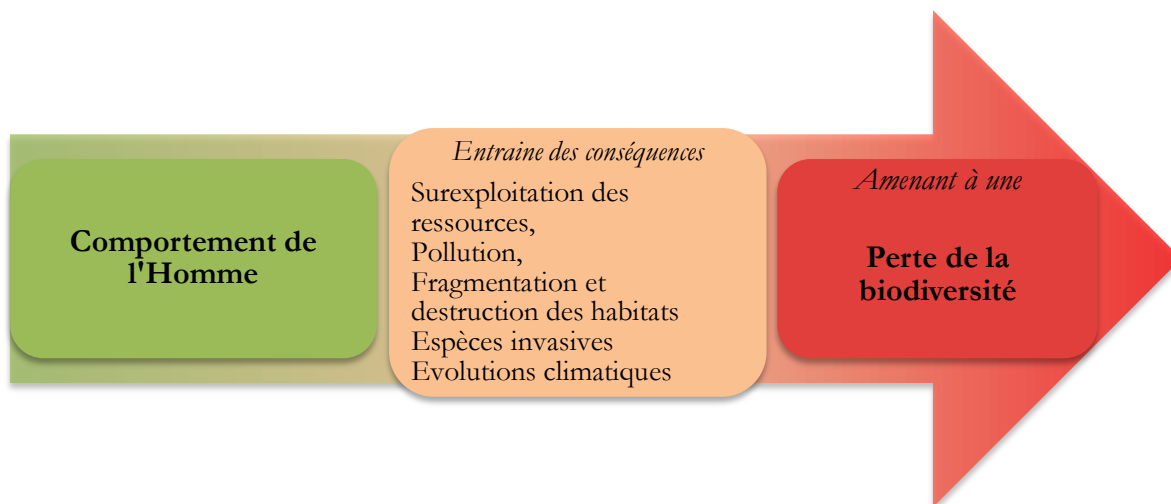
La biodiversité est altérée par différents éléments extérieurs, on peut noter en particulier la surexploitation des ressources, la pollution, la fragmentation et la destruction des habitats, les espèces invasives, les évolutions climatiques récentes... (Brahic, 2009) Ces causes ne sont qu'un

⁸⁵ William J. Ripple, Mohammed Alamgir, Eileen Crist et al. Avertissement à l'Humanité. *Le Monde*, 14-11-2017, p 8.

⁸⁶ Union Internationale de la Conservation de la Nature. *Liste rouge [En ligne]*. Disponible sur <http://uicn.fr/> (Consulté le 12-05-2019)

maillon dans la chaîne de la dégradation, et sont bien souvent le résultat du comportement et de l'activité de l'homme. La révolution industrielle et l'augmentation de la population mondiale directement en lien avec l'Homme accélèrent cette vague d'extinction de la diversité des espèces.

Figure 24 : Relation entre le comportement de l'homme et la biodiversité



La biodiversité est altérée par l'activité humaine qui a une empreinte significative et forte que ce soit directement ou indirectement. On parle d'effets directs lorsqu'il s'agit de la pêche, la chasse, la cueillette, ces effets sur la biodiversité restent relativement faibles, et ce sont bien les effets indirects non intentionnels de l'activité de l'homme qui ont le plus d'impacts. A titre d'exemple, nous pouvons noter la perte et la fragilisation des habitats par la déforestation ou l'intensification agricole (principales causes de l'extinction d'espèces terrestres), l'introduction des espèces invasives, la pollution (qui est la deuxième cause d'extinction pour les amphibiens), les accidents mortels (surtout pour les espèces marines avec, par exemple, des collisions avec les navires et engins de pêche). Les activités humaines ont aussi un impact sur l'environnement notamment sur l'air, et le réchauffement climatique qui est constaté actuellement. Depuis 1950 elles auraient entraîné une augmentation de 0.6°C. Malgré tout, peu d'espèces sont aujourd'hui directement menacées d'extinction par le réchauffement climatique, excepté les espèces vivant en montagne ou dans les milieux polaires (Barnéoud, 2013). Mais comme une réaction en chaîne, le réchauffement climatique entraîne des effets indirects touchant la biodiversité dans le monde.

2.1.3. Lien entre la biodiversité et le tourisme ?

Le secteur touristique repose en partie sur la présence de la biodiversité, et d'une biodiversité propre à chaque territoire, formant alors l'identité du territoire. Tout d'abord, la biodiversité fournit des services de « prélèvement » au tourisme en permettant la production de matières

premières et d'alimentation. Ensuite, elle fournit des services dits « culturels », elle est nécessaire aux paysages et activités touristiques, étant donné qu'elle est le support de diverses activités touristiques. Pour finir, elle permet une régulation climatique et de la qualité de l'eau (services de régulation) : la régulation des processus climatiques à l'échelle d'une destination et du microclimat pour un site, l'effet tampon sur les inondations, la protection contre les avalanches, l'épuration de l'eau pour la baignade ou la consommation, la pollinisation, la fixation des sols par les racines et le couvert végétal etc.

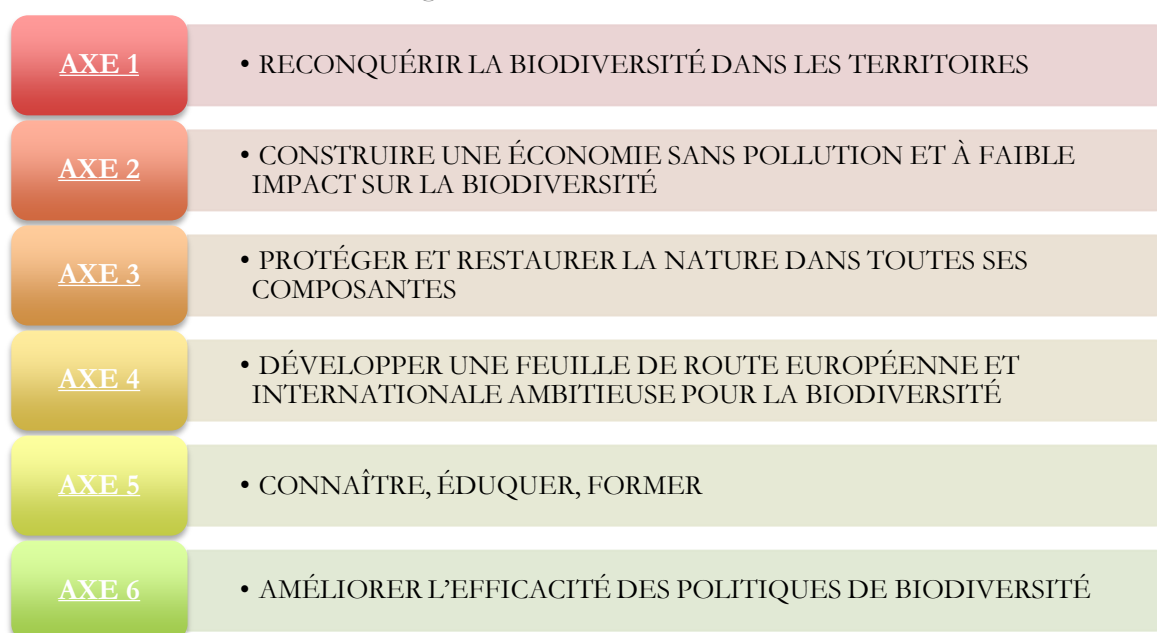
Au niveau du tourisme, la biodiversité est essentielle, le tourisme lié aux espaces naturels se développant de plus en plus, les richesses de la nature et les paysages sont la base de l'activité.

La pertinence de cette mission dans l'approche de la problématique qui a été choisie réside dans le fait que le sujet de la biodiversité est à la fois un sujet actuel de société, qui interroge et alerte le monde entier, puis, d'une manière sectorielle, elle permet d'aborder la synergie entre le tourisme et la biodiversité. On se rend compte que tout a un effet domino, où la biodiversité semblant très loin du tourisme est finalement un maillon nécessaire à son développement et même la base de son développement dans certains sites touristiques.

2.2. Face à ce constat le Plan biodiversité mis en place par l'Etat

Le Plan Biodiversité a été mis en place face à cette urgence et à ces constats. Proposé par Nicolas Hulot, ancien Ministre de la Transition Ecologique et Solidaire, en 2018, ce plan montre l'engagement de l'Etat en faveur de la biodiversité, et sa volonté de mobiliser tous les acteurs nationaux pouvant œuvrer dans ce sens.

Figure 25 : Axes du Plan Biodiversité



Le Plan biodiversité est constitué de 6 axes stratégiques comprenant 24 objectifs à atteindre pour les années à venir. Au total, l'Etat propose 90 objectifs en faveur de la biodiversité.

2.3. Une contribution individuelle du Réseau des Grands Sites de France

Le contexte posé ci-dessus nous amène à la mission qui a été de produire un document montrant la contribution du RGSF au Plan biodiversité. Les Grands Sites de France sont très concernés du fait que leurs paysages, leur image se nourrissent en quelque sorte de la biodiversité mais aussi parce que les gestionnaires des Grands Sites œuvrent au quotidien à sa préservation et à sa valorisation. Il s'agira de mettre en avant les actions déjà accomplies et engagées dans les Grands Sites, de les faire émerger et de les valoriser au travers d'un document de communication à la fois interne et externe.

3. Accompagner les sites vers de nouveaux moyens de développement économique local et durable : l'entrepreneuriat de territoire

Être entrepreneur et vouloir développer une activité sur les territoires des Grands Sites, en majorité ruraux, n'est pas évident. L'entrepreneuriat de territoire peut répondre à la fois aux problématiques des entrepreneurs mais aussi être en accord avec les valeurs du site.

3.1. Contexte et présentation du projet

3.1.1. Un projet qui a émergé récemment

Ce projet autour de l'entrepreneuriat de territoire a émergé lors des Rencontres annuelles en 2017 et 2018 qui avaient pour thèmes : *"Les Grands Sites de France, quelle source de rayonnement et d'innovation pour les territoires ?"* et *"Les paysages d'exception, facteur de développement pour les territoires"*. Une table ronde était notamment dédiée à l'entrepreneuriat de territoire en 2018 avec l'intervention d'un chargé de mission de la Banque des Territoires – Caisse des Dépôts (CDC), et de la chargée de mission économie de proximité du GSF du Massif du Canigó. Le GSF du Massif du Canigó a illustré le thème par son propre exemple. Afin de soutenir l'activité et le dynamisme de ses villages, il s'est lancé dans la création d'un incubateur de projets en milieu. Cette thématique a convaincu une grande partie des Grands Sites, si bien que le projet a reçu un intérêt unanime lors du Séminaire des Directeurs en janvier 2019.

3.1.2. Introduction au projet

A la suite des rencontres et de ces expériences partagées, de nombreux sites ont exprimé leur intérêt. Le RGSF propose donc avec le soutien de la CDC et en partenariat avec le Ministère en

charge du tourisme - Direction Générale des Entreprises (DGE) d'initier et d'accompagner l'entrepreneuriat de territoire dans les Grands Sites, dans le domaine du tourisme durable et plus largement des dynamiques en faveur du développement local sur les territoires de GS.

Ce projet intègre parfaitement la logique et les objectifs des GSF dont le troisième s'ancre sur le volet économique : favoriser le développement socio-économique. Il permettra à la fois un développement économique spécifique à chaque GS, mais aussi de créer du lien entre les acteurs et de les inciter à travailler ensemble.

3.2. L'entrepreneuriat de territoire et les Grands Sites

3.2.1. Quel entrepreneuriat de territoire pour les Grands Sites ?

L'entrepreneuriat de territoire concerne l'ensemble des activités économiques en appui et/ou valorisant les ressources endogènes du territoire. Ces projets se nourrissent et portent l'esprit des lieux des GSF, ils créent des activités non délocalisables et ancrées dans le territoire. Ces activités seront donc différentes d'un territoire à un autre. Dans les GS il s'envisage en accord avec toutes les valeurs portées par les GS, et s'appuie sur les ressources endogènes du site et sur ses particularités qui sont l'affirmation de la singularité du GS.

Cet entrepreneuriat de territoire peut aussi concerner des démarches d'essences entrepreneuriales, qui apportent des solutions inédites à des problématiques locales et d'intérêt collectif, fondées sur la valorisation durable des ressources endogènes et faisant appel à une gouvernance multi-acteurs. Ces activités permettent alors un ancrage et un réinvestissement de la valeur du territoire dans l'économie locale et elles sont un moteur de développement local grâce à la coopération territoriale et à l'innovation.

L'entrepreneuriat de territoire sort des circuits de l'économie classique. Il est fondé sur la valorisation des ressources territoriales et les coopérations locales, sur des démarches multi-acteurs et multi-parties prenantes où les collectivités peuvent aussi jouer un rôle. *"Cet entrepreneuriat fait émerger des réponses économiques plus ancrées, plus durables, et plus inclusives..."*, CDC

La démarche peut être initiée à partir des ressources du territoire, c'est-à-dire qu'un groupe de travail fait émerger des idées puis s'engage dans la recherche d'un porteur de projet intéressé pour mettre en œuvre le projet. Le territoire peut aussi s'appuyer sur le développement ou la sécurisation d'activités d'acteurs en place, et l'accompagner en lui insufflant « *du territoire* » dans des projets existants. Enfin, il peut aussi s'agir d'un nouvel acteur économique qui veut s'installer

sur le territoire avec un projet de vie, et qui recherche alors du soutien et une aide pour développer son activité.

3.2.2. L'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme

Pour finir, ces activités peuvent être la base d'un tourisme d'immersion, mis en avant par les Grands Sites de France. (*Cf. Partie 2, Chapitre 1*). Dans le domaine touristique, trois catégories d'entrepreneurs peuvent être différenciées. On retrouve ceux qui construisent leur activité autour d'une activité existante (hébergements, restaurations etc.), en général par une transmission générationnelle et une forte passion. Puis, ceux qui ont une expérience dans le numérique et qui souhaitent décliner leur solution dans le tourisme. Pour finir, ceux qui décident de monter une affaire dans laquelle ils se sentent acteurs de leur destinée après avoir travaillé en tant que cadres dans de grands groupes⁸⁷.

Le secteur du tourisme est complexe car il demande un gros investissement comparé aux bénéfices tirés. De plus, ce secteur est caractérisé par un grand nombre de TPE et de micro-entreprises et il manque d'entreprises importantes et structurées. C'est dans ce sens que l'entrepreneuriat de territoire peut être intéressant pour le secteur du tourisme. Il permet à la fois de se différencier, mais aussi de structurer une offre bien souvent éclatée, de mettre en réseau les acteurs du territoire, de leur apporter un accompagnement etc.

3.2.3. L'expérience du Grand Site de France du Massif du Canigó, révélatrice de l'opportunité du projet

Le GSF du Massif du Canigó développe et encourage l'entrepreneuriat de territoire depuis plusieurs années avec un dispositif territorial d'accompagnement des porteurs de projets. Le GSF du Massif du Canigó s'est lancé dans la création d'un incubateur de projets en milieu rural afin de soutenir l'activité et le dynamisme de ses villages. Alors que de nombreux projets économiques, individuels ou collectifs, émergent sur le GSF, bien souvent les porteurs de projet souffrent d'une faible culture entrepreneuriale et d'un déficit en montage de projet. De plus, les structures d'accompagnement et de formation qui existent déjà au niveau local et régional, ne correspondent pas aux porteurs de projet du territoire, implantés en milieu rural. Pour y remédier, le GSF intègre un poste de chargé de mission « économie de proximité » pour développer les projets en milieu rural. Le Syndicat Mixte, gestionnaire du GSF est devenu un "guichet unique", vers lequel les partenaires de l'accompagnement et de la formation peuvent

⁸⁷ Serge Mesguich. Attirer de nouveaux entrepreneurs dans le tourisme : un enjeu d'avenir majeur. Les Cahiers Espaces Entrepreneuriat et tourisme, Juillet Août 2018, n°343, p 66-69

renvoyer des porteurs de projets ne s'insérant pas dans leurs programmes existants. Cela concerne des projets publics, privés ou associatifs, en phase de création, consolidation ou développement, relevant de l'économie sociale et solidaire ou plus "classique". Ceux-ci doivent avoir un lien direct avec la stratégie de territoire du GSF, l'identité du territoire du Grand Site de France en infusant ses valeurs et l'esprit des lieux dans le projet, et le maintien d'une animation dans les villages du GS. Pour 2018-2020, l'objectif est de formaliser le réseau, par une base de suivi partagée pour le suivi des porteurs de projets, des conventions de partenariat, de la communication... Une action spécifique va être montée sur les accompagnateurs en montagne, qui souhaitent diversifier leur activité.

3.3. Objectifs du projet

Ce projet a quatre principaux objectifs. Le premier est de favoriser de nouveaux modes de développement durable pour les GS, en accord avec les valeurs qu'ils portent. Le second est d'accompagner les GS en termes de méthodologie pour favoriser la structuration d'un écosystème d'acteurs en lien avec l'identité du site. Ensuite, un des objectifs est de participer à la dynamique de création d'entreprises, notamment touristiques (dans des territoires essentiellement ruraux où c'est une ressource majeure). Pour finir, de manière plus large ce projet favorisera le développement des destinations écotouristiques, et notamment une expérience pour le visiteur basée sur les valeurs des GSF et le tourisme durable.

3.4. Les partenaires du projet

Ce projet mobilise différents acteurs : des partenaires et des organisateurs. Les partenaires du projet sont le RGSF, la Banque des Territoires-Caisse des Dépôts et le Ministère en charge du Tourisme soit la Direction Générale des Entreprises (DGE). Ensuite, le projet mobilise des organisateurs tels qu'un chargé de mission de la Banque des Territoires, la directrice et la chargée de mission du RGSF et la chargée de mission économie de proximité du GSF du Massif du Canigó.

3.5. Le phasage du projet

Avant le début opérationnel du projet, 3 phases ont été définies :

Figure 26 : Phasage du projet



La première phase consistait à faire un état des lieux de ce qui se fait sur les Grands Sites en lien avec l'entrepreneuriat de territoire. Il s'agissait ensuite pour la seconde d'organiser un atelier d'échange sur cette thématique sur une journée. Cette journée donnerait lieu à la production d'une synthèse regroupant les bonnes pratiques identifiées et permettant d'établir des recommandations directement utilisables et opérationnelles pour les GS.

3.5. Mission et finalité de la mission

Dans le temps imparti du stage la mission consistait en priorité à réaliser en partie ce projet, et notamment la Phase 1 du projet concernant l'état des lieux dans les Grands Sites et Grands Sites de France et l'entrepreneuriat de territoire. La mission pourrait se voir allongée en fonction des échanges et décisions lors des réunions avec les organisateurs et suite aux résultats de l'enquête.

Conclusion Chapitre 3

Ces trois missions confiées pourraient apporter des éléments d'éclairage concernant notre problématique, pour rappel : **Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?**

En effet, si l'on s'en tient aux 3 piliers du développement durable (concilier l'économie, le social et l'environnement), ces missions permettent d'aborder chacun de ces derniers. Elles s'insèrent dans ce triptyque du développement durable en ayant à la fois la vision « territoire » et « animation » d'un réseau de sites patrimoniaux.

Conclusion Partie 2

Cette seconde partie nous a permis de continuer à développer notre réflexion en l'ouvrant sur un terrain concret : les Grands Sites de France et l'animation d'un Réseau : le Réseau des Grands Sites de France.

Les Grands Sites de France sont avant tout des paysages influencés par le patrimoine culturel et naturel, ce sont des territoires de vie où l'on relie le passé à l'avenir. Le label Grand Site de France est un label attribué par l'Etat aux gestionnaires de sites classés dont ces derniers mettent un projet de territoire et une gestion durable du site permettant de la préserver et même de rétablir sa qualité.

La complexité de la démarche a nécessité la création d'un Réseau à la demande des gestionnaires impliqués dans la politique, le Réseau des Grands Sites de France. Les sites engagés dans cette politique ont ressenti le besoin d'avoir une association qui les accompagne, les porte vers l'obtention du label et dans leurs démarches. L'action du Réseau permet de développer la communication interne (entre les membres), mais aussi de faire connaître les actions et le label dans l'environnement externe du Réseau.

Les missions concernent l'animation du Réseau, avec différentes thématiques rejoignant le développement durable : un aspect social avec des outils de partage et d'échanges entre sites, l'émergence puis la vulgarisation d'actions de préservation de la biodiversité et l'accompagnement des membres au développement de l'entrepreneuriat de territoire.

Pour répondre à nos trois hypothèses, grâce aux principales missions de stage, nous avons mis en place différentes méthodologies propres à chacune d'elles. La troisième partie de ce mémoire présentera les outils méthodologiques créés et les suggestions avancées. Nous reviendrons ensuite sur les résultats obtenus pour en tirer des conclusions et préconisations générales, hors du terrain d'étude.

Partie 3

Animation d'un Réseau et développement touristique durable : résultats et perspectives

Introduction Partie 3

Après avoir approfondi les éléments théoriques du sujet et présenté la démarche Grand Site de France ainsi que l'association qui anime le Réseau, dit Réseau des Grands Sites de France nous avons approché nos hypothèses de recherche au travers des missions confiées au sein du RGSF. La contextualisation des missions a permis de mieux cerner les enjeux de ces missions au sein du RGSF et des membres du Réseau.

Cette dernière partie est la plus opérationnelle et permettra de dresser les résultats de ces missions et de conclure sur la véracité ou non des hypothèses de recherche pour l'élargir hors du stage et monter en généralité.

Premièrement, les deux premières hypothèses seront évoquées par le biais de deux missions qui concernent l'échange et le partage d'expériences ainsi que leur valorisation. Le Réseau des Grands Sites de France a mis en place des outils qui favorisent l'échange et le partage d'expériences en lien avec le développement touristique durable sur lesquels nous avons œuvré. Aussi, il réalise ponctuellement une vulgarisation et une valorisation des expériences. Ici nous le verrons à travers la contribution au Plan Biodiversité, réalisée dans le cadre de la mission. Il y sera abordé la méthodologie employée, les résultats obtenus et des points de vigilance et des préconisations.

Ensuite, la troisième hypothèse sera traitée par le biais d'une mission spécifique qui est d'accompagner les Grands Sites au développement d'une économie locale et durable : l'entrepreneuriat de territoire. Cette mission ne se base pas sur un partage d'expériences mais plutôt sur une montée en connaissance et en méthodologie des sites membres sur ce sujet pour développer par la suite cette thématique sur leur propre territoire. La méthodologie appliquée et notamment l'enquête préalable réalisée nous permettront de dresser un état des lieux du sujet sur les Grands Sites et d'envisager des perspectives pour la suite.

Enfin, il sera important de revenir sur chacune des hypothèses de recherche afin de les envisager hors de ce Réseau et donc de monter en généralité. Cette recherche se finira par des conclusions et perspectives sur les hypothèses.

Chapitre 1 : Un réseau pour favoriser et dynamiser l'échange d'expériences et leur vulgarisation en lien avec le développement touristique durable

Ce premier chapitre abordera la démarche (méthodologie, résultats et perspectives) utilisée durant le stage pour favoriser et dynamiser l'échange d'expériences et leur vulgarisation. Nous évoquerons la méthodologie du partage et d'échange d'expériences qui sont des missions quotidiennes pour maintenir le dynamisme et la force d'un Réseau. Ce chapitre insistera néanmoins sur la contribution du RGSF au Plan Biodiversité, une action ponctuelle se basant aussi sur du partage d'expériences mais pas seulement au sein du Réseau. Les Grands Sites portent déjà des actions en faveur de la biodiversité, c'est un enjeu actuel, majeur et international, et le RGSF s'engage à contribuer à ce Plan Biodiversité. Cette contribution dressera les actions portées et réalisées aujourd'hui ce qui permettra aussi de voir où en sont les Grands Sites sur ces sujets.

1. Le partage d'expériences au quotidien au sein du Réseau

Le partage d'expériences est une des missions principales d'un Réseau et le RGSF n'en fait pas exception. Il ne s'agissait pas ici d'établir une nouvelle stratégie, les outils fonctionnent et ont fait leurs preuves. Mais la problématique rencontrée est que le RGSF a de nombreuses autres missions que celle-ci, faisant alors passer ces petits outils en second plan. Ainsi, la mission consistait à rattraper le retard sur la mise en ligne de documents sur l'extranet, d'avoir un œil critique sur l'interface. S'ajoutait à ceci une mission de capitalisation des acquis via des questions réponses posées entre les sites. Finalement, une dernière mission consistait à aider à l'organisation des 21^{èmes} Rencontres Annuelles du RGSF.

Ces trois missions se rejoignent et seront traitées ensemble dans cette partie car elles consistent à de l'échange d'expériences entre les membres du Réseau. Au-delà de la mission quotidienne que cela représentait, l'idée est de voir ce que ces outils apportent au Réseau et aux membres en termes d'enrichissement, de connaissances etc.

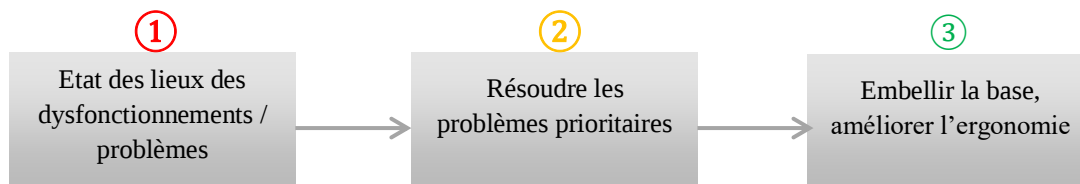
1.1. Méthodologie d'échanges d'expériences au Réseau des Grands Site de France

Les différentes missions relatives à l'échanges d'expériences au quotidien au sein du RGSF demandent une méthodologie particulière.

1.1.1. La base documentaire : repérer les dysfonctionnements

Avant toute chose, l'utilisation de la base documentaire est technique et a nécessité une formation sur son utilisation.

Figure 27 : Méthode de travail pour la base documentaire



Etape 1 : Etat des lieux des dysfonctionnements

La première étape a consisté à parcourir l'ensemble de la base documentaire afin de détecter les problèmes ou dysfonctionnements. Une grande partie de ces problèmes étaient liés à la restructuration de la base documentaire en 2018 (fichiers abimés ou perdus lors du transfert de la base etc.). Les dysfonctionnements étaient les suivants :

- Des documents ne se téléchargeaient plus (problème lors du téléchargement) : plus de 200 documents en ligne ne se téléchargeant plus ont été détectés. Pour résoudre ce problème les documents concernés ont été recensés.
- Des liens internet présent avant la refonte de l'extranet avaient disparu
- Des problèmes de mise en page détectés
- Des noms de fichiers incompréhensibles
- De nombreux fichiers en attente de publication

Etape 2 : Résoudre les problèmes prioritaires

Les dysfonctionnements ci-dessus ont été traités en priorité afin de permettre aux sites membres d'avoir une interface qui fonctionne et actualisée au plus vite.

Etape 3 : Embellir la base et améliorer l'ergonomie

La base documentaire est lourde avec une multitude de fichiers disponibles pour téléchargement. Chaque fichier est daté, mais la masse de documents ne permet pas de visualiser directement les documents récents. Il fallait donc réfléchir à une nouvelle méthode. Pour cela une icône « nouveau » a été envisagée à côté de chaque nouveau document. Cette icône apparaît durant les six premiers mois de sa mise en ligne.

Pour enrichir encore plus la base documentaire, les sites ont été contactés pour avoir de nouveaux documents.

Cette mission était essentielle afin d'offrir et de garantir aux sites membres une base documentaire fiable, actualisée et bon état de fonctionnement.

1.1.2. Fiches Questions/Réponses : récupérer les échanges mails entre sites et les valoriser

Comme évoqué dans la contextualisation de la mission, une liste de diffusion mail propre au RGSF a été mise en place. Les membres peuvent poser une question sur cette liste et chaque membre recevra la question posée. La mission était de faire le point sur les questions posées, les réponses reçues et d'en faire par la suite des fiches thématiques récapitulatives des échanges. Chaque fiche est ensuite publiée sur la base documentaire avec l'accord du membre qui a posé la question. Nous avons aussi eu la mission de répondre à certains membres.

1.1.3. Rencontres Annuelles du Réseau des Grands Sites de France : partager les expériences, renforcer les liens

La majeure partie de la mission concernait plutôt l'aspect technique des Rencontres Annuelles. Néanmoins, il paraissait important de l'évoquer pour appuyer notre hypothèse.

Les 21^e Rencontres Annuelles auront lieu sur le Grand Site de France de la Pointe du Raz en Cap Sizun du 10 au 11 octobre 2019. Cette année le thème retenu est : « *Fréquentation touristique et vie locale dans les paysages d'exception : quel équilibre ?* », un thème qui intègre très bien certains enjeux du tourisme durable. Ces Rencontres sont un moment d'échange et de partage le plus direct dans l'année. Les élus, directeurs et chargés de mission des GS se rencontrent physiquement et échangent durant ces quelques jours permettant ainsi de renforcer les liens entre eux et de se connaître. Ce sont des moments de convivialité, de valorisation d'expériences en lien avec la thématique choisie.

Chaque année les Rencontres sont sur un nouveau thème :

Tableau 1 : Thèmes des Rencontres Annuelles

Années	Thème des Rencontres
2018	Les paysages d'exception, facteur de développement pour les territoires
2017	Les Grands Sites de France, quelle source de rayonnement et d'innovation pour les territoires ?
2016	Démarches paysagères dans les Grands Sites de France
2015	Valeurs et dynamiques paysagères des Grands Sites de France
2014	Du sens aux sens, Vivre et faire vivre l'expérience Grand Site de France
2013	Quel tourisme dans les Grands Sites ?
2012	Quelle gouvernance et quelle organisation pour la gestion des Grands Sites ?
2011	Place et l'organisation des activités commerciales dans les Grands Sites
2010	L'écomobilité dans les Grands Sites
2009	Valeurs universelles, valeurs locales : pour qui et pour quoi un site est-il grand ?
2008	Les Grands Sites à l'épreuve de la photographie
2007	Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats ?
2006	Grands Sites et stratégies touristiques des territoires
2005	Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites
2004	Vivre dans un Grand Site : le pari du développement durable
2003	Quels aménagements pour l'accueil du public sur les Grands Sites ?
2002	Les retombées économiques des Grands Sites
2001	La signalétique sur les Grands Sites
2000	Sécurité du public sur les Grands Sites, responsabilité des gestionnaires et des propriétaires
1999	L'esprit des lieux et la gestion des Grands Sites

Avec ce tableau nous pouvons avoir un aperçu des thématiques évoquées depuis la création du Réseau ce qui nous amène à constater que presque chaque thématique a un lien direct ou indirect avec le tourisme durable. Rappelons aussi que la démarche GSF repose sur les principes du développement durable. Ainsi chaque thématique traitée lors de ces Rencontres reste en lien et dans l'esprit du développement durable et en accord avec la politique des GSF. Les Rencontres permettent de mettre en lumière des actions du Réseau et hors Réseau (sur lesquelles s'inspirer) et de voir où en est le Réseau sur ces thématiques. Les deux années précédentes, les thématiques portaient sur les GSF comme facteur de développement des territoires, se rapprochant de notre sujet. Les GSF tendent à être des territoires durables, favorisant le développement, l'innovation, dans le respect du territoire. L'exemple des Rencontres de 2019 va nous permettre de détailler le processus choisi par le RGSF pour aborder la nouvelle thématique de cette année, et de voir l'importance du travail de l'animateur du Réseau.

1.2. Une méthode et des outils qui facilitent et valorisent le développement touristique durable des Grands Sites

Ces différents outils présentés sont des outils utilisés pour animer le Réseau, créer du lien, favoriser le partage d'expériences. Mais quels atouts apportent-ils sur une thématique telle que le développement touristique durable des territoires des sites membres ?

1.2.1. Une base documentaire enrichie, actualisée et plus ergonomique

Au final, la base documentaire a été enrichie et est plus agréable à utiliser. Se sont plus de 300 fichiers qui ont été mis en ligne. Tous les problèmes détectés en amont ont été résolus. Un nouveau système a été mis en place afin de visualiser directement par une icône les nouveaux documents. Cette mission s'est conclue par l'envoi d'un mail à l'ensemble des sites membres annonçant les nouveautés et changements de la base documentaire afin d'inciter les sites à s'y rendre plus souvent. De plus, tous les deux mois, une lettre d'information est envoyée aux membres, une partie est consacrée aux nouveaux documents mis en ligne sur la base documentaire.

Cette partie était certes lourde et répétitive, mais cette mission est essentielle pour le Réseau. Si le RGSF propose une base documentaire accessible à ses membres, il se doit de proposer des documents à jour et récents pour apporter une réelle plus-value aux sites membres. Ils doivent pouvoir se baser sur des documents les plus actuels possibles. De plus, cette mission a été effectuée au début de la période de stage, ce qui a permis d'avoir en tête des missions, des documents présents, et de se familiariser avec le Réseau et les sites membres. La connaissance de cette base documentaire est un atout pour pouvoir ensuite accompagner les sites, les conseiller et les renvoyer vers des documents pouvant les aider.

1.2.2. Une base documentaire permettant aux sites membres d'avoir des outils et des exemples pour développer un tourisme durable

Au-delà d'être pratique et actualisée la base documentaire doit proposer des documents sur des thématiques en lien avec la démarche GSF et pouvant intéresser et aider les membres pour leurs propres actions.

1.2.2.1. Les thématiques de la base documentaire

La base documentaire est divisée en trois grands thèmes : les ressources des GS, les ressources thématiques et la vie de l'association. Les deux premières nous intéressent plus particulièrement pour cette recherche. Les Ressources des GS sont des documents que les GS transmettent au

RGSF sur les projets ou actions entreprises, des documents de communication, des cahiers des charges, etc. La plupart de ces documents sont aussi dupliqués dans les Ressources Thématiques. Ces ressources reprennent à la fois des documents opérationnels (des Ressources GS) et des documents externes (hors Réseau) transmis et intégrés par le RGSF (rapports officiels, documents sur la politique des GSF, des guides (concernant le Réseau et hors Réseau), des documents produits par le RGSF etc.).

Les thématiques des documents ont un fort lien avec le développement touristique durable des territoires comme par exemple : les activités de pleine nature, la biodiversité, les boutiques de site, le développement local, l'esprit des lieux, la fréquentation, l'interprétation et les maisons de site, le paysage, le tourisme etc.

Ces documents proviennent à la fois du Réseau mais aussi de l'extérieur du Réseau. Ils permettent d'aider les sites et deviennent des éléments d'appui pour leurs propres projets. Ils peuvent même influencer ou donner des idées pour les futures actions des sites et sur des thématiques proches du développement durable.

1.2.2.2. Fiches Questions/Réponses : la valorisation des échanges intégrée à la base documentaire

La production de fiches reprenant les échanges entre sites sur une thématique va en continuité et en complémentarité avec la base documentaire. Ici, l'échange se fait directement entre les sites membres. Le RGSF peut aussi apporter son expertise et ses connaissances auprès des membres posant une question. Afin que tous les membres puissent profiter de ces échanges, des fiches sont produites et mises sur la base documentaire. Lors de cette mission plusieurs fiches ont été traitées puis mises en ligne comme par exemple :

- La gestion des déchets sur les plages et les berges
- La Formation d'éco-acteurs du tourisme
- Le stationnement sur les GS
- L'accessibilité pour tous
- Les plans de déplacement doux
- Les références de films sur le paysage

Sans le travail du RGSF, ces échanges seraient oubliés. Ce travail permet de garder une trace des échanges réalisés et de les valoriser en les rendant accessibles à tous les sites membres qui pourront s'y référer par la suite.

Cet outil met en avant l'entraide entre les sites membres et leur implication dans ce Réseau et sur des sujets régulièrement en lien avec le développement touristique durable des territoires (voir exemples donnés).

Pour conclure sur ces deux premiers outils et les constations qui ont été faite, il est à noter que la richesse de la base documentaire (plus de 3000 documents aujourd'hui) peut aussi entraîner une sorte de saturation de l'information pour les membres. C'est une des dérives possibles qui avait été évoquée dans la première partie de la recherche. L'engorgement du Réseau, par un trop plein d'informations peut entraîner une incapacité des membres à intégrer ces connaissances (Le Boterf, 2012). Il en va de même pour les fiches Questions/Réponses, certaines datent de 2009 et contiennent des informations qui ne sont plus à jour, parfois obsolètes. Ce travail de mise à jour a été entamé durant le stage mais non finalisé. Il sera important pour le RGSF de continuer la mise à jour de ces fiches et leur suppression ou tri.

1.2.3. Un événement d'échange et de partage en lien avec les enjeux de développement durable du tourisme

Figure 28 : Paysage du Grand Site de la Pointe du Raz en Cap Sizun



"Fréquentation touristique et vie locale dans les paysages d'exception : quel équilibre ?"⁸⁸

1.2.3.1. Pourquoi cette thématique ?

Les GSF sont très attractifs (33 millions de visiteurs aujourd'hui dans les 46 sites membres du Réseau) mais fragiles, les gestionnaires ont toujours eu à résoudre cette équation : préserver durablement leur beauté et leur singularité tout en accueillant un très grand nombre de visiteurs. La démarche GSF est née du fait que cet équilibre était rompu au profit de la croissance du tourisme mais au détriment de la préservation des sites. Cette démarche avait pour but de rétablir

⁸⁸ Réseau des Grands Sites de France. *Galerie des membres [En ligne]*. Disponible sur <https://www.grandsitedefrance.com/galerie-photos> (Consulté le 15-7-2019)

cet équilibre. Aujourd'hui une double nécessité est apparue : appréhender la gestion de la fréquentation à l'échelle de territoires et faire converger dans les Grands Sites de France toutes les dimensions de la préservation des paysages.

Au regard de l'accroissement exponentiel actuel du tourisme mondial, le thème de la fréquentation s'impose à nouveau dans le débat public, sous l'angle de son acceptabilité sociale. La France s'est fixée comme objectif d'atteindre 100 millions de touristes internationaux en 2020, alors que dans certains sites patrimoniaux, la fréquentation touristique amène les populations locales à un sentiment d'éviction et des réactions de rejet. L'enjeu est de réfléchir à trouver un équilibre entre fréquentation touristique et vie locale dans les Grands Sites de France, mais aussi ailleurs. Les Rencontres 2019, à travers des exemples de Grands Sites de France et d'autres pris en dehors du Réseau, s'interrogeront sur l'impact social de la fréquentation touristique afin de mieux cerner les enjeux pour les années à venir et d'ouvrir des perspectives pour un possible équilibre.

1.2.3.2. Un programme riche, des expériences nombreuses

Les Rencontres ont lieu sur deux jours et sont divisées en sous-thèmes. Chaque sous-thème dispose de moments de questions et d'échanges.

Introduction : Les grandes tendances du tourisme : contexte en France et à l'international

Echanges

Séquence 1 : Le projet de territoire, au service de la gestion de la fréquentation et de la préservation du site

Exemples et témoignages / Echanges

Visites de terrain

Option 1 – "La Pointe du Raz, 25 ans après l'Opération Grand Site"

Option 2 – "La Pointe du Millier, un site arrivé à saturation"

Option 3 – "La Pointe du Van, le juste équilibre entre gestion des espaces naturels et fréquentation"

Option 4 – "Saint-Tugen, ou comment élargir la vision patrimoniale au territoire"

Séquence 2 : A quelles conditions le projet touristique peut-il être acceptable pour tous ?

Exemples et témoignages / Echanges

Séquence 3 : Comment préserver la vie locale et une économie diversifiée face au développement touristique ?

Exemples et témoignages/Echanges

Regard d'un témoin

Clôture

Le thème de la fréquentation induit inexorablement le tourisme. En effet la fréquentation touristique excessive durant l'été peut entraîner des tensions entre les populations locales, les gestionnaires des GS, les acteurs du territoire et les touristes. Au regard du programme retenu, le tourisme sera largement traité et permettra d'apporter des éléments d'éclairages aux participants afin de concilier au mieux la fréquentation et la vie locale. Les Rencontres sont ponctuées d'une après-midi de terrain où la thématique est appréhender sur le GS accueillant : la Pointe du Raz en Cap Sizun. Ces 4 visites aux choix vont aborder diverses actions du GSF en lien avec la problématique telles que le recul des stationnements et la gestion des cheminements sur différents lieux du GSF, permettant de préserver le paysage et de réguler la fréquentation.

Ensuite la question de l'élargissement de l'échelle du territoire pour une meilleure conciliation entre fréquentation et préservation des espaces sera évoquée. Le rééquilibrage de la fréquentation sur un territoire plus vaste en valorisant des ressources moins connues peut permettre de rendre la fréquentation plus acceptable mais aussi de redynamiser des territoires ruraux souvent oubliés au profit d'un site ponctuel (ici la Pointe du Raz).

Ces Rencontres seront un vrai moment d'échange et de partage sur cette thématique mêlant questionnements, exemples, témoignages, visites de terrains, discussions et rencontres. A la suite de cela, les participants repartiront avec des perspectives de réponses pour leurs propres sites grâce au contenu de ces journées, et pourront par la suite s'appuyer sur les Actes des Rencontres qui capitaliseront l'intégralité des informations mentionnées lors des Rencontres.

Finalement ces trois outils utilisés lors de ce stage/missions permettent et permettront aux membres du RGSF d'avoir des exemples d'actions mais aussi des méthodes pour les développer, des documents opérationnels tels que des cahiers des charges etc.

2. La contribution au Plan Biodiversité : une valorisation des expériences du Réseau face à un enjeu international

Cette mission concerne toujours l'échange d'expériences, mais ici à une autre échelle. Jusqu'ici nos missions consistaient à enrichir le partage d'expériences entre les sites membres dans un objectif de montée en connaissance et de partage d'expériences de chacun pour que chaque site puisse s'inspirer et s'y appuyer pour son propre site.

La différence ici est de faire remonter des expériences présentes au sein du Réseau afin de les valoriser hors du Réseau et de montrer la force des GS en soulignant les actions qu'ils mènent

au quotidien pour répondre à un enjeu actuel de la société : préserver la biodiversité qui est aujourd'hui menacée.

2.1. Une méthodologie pour recueillir les expériences

Figure 29 : Méthodologie du recueil d'expériences



En parallèle de ce recueil d'expériences, un recensement des protections et des zones d'intérêts relatives à la biodiversité dans les Grands Sites a été effectué dans le but de faire le lien entre les GS et la biodiversité. Aussi, ce recensement permettait d'avoir des chiffres et pourcentages des protections et zones d'intérêts (PN, PNR, RNN, Natura 2000 etc.) sur les GS. Cette étude fera aussi l'objet d'une restitution auprès du MTES en septembre. Les résultats seront présentés par la suite dans cette recherche.

2.1.1. Contexte de cette contribution : la biodiversité et les Grands Sites

Dans un contexte international de montée en puissance des enjeux environnementaux et climatiques et alors que la Plateforme intergouvernementale sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES) fait le constat scientifique de la perte accélérée de la biodiversité au niveau mondial, des solutions innovantes, locales et reproductibles sont mises en place dans divers domaines touchant à la biodiversité : agriculture, recherche, climat, aménagement du territoire, patrimoine etc.

A l'approche de la COP15 Biodiversité et du Congrès mondial de l'UICN en 2020, la France s'est fixée l'objectif stratégique d'être une référence au niveau international sur la biodiversité et de se donner un cadre d'action ambitieux. Les GSF sont très attentifs à cet enjeu national et international et sont prêts à prendre toute leur part dans ce grand chantier.

Par leur approche transversale fondée sur le paysage, les GSF participent à la préservation de la biodiversité. La démarche GSF, va au-delà des périmètres de protection et intègre des politiques publiques diverses. Elle permet d'ancrer les enjeux liés à la biodiversité dans le quotidien des habitants et des acteurs du territoire et contribue à la sensibilisation et à la mobilisation nationale sur ce sujet.

Les GSF sont de grands réservoirs biologiques. Ils abritent une faune et une flore aussi exceptionnelles que fragiles. La plupart des collectivités locales gestionnaires de GS sont opérateurs ou animateurs Natura 2000 et veillent à la préservation des habitats et des espèces protégées.

Les menaces qui pèsent sur la biodiversité sont souvent les mêmes que celles qui pèsent sur le paysage et les sites patrimoniaux des GS (urbanisation, déprise agricole...). Tandis que la lutte contre la fermeture des milieux par la végétation, enjeu majeur dans de nombreux sites, est conduite en partenariat avec les agriculteurs et les forestiers, les GSF cherchent à minimiser les aménagements dans les espaces naturels, en les renaturant et en restaurant les équilibres écologiques. Espaces de vie et lieux de visite, les GSF participent également à sensibiliser les visiteurs et les habitants à la biodiversité.

2.1.2. Appropriation du Plan biodiversité

Dans un premier temps, il a fallu s'approprier le Plan Biodiversité (*présenté en Chapitre 2 de la Partie 3*).

Pour cela nous avons extrait les axes et sous-axes du Plan Biodiversité afin d'avoir une vision globale de celui-ci. De plus, certains axes et sous-axes ont été mis de côté du fait que les GS ne portent pas d'actions sur ces sujets. Ainsi notre recherche s'est concentrée sur ces Axes :

Axe 1 : Reconquérir la biodiversité dans les territoires

- Développer la nature en ville et offrir à chaque citoyen un accès à la nature
- Déployer des solutions fondées sur la nature pour des territoires résilients
- Limiter la consommation d'espaces naturels, agricoles et forestiers pour atteindre l'objectif de zéro artificialisation nette

Axe 2 : Construire une économie sans pollution et à faible impact sur la biodiversité

- Mettre fin aux pollutions plastiques
- Faire de l'agriculture une alliée de la biodiversité et accélérer la transition agroécologique
- Réduire les pollutions lumineuses
- Renforcer la prise en compte des enjeux de biodiversité dans les politiques de santé humaine, animale et végétale
- Mobiliser les entreprises

Axe 3 : Protéger et restaurer la nature dans toutes ses composantes

- Créer de nouvelles aires protégées et conforter le réseau écologique dans les territoires

- Protéger des espèces en danger et lutter contre les espèces invasives
- Agir pour la préservation de la biodiversité des sols
- Promouvoir la diversité génétique

Axe 4 : Développer une feuille de route européenne et internationale ambitieuse pour la biodiversité

- Porter à l'international un nouveau cadre ambitieux pour la biodiversité

Axe 5 : Connaître, éduquer, former

- Développer la recherche et la connaissance sur la biodiversité
- Investir dans l'éducation et la formation
- Mobiliser l'ensemble des acteurs à agir

2.1.3. Etat des lieux des actions existantes

L'état des lieux s'est ensuite effectué en fonction des axes et sous-axes du Plan Biodiversité, nous permettant ainsi de les classer préalablement.

Les GS sont déjà beaucoup sollicités par le RGSF et sur leur territoire par leurs actions, il convenait alors de procéder dans un premier temps à une recherche personnelle sans les contacter grâce :

- A des documents dont le RGSF dispose : les dossiers de labellisations GSF, les dossiers OGS (projet et programme d'actions), des exemples sur la base documentaire de l'extranet (rubriques : biodiversité, agriculture etc.), des documents écrits par le RGSF avec des exemples à reprendre (Plan Climat, contribution COP21)
- A des échanges avec les chargés de missions/directrice du RGSF

Toutes les actions trouvées ont été recensées dans un document reprenant chaque GS avec ses actions. Chaque intitulé des actions a ensuite été inséré dans un tableau et répartis selon les axes et sous-axes du Plan biodiversité (Cf. Annexe B).

Une fois cette première étape effectuée, un point d'étape nous a permis de présélectionner les actions qui nous intéressaient pour la contribution.

2.1.4. Variable à prendre en compte dans le choix des actions

Une fois l'état des lieux fini, il a fallu sélectionner les actions qui seront mises en avant dans la contribution. Pour cela, plusieurs critères ont été pris en compte :

La variété des actions : le RGSF souhaitait présenter un panel de ce qui se fait sur les GS en évitant de prendre des exemples similaires et ressemblant dans le but de montrer la richesse de ce qui se fait.

La réalisation effective de l'action : cette contribution devait valoriser des actions opérationnelles, s'étant déjà réalisées. Pour être sûr que l'action avait déjà été réalisée, des sites ont été contactés. Ce critère a engendré un bon nombre d'actions que nous pouvions écarter.

La variété des sites mentionnés : tous les GS ne pourront pas être mentionnés dans ce document, cependant, la volonté du RGSF est d'en valoriser le plus possible.

2.2. Résultats obtenus : des Grands Sites investis pour la préservation de la biodiversité

Toute cette démarche a donné lieu à des résultats plutôt concluant concernant la préservation de la biodiversité dans les GS aujourd'hui.

2.2.1. Les résultats en chiffres

Finalement, cet état des lieux a abouti à une sélection de 25 actions réparties en cinq thèmes. La moitié des actions retenues sont nouvelles ou n'ont jamais été valorisées par le RGSF.

Au travers de cette contribution, 19 GS en projet ou labellisés sont valorisés ce qui représente presque la moitié des GS.

2.2.2. Résultats qualitatifs

Tout d'abord, les axes du Plan Biodiversité n'ont pas été gardés tels quels pour la contribution du RGSF. Elle comprendra 5 axes réadaptés.

2.2.2.1. Des axes ayant du sens pour les Grands Sites

Ces axes ont tous du sens pour les GS et permettent d'avoir une vision globale de ce qui se fait sur les GS. Voici un aperçu de la confrontation des axes retenus avec les actions des GS.

Axe 1 : Préserver les habitats et renaturer les espaces

En France, plus de 65 000 hectares sont artificialisés chaque année fragmentant ainsi les écosystèmes et réduisant les espaces où les espèces peuvent vivre et se développer. Au-delà de la biodiversité, c'est la qualité du cadre de vie qui est dégradée.

Les Grands Sites de France contribuent à la reconquête de la biodiversité en minimisant les aménagements des lieux, en les renaturant et en restaurant les équilibres biologiques : protection des zones humides, renaturation d'espaces naturels et des sols, gestion des déchets, etc.

Axe 2 : Agriculture et sylviculture durable

Les Grands Sites de France sont des territoires majoritairement ruraux. Vignobles, grandes estives, parcelles cultivées, etc. sont des composantes essentielles de leur valeur paysagère et culturelle. Afin de préserver ces espaces, les gestionnaires de Grands Sites accompagnent les acteurs locaux vers une reconversion en agriculture biologique et favorisent l'ouverture des milieux.

Axe 3 : Connaître et préserver les espèces

Les Grands Sites de France abritent une faune et une flore aussi exceptionnelles que fragiles (chauves-souris, Aigle Bonelli...). Ils œuvrent quotidiennement en faveur des espèces endémiques et emblématiques de leurs paysages, préservent les espaces naturels et luttent contre les espèces invasives. Les Grands Sites en projet et labellisés sont en constante augmentation depuis la création du RGSF, permettant de conforter le réseau écologique dans les territoires. Les Grands Sites assurent de très nombreux suivis scientifiques qui viennent alimenter les bases nationales et régionales, associatives et institutionnelles.

Axe 4 : Sensibiliser à la biodiversité

Les GS sensibilisent également leurs nombreux visiteurs avec des lieux d'accueil adaptés (Maisons de sites, sentiers d'interprétation en lien avec la biodiversité du site) et des animations et visites. Les acteurs locaux sont aussi sensibilisés à la biodiversité, les rendant acteurs de sa préservation (chantiers bénévoles, éco-acteurs etc.).

Axe 5 : Porter à l'international un nouveau cadre ambitieux pour la biodiversité

Le RGSF œuvrent pour transmettre à l'international ses valeurs et porter un message de préservation des lieux, de la qualité paysagère et culture du site et de sa biodiversité. Le rôle des gestionnaires est déterminant pour mettre en place des actions de préservation de la biodiversité. Certains GS s'engagent aussi à porter des actions avec des pays limitrophes pour développer des actions communes et préserver leur territoire.

2.2.2.2.Des actions riches et variées sélectionnées

Les actions suivantes ont été sélectionnées pour être valorisées dans le Plan biodiversité :

PRESERVER LES HABITATS ET RENATURER LES ESPACES

Contribuer à la protection des zones humides – *Camargue Gardoise*

Imaginer le littoral de demain – *Baie de Somme*

Renaturer des espaces naturels dans les Grands Sites – *Pointe du Raz en Cap Sizun- Massif du Canigó*

Maintenir les écosystèmes par la résorption de décharges – *Dunes sauvages de Gávres à Quiberon*

Préserver les pelouses calcicoles par le pâturage - *Solutré Pouilly Vergisson*

AGRICULTURE ET SYLVICULTURE DURABLES

Renforcer des pratiques agricoles favorables aux paysages – *Salagon Cirque de Mourèze*

Accroître la diversité biologique sur un domaine viticole – *Sainte-Victoire*

Favoriser l'agropastoralisme pour préserver les milieux - *Cirque de Navacelles*

Une gestion forestière durable au service de la biodiversité – *Bibracte - Mont Beuvray*

CONNAITRE ET PRESERVER LES ESPECES

Créer des observatoires de la biodiversité, pour un meilleur état écologique des milieux naturels – *Puy de Dôme*

Sauvegarder des marais face à la chalarose – *Marais Poitevin*

Protéger les rapaces – *Sainte-Victoire*

Protéger les chauves-souris – *Cap d'Erquy, Cap Fréhel*

Réintroduire le mouton boulonnais, au secours de la biodiversité et des paysages – *Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez*

SENSIBILISER À LA BIODIVERSITÉ

Sensibiliser à la biodiversité et aux paysages dans les Maisons de Sites

Une bergerie pédagogique pour éduquer à l'environnement – *Gorges du Gardon*

Créer un diplôme universitaire unique « Guide Marquenterre Nature » - *Baie de Somme*

Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques grâce à des éco-volontaires et gardes littoraux – *Cirque de Navacelles – Dunes Sauvages de Gávres à Quiberon*

Conjuguer activités de pleine nature et respect du site – *Puy Mary Volcan du Cantal*

Participer à la protection des espaces naturels : des chantiers citoyens bénévoles – *Massif de l'Estérel*

Mettre en place un réseau d'éco-acteurs engagés dans la protection de l'environnement – *Gorges du Gardon*

PORTER A L'INTERNATIONAL UN NOUVEAU CADRE AMBITIEUX POUR LA BIODIVERSITÉ

Animer un réseau à l'international et une formation pour une gestion intégrée des sites patrimoniaux – *Réseau des Grands Sites de France*

Développer une éco-destination transfrontalière d'excellence - *Dunes de Flandre*

L'intégralité des actions sélectionnées et la rédaction des textes se trouvent dans l'Annexe C.

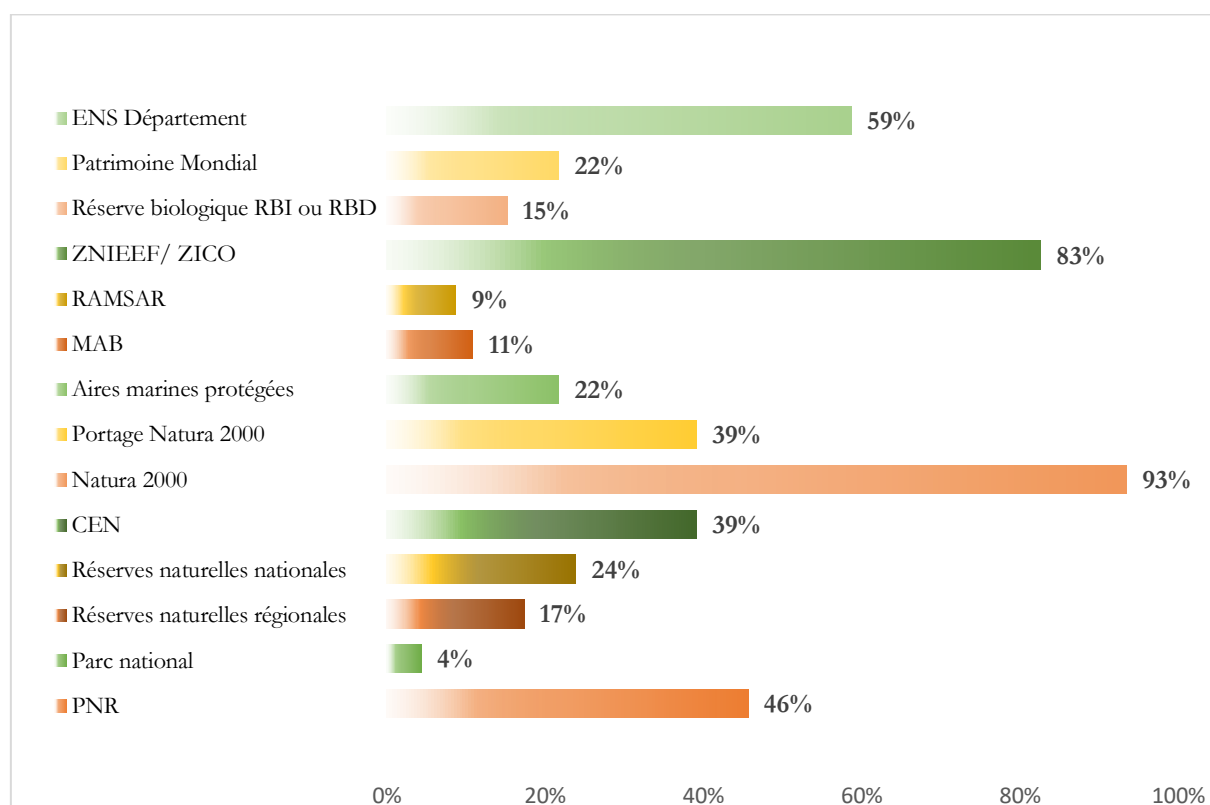
Le but ici, était de mettre en lumière des actions qui existaient déjà et en lien avec le Plan Biodiversité et non de faire une étude sur les manques ou leviers de développement possibles.

Si les actions sont bien réparties suite à la sélection, ce document n'est pas révélateur de la profusion ou du manque de certains sujets ou actions. Même si la recherche n'est pas assez poussée pour aboutir à de réelles conclusions il a été remarqué que les GS portent de nombreuses actions relatives à la sensibilisation à la biodiversité (animations, ballades nature, ambassadeurs de la biodiversité etc.) et sur la connaissance et la préservation de la biodiversité et des habitats. Cependant quelques thèmes mériteraient par la suite d'être approfondis tels que la gestion des déchets (même si beaucoup de sites mettent en place le ramassage de déchets citoyen), la pollution sonore et lumineuse encore peu abordés. Cette constatation se base uniquement sur les recherches et actions trouvées lors de l'état de lieux. Pour avoir une meilleure vision des actions portées par les GS il faudrait interroger précisément l'intégralité des GS.

2.2.3. Les Grands Sites, une biodiversité protégée et reconnue

Comme évoqué en amont, un recensement des protections ou de zones spéciales en lien avec la biodiversité a été effectué en parallèle.

Figure 30 : Mesures de reconnaissance et de protection liés à la biodiversité



Ce graphique permet de voir les protections des GS en lien avec la biodiversité mais aussi les zones ayant un intérêt et un suivi particulier d'espèces, de milieux etc. On remarque que les périmètres des GS recoupent de nombreuses autres protections que le « site classé ».

Ce sont des territoires riches en biodiversité, en espèces endémiques, en milieux spécifiques. Les GS œuvrent pour la préserver car ils sont conscients que c'est en partie ce qui fait la richesse, la spécificité et l'unicité de leur site. Certains gestionnaires des GS sont très actifs et sont opérateur ou animateur du ou des sites(s) Natura 2000 présent sur le territoire du GS. Plus de la moitié des GS dispose sur leur périmètre d'un site Natura 2000 (pour 93% des GS), d'une ZNIEEF/ZICO (83%) ou d'un Espace Naturel Sensible (ENS) (59%). S'ils ne sont pas directement actifs dans sa préservation, ils travaillent en étroite collaboration avec les structures qui portent ces démarches de protection et de gestion de ces espaces naturels.

Il faut aussi savoir que chaque GS a une spécificité. Certains ont des territoires plus axés sur le patrimoine naturel tel que Carcassonne restreignant alors leur propre action sur la préservation de la biodiversité. Cette étude ci-dessus en est révélatrice puisque certains GS cumulent jusqu'à plus d'une dizaine de protection ou de zones d'intérêts en lien avec la biodiversité (Camargue Gardoise et Gorges du Gardon par exemple), alors que certains n'en disposent d'aucune ou de très peu.

2.3. Perspectives envisagées grâce à la contribution au Plan Biodiversité

Aujourd'hui, le document de contribution n'est pas entièrement fini au niveau de la mise en page. Cette partie-là sera effectuée courant septembre.

Au niveau interne, ce recueil d'expériences sera transféré aux sites membres afin de mettre en avant ce panel d'expériences et d'actions préservant la biodiversité. Ce document pourra aussi donner des idées d'actions potentielles et possibles sur leurs sites. Certains membres sont très avancés sur le sujet, d'autres moins.

Au niveau externe, cette contribution sera diffusée et elle montrera que les membres du Réseau s'investissent déjà et sont prêts aussi à continuer et à contribuer encore dans les années à venir à préserver la biodiversité.

Cette contribution a permis au RGSF de cerner les axes sur lesquels les GS sont très avancés et ceux où il reste une marge de progression importante. L'état des lieux a fait émerger des actions

peu connues et méconnues du RGSF, et d'autres qui vont être mises en place dans les années suivantes, ce qui annonce de belles perspectives sur cette thématique. Cette contribution met en avant un certain nombre d'actions, mais loin de l'intégralité de tout ce qui se fait.

La biodiversité est très liée au tourisme même si à première vue elle n'y paraît pas. La préserver est aussi un enjeu pour le secteur touristique. Cette contribution aura mis en avant la force des GS dans ce domaine. Directement lié au tourisme, une grande partie des GS développent des animations, ballades, lieux d'accueil qui valorisent la biodiversité afin de sensibiliser les visiteurs.

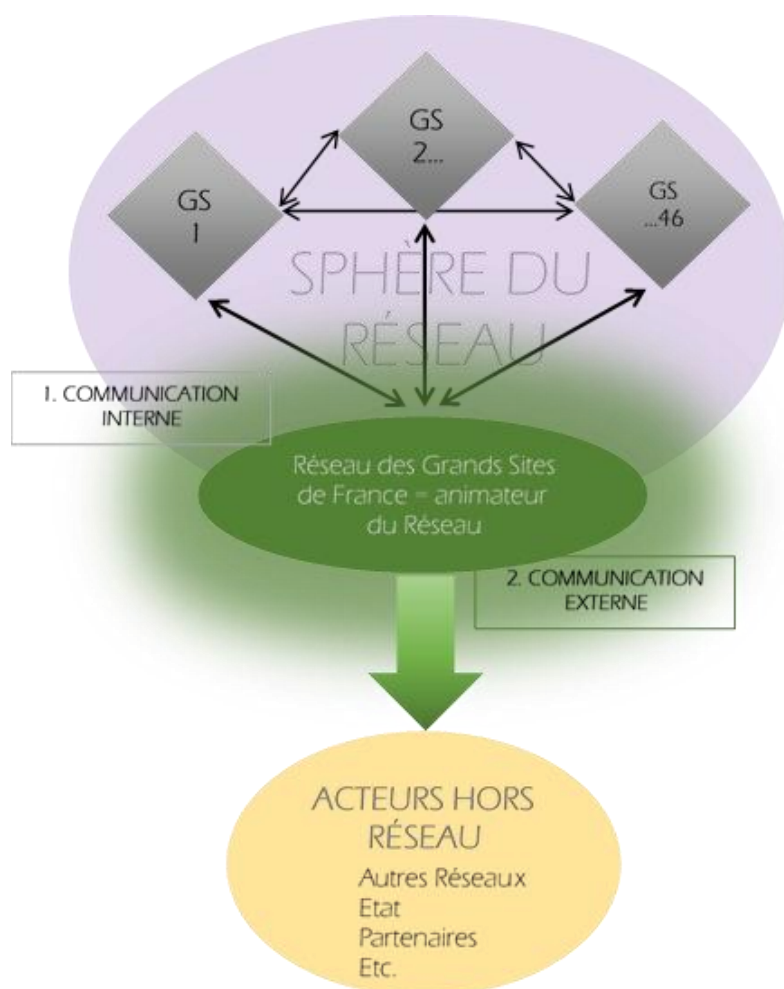
Conclusion Chapitre 1

Ce chapitre a permis de traiter nos deux premières hypothèses de recherche relatives à notre problématique par le biais d'un exemple : le Réseau des Grands Sites de France. L'animation de ce Réseau permet dans un premier lieu d'échanger et de partager des expériences en lien avec le développement touristique durable des territoires : une base documentaire riche sur le sujet, des sites impliqués, un Réseau qui fait office de passerelle entre les sites et les renvoie les uns vers les autres, un événement fédérateur sur des thématiques en lien avec le tourisme durable etc. Il faut savoir que le système d'échanges, à partir du moment où il fonctionne, qu'il est structuré, que les membres y sont impliqués, permettra de faciliter l'avancée des sites sur les sujets que ces outils traitent.

Outre ce premier constat, le RGSF va encore plus loin et valorise les expériences issues des sites, en externe. Il relie l'action des sites à des enjeux nationaux et internationaux montrant ainsi l'implication de tous les membres d'un Réseau et leur avancée sur certains sujets d'actualité mondiale. La contribution au Plan Biodiversité (émis par l'Etat) vulgarise et capitalise les acquis et expériences existantes. Il présente de manière simple et efficace le panel des actions effectuées par les GS pour préserver la biodiversité. Ces résultats montrent que les gestionnaires des GS cherchent, outre la labellisation, à préserver la biodiversité, et à développer un tourisme sensible, respectueux et plus proche des spécificités naturelles des sites.

Notons bien le fait que les GSF et GS en projet sont aussi très actifs dans la vie du Réseau et preneurs de tous les avantages donnés par le Réseau. Chacun d'entre eux espèrent obtenir un jour le label Grand Site de France ou le renouveler, ce qui les pousse aussi à s'investir dans tous les sujets qui représentent un atout pour leur labellisation et notamment des actions relatives à la préservation de la qualité paysagère, la biodiversité en faisant partie.

Figure 31 : Synthèse : RGSE, valorisation et partage d'expériences



Chapitre 2 : L'animation du réseau pour accompagner les membres vers un développement économique des territoires

Comme présenté en Partie 2, le RGSF souhaitait proposer à ses membres de les accompagner pour développer l'entrepreneuriat de territoire. Cet entrepreneuriat est particulier car il s'ancre dans les spécificités d'un territoire, ce qui en fait l'intérêt pour les GS qui souhaitent mettre en place une économie durable, et un tourisme durable reflétant l'unicité et la spécificité de leur territoire. Cette mission se différencie des autres car l'idée n'était pas de développer l'échange entre sites mais de se servir de la force de la tête du Réseau et de ses partenaires pour engager une nouvelle thématique de développement sur les Grands Sites : l'entrepreneuriat de territoire.

1. Différentes étapes pour accompagner les Grands Sites vers l'entrepreneuriat de territoire

Figure 32 : Démarche d'accompagnement des GS à l'entrepreneuriat de territoire



L'étape finale de ce projet était d'organiser un atelier technique sur cette thématique. L'objet de la mission concernait la conception, l'administration de l'enquête puis en faire un bilan qui aiderait pour organiser cet atelier.

1.1. Conception de l'enquête par questionnaire

Une enquête par questionnaire vise à apporter une compréhension des phénomènes étudiés, un éclairage chiffré, et un outil efficient d'aide à la décision pour des choix stratégiques. Il s'agit de recueillir et d'analyser l'information recherchée de la manière la plus objective.

1.1.1. Méthodologie choisie pour l'enquête

La difficulté résidait dans la conception de l'enquête. Ici, une étude quantitative par questionnaire a été conçue, avec quelques questions plus ouvertes pour laisser les Grands Sites

remonter leurs expériences sur leur territoire. Le questionnaire devait à la fois être court, pour ne pas décourager les sites, et en même temps nous avions besoin de fond, de contenu.

Etape 1 : S'affranchir des prénotions

Le premier travail a été de s'approprier la thématique qui jusque-là nous était inconnue. Divers documents ont servi de base dans cette étape : la table ronde dédiée aux précédentes Rencontres Annuelles, le document produit par la Banque des Territoires – Caisse des Dépôts « *Entrepreneuriat de territoire* », et divers supports transmis par la chargée de mission économie de proximité du GSF du Massif du Canigó. La thématique et le sujet une fois bien compris, nous pouvions passer à l'étape suivante et développer le contenu de l'enquête.

Etape 2 : Déterminer le ou les objectifs de l'enquête

Les objectifs de l'enquête sont importants à déterminer puisque que c'est eux qui vont guider le choix des questions et des thématiques.

Etape 3 : Sélectionner les thèmes du questionnaire et les modalités

Cette étape présentait des difficultés. En effet, les potentiels questionnements étaient nombreux, il a fallu recentrer l'enquête et sélectionner les thèmes et questions les plus importantes pour la suite de ce projet.

Etape 4 : Tester le questionnaire

Une fois le questionnaire conçu, de nombreux tests ont été effectués à la fois par l'équipe du Réseau, mais aussi par les partenaires du projet. Il était important de les mobiliser, car pour l'équipe du Réseau le sujet est nouveau, alors que pour les partenaires c'est un sujet qu'ils connaissent. Leur avis permettait alors de vérifier l'intérêt de nos questions, la bonne utilisation des notions, la clarté de l'enquête et son adéquation avec nos objectifs.

Etape 5 : Administrer le questionnaire

L'administration de l'enquête s'est effectuée pendant un mois par internet avec un questionnaire Google Form, consultable sur ce lien : [Enquête sur l'entrepreneuriat de territoire](#). Le lien et l'annonce du questionnaire ont été transmis par un mail sur la liste de diffusion du Réseau, donc envoyés à tous les membres du Réseau. Une première relance a été faite trois semaines après, toujours sur la liste de diffusion. Pour finir, une semaine avant la clôture, des mails personnalisés ont été envoyés à des membres ciblés (intéressés par le sujet, avec déjà des expériences sur ce thème etc.).

1.1.2. Objectifs de l'enquête

Cette enquête préliminaire avait pour objectif général d'aider à organiser le futur atelier sur ce thème. Pour cela l'enquête allait permettre d'établir un état des lieux de l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites et de faire un zoom sur l'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme durable. L'idée était de faire remonter les expériences et les initiatives locales actuelles, les questions et besoins sur l'entrepreneuriat de territoire. L'enquête permettrait alors de voir si les Grands Sites sont réellement intéressés pour qu'un atelier sur cette thématique soit organisé. De plus, cet état des lieux est aussi l'occasion de voir où en sont les Grands Sites sur cette thématique, de voir les points de blocage éventuels pour développer l'entrepreneuriat de territoire, et les opportunités. Donc de nous guider dans l'organisation de l'atelier.

1.1.3. Une enquête divisée en plusieurs thématiques

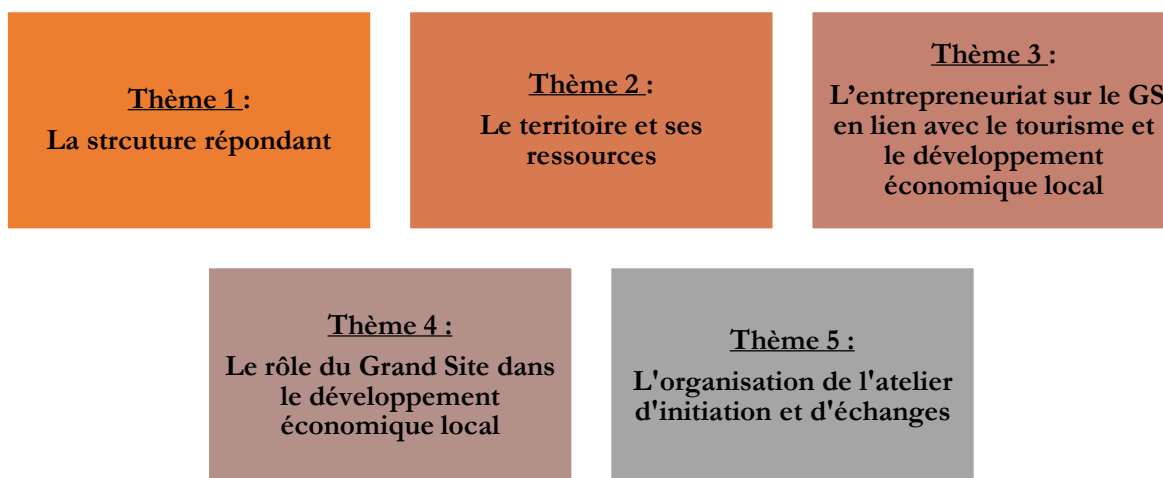
L'enquête a été divisée en plusieurs points/thématiques. Premièrement, une introduction était nécessaire pour présenter l'objectif de l'enquête mais aussi pour expliquer aux Grands Sites ce qu'est l'entrepreneuriat de territoire. Ainsi, l'introduction était la suivante :

« L'entrepreneuriat de territoire dans les Grands Sites s'envisage en accord avec toutes les valeurs portées par les Grands Sites et s'appuie sur leurs particularités. L'entrepreneuriat de territoire concerne l'ensemble des activités économiques en appui et/ou valorisant les ressources endogènes du territoire. Il concerne des démarches avec des problématiques locales, souvent d'intérêt collectif, fondées sur la valorisation durable des ressources et faisant souvent appel à une gouvernance multi-acteurs (acteurs publics, acteurs privés). L'entrepreneuriat de territoire participe au développement local et crée des activités non délocalisables.

Ces activités peuvent être la base d'un tourisme d'immersion, mis en avant par les Grands Sites de France

Suite à ça s'en suivent 5 onglets :

Figure 33 : Thèmes retenus pour l'enquête



L'intégralité de l'enquête est consultable en [Annexe D](#) et à ce lien : [Enquête sur l'entrepreneuriat de territoire](#)

1.2. Des réunions pour enrichir le projet

Sur la totalité du stage, trois réunions ont été organisées avec les partenaires et acteurs du projet : le Réseau des Grands Sites de France, le GSF du Massif du Canigó, la Banque des Territoires Caisses des Dépôts, la Direction Générale des Entreprises (Ministère en charge du tourisme, uniquement pour une réunion).

Réunion 1 : Mars 2019. Cette première réunion avait pour objectif de fixer les éléments de cadrage du projet et notamment de l'atelier d'initiation et d'échanges sur l'entrepreneuriat de territoire.

Réunion 2 : Mai 2019. L'objectif de cette réunion s'orientait autour de 2 axes : faire le bilan de l'enquête sur l'entrepreneuriat de territoire dans les Grands Sites (points importants, points d'attention, grandes tendances etc.) et fixer les grands axes de l'organisation de la journée atelier/échanges, des idées d'interventions ou de thèmes à évoquer.

Réunion 3 : Juillet 2019. L'objectif de cette réunion était de faire le bilan du projet et de son avancement auprès du Ministère en charge du Tourisme – Direction Générale des Entreprises (absente lors des premières réunions) et d'avancer sur l'organisation de la journée atelier/échanges avec un nouveau regard apporté par la Direction Générale des Entreprises.

Ces réunions permettaient aussi de faire émerger des actions connues des partenaires, d'avoir des regards extérieurs au RGSF.

2. Résultats et bilan de l'enquête positifs pour le projet

2.1. De nombreux Grands Sites mobilisés pour cette thématique

Cette enquête a été effectuée du 16 avril au 22 mai 2019. Au total, 19 Grands Sites ont répondu, soit 41% des sites, ce qui représente moins de la moitié des Grands Sites. Les résultats sont néanmoins représentatifs de l'ensemble des Grands Sites. Le nombre de répondants est élevé, compte-tenu des nombreuses sollicitations du Réseau très régulièrement sur d'autres sujets. L'ensemble de l'équipe a jugé ce nombre de satisfaisant et élevé, comparé à d'autres thématiques sur lesquels le RGSF les sollicite.

En plus des réponses de ces sites, nous avons complété par des expériences et initiatives

connues du RGSF, afin d'enrichir cet état des lieux sur l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites et de mettre en avant des expériences intéressantes à mobiliser et à partager. Pour finir, les réponses des GS étaient très brèves et courtes. Afin d'apporter de la matière et du contenu, un travail d'approfondissement a été mené de deux manières : en contactant directement les sites pour avoir des compléments d'informations ou en menant les recherches de notre côté (dossier OGS ou label, sites internet etc.)

2.2. Les Grands Sites : des ressources endogènes favorables au développement l'entrepreneuriat de territoire

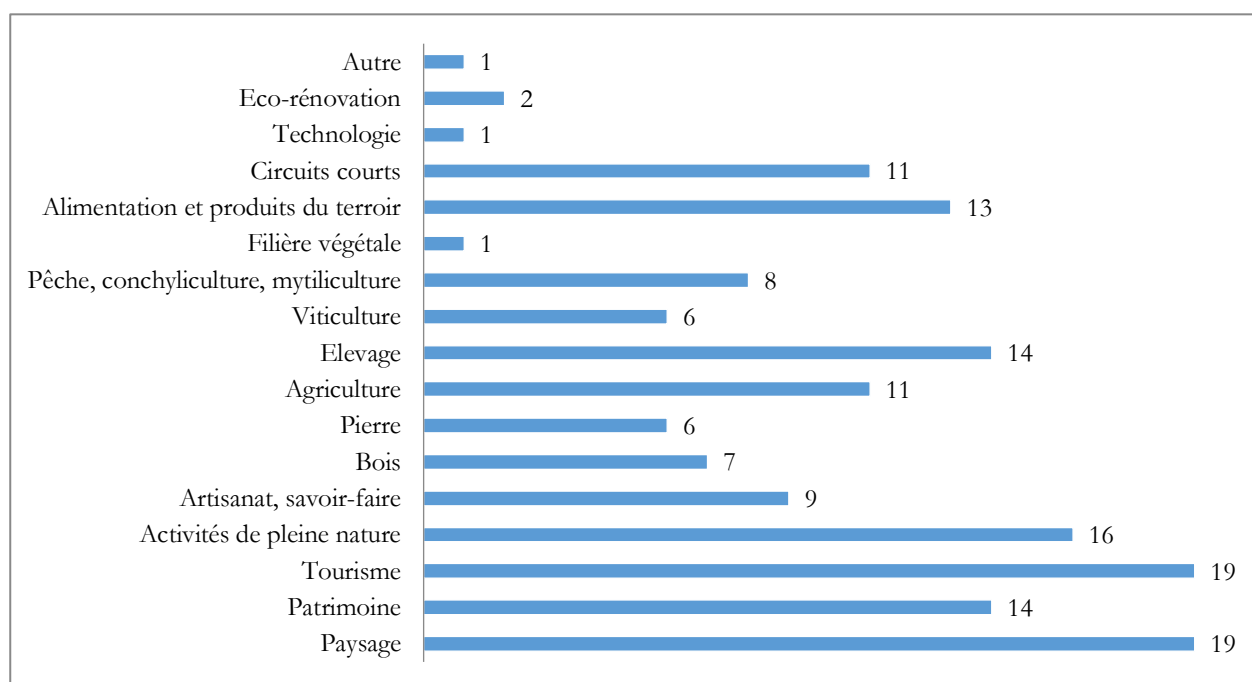
Les Grands Sites ayant répondu, disposent en moyenne de 8 ressources endogènes ou filières principales. Ce grand nombre montre la richesse de leurs territoires, les potentiels de développement ou les filières qui peuvent être développées et permet aussi d'envisager le développement de l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites.

Les ressources endogènes, spécifiques aux territoires des Grands Sites ayant répondu sont principalement :

- Le tourisme et le paysage pour l'intégralité des sites
- Les activités de pleine nature : 16 sites

Le patrimoine est aussi très présent (14/19), l'élevage (14), l'alimentation et les produits du terroir (13), les circuits courts (11) et l'agriculture (11). Ces ressources ou filières sont présentes sur plus de la moitié des sites ayant répondu.

Figure 34 : Ressources endogènes des territoires



A titre d'exemple, les résultats recueillis peuvent être de cet ordre : Grand Site de Bonifacio, Corse

Tableau 2 : Exemples des Ressources endogènes du GS de Bonifacio

Ressources endogènes	Exemples
Paysage	Aménagements paysagers, pierre sèche
Patrimoine	Guides, insertion professionnelle par la formation chantier (pierre sèche, chemins)
Tourisme (de nature, d'itinérance, gastronomique, expérientiel...)	Principale ressource économique de la ville (hôtellerie, restauration, promenades en mer, guides touristiques (maîtrisés ou pas)
Pierre	Principal sol calcaire de Corse et traditionnellement utilisé dans la maçonnerie du patrimoine vernaculaire, la pierre calcaire représente une ressource importante dans l'économie du bâtiment et l'aménagement paysager (la carrière a fermé)
Elevage	Activité traditionnelle (caprin, ovin, bovin) associée à la transformation (fromages typiques et viande)
Viticulture	Reprise de la viticulture à proximité directe du Grand Site, associée à la culture d'oliviers (huile d'olive)
Circuits courts	Marché des producteurs, maison des pêcheurs, épiceries, restaurants typiques (maison du pêcheur, A cheda (hôtel-restaurant avec potager) élevage de poules pondeuses, pintades et poulets en liberté et vente, distillerie, route des sens...

2.3. Des initiatives déjà présentes sur les territoires des Grands Sites

Sur l'intégralité des Grands Sites ayant répondu, seuls deux indiquent ne pas connaître d'initiatives sur leur territoire en dehors de leurs actions (Cirque de Sixt Fer à Cheval et Gorges du Gardon) dans le domaine de l'entrepreneuriat en lien avec le tourisme durable et le développement économique. Pour tous les Grands Sites ayant répondu et qui connaissent des initiatives sur leur territoire, presque la totalité sont en lien avec eux et les accompagnent.

De nombreux exemples d'initiatives sur leurs territoires ont été évoqués, l'intégralité se trouve en Annexe E. Deux exemples sont détaillés à la suite.

1.1.1. La fabrique à projet et association de producteurs au Ballon d'Alsace

La fabrique à projet « Ecooparc » est un activateur de coopération économique locale, qui a pour objectif de faire émerger et d'accompagner des projets innovants, à visées économiques (création d'activités) et au service de l'intérêt général. L'association « Saveurs des Vosges

Comtoises », en partie sur le Grand Site du Ballon d'Alsace a été créée grâce à la fabrique à projet « Ecooparc ».

L'association « Saveur des Vosges Comtoises » regroupe des producteurs agricoles et artisans de bouche installés dans le piémont des Vosges franc-comtoises, qui souhaitent unir leurs forces pour mieux valoriser et faire connaître leurs produits, leur savoir-faire, développer leurs activités tout en valorisant le territoire. Actuellement, l'association a mis en place diverses actions :

- Stands collectifs lors de manifestations et marchés du terroir
- Création d'un site internet en cours, et page Facebook
- Création de la manifestation de l'association : "Fête des Saveurs"
- Organisation du marquage de produits répondant aux exigences de la charte "produit Saveur des Vosges Comtoises" : courant 2019
- Organisation de buffets paysans, et de colis cadeaux de produits locaux

1.1.2. Un point de vente collectif géré par les producteurs locaux à l'Aven d'Orgnac

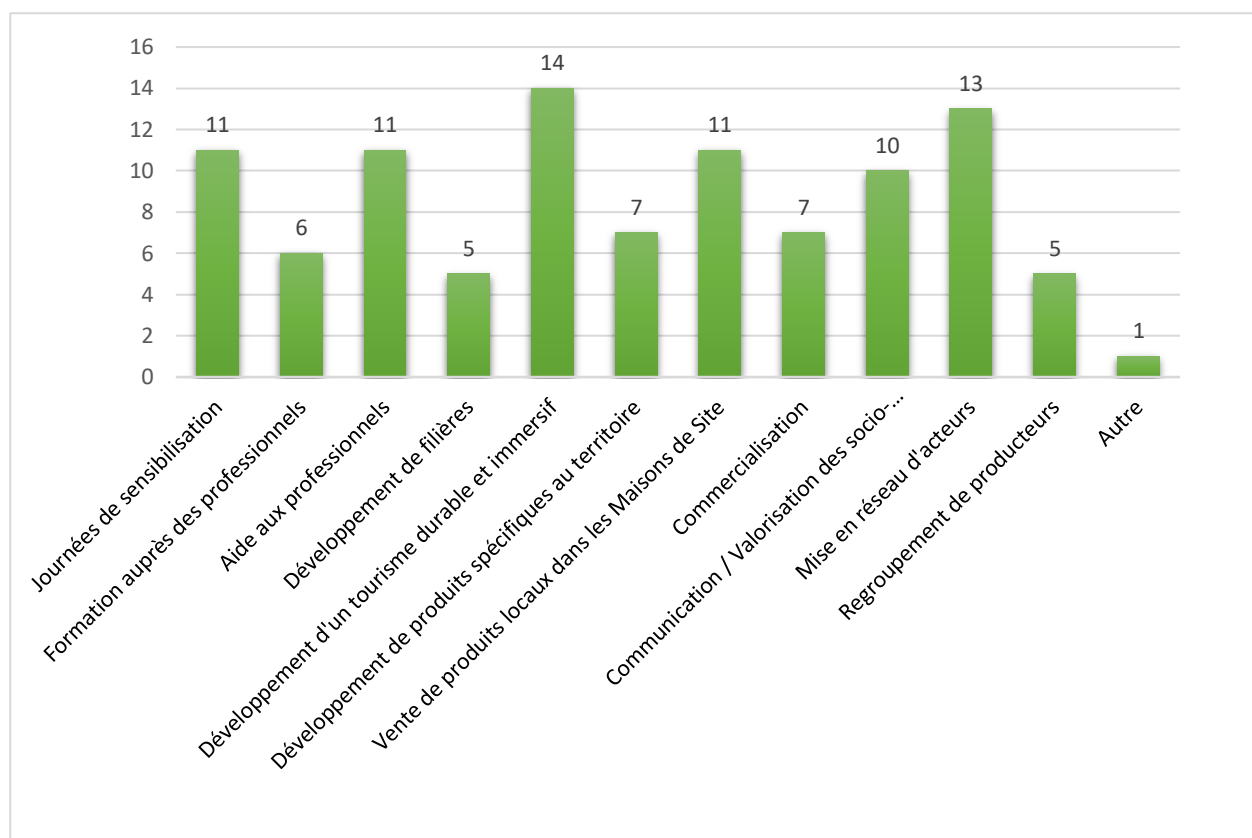
En 2004, alors que l'Aven d'Orgnac obtenait la labellisation Grand Site de France, la boutique présente sur le site fermait ses portes. Un collectif de producteurs locaux s'est alors constitué pour créer un point de vente collectif afin de proposer aux visiteurs des produits issus du terroir. Une boutique collective du Grand Site a vu le jour avec l'association « Autour de l'Aven » en 2005. Ce point de vente est animé par des producteurs locaux, aujourd'hui au nombre de 13. Ils désiraient être au contact direct de leurs clients, sans intermédiaire. Chaque producteur fait des permanences à tour de rôle pour tenir la boutique. Le point de vente propose du vin, du miel, des amandes, de la charcuterie, des fromages, de l'artisanat, des confitures... Presque toujours produits par ses membres. L'association loue le local à la commune et bénéficie de l'aide de la Chambre d'agriculture.

Ce dernier exemple est un bon exemple d'émergence d'entrepreneuriat de territoire, où des acteurs se sont rassemblés afin de valoriser les spécificités locales et de développer une activité économique faisant appel à plusieurs acteurs (producteurs, chambre d'agriculture, mairie).

2.4. Les gestionnaires des Grands Sites investis dans le développement économique local

Sans parler d'entrepreneuriat, ici le but était de voir comment les Grands Sites sont investis dans le développement économique local aujourd'hui.

Figure 35 : Rôle des GS dans le développement économique local



Aujourd'hui, les Grands Sites ont principalement un rôle de :

- Développement d'un tourisme durable et immersif (x14)
- Mise en réseaux d'acteurs (x13)
- Organisation de journées de sensibilisation auprès des professionnels / porteurs de projets (sur les valeurs du Grand Site, les mesures de protection...) (x11)
- Vente de produits locaux dans les Maisons de Site (x11)
- Aide aux professionnels / porteurs de projets (soutien administratif, recherche de financements etc.) (x11)
- Communication / Valorisation des socio-professionnels (site internet...) (x10)

Seul un site dit ne pas porter d'actions ayant un impact économique ou étant en relation avec des socio-professionnels valorisant les ressources locales.

De nombreux exemples d'actions des GS ont émergé dans les réponses à l'enquête et sont recensés en Annexe E. Deux exemples sont détaillés par la suite.

2.4.1. Le Grand Site des Gorges du Tarn : Projet de recherche-action sur l'entrepreneuriat sports et loisirs de nature

Le Grand Site Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses s'investit dans un projet de recherche-action sur l'entrepreneuriat sports et loisirs de nature. Ce dispositif a été mis en œuvre à partir de l'été 2018, en partenariat avec un laboratoire universitaire en sciences humaines et deux autres territoires pilotes dans le Cantal et l'Ardèche. Il permettra de structurer la filière économique, de former les acteurs et de développer une culture commune autour des sports et loisirs de nature. Les acteurs concernés par le projet sont des privés ou publics : socio-professionnels, collectivités, universitaires etc.

Les grands objectifs visés sont les suivants :

- Donner une ambition au territoire en développant une politique territoriale innovante afin de soutenir les filières sport nature et culturelles.
- Développer une culture commune de la filière SLN et créer un écosystème territorial favorable à l'entrepreneuriat dans ces domaines.
- Renforcer le lien entre filière économique et identité culturelle : il faut une relation forte entre le système productif et le système culturel pour permettre un bon développement de l'entrepreneuriat récréatif.
- Mobiliser les dispositifs nationaux destinés à financer des stratégies territoriales compétitives autour de filières économiques renforcées.

Diverses réalisations sont prévues :

1. **Animation de la démarche** : un chargé de mission référent pour la filière SLN, pour mobiliser les entrepreneurs, mettre en réseau les partenaires, développer les actions de formation et communication, suivre le dossier en lien avec les financeurs, etc.
2. **Actions de formation et d'accompagnement des entrepreneurs** (privés et publics).
3. **Actions de communication** : divers supports de communication, et organisation d'un événementiel dédié (pour rendre compte de l'identité du territoire, l'animer et la diffuser).
4. **Actions de coopération territoriales** : voyages d'études dans les deux autres territoires pilotes, accueil de leurs délégations.

Cette expérience montre l'implication d'un GS dans le domaine de l'entrepreneuriat de territoire, dans ce cas-là l'entrepreneuriat se base sur une spécificité du territoire : les sports de loisirs et

de nature.

2.4.2. Développement de la filière poterie et valorisation des producteurs locaux par les boutiques du site – Gorges de l'Hérault

Le Grand Site de France des Gorges de l'Hérault valorise les produits du territoire et a remis en avant la filière poterie. Le développement de la filière poterie a été marqué par la création d'Argileum, une maison de la poterie dédiée à la connaissance et la valorisation de l'art céramique, de la tradition locale (un espace muséographique dans un ancien atelier, une boutique de céramistes, des ateliers etc.).

Ensuite, le GS est acteur de la valorisation des spécificités locales grâce à leurs boutiques (3-4 points de vente). Pour le GS, la boutique est un outil de développement local. Il commercialise exclusivement des produits français, et les plus locaux possibles pour que les visiteurs retrouvent l'esprit du territoire. Pour cela, un cahier des charges a été réalisé. Il permet de créer un réel partenariat avec les fournisseurs du territoire. Les boutiques ont pour objectif d'être une ouverture sur le territoire pour renvoyer les visiteurs directement sur les lieux de production comme les domaines viticoles, etc. Un responsable de boutique en lien avec tous les producteurs et artisans est employé ainsi qu'une sommelière dédiée. Les produits sont tracés pour être sûr qu'ils soient bien issus du territoire. Leurs partenaires sont aussi sollicités, les vignerons viennent, à tour de rôle, vendre leur vin à la vinothèque, les céramistes participent à un atelier destiné à favoriser l'innovation.

Cette action du GSF des Gorges de l'Hérault est un exemple différent du premier. Ici l'action est déjà réalisée et met en avant le partenariat entre des acteurs privés et publics. Le GS valorise les spécificités du territoire en valorisant les produits locaux et en œuvrant pour renvoyer les visiteurs directement sur les sites de production.

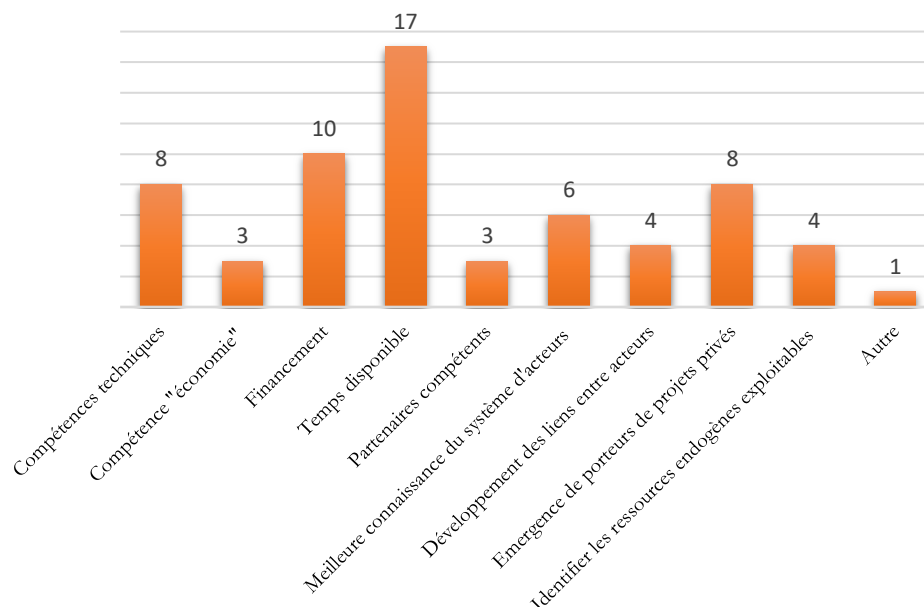
2.5. Les Grands Sites et la compétence économique

Sur 19 Grands Sites ayant répondu, 17 structures gestionnaires du Grand Site n'ont pas la compétence économique. Cet élément peut être un frein au développement de l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites. Cependant, 80% des GS ayant répondu portent des actions avec des structures qui ont la compétence « économie » telles que des communautés de communes/agglomération, des associations, des chambres consulaires, des agences de tourisme, des agences de développement économique etc.).

2.6. Un atelier pour accompagner les Grands Sites intéressés par la thématique

Tous les sites ayant répondu sont intéressés par la journée d'atelier d'initiation et d'échanges.

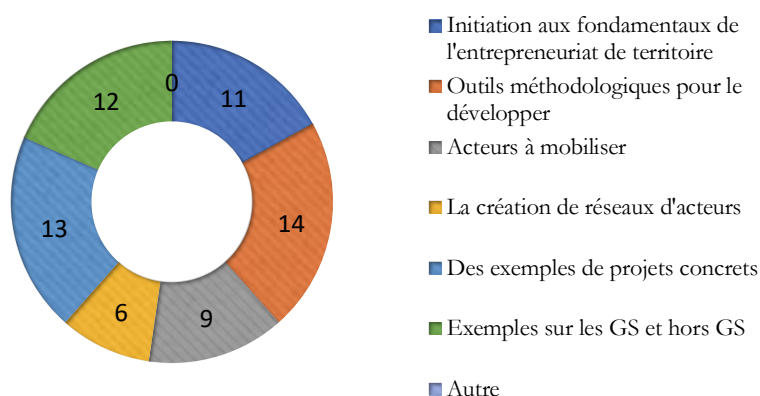
Figure 36 : Besoins des sites



Pour développer l'entrepreneuriat de territoire les Grands Sites ont besoin d'avoir plus de temps disponible (pour 90% des répondants), de financement (52%), des compétences techniques et l'émergence de porteurs de projets privés (42%), d'une meilleure connaissance du système d'acteurs (31%).

Ces besoins, et notamment les deux premiers (temps et financement), traduisent une problématique actuelle récurrente dans les collectivités territoriales. Les financements dans le secteur public diminuent et les postes couvrent de plus en plus de missions.

Figure 37 : Thèmes à évoquer lors de l'atelier



Suite à ces résultats, l'atelier devra prendre en compte les requêtes des Grands Sites ayant répondu en termes de besoins mais aussi de thèmes à évoquer. Ici, les thèmes à évoquer les plus demandés par les GS sont :

- Des outils méthodologiques pour développer l'entrepreneuriat,
- Des exemples de projets concrets,
- Des exemples des Grands Sites et hors Grands Sites,
- Une initiation aux fondamentaux de l'entrepreneuriat de territoire.

L'enquête conforte ce projet de développement de l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites, et réaffirme l'intérêt des Grands Sites.

Il en ressort un fort intérêt des Grands Sites pour cette thématique (19 sites ayant répondu, intérêt lors du séminaire des directeurs etc.). De plus, de bonnes bases existent sur les Grands Sites, elles ne sont pas forcément conscientisées mais ils pourraient s'appuyer dessus. Aujourd'hui, il existe des initiatives locales de valorisation et de commercialisation de produits locaux (mise en vitrine des ressources endogènes présentes dans les Grands Sites), de sensibilisation des acteurs par les Grands Sites avec, par exemple, des journées auprès des professionnels du territoire (sur les valeurs, la préservation des paysages etc.) Les Grands Sites ont un rôle de mise en réseaux d'acteurs.

Aujourd'hui, certains Grands Sites ont initié des actions en lien avec l'entrepreneuriat de territoire mais tous ne sont pas au même niveau sur ces questions.

3. Perspectives d'accompagnement des sites membres

Cette enquête aura permis de dresser un aperçu de l'état actuel de la thématique sur les GS, nous aura servi pour l'organisation de l'atelier technique et pour l'accompagnement des sites sur cette thématique. Les réunions avec les acteurs du projet ont aussi donné des orientations pour le futur.

3.1. Organisation de l'atelier technique

Les premiers échanges et l'enquête ont permis de faire émerger les objectifs de la journée ainsi qu'une trame de l'organisation de l'atelier technique.

3.1.1. Objectifs de la journée

A long terme, l'objectif est de faire émerger l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites.

- Acculturation des participants à l'entrepreneuriat de territoire
- Transfert d'outils et de méthodes
- Présentation d'expériences : au maximum deux expériences et au moins une en lien avec le tourisme
- Echanges
- Faire émerger des pistes d'actions pour les Grands Sites

Pour cela, des interventions expertes, des témoignages d'acteurs et une visite de terrain viendront rythmer l'atelier.

3.1.2. Eléments de cadrage de la journée

L'atelier s'adressera aux élus et aux techniciens de Grands Sites (directeurs et chargés de mission) sur la base de 20 à 30 personnes. Les acteurs locaux et les professionnels du tourisme ne seront pas la cible privilégiée de ce 1er atelier. Cependant, les Grands Sites pourront en inviter avec l'accord du Réseau et s'il y a une pertinence à le faire (par exemple techniciens ou acteurs privés associés au Grand Site).

Il se déroulera en novembre sur une journée et demi (avec une demi-journée de terrain pour rencontrer les acteurs) sur le **Grand Site de France des Gorges de l'Hérault**.

3.1.3. Le contenu de l'atelier

Actuellement, le programme n'a pas été élaboré définitivement. Pour donner une première idée il pourrait se dérouler ainsi :

I - Introduction

Point d'entrée de la journée : introduire la journée en rappelant les valeurs des Grands Sites, le paysage etc.

Revenir brièvement sur les ressources des sites, leurs besoins, la spécificité de chaque territoire en s'appuyant sur l'enquête réalisée.

II - Fondamentaux de la démarche d'entrepreneuriat de territoire

Reposer les bases de la cartographie des acteurs

Faire réagir sur la question de l'entrepreneuriat

Donner les clés de la méthode

III - Echange d'expériences

Deux expériences hors réseau seront présentées et détaillées, en lien avec la méthodologie vue avant, sur des Grands Sites ou hors Grands Sites (PNR, autre), au moins une en lien avec le tourisme.

Il serait pertinent d'associer un Parc Naturel Régional et/ou la Fédération des PNR à la journée car ils sont plus avancés sur cette thématique que les Grands Sites. Il faudrait tirer les fils sur les expériences les plus avancées et abouties de leur côté. Ils pourraient intervenir et présenter un exemple.

Des témoignages proviendront aussi des Grands Sites participants.

IV - Séquence de travail sur son propre site

Mettre en place une séquence où les techniciens travailleraient sur le cas de leur Grand Site (s'inspirer de l'enquête pour cette séquence).

Cette séquence peut se faire seul ou à plusieurs pour avoir un regard extérieur.

V - Le lendemain : Visite / Rencontre avec les acteurs d'un projet d'entrepreneuriat de territoire

L'atelier sera rythmé par des intervenants, tels que la Banque des Territoires – Caisse des Dépôts, le RGSF, la chargée de mission du GSF du Massif du Canigó, le ministère en charge du tourisme (DGE).

3.2. Penser à l'après atelier

A la suite de l'atelier, une synthèse de celui-ci sera effectuée, comprenant des recommandations, des exemples issus des Grands Sites et hors Grands Sites. Des ressources documentaires sur l'entrepreneuriat de territoire seront diffusées via la Banque des Territoires – Caisse des Dépôts (documents, print, vidéo).

Suite à la journée, les organisateurs et les participants tireront le bilan pour voir si un besoin d'accompagnement pour des projets opérationnels, de la formation-action est à enclencher

3.3. Pistes à approfondir et points de vigilance pour l'organisation de la journée

Les différentes réunions et échanges avec les acteurs du projet ainsi que les résultats de l'enquête, ont permis de dégager des pistes à approfondir ou des points de vigilance à garder en tête pour l'organisation de l'atelier.

3.2.1. Comment aborder l'entrepreneuriat de territoire ?

Différentes portes d'entrée sont possibles pour aborder l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites et aller plus loin dans les initiatives observées :

→ *1ère piste incontournable : la base, c'est la coopération territoriale*

- Savoir lire et cartographier le système d'acteurs en place.
- Dans chaque territoire des Grands Sites, il existe déjà des acteurs qui aident les entreprises, les porteurs de projets etc. Il faut alors déterminer et définir la place et le rôle des Grands Sites par rapport à eux et ne pas se poster en « concurrent ». Il faut définir la spécificité et la juste place du Grand Site.
- Le Grand Site a déjà des projets ou dispose de porteurs de projets : comment peut-on être accompagné et comment les développer ?
- Se baser sur les collectifs d'acteurs qui émergent ou existent déjà. Des collectifs d'acteurs sont déjà présents sur les Grands Sites formalisés ou non, ils n'ont pas forcément conscience qu'ils peuvent se développer et créer de l'économie locale et aller plus loin dans leurs actions.
- Voir si les Collectivités territoriales peuvent faire le lien pour développer l'entrepreneuriat de territoire et de quelles manières.

→ *2ème piste : la mise en valeur des ressources locales*

- Par exemple en commercialisant les produits locaux (ce qui est déjà initié avec les boutiques de Maisons de Sites, les magasins de producteurs etc.). Mais, par exemple, la question

de la production est à approfondir dans les Grands Sites : quelle mutualisation des outils de production ? de commercialisation, des fonctions de production ?

- Partir des besoins du territoire et montrer aux techniciens comment on peut lire ces besoins

- Mobiliser des acteurs autour d'une ressource, en qualifiant les ressources du territoire et en identifiant un porteur de projet ou un acteur présent qui correspond à la ressource

Pour les Grands Sites, ne pas oublier un angle d'approche : montrer aux Grands Sites avec des moyens limités qu'en étant pragmatique, de "petites choses" sont possibles, par exemple, en ajoutant une entrée économique à des projets existants.

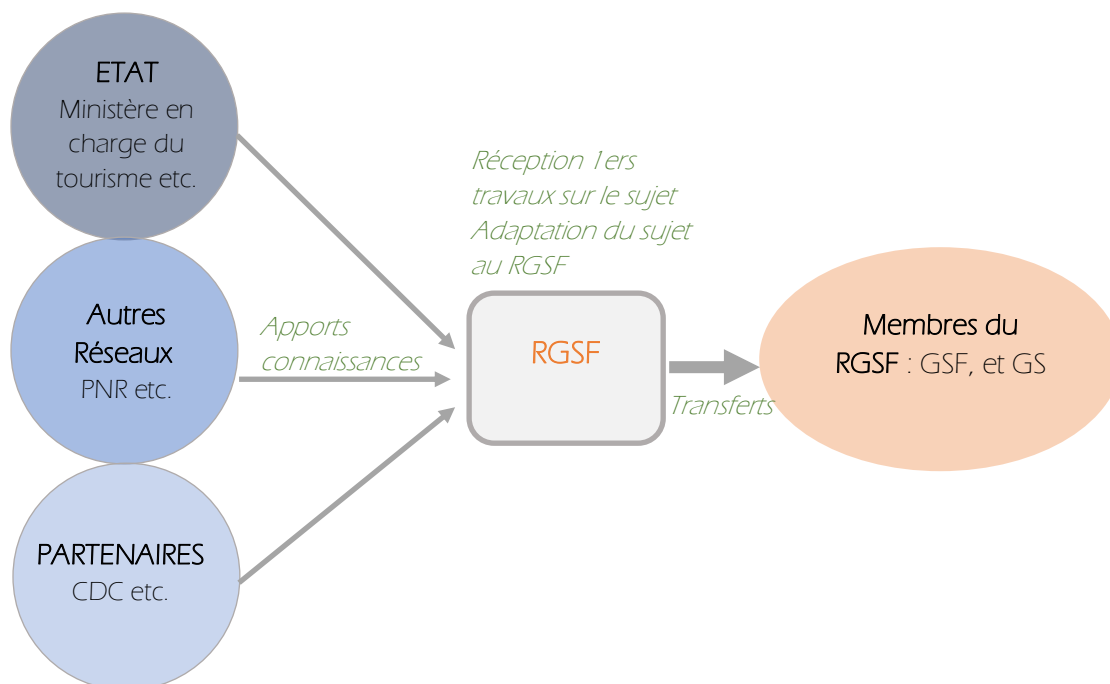
3.2.2. Prendre en compte le manque de temps et de financement des sites

L'enquête a montré que les Grands Sites n'ont pas développé l'entrepreneuriat de territoire principalement à cause d'un manque de temps et de financement. Les deux sont liés. L'atelier pourra donner des pistes de financements, de modalités d'actions etc.

Comme le souligne la chargée de mission économie de proximité du GSF du Massif du Canigó, ce sont des projets de territoires ruraux qui peuvent aussi s'inscrire dans des programmes européens leader pour faire financer de l'ingénierie (c'est le cas de son poste).

Ce second chapitre a permis d'aborder notre seconde hypothèse appliquée au Réseau des Grands Sites de France. L'animation d'un réseau de sites patrimoniaux, visant une labellisation, peut faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire, **en accompagnant les sites dans le développement économique local durable en lien avec le tourisme.**

Figure 38 : Synthèse de l'accompagnement des sites



Ici, la démarche d'accompagnement du RGSF pour ses membres concernait l'entrepreneuriat de territoire, et reposait sur une méthodologie bien précise et fournie. L'objectif était d'accompagner les sites à développer cet entrepreneuriat sur leur territoire. Pour cela, une enquête a été réalisée afin de voir où en étaient les Grands Sites, et leurs besoins pour le développer. A la suite de ces premiers constats, un atelier sera organisé en novembre 2019. Le RGSF est moteur sur ce projet, et permet aux Grands Sites de développer des thématiques qu'ils n'auraient pas pu développer sans adhérer à ce Réseau (notamment par manque de temps et de méthodes). L'entrepreneuriat de territoire en lien avec le tourisme est une forme d'économie locale et durable, qui s'intègre très bien dans une perspective de développement touristique durable des territoires. Ainsi, les visiteurs auront des activités proposées propres aux spécificités de chaque site rendant leur expérience plus authentique sur le territoire visité.

Chapitre 3 : Des hypothèses à nuancer et des perspectives de recherches

Ce dernier chapitre sera l'occasion de faire le point sur l'animation du RGSF et les missions en confrontation avec les hypothèses de recherche. Ensuite, il semble important de monter en généralité et de voir comment pourraient être approfondi notre recherche par la suite pour répondre de manière complète à la problématique.

Afin de pouvoir aborder au mieux ce chapitre il est important de rappeler la problématique et les hypothèses :

Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?

Hypothèse 1 : En mettant à disposition des sites un système d'échanges d'expériences entre sites

Hypothèse 2 : En vulgarisant le retour d'expériences sur la biodiversité

Hypothèse 3 : En accompagnant les sites dans le développement économique local et durable en lien avec le tourisme

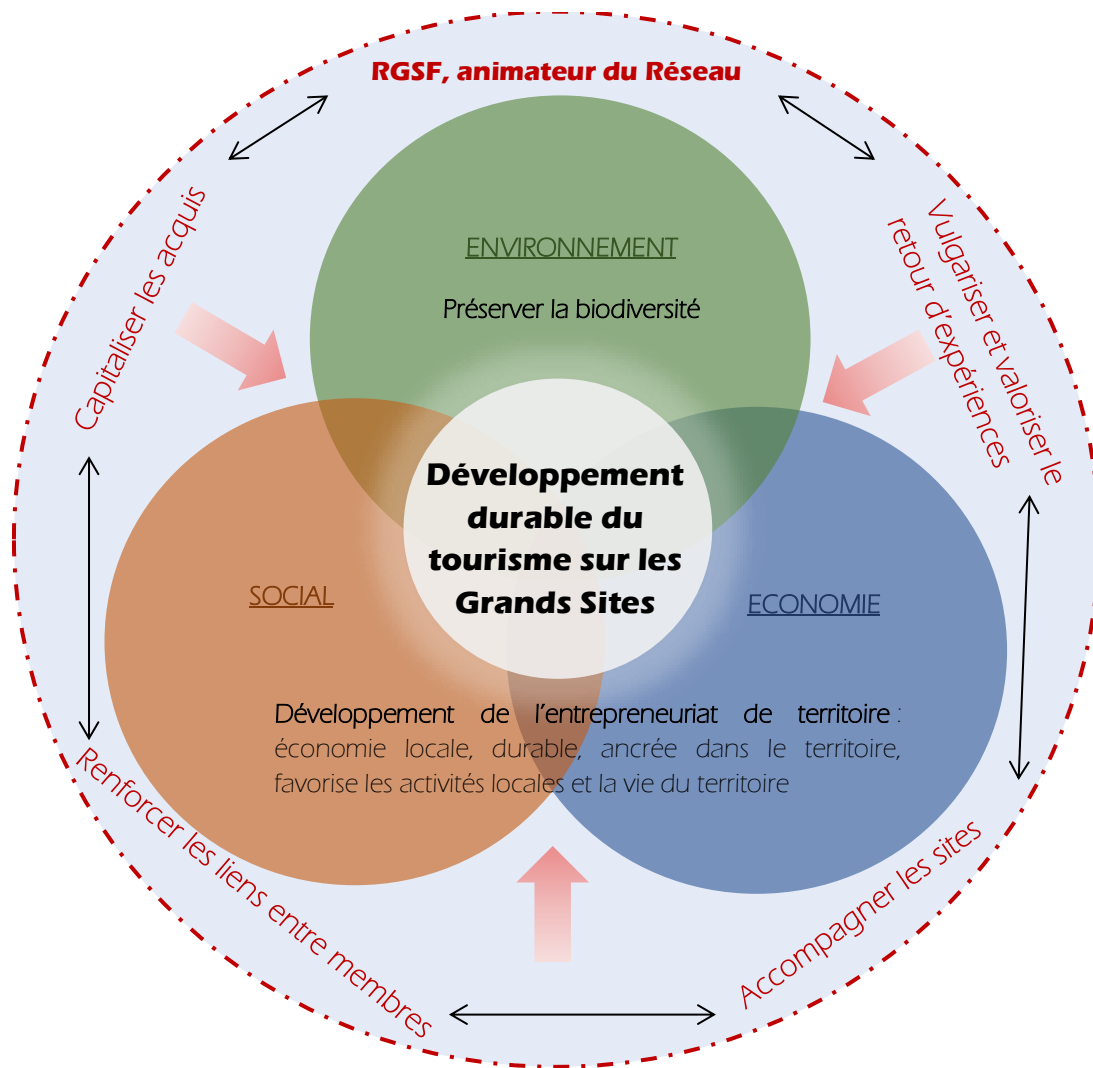
1. Des hypothèses affirmées sur le terrain

Nous avons répondu à cette problématique à travers 3 hypothèses très précises en lien avec les missions proposées. Les hypothèses intégraient des thèmes de travail précis : biodiversité et entrepreneuriat de territoire que nous avons relié au développement touristique durable des territoires.

1.1. Des résultats vérifiant les hypothèses

Au-delà des thèmes inclus dans les hypothèses, c'est le rôle et l'action même des animateurs du RGSF qui était questionné. Le RGSF a avant tout un rôle « social » de rassembler des sites patrimoniaux sous une même bannière : la politique publique des GSF dans le but d'adopter une gestion durable de ces sites patrimoniaux. Le RGSF permet d'augmenter les compétences et connaissances des membres et il est une véritable source d'aide pour les sites adhérant au Réseau. Les missions confiées ont permis de confronter les hypothèses à des thèmes et sujets bien définis. Aujourd'hui, après six mois de stage et suite aux résultats avancés dans les deux précédents chapitres nous pouvons dire que ces hypothèses ont été vérifiées et confirmées.

Figure 39 : Schéma de synthèse : l'animation du RGSF et le développement touristique durable



Ce schéma permet d'avoir une vision globale et synthétique de l'impact de l'animation du RGSF directement sur les territoires des GS et en lien avec le développement touristique durable des territoires. Il résume toutes les conclusions émises sur le rôle du Réseau. Le RGSF capitalise les acquis, vulgarise et valorise le retour d'expériences, il accompagne les sites et renforce les liens entre les membres. Ces actions, une fois associées à des sujets précis (biodiversité, entrepreneuriat de territoire, tourisme durable etc.) ou des thèmes en lien avec le développement durable, influent directement sur le développement touristique durable des GS. Le RGSF n'est pas directement l'acteur qui va enclencher ce développement sur les territoires, les gestionnaires en restent les seuls responsables et volontaires. Cependant, il va donner les clés, les méthodes, les guides nécessaires pour développer un tourisme durable sur les territoires, il va répondre aux demandes des sites notamment pour des exemples d'expériences dans les GS.

Le pilier de l'environnement par le biais de la préservation de la biodiversité était pris en exemple, mais il aurait pu être choisi un autre thème en lien avec le tourisme durable. Il se trouvait être le sujet actuel du RGSF, mais en amont et les dernières années, le RGSF a beaucoup travaillé sur le tourisme dans les GS (Document cadre sur le tourisme dans les GS, capitalisation des expériences de tourisme durable sur les GS etc.). La biodiversité, même si elle paraît éloignée de tourisme, entraîne un effet de chaîne qui va directement toucher le secteur touristique. Si elle est atteinte, le secteur du tourisme le sera aussi. Les GS œuvrent à la préserver mais surtout à sensibiliser le public (acteurs locaux, habitants, touristes). Toutes ces actions portées par les GS sont valorisées par le RGSF à l'extérieur du Réseau et met en avant un panel d'expériences des GS qui préservent la biodiversité, donnant un sentiment de fierté à chaque site appartenant au Réseau.

Ensuite les piliers social et économique ont été traités au travers de l'accompagnement des sites, par le RGSF afin de développer une économie locale et durable : l'entrepreneuriat de territoire. Ce sujet et ce nouveau type d'entrepreneuriat est très intéressant et complètement en lien avec le développement touristique durable, il permet à la fois d'ancrer des activités économiques durables sur le territoire (lesquelles sont basées sur des ressources spécifiques du territoire) et de favoriser l'installation de nouveaux entrepreneurs, de développer les liens et les échanges dans l'écosystème d'acteurs présent. Cet accompagnement se traduit par l'organisation d'un atelier et permettra aux GS de repartir avec les bases requises pour le développer sur leurs territoires. Du fait du partenariat avec le Ministère du Tourisme – DGE sur ce projet, une attention particulière était portée sur l'entrepreneuriat de territoire dans le domaine du tourisme durable. Par cette action, le RGSF fait appel à des acteurs externes au Réseau qui ont de l'expérience dans le domaine. Il traite l'information et les connaissances transmises et reçues afin d'en faire bénéficier les GS en adaptant l'entrepreneuriat de territoire aux spécificités des GS. Le RGSF a un rôle très fort, en effet, sans le réseau les GS n'auraient pas pu se l'approprier ou le développer car ils manquent de temps et de financement. Le réseau leur permet de s'ouvrir à des projets et thèmes pour lesquels ils ne l'auraient pas fait sans le réseau.

1.1. Retour sur les hypothèses, montée en généralité

Ces hypothèses se sont vérifiées auprès du RGSF, mais quelles conclusions pouvons-nous en tirer ?

1.1.1. Capitalisation des acquis et échanges d'expériences : la base d'un Réseau

Il est important de rappeler que plus on capitalise et on échange plus le réseau sera efficace et plus il prendra de la valeur (Le Boterf, 2012, p 20)⁸⁹. C'est pareil sur une thématique d'un Réseau, plus des thèmes liés au développement touristique durable des territoires seront traités grâce à de l'échange d'expériences et à de la capitalisation d'acquis, plus le Réseau prendra de la valeur sur ce sujet et sera expert du sujet.

1.1.2. Un Réseau valorise les expériences : un système cumulatif

Un système de valorisation est un système cumulatif, c'est-à-dire que le fait de valoriser le Réseau permet de valoriser les membres et inversement. Ici, le Plan Biodiversité est un bon exemple de valorisation du Réseau et de son travail et permet aussi de faire ressentir aux membres un sentiment de fierté d'apparaître dans ce document. De telles actions produites de la part d'un Réseau montre en quoi les activités et projets menés contribuent à faire aboutir des projets pertinents, utiles en dehors même du Réseau. Valoriser permet de montrer son efficacité à l'environnement externe du Réseau. Cette valorisation peut entraîner une perception positive du Réseau par des structures externes, des partenaires etc. Le sentiment de fierté de travailler ensemble, de fierté d'appartenir dans ce Réseau est important pour le bon fonctionnement du Réseau et pour favoriser l'investissement de chacun⁹⁰.

A posteriori, pour développer durablement le tourisme sur les territoires des membres du Réseau, il faut alors valoriser des expériences, des études, des travaux en lien avec cette thématique. Ici le pilier de l'environnement par le biais de la préservation de la biodiversité était pris en exemple, mais il aurait pu être choisi un autre thème et sur un autre pilier (social ou économique) en lien avec le tourisme durable : développement d'activités touristiques durables, la valorisation de l'économie locale, la prise en compte des habitants et des touristes au même titre etc.

1.1.3. La formation des membres du Réseau, pour une montée en compétence

Les réseaux d'appui et d'apprentissage mutuel peuvent s'apparenter aux missions du RGSF avec l'exemple de l'accompagnement pour développer l'entrepreneuriat de territoire. En effet, chaque site est à un niveau de développement différent sur ce sujet. Il n'y a pas de finalité

⁹⁰ Groupe de travail ARADEL. Créer et animer des réseaux : entre savoir être et savoir faire des développeurs économiques, 2004, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.aradel.asso.fr/> (Consulté le 25-04-2019)

collective, elle individuelle où chaque membre peut former ou être formé. Selon Guy Le Boterf (2012, p 53), « *ces réseaux ont des effets d'apprentissage par les connaissances ou le savoir-faire qu'ils permettent à leurs membres d'acquérir, mais aussi par la dynamique d'apprentissage qu'ils impulsent chez chacun d'entre eux* ».

Les sites membres d'un Réseau n'ont pas forcément les compétences, les connaissances et le temps de développer certains projets en lien avec le tourisme durable. L'entrepreneuriat de territoire est encore un sujet à la marge, peu connu des sites, et pourtant qui est en total adéquation avec la vision d'une économie durable sur un territoire en lien avec le tourisme.

La formation sur un tel sujet pour développer par la suite des actions en lien avec l'entrepreneuriat de territoire peut faciliter un développement touristique durable du territoire. Le Réseau est alors un outil de formation et de transfert de compétences.

Ces actions, propres au Réseau, peuvent passer dans un premier temps comme nous l'avons fait par une mise en commun pour obtenir une vision globale de ce sujet sur chaque site patrimonial. Cette vision globale peut s'effectuer par un état des lieux qui permettra de détecter les manques éventuels, d'identifier les ressources et exemples au sein du Réseau pouvant alimenter la thématique et par la suite d'organiser les formations éventuelles. Avant de proposer de telles formations, que ce soit sur n'importe quel sujet, il semble important d'en juger l'opportunité ou non. Si les membres sont déjà très avancés sur le sujet il n'y a pas d'opportunité à le faire, d'où l'importance de faire ce premier état des lieux.

Les formations proposées par un Réseau sont un plus pour les membres et elles impulsent chez chacun d'entre eux une volonté d'apprentissage.

2. Des nuances à apporter aux hypothèses

Même si ces hypothèses de réponses sont vérifiées, il importe de préciser les limites et les nuances quant à ces résultats.

2.1. Chaque Réseau a sa particularité

Le RGSF est un réseau de sites patrimoniaux qui a ses particularités. Il est né d'un besoin des sites qui entraient dans la démarche GSF. Cette démarche vise aujourd'hui à préserver un site classé mais aussi à développer des actions en lien avec le développement durable sur un territoire. Ces sites qui entrent dans la démarche font face à des problèmes de dégradation, de mauvaise gestion de la fréquentation mais qui souhaitent rétablir les équilibres sur leur site et

leur territoire. Les gestionnaires des sites s'y engageant ont cette volonté de trouver des solutions et d'améliorer leur gestion. Cette approche « *territoire* » et cette volonté propre à chaque site d'améliorer leur gestion, font la particularité forte de ce Réseau. Ces particularités (recherche d'équilibre, de restauration d'une qualité paysagère, mettre en place la gestion la plus durable possible etc.) ne se retrouvent pas forcément dans les autres réseaux.

Chaque Réseau va avoir sa particularité et il sera plus performant sur certains domaines que d'autres.

Le RGSF a un vrai rôle d'accompagnement de ses membres dans leurs actions quotidiennes et dans leur démarche de labellisation. Cette particularité ne se retrouve pas dans la plupart des Réseaux de sites patrimoniaux. Certains Réseaux ne sont accessibles qu'une fois que le label est attribué (Plus Beaux Villages de France, PNR, Petites Cités de Caractère etc.). Ici, les sites souhaitant être labellisés peuvent adhérer au Réseau dès le début de leur démarche et ainsi bénéficier de tout l'accompagnement proposé par le RGSF : accompagnement dans les dossiers OGS et label, accompagnement sur des actions précises, participer aux événements annuels (Rencontres Annuelles, séminaire des directeurs), participer à l'échanges entre sites etc. Le RGSF participe à la transformation du site, et à mettre en place une gestion durable du site. L'obtention du label s'étale sur des années de travail conjoint entre le RGSF et le gestionnaire du site, c'est un vrai travail collaboratif.

2.2. Le Réseau doit prôner un développement durable

Pour que le Réseau facilite un développement touristique durable des territoires des sites membres, il doit avoir des objectifs similaires au développement durable. Chaque Réseau a ses objectifs qui peuvent être de divers ordres : augmenter la fréquentation touristique des sites, préserver le patrimoine, valoriser les sites etc. Cette problématique peut alors s'appliquer plus aisément dans des Réseaux qui ont comme valeur centrale le développement durable. Le RGSF accompagne les sites membres dans la politique publique de labellisation GSF, cette obtention de label signifiera que le site est géré de manière durable en respectant les trois piliers du développement durable. Cet objectif de base induit directement que les sites vont œuvrer pour développer un tourisme durable sur leurs territoires.

2.3. Des enjeux en évolution qui demandent aux Réseaux de s'adapter

Si l'on s'en tient au RGSF et à ce que nous avons vu pendant la période de mission, il développe et accentue ses thématiques de travail en fonction des enjeux actuels dans le Réseau et hors

Réseau. L'intérêt est multiple, tout d'abord, un Réseau qui s'implique dans les enjeux actuels montre sa volonté de servir les intérêts communs nationaux et internationaux et pas uniquement des intérêts propres au Réseau. Ensuite, cette implication permet aussi de voir où en est le Réseau sur ces sujets et comment il peut encore être plus performant.

Les enjeux relatifs au tourisme durable et plus largement au développement durable évoluent et deviennent de plus en plus forts et urgents. Au niveau National, un des sujets du moment est la perte de la biodiversité qui a valu en 2018 la création par l'Etat du Plan Biodiversité. Les différents réseaux d'espaces naturels protégés s'en sont emparés, et comme le RGSF, ont réalisé une contribution de leur réseau, c'est le cas des PNR et des PN par exemple.

2.4. L'efficacité du Réseau varie avec son expérience

Le RGSF a été créé en 2000, il a donc une vingtaine d'année et une certaine expérience derrière lui. Certains Réseaux sont jeunes et demandent encore à murir et à s'améliorer. Le travail d'un Réseau ne peut pas être parfait dès sa création, il évolue et se renforce avec le temps et avec les expériences (Le Boterf, 2012, 166p). L'avancée ne serait donc pas la même dans un autre Réseau que celle que nous avons constaté au sein du RGSF.

2.5. La taille du Réseau influence la qualité et la richesse des échanges

La taille du Réseau est un paramètre à prendre en compte dans le système d'échange et de partage. Aujourd'hui, le RGSF compte 48 membres, un nombre en constante augmentation mais qui reste encore de taille moyenne. Un Réseau est comme un groupe social car ils ont des caractéristiques et buts communs. Chaque membre a alors une influence sur les autres membres du groupe, et le Réseau influence aussi les membres.

Plus le groupe est grand, plus les relations auront tendance à être faibles. Plus le groupe est petit plus les relations entre les membres et entre les membres et l'animateur du Réseau seront fortes. C'est une tendance car, par probabilité et sur un temps donné, il y a plus de chance que chaque individus compris dans un groupe de 10 personnes ait pu échanger avec tous les membres du groupe, plutôt que dans un groupe de 100 personnes. Un Réseau aura tendance à avoir plus d'impact sur chaque individu s'il a une taille petite ou moyenne. Les membres se connaissent plus et échanges plus favorisant ainsi la dynamique de Réseau.

Pour un Réseau constitué d'un grand nombre de membres (par exemple le réseau Sites et Cités Remarquables de France avec environ 250 membres) cela demande un travail plus délicat et

important d'échanges, de rencontres des différents membres avec la tête du Réseau mais aussi entre eux. Le rôle de la tête du Réseau est plus important et demandera à avoir une équipe d'animateur plus fournie.

3. Perspectives de recherche

Cette recherche présentait plusieurs particularités, elle traitait uniquement des Réseaux de sites patrimoniaux en lien avec une labellisation. De plus, le terrain de recherche était précis et accès sur un Réseau en particulier qui a un lien fort avec le territoire, le développement durable et le tourisme.

3.1. Une méthode pour étudier au mieux l'impact sur les membres

Afin d'approfondir et d'avoir une vision plus objective du rôle de l'animateur d'un Réseau et de son impact sur les membres et leurs territoires, il faudrait changer la posture de recherche. Tout d'abord, cela consisterait à faire une étude auprès des sites membres par le biais d'une étude qualitative. Cette méthode permettrait de sentir directement auprès des concernés (les membres) l'intérêt de cette mise en Réseau et ce que cela peut leur apporter au quotidien. Les résultats produits feront ressortir des idées pour animer le Réseau, des points perçus positivement ou négativement. Le but est de se baser sur les points détectés comme bloquant ou peu développés dans le Réseau pour ensuite les améliorer et être encore plus performant.

3.2. Elargir la recherche à d'autres Réseaux

La recherche était limitée au RGSF puisqu'il était le terrain de stage. Pour avoir une vision élargie il faudrait étudier en parallèle le fonctionnement de plusieurs Réseaux de sites patrimoniaux en lien avec un label comme par exemple celui des PNR, des PN, des Plus Beaux Villages de France, des Sites et Cités etc. Ces Réseaux ne sont pas des concurrents ils ont chacun leur spécificité et peuvent tous s'apporter des compétences et connaissances.

3.3. D'autres hypothèses de réponses possibles, une nouvelle problématique

Afin de déterminer d'autres hypothèses, il serait intéressant de faire une étude sur les manques ou les besoins des sites patrimoniaux en termes de développement touristique durable des territoires. Il est aussi à noter que la vision « *territoire* » n'est pas utilisée par tous les Réseaux. Pourtant il y a un fort intérêt à raisonner à l'échelle d'un territoire et non d'un site patrimonial qui sont des sites ponctuels. Le site patrimonial est préservé et exceptionnel, c'est lui qui attire le tourisme. Le territoire englobe à la fois le site patrimonial et la vie autour, c'est un territoire

plus large qui permet à la fois d'avoir des retombées plus durables que si l'on raisonne uniquement sur le site patrimonial. Le territoire permet de fixer la fréquentation à une échelle plus large et de développer une offre de séjour pour contrer la fréquentation de « *passage* » et amener des retombées positives de cette fréquentation sur l'ensemble du territoire. Les habitants, en percevant ces retombées positives accepteront aussi mieux les touristes.

Pour le développement touristique durable des territoires, d'autres hypothèses peuvent être imaginées si on se base sur une nouvelle recherche qui a pour objectif de développer un tourisme durable sur les territoires des membres du réseau :

Une nouvelle problématique : Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux peut-elle les accompagner dans le développement touristique durable de leur territoire ?

Hypothèses 1 : En évaluant l'état actuel du développement touristique durable sur le territoire des sites membres

Hypothèses 2 : En proposant une journée d'échanges sur le développement touristique durable des territoires

Hypothèses 3 : En accompagnant les sites sur les points de blocage ou les points à améliorer

Hypothèses 4 : En créant un produit touristique durable commun aux membres

Ces hypothèses se baseraient sur une recherche approfondie du sujet au sein du RGSF ou dans un autre Réseau. Cette recherche s'effectuerait par une étude qualitative auprès des sites afin de déterminer les points qui mériteraient d'être approfondis sur leurs territoires, de voir la perception des membres sur leur développement touristique durable etc. Un état des lieux précis et détaillé des actions existantes sur chaque site pourrait accompagner cette étude.

Les trois autres hypothèses de réponses pourraient être validées ou non suite aux résultats de cette première étude. Si elles ne sont pas validées, alors d'autres axes stratégiques de développement et un plan d'actions pourraient être définis pour accompagner les sites patrimoniaux membres du Réseau à un développement touristique durable des territoires.

Conclusion Chapitre 3

Ce chapitre nous a permis de faire le point sur les hypothèses de recherche. Les résultats obtenus grâce aux missions de stage permettent de tirer des conclusions positives sur les hypothèses de départ émises. Cependant, des nuances sont à apporter dans les résultats. Notre recherche s'est effectuée dans un Réseau particulier de sites patrimoniaux, nos résultats et hypothèses ne peuvent pas s'appliquer à tous les Réseaux. Chaque Réseau a sa particularité, ses valeurs, ses ambitions. Les objectifs de chaque Réseau sont différents, certains servent uniquement de lieu de partage d'expériences. Le RGSF va plus loin que ça, il accompagne ses membres les valorise et les aide durant des années pour accéder à l'objectif de chaque site : obtenir le label GSF, prouvant la qualité de la gestion du site. Pour aller plus loin dans cette recherche, elle pourrait être approfondi au regard d'un panel de différents Réseaux existants, des entretiens avec eux et leurs membres etc.

Conclusion Partie 3

Le RGSF est avant tout un lieu d'échange et de partage. Les missions n'avaient pas pour but de proposer un plan d'action ou de faire des préconisations sur le travail réalisé au RGSF. Elles concernaient à la fois, à la communication interne mais aussi externe au Réseau. Pour les intégrer dans ce mémoire de recherche il semblait pertinent de réfléchir à l'impact de l'animation d'un réseau sur le propre territoire des sites membres. Pour cela une problématique et des hypothèses de réponses ont été définies. Cette partie nous a permis de répondre à ces hypothèses par le biais d'un terrain d'étude, le RGSF, et de missions spécifiques.

Le RGSF, de par ses missions et actions que nous avons testées et expérimentées durant six mois, contribue indirectement au développement touristique durable des territoires des sites membres. Il favorise et dynamise le partage d'expériences et les échanges entre sites grâce à des outils spécifiques qui traitent de thématiques directement liées au tourisme, au développement durable et aux territoires. Le RGSF est moteur dans des enjeux actuels tels que la biodiversité et valorise les actions de ses membres à l'extérieur du Réseau. Les actions des membres deviennent alors des modèles, des exemples dont l'environnement extérieur du Réseau peut s'inspirer.

Ensuite, le RGSF accompagne les GS pour développer de nouvelles actions sur leurs territoires. Un nouveau projet leur est proposé : développer l'entrepreneuriat de territoire. Afin de transférer au mieux les bases de cette démarche le RGSF se dote de professionnels du sujet déjà expérimentés, effectue une étude préalable pour déceler l'opportunité ou non de faire

Ces résultats nous permettent d'affirmer nos trois hypothèses. Le RGSF et l'animation d'un Réseau facilite et valorise le développement touristique durable des territoires des sites patrimoniaux membres. Ceci est possible grâce à une mise à disposition d'un système d'échanges d'expériences entre sites, à une vulgarisation d'expériences sur la biodiversité et en accompagnant les sites dans le développement économique local et durable.

Cependant, la recherche se limite à un seul terrain d'étude et à trois hypothèses. Ces résultats ne peuvent pas s'appliquer à tous les Réseau, chacun a sa particularité, sa spécificité et ses objectifs. Pour poursuivre la recherche et l'approfondir elle pourrait être élargie. De plus les sujets sur lesquels interviennent de tels réseaux, sont susceptibles d'évoluer en fonction des enjeux nouveaux.

Conclusion générale

Le travail de recherche terrain que nous avons conduit avait pour objectif de comprendre comment un Réseau de sites patrimoniaux pouvait faciliter le développement touristique durable des territoires ainsi que de voir en quoi le processus de labellisation pouvait impacter ce développement.

Le cadre théorique établi a montré que le tourisme se fonde sur les sites patrimoniaux qui sont nos paysages. Ce secteur a donc tout intérêt à le préserver. Avec l'émergence du développement durable, on parle maintenant de tourisme durable. Ce dernier vise, en partie, à préserver le patrimoine et à prendre en compte les impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs. En France, de nombreuses mesures existent pour préserver ces patrimoines. Une protection symbolise aussi une reconnaissance de l'exceptionnalité d'un site patrimonial pouvant aller jusqu'à une labellisation qui garantira une certaine excellence du site dans sa beauté, sa gestion, ses actions. Par ailleurs, une labellisation entraîne l'entrée dans un réseau (aux côtés des autres sites labellisés). Un réseau permet aux membres de bénéficier d'échanges et d'expériences issus des autres sites. Pour faire fonctionner un Réseau, l'animateur joue un rôle essentiel.

Une fois le cadre théorique défini, une problématique a émergé :

Comment l'animation d'un réseau de sites patrimoniaux visant une labellisation peut-elle faciliter et valoriser le développement touristique durable de leur territoire ?

Le stage au sein du Réseau des Grands Sites de France a permis d'aborder ce sujet et de répondre à la problématique grâce à un terrain d'étude complet, riche et des missions variées. Les hypothèses émises ont été testées et validées.

Le Réseau des Grands Sites de France est une association qui a pour rôle d'accompagner les Grands Sites vers le label Grand Site de France, de favoriser les échanges et la communication interne. Les membres de ce réseau sont engagés dans la démarche Grand Site de France, une politique publique lancée par l'Etat. Les gestionnaires de sites classés et à forte notoriété peuvent s'engager dans la démarche en se lançant dans une Opération Grand Site (OGS) qui vise à restaurer et protéger la qualité paysagère, naturelle et culturelle du site, à améliorer la qualité de visite et à favoriser le développement socio-économique local. Ces objectifs seront atteints tout

en respectant le site et les habitants du territoire. Ensuite, les Grands Sites ayant rétabli les équilibres du site peuvent prétendre à l'obtention du label Grand Site de France, attribué par l'Etat, qui garantit l'excellence de la gestion du site, c'est-à-dire que le site est géré en respectant les principes du développement durable.

Finalement, l'intérêt ici était de voir comment un animateur de Réseau, n'étant pas sur le terrain auprès des sites, peut faciliter et valoriser le développement touristique durable des territoires des sites membres. Les résultats, au travers du Réseau des Grands Sites de France ont apporté un éclairage quant aux hypothèses émises et des premières réponses à la problématique posée.

Premièrement, l'animateur d'un Réseau doit mettre à disposition des sites membres, un système d'échange d'expériences entre sites en lien avec le tourisme durable. Pour cela, une base documentaire peut être mise en place, accessible par tous les membres et regroupant des documents, guides, ou encore expériences qui peuvent aider les membres. Ensuite, l'animateur d'un Réseau dynamise et renforce les échanges grâce à des moments où chaque membre peut se rencontrer et échanger sur des sujets en lien avec le tourisme ou le développement durable. C'est le cas avec les Rencontres Annuelles du Réseau des Grands Sites de France qui ont lieu une fois par an. Cette année, son thème concernera la fréquentation des sites patrimoniaux et son acceptabilité sociale. Ces moments permettent de voir où en sont les membres et le Réseau, d'échanger sur le sujet, ou bien encore de faire remonter des expériences marquantes. Ces Rencontres sont aussi l'occasion unique de créer du lien entre tous les membres et ainsi de faire perdurer les échanges.

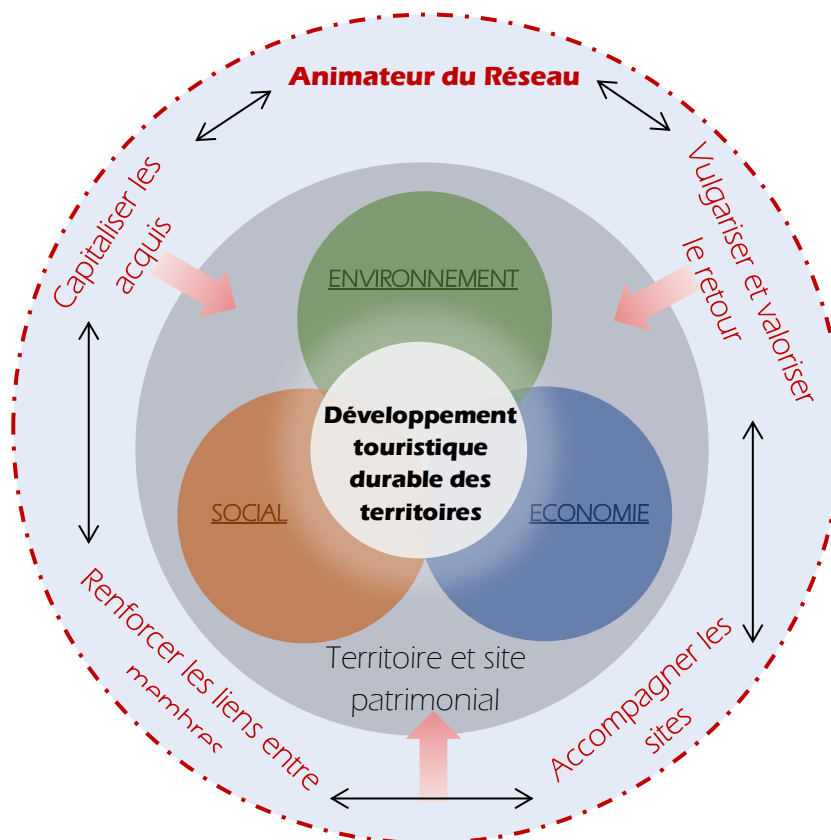
Ensuite, pour valoriser et faciliter le développement touristique durable des territoires, la tête du Réseau peut vulgariser le retour d'expériences sur la biodiversité et plus largement sur l'environnement. C'est en se saisissant de problématiques actuelles telles que l'environnement, qu'un Réseau peut montrer sa force et sa capacité à intégrer des sujets de société dans les actions de ses sites membres. Le Réseau peut alors valoriser les actions des sites membres contribuant à préserver l'environnement et entraînera aussi une certaine fierté des membres. Ils auront le sentiment de proposer des actions efficaces et qualitatives, les incitant à garder cette voie de développement.

Finalement, l'animateur du Réseau peut accompagner les sites dans leur ascendance, sur des sujets peu développés au sein du Réseau. Dans cette recherche, le Réseau des Grands Sites de France proposait d'accompagner les sites dans le développement économique local et durable en lien avec le tourisme (entrepreneuriat de territoire). Le Réseau n'est pas expert de ces sujets

et peut alors faire appel à des acteurs externes au Réseau pour obtenir les connaissances, les méthodes, les clés indispensables pour proposer à ses membres de développer de tels sujets.

Le schéma suivant permet d'avoir une vision globale de la recherche et de ses résultats.

Figure 40 : Schéma de synthèse du mémoire



Dans ce sens, nous retiendrons qu'un Réseau peut :

- Capitaliser les acquis
- Renforcer les liens entre les membres
- Accompagner les sites
- Vulgariser et valoriser le retour d'expériences

Ces actions du Réseau, pour répondre à la problématique, doivent concerner des sujets en lien avec le tourisme durable et le développement durable.

Ces résultats sont propres au Réseau des Grands Sites de France et directement liés à ses particularités. Il est important de nuancer ces résultats et d'élargir la recherche. Effectivement, chaque Réseau a son objectif propre, qui ne sera pas forcément lié au développement durable et à fortiori à un tourisme durable.

De plus, quelques éléments semblent importants à prendre en compte et demanderont sans doute l'adaptation des outils ou des aides proposées par le Réseau : en fonction de la taille du Réseau, de l'expérience du réseau, des enjeux et problématiques actuelles de la société par exemple.

Cette problématique, sous l'angle de la labellisation apporte des résultats qui auraient peut-être été différents sans ce contexte. L'objectif de la labellisation pousse les membres du RGSF à se mobiliser au sein du Réseau et à développer des actions qui sont en accord avec les principes du développement durable.

Finalement, ce mémoire a permis de mettre en perspective l'animation d'un Réseau de sites patrimoniaux avec le développement touristique durable des territoires. Cette recherche amène au postulat suivant : si les membres sont impliqués dans l'animation du Réseau et sensibilisés au développement durable, ils peuvent produire de l'intelligence collective et apporter des solutions innovantes pour développer un tourisme durable.

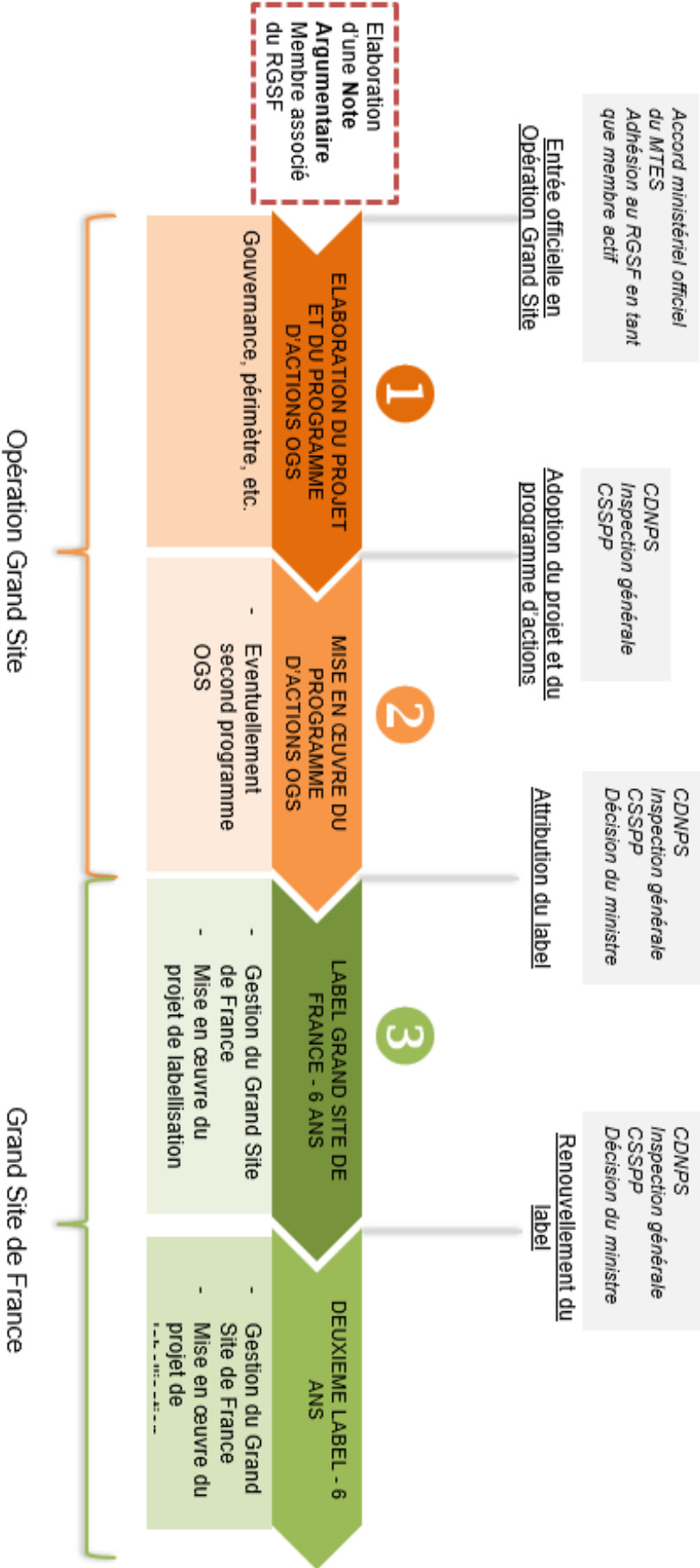
Bibliographie

- AFIT. *Marques et labels touristiques : les journées techniques de l'Afit : compte rendu de la journée du 1er Décembre 1999*. Paris : AFIT, 2000, 29 p.
- Assens Christophe. *Le management des réseaux*. Bruxelles : De Boeck, 2013, 168 p
- Assens Christophe, Courie Lemeur Aline. De la gouvernance d'un réseau à la gouvernance d'un réseau de réseau. *Question de management*, 2014, n°8, p 27-36 [En ligne] Disponible sur <https://www.cairn.info/> (Consulté le 31-01-2019)
- Atout France, *Tourisme et développement durable : de la connaissance des marchés à l'action marketing*. Paris : Editions Atout France, 2011, 108 p.
- Audrerie Dominique, *Petit vocabulaire du patrimoine culturel et naturel*. Bordeaux : Editions Confluences, 2003, 63 p
- Auzias Dominique, Labourdette Jean-Paul. *Guide de l'écotourisme*. Paris : Nouvelles éditions de l'université, 2008, 424 p.
- Barnécoud Lise. *La Biodiversité ? Comprendre vite et mieux*. Paris : Editions Belin, 2013, 79 p
- Bédard François, Kadri Boualem. Développement et tourisme : une relation durable. *Revue Téoros Regard sur l'hôtellerie chronique*, 2004, n°23-3, p. 70-72.
- Bérard L., Cegarra M., Djama M., et al. *Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France*. Paris : Editions CIRAD, IDDRI, IFB, INRA, 2005
- Blandin Patrick. *De la protection de la nature au pilotage de la biodiversité*. Versailles : Editions Quae, 2009, 124 p.
- Brahic Elodie, Terreaux Jean-Philippe. *Evaluation économique de la biodiversité*. Versailles : Quae, 2009, 199 p
- Convention européenne du paysage. 20 octobre 2000, Florence. Article 17 Art. L.350-1. LOI n°2016-2017 du 8 aout 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages.
- Corbière Marie. *Des espaces muséographiques et sentiers d'interprétation pour un développement touristique durable et une préservation de la biodiversité*. Mémoire de master 1 tourisme et développement, Toulouse : Université de Toulouse – Jean Jaurès, 2018, 125p.
- Deléage, Jean-Paul, *La biosphère Notre Terre vivante*. Paris : Découvertes Gallimard, 2001, 128 p
- Di Méo Guy. *Processus de patrimonialisation et construction des territoires*. Colloque "Patrimoine et industrie en Poitou-Charentes : connaître pour valoriser", 2007, Poitiers-Châtelleraut, France. pp.87-109.
- Dupuis Christine. *Tourisme et développement durable en France*. Paris : Les Éditions des journaux officiels, 2014, 269 p.
- Dution Brice et Walker Lionel. *Les patrimoines touristiques*. Paris : De Boeck Editions, 2014, 172p

- Fournier Mauricette. *Labellisation et mise en marque des territoires*. Clermont-Ferrand : CERAMAC, 2014, 632p
- Gloaguen Philippe, *Tourisme durable*. Paris : Hachette, 2010-2011, 159 p.
- Greffé Xavier. *La valorisation économique du patrimoine*. Paris : La documentation française, 2003, 384p
- Guichard-Anguis Sylvie, Héritier Stéphane. *Le patrimoine naturel : entre culture et ressource*. Paris : Editions L'Harmattan, 2009, 143 p.
- ICOMOS France. *Petit Traité des Grands Sites : Réfléchir et agir sur les hauts lieux de notre patrimoine*. Paris : Editions Actes Sud, 2009, 220 pages.
- Lazzarotti Olivier. *Patrimoine et tourisme : histoires, lieux, acteurs, enjeux*. Paris : Editions Belin, 2011, 302p.
- Le Boterf Guy. *Travailler efficacement en réseau*. Paris : Editions Eyrolles, 2012, 166p.
- Lozato-Giotart Jean-Pierre. *Le chemin vers l'écotourisme*. Paris : Delachaux et Niestlé, 2006, 191 p.
- Marcotte P. Bourdeau L. et Leroux E. Branding et labels en tourisme : réticences et défis. *Management et Avenir*, 2011, n° 47, p. 205 à 222
- Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement. *Document de référence - Politique nationale des Grands sites*, 2011, 14 p
- Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement. *Réseau des Grands Sites de France*, 2015, 2 p
- Origet du Cluzeau Claude *Que sais-je ? Le tourisme culturel*. Bruxelles : De Boeck, 1998, 126p
- Patin Valéry. *Tourisme et patrimoine*. Paris : La documentation Française, 2012, 207p
- Perret Jacques, Teyssandier Jean-Paul, Baldié Ana. *Le tourisme durable par l'expérience : le terrain commande*. Paris : Odit France, 2006, 79 p.
- Rivard René. L'interprétation, concept fondateur de la mise en découverte. *Les Cahiers Espaces Mise en découverte des espaces naturels*, 2011, n°109, p. 8-16
- Réseau de Grands Sites de France. *Grands Sites de France et tourisme*, 2014, 12p
- Réseau de Grands Sites de France. *Valeurs communes des Grands Sites de France*, 2014, 9p
- Réseau de Grands Sites de France. *Le tourisme durable en pratique : 20 exemples innovants dans les Grands Sites de France*, 2016, 48p
- Tilden Freeman. *Interpreting our Heritage*. Chapel Hill : University of North Carolina Carolina Press, 1957, 119 p.
- Valéry Patin. *Tourisme et patrimoine*. Paris : La documentation Française, 2012, 207p
- Vernier Jacques. *Que sais-je Environnement*. Paris : Presses universitaires de France, 1992, 127p

Table des annexes

Annexe A : Frise chronologique de la demarche grand site de france.....	170
Annexe B : Contribution au plan biodiversite, etat des lieux des actions existantes.....	171
Annexe C : Contribution au plan biodiversite, actions choisies, vulgarisation des actions.....	174
Annexe D : Trame de l'enquete sur l'entrepreneuriat de territoire.....	183
Annexe E : Entrepreneuriat de territoire, exemples d'actions sur les grands sites et portees par les grands sites	187



Annexe B : Contribution au Plan biodiversité, état des lieux des actions existantes

AXE 1 : RECONQUERIR LA BIODIVERSITE DANS LES TERRITOIRES
1.1. Développer la nature en ville et offrir à chaque citoyen un accès à la nature
1.2. Déployer des solutions fondées sur la nature pour des territoires résilients (Point de vigilance sur les zones humides) <i>Gestion des Dunes - Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon</i> <i>Restauration du cordon dunaire pour protéger le rivage de la submersion marine - Camargue Gardoise</i> <i>Contribuer à la protection des zones humides - Camargue Gardoise</i> <i>Gestion du trait de côte - Baie de Somme</i>
1.3. Limiter la consommation d'espaces naturels, agricoles et forestiers pour atteindre l'objectif de zéro artificialisation nette <i>Renaturation d'anciennes zones militaires sur la côte sauvage - Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon</i> <i>Une revégétalisation des pistes - Massif du Canigo</i> <i>Fiche RGSF : Désaménagement et reculement de stationnement : ex de GS</i> <i>Des opérations de désartificialisation d'espaces - Gorges de l'Ardèche</i> <i>Réalisation d'un schéma des berges pour un bon état écologique des milieux - Vallée de la Vézère</i>

AXE 2 : CONSTRUIRE UNE ECONOMIE SANS POLLUTION ET A FAIBLE IMPACT SUR LA BIODIVERSITE
2.1. Mettre fin aux pollutions plastiques (Favoriser le recyclage, suppression des produits plastique à usage unique etc) <i>Gestion et ramassage des déchets - Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon</i> <i>Gestion et tri des déchets de la Dune du Pilat</i> <i>Un événement pour nettoyer le Grand Site - Iles sanguinaires Pointe de la Parata</i>
2.2. Faire de l'agriculture une alliée de la biodiversité et accélérer la transition agroécologique <i>Contractualiser des Mesures agro-environnementales avec les viticulteurs - Salagou Cirque de Mourèze</i> <i>Accroître la diversité biologique sur un domaine viticole - Sainte-Victoire</i> <i>Renforcer les pratiques agricoles favorables aux paysages - Sainte-Victoire</i> <i>Démarche de biodynamie dans les vignes - Gorges de l'Hérault</i> <i>Développement d'un terroir viticole bio - Conca d'Oru - Vignoble de Patrimonio, golfe de Saint-Florent</i> <i>Ouvrir les milieux par le pastoralisme pour accroître la biodiversité - Vallée de la Vézère</i> <i>Accompagner les acteurs agricoles face aux défis économiques et environnementaux - Vézelay</i>
2.3. Réduire les pollutions lumineuses <i>Limiter la pollution lumineuse pour préserver les espèces - Gorges du Verdon</i>
2.4. Renforcer la prise en compte des enjeux de biodiversité dans les politiques de santé humaine, animale et végétale <i>Travaux de recherche sur le ressourcement au sein du GS - Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon</i>
2.5. Mobiliser les entreprises

AXE 3 : PROTEGER ET RESTAURER LA NATURE DANS TOUTES SES COMPOSANTES
3.1. Créer de nouvelles aires protégées et conforter le réseau écologique dans les territoires <i>Fiche RGSF</i>
3.2. Protéger des espèces en danger et lutter contre les espèces invasives <i>Sauvegarder les marais face à la chalarose - Marais Poitevin</i> <i>L'agriculture et le pastoralisme pour favoriser des espèces protégées - Sainte-Victoire</i> <i>Valoriser et préserver les prairies du territoire - Baie de Somme</i> <i>Protéger les rapaces - Le cas des Gorges du Gardon et Sainte-Victoire</i> <i>Lutte contre la Valériane Rouge et la Cinéraire maritime, des espèces invasives - Cap d'Erquy Cap Fréhel</i> <i>De nombreux contrats Natura 2000 sur les Grands Sites</i> <i>Un nouvel aménagement forestier visant une augmentation de la biodiversité - Aven d'Orgnac</i> <i>Une gestion du ruissellement des valleuses pour une préservation de la biodiversité - Falaises d'Etretat</i> <i>Une gestion forestière préservant la biodiversité et la faune patrimoniale - Bibracte Mont Beuvray</i> <i>Préservation des pelouses calcicoles du Mâconnais, des cœurs de biodiversité - Solutré Pouilly Vergisson</i> <i>Réintroduction du mouton boulonnais, au secours de la biodiversité et des paysages - Les Deux Caps</i> <i>Lutte contre les griffes de sorcières, espèce invasive - Iles Sanguinaires - Pointe de la Parata</i> <i>Préserver les fonds marins - Conca d'Oru - Vignoble de Patrimonio, golfe de Saint-Florent</i>
3.3. Agir pour la préservation de la biodiversité des sols <i>Une gestion du ruissellement des valleuses pour une préservation de la biodiversité - Falaises d'Etretat</i>
3.4. Promouvoir la diversité génétique (protection des races patrimoniales etc) <i>Préserver les habitats naturels patrimoniaux - Iles Sanguinaires - Pointe de la Parata</i> <i>Suivi et préservation des espèces endémiques - Conca d'Oru - Vignoble de Patrimonio, golfe de Saint-Florent</i> <i>Création du Conservatoire des Ressources Génétiques pour sauvegarder les races locales - Marais Poitevin</i> <i>Une gestion forestière préservant la biodiversité et la faune patrimoniale - Bibracte Mont Beuvray</i> <i>Suivi et préservation des espèces endémiques - Conca d'Oru - Vignoble de Patrimonio, golfe de Saint-Florent</i> <i>Contribution à la préservation des espèces emblématiques du grand site - Pointe du Raz en Cap Sizun</i> <i>Réintroduction du mouton boulonnais, au secours de la biodiversité et des paysages - Les Deux Caps</i>

AXE 4 : PORTER A L'INTERNATIONAL UN NOUVEAU CADRE AMBITIEUX POUR LA BIODIVERSITE
4.1. Porter à l'international un nouveau cadre ambitieux pour la biodiversité <i>Une formation internationale - RGSF</i>
4.3. Lutter contre le trafic des espèces sauvages et protéger leurs milieux
4.4. Agir pour la préservation des océans
4.5. Prendre en compte la biodiversité dans l'élaboration et la mise en œuvre des accords commerciaux

AXE 5 : CONNAÎTRE, EDUQUER, FORMER

5.1. Développer la recherche et la connaissance sur la biodiversité

Mise en place d'un observatoire de la biodiversité - Puy de Dôme

Mise en place d'un observatoire de la biodiversité - Marais Poitevin

Suivi des espèces - Sainte-Victoire

Suivi d'espèces - Gorges du Gardon

Contribuer à améliorer et à diffuser la connaissance du Grand Site - Pointe du Raz en Cap Sizun

Inventaire et sensibilisation aux libellules - Gorges de l'Hérault

5.2. Investir dans l'éducation et la formation

Mise en place d'un diplôme universitaire unique "Guide Marquenterre Nature" - Baie de Somme

Education à la nature/Animations nature pour les scolaires - Gorges du Gardon

Les Maisons de site des GS - Des lieux de sensibilisation à la biodiversité avec une programmation adaptée

Bergerie pédagogique - Gorges du Gardon

Formation aux professionnels des loisirs en eaux vives - Gorges de l'Hérault

Un festival des oiseaux et des animations nature - Baie de Somme

Ballades nature accompagnées - Cap d'Erquy Cap Fréhel

5.3. Mobiliser l'ensemble des acteurs à agir

Mise en place d'éco-volontaires - Cirque de Navacelles

Formation des professionnels du tourisme pour développer des offres packagées - Cirque de Navacelles

Conjuguer activités de pleine nature et respect du site - Puy Mary – Volcan du Cantal

Une incitation aux éco gestes sur les sentiers - Puy Mary – Volcan du Cantal

Organisation de chantiers citoyens bénévoles - Massif de l'Estérel

Création d'un réseau d'écoacteurs - Gorges du Gardon

Entrepreneuriat de territoire Massif du Canigó ?

GRANDS SITES DE FRANCE ET BIODIVERSITE

EDITO

Dans un contexte international de montée en puissance des enjeux environnementaux et climatiques et alors que la Plateforme intergouvernementale sur la biodiversité et les services écosystémiques (IPBES) fait le constat scientifique de la perte accélérée de la biodiversité au niveau mondial, des solutions innovantes, locales et reproductibles sont mises en place dans divers domaines touchant à la biodiversité : agriculture, recherche, climat, aménagement du territoire, patrimoine...

Par leur approche transversale fondée sur le paysage, les Grands Sites de France participent à la préservation de la biodiversité. Cette démarche, portée par les collectivités locales en partenariat avec le ministère de la Transition écologique et solidaire, va au delà des périmètres de protection et intègre des politiques publiques diverses. Elle permet d'ancrer les enjeux liés à la biodiversité dans le quotidien des habitants et des acteurs du territoire et contribue à la sensibilisation et à la mobilisation nationale sur ce sujet.

Le Marais poitevin, la montagne Sainte-Victoire, la Camargue gardoise... Les Grands Sites de France sont de grands réservoirs biologiques. Ils abritent une faune et une flore aussi exceptionnelles que fragiles. La plupart des collectivités locales gestionnaires de Grands Sites sont opérateurs ou animateurs Natura 2000 et veillent à la préservation des habitats et des espèces protégées.

Les menaces qui pèsent sur la biodiversité sont souvent les mêmes que celles qui pèsent sur le paysage (urbanisation, déprise agricole...). Tandis que la lutte contre la fermeture des milieux par la végétation, enjeu majeur dans de nombreux sites, est conduite en partenariat avec les agriculteurs et les forestiers, les Grands Sites de France cherchent à minimiser les aménagements dans les espaces naturels, en les renaturant et en restaurant les équilibres écologiques.

Espaces de vie et lieux de visite, les Grands Sites de France participent également à sensibiliser visiteurs et habitants à la biodiversité.

A l'approche de la COP15 et du Congrès mondial de l'UICN en 2020, la France s'est fixé l'objectif stratégique d'être une référence au niveau international sur la biodiversité et de se donner un cadre d'action ambitieux. Les Grands Sites de France sont plus que jamais attentifs à cet enjeu national et international et sont prêts à prendre toute leur part dans ce grand chantier. Découvrez à travers ce dossier des exemples d'actions menées par les Grands Sites de France labellisés et en projet en faveur de la biodiversité.

→ A consulter : Contribution collective des réseaux nationaux de gestionnaires d'aires protégées pour la mise en œuvre du Plan biodiversité

SOMMAIRE

PRESERVER LES HABITATS ET RENATURER LES ESPACES

Contribuer à la protection des zones humides – *Camargue Gardoise*

Imaginer le littoral de demain – *Baie de Somme*

Renaturer des espaces naturels dans les Grands Sites – *Pointe du Raz en Cap Sizun- Massif du Canigó*

Maintenir les écosystèmes par la résorption de décharges – *Dunes sauvages de Gâvres à Quiberon*

Préserver les pelouses calcicoles par le pâturage - *Solutré Pouilly Vergisson*

AGRICULTURE ET SYLVICULTURE DURABLES

Renforcer des pratiques agricoles favorables aux paysages – *Salagou Cirque de Mourèze*

Accroître la diversité biologique sur un domaine viticole – *Sainte-Victoire*

Favoriser l'agropastoralisme pour préserver les milieux - *Cirque de Navacelles*

Une gestion forestière durable au service de la biodiversité – *Bibracte - Mont Beuvray*

CONNAITRE ET PRESERVER LES ESPECES

Créer des observatoires de la biodiversité, pour un meilleur état écologique des milieux naturels – *Puy de Dôme*

Sauvegarder des marais face à la chalarose – *Marais Poitevin*

Protéger les rapaces – *Sainte-Victoire*

Protéger les chauves-souris – *Cap d'Erquy, Cap Fréhel*

Réintroduire le mouton boulonnais, au secours de la biodiversité et des paysages – *Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez*

SENSIBILISER À LA BIODIVERSITÉ

Sensibiliser à la biodiversité et aux paysages dans les Maisons de Sites

Une bergerie pédagogique pour éduquer à l'environnement – *Gorges du Gardon*

Créer un diplôme universitaire unique « Guide Marquenterre Nature » - *Baie de Somme*

Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques grâce à des éco-volontaires et gardes littoraux – *Cirque de Navacelles – Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon*

Conjuguer activités de pleine nature et respect du site – *Puy Mary Volcan du Cantal*

Participer à la protection des espaces naturels : des chantiers citoyens bénévoles – *Massif de l'Estérel*

Mettre en place un réseau d'éco-acteurs engagés dans la protection de l'environnement – *Gorges du Gardon*

PORTER A L'INTERNATIONAL UN NOUVEAU CADRE AMBITIEUX POUR LA BIODIVERSITE

Animer un réseau à l'international et une formation pour une gestion intégrée des sites patrimoniaux – *Réseau des Grands Sites de France*

Développer une éco-destination transfrontalière d'excellence - *Dunes de Flandre*

PRESERVER LES HABITATS ET RENATURER LES ESPACES

En France, plus de 65 000 hectares sont artificialisés chaque année fragmentant ainsi les écosystèmes et réduisant les espaces où les espèces peuvent vivre et se développer. Au-delà de la biodiversité, c'est la qualité du cadre de vie qui est dégradée.

Les Grands Sites de France contribuent à la reconquête de la biodiversité en minimisant les aménagements des lieux, en les renaturant et en restaurant les équilibres biologiques : protection des zones humides, renaturation d'espaces naturels et des sols, gestion des déchets, etc.

Contribuer à la protection des zones humides – Camargue Gardoise

Les zones humides du Grand Site de France de la Camargue Gardoise, aussi désignées site Ramsar et Réserve de biosphère (MAB UNESCO), sont de types très variés. Il s'agit d'étangs, roselières, lagunes, prés salés... Ces zones humides constituent de véritables réservoirs de biodiversité abritant de nombreuses espèces animales et végétales. Elles participent à la régulation des crues et à la préservation de la qualité des eaux (capacités épuratoires).

Dans le cadre du Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE), le Grand Site de France et ses partenaires locaux se sont engagés dans plusieurs actions telles que l'élaboration d'une stratégie de gestion et de préservation des zones humides, la restauration de la qualité de l'eau et des milieux aquatiques, la gestion du risque inondation. Ces démarches participent à la construction d'une vision commune de la gestion de l'eau, cette composante étant une condition majeure de la préservation des paysages et de la biodiversité.

Imaginer le littoral de demain – Baie de Somme

La façade littorale de la Baie de Somme, ainsi que les zones basses arrières accueillent la majorité de la richesse écologique du territoire. Ces paysages sont vulnérables aux changements climatiques, en particulier au phénomène de montée des eaux (inondations, éboulements, érosion).

Dans le cadre de son Programme d'Action de Prévention des Inondations (PAPI Bresle Somme Authie), le Grand Site de France a défini une stratégie de gestion et d'aménagement de la frange littorale et arrière littoral phasée et concertée pour gérer le risque tout en respectant les valeurs écologiques et économiques du territoire.

En parallèle, le Département de la Somme réalise un bassin dépoldérisé d'une trentaine d'hectares sur un site agricole pour permettre de limiter l'ensablement de la Baie. Le bassin se remplira et se vidangera au rythme des marées, créant ainsi un effet de chasse hydraulique dans le chenal du courant à poissons et ensuite dans le chenal du port jusqu'à la pointe du Hourdel. Cette démarche s'inscrit dans une démarche éco systémique afin de remettre à la mer certaines terres poldérisées à l'horizon 2020.

Renaturation des espaces naturels dans les Grands Sites – Pointe du Raz en Cap Sizun- Massif du Canigó

Non diffusable pour le moment

Maintenir les écosystèmes par la résorption des dépôts sauvages – Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon

Non diffusable pour le moment

Préserver les pelouses calcicoles par le pâturage - Solutré Pouilly Vergisson

Non diffusable pour le moment

AGRICULTURE ET SYLVICULTURE DURABLES

Les Grands Sites de France sont des territoires majoritairement ruraux. Vignobles, grandes estives, parcelles cultivées, etc. sont des composantes essentielles de leur valeur paysagère et culturelle. Afin de préserver ces espaces, les gestionnaires de Grands Sites accompagnent les acteurs locaux vers une reconversion en agriculture biologique et favorisent l'ouverture des milieux.

Renforcer des pratiques agricoles favorables aux paysages – Salagou Cirque de Mourèze

Le territoire du Grand Site accueille une variété d'oiseaux extrêmement diversifiée comme l'Aigle de Bonelli ou l'Outarde canepetière. Cependant, la modification des pratiques agricoles entraîne un changement des paysages et des habitats dont dépendent beaucoup ces espèces.

Pour y remédier, un projet agro-environnemental et climatique (PAEC) a été mis en place. Il est constitué de plusieurs mesures destinées aux viticulteurs et agriculteurs telles que le soutien à l'agriculture biologique, la mise en place de la lutte biologique, la réduction ou l'arrêt des herbicides ainsi que la limitation de l'utilisation de produits phytosanitaires dans le but d'encourager l'agriculture du Salagou à s'orienter vers une meilleure prise en compte de son patrimoine naturel exceptionnel. Ces mesures ont pu bénéficier à 8 éleveurs et 18 viticulteurs du site, et aujourd'hui le territoire compte 44 exploitations agricoles bio.

Accroître la diversité biologique sur un domaine viticole – Sainte-Victoire

De nombreuses espèces présentes sur le Grand Site de France ont besoin du piedmont agricole, c'est-à-dire d'espaces cultivés à proximité des espaces naturels, pour se développer, se nourrir et se reproduire. Depuis 2014, le Grand Site s'est engagé aux côtés du domaine viticole Château Gassier, l'un des espaces agricoles majeurs du territoire, pour le développement d'une activité viticole respectueuse et d'un terroir de qualité. Tandis que le Grand Site lui apporte son expertise en matière de biodiversité et sensibilise le personnel du Château à cette thématique, le domaine a entamé une reconversion en viticulture biologique.

Ce partenariat permet aussi de faire découvrir la biodiversité à divers types de publics avec des visites au cœur du domaine et de la montagne Sainte-Victoire pour observer et comprendre les phénomènes naturels, les évolutions et les modes de gestion durable.

Favoriser l'agropastoralisme pour préserver les milieux - Cirque de Navacelles

Non diffusable pour le moment

Une gestion forestière durable au service de la biodiversité – Bibracte - Mont Beuvray

La forêt du mont Beuvray (950 ha) recouvre les vestiges de la ville antique de Bibracte. Le massif forestier permet d'aborder les enjeux que pose la gestion d'une forêt au XXI^e siècle : mettre en place une gestion durable, qui respecte et amplifie la valeur patrimoniale de la forêt, dans un contexte contraint par des aléas climatiques et économiques.

En 2006, afin de garantir une gestion des forêts qui soit environnementalement responsable, socialement bénéfique et économiquement viable, le Parc naturel régional du Morvan, le Grand Site de France de Bibracte, la Ville d'Autun, le Groupement pour la Sauvegarde des Feuillus du Morvan, le Conservatoire des Sites Naturels Bourguignons et le Conseil départemental de la Nièvre se sont regroupés en association pour débiter le processus d'éco-certification FSC (Forest Stewardship Council) de leurs forêts à grande valeur écologique et patrimoniale. Depuis 2010, l'association dispose ainsi de la certification FSC pour ses 1700 hectares, dont la surface la plus importante concerne le massif du mont Beuvray (900 ha), et depuis 2013, Bibracte procède à des ventes de bois certifié FSC.

CONNAITRE ET PRESERVER LES ESPECES

Les Grands Sites de France abritent une faune et une flore aussi exceptionnelles que fragiles (chauves-souris, Aigle Bonelli...). Ils oeuvrent quotidiennement en faveur des espèces endémiques et emblématiques de leurs paysages, préservent les espaces naturels et luttent contre les espèces invasives. Les Grands Sites en projet et labellisés sont en constante augmentation depuis sa création, permettant de conforter le réseau écologique dans les territoires.

Créer des observatoires de la biodiversité, pour un meilleur état écologique des milieux naturels – Puy de Dôme

Depuis 2013, le Grand Site de France inventorie des groupes d'espèces spécifiques du site telles que les reptiles (dont la vipère péliade) et les papillons (dont l'Apollon), avec comme objectif de mieux connaître pour mieux préserver une diversité biologique souvent fortement impactée par les modifications climatiques et les activités humaines.

En parallèle, le Grand Site de France souhaite améliorer la connaissance et le suivi de la biodiversité par le biais de la création d'un Observatoire de la Biodiversité.

Aujourd'hui, une définition du bon état écologique pour les milieux naturels principaux et le diagnostic territorial des facteurs d'influence sont en cours.

Dans une volonté d'agir au plus tôt dans la prise en compte du respect de la biodiversité, le Grand Site a constitué un Comité scientifique biodiversité qui intègre pleinement cet Observatoire. Ce Comité s'appuie sur des naturalistes spécialistes et a pour objectif d'émettre un avis préalable sur tous les projets que le Grand Site veut porter sur le territoire ainsi que de leur permettre d'accroître leur connaissance sur les espèces et les milieux.

Sauvegarder des marais face à la chalarose – Marais Poitevin

Les paysages du Grand Site de France sont caractérisés par un milieu emblématique : les marais mouillés organisés en canaux bordés de rangées de frênes têtards. Ces arbres sont la base des habitats naturels et accueillent des espèces d'intérêt communautaire telles que la rosalie des Alpes, la chauve-souris, la loutre d'Europe. L'arrivée en 2016 sur le territoire du champignon la chalarose entraîne le flétrissement du frêne. Aucune solution curative n'existe, amenant à terme au dépérissement des arbres mettant en péril la biodiversité qui lui est associée. Face au risque de disparition progressive des frênes, qui pour la plupart ont entre un et deux siècles, une démarche participative a été mise en place par le PNR du Marais poitevin, gestionnaire du Grand Site de France, avec l'aide de l'État. Elle a permis d'élaborer un programme de plantations basé sur 6 nouvelles essences qui constitueront les arbres têtards de demain. Ces essences sont adaptées à la fois aux caractéristiques du marais, à la conduite en têtard, à la qualité paysagère du site et aux espèces liées.

Protéger les rapaces – Sainte-Victoire

Au sein du Grand Site de France Sainte-Victoire, les rapaces comme l'Aigle royal, le Grand-duc d'Europe ou l'Aigle de Bonelli (espèces suivies en partenariat avec le CEN PACA et la LPO) trouvent dans les falaises un gîte protecteur pour leur nidification. L'Aigle de Bonelli, un des rapaces les plus menacés en France, fait l'objet d'une attention particulière puisque qu'un Plan National d'Action a été mis en place pour préserver l'espèce. Depuis 2009, deux couples fréquentent le massif. Le Grand Site s'attache à préserver la tranquillité des oiseaux sur les sites de reproduction durant la période d'installation et d'élevage des jeunes en partenariat avec les acteurs locaux notamment avec le club de parapente local, et à maintenir les milieux ouverts indispensables à l'espèce.

Protéger les chauves-souris – Cap d'Erquy, Cap Fréhel

Le Grand Site du Cap d'Erquy, Cap Fréhel est constitué d'un patrimoine naturel remarquable et 52 habitats d'intérêt communautaire ont été identifiés sur le site Natura 2000. Concernant la faune,

le Grand Site est un site d'hivernage et de chasse pour 15 espèces de chauves-souris dont 7 d'enjeu prioritaire européen (notamment le Grand et Petit rhinolophe). Au-delà du suivi de l'espèce réalisé par le Syndicat Mixte Grand Site Cap d'Erquy Cap Fréhel et l'association Bretagne Vivante, des opérations de préservation sont portées avec divers propriétaires privés et la municipalité de Plévenon. Ainsi, près d'une dizaine de propriétaires privés sont d'accord pour garder les chauves-souris chez eux. De plus, 3 blockhaus, sur le site du Cap Fréhel géré par la municipalité, sont protégés pour leur hibernation, et valorisés l'été par le biais d'animations découverte sur la seconde Guerre Mondiale couplée avec une sensibilisation à la préservation des chauves-souris.

Réintroduire le mouton boulonnais, au secours de la biodiversité et des paysages – Les Deux-Caps Blanc-Nez, Gris-Nez

Le pâturage itinérant des ovins sur le cap Blanc-Nez est une pratique très ancienne qui a commencé à décliner à partir de la fin du XIXe siècle entraînant l'abandon des pelouses calcaires au cours du milieu du XXe siècle. Sous l'impulsion du Conseil départemental du Pas-de-Calais, du Conservatoire du littoral, d'Eden 62 et du Parc naturel régional des Caps et Marais d'Opale, un cheptel de 400 moutons Boulonnais appartenant à différents éleveurs locaux, a été installé sur le littoral. Ce cheptel est encadré par un berger professionnel et pâture 200 hectares de pelouses calcicoles de manière itinérante de mai à octobre. Le recours à cette pratique, unique dans les Hauts-France, permet de freiner l'enfrichement des pelouses, d'entretenir les milieux ouverts et de maintenir une biodiversité exceptionnelle et la qualité paysagère. Cette opération de pâturage contribue directement au développement de l'élevage et à la sauvegarde de la race ovine boulonnaise menacée de disparition dans les années 80.

SENSIBILISER À LA BIODIVERSITÉ

Les Grands Sites assurent de très nombreux suivis scientifiques qui viennent alimenter les bases nationales et régionales, associatives et institutionnelles. Ils sensibilisent également leurs nombreux visiteurs et acteurs locaux à la biodiversité, les rendant acteurs de sa préservation.

Sensibiliser à la biodiversité et aux paysages dans les Maisons de Sites

Les Maisons de Sites sont des lieux de sensibilisation à la biodiversité, à la fragilité et à la richesse du territoire. Les espaces muséographiques et les animations proposées favorisent une meilleure connaissance du site, des espèces présentes et des milieux.

Les deux Maisons du Grand Site des Gorges du Gardon intègrent des expositions permanentes sur les paysages, les espèces et la biodiversité, elles sont aussi des lieux d'animations nature pour le grand public et les scolaires mettant en avant des espèces emblématiques du territoire comme le castor ou les chiroptères.

Le Grand Site de France de la Camargue Gardoise propose en plus de sa Maison de Site, un sentier de découverte sur un cheminement de 1,6 kms avec un ponton et un belvédère d'observation qui permettent une immersion des visiteurs dans le paysage de ce site mais aussi d'observer et de découvrir les espèces présentes.

Le Grand Site de France du Puy Mary a dédié l'une de ses 5 Maisons de Sites à la faune, la flore et aux paysages avec une exposition panoramique, un vidéo reportage et des animations nature.

Une bergerie pédagogique pour éduquer à l'environnement – Gorges du Gardon

A la fin des années 1990, la végétation des Gorges du Gardon pose question : seuls 3,4% du site classé sont des milieux ouverts. Or ces zones sont essentielles car elles favorisent la biodiversité permettant au petit gibier de se réinstaller, proies favorites des grands rapaces emblématiques des gorges du Gardon. Ces zones ouvertes de garrigue sont caractéristiques du paysage du Grand Site. Pour y remédier, plus de 2000 brebis pâturent sur le Grand Site, réparties entre plusieurs bergers qui veillent sur elles et entretiennent les milieux ouverts du Grand Site. Afin d'accueillir le berger dans des conditions optimales, une bergerie valorisant les matériaux locaux a été construite à Collias pour y loger le troupeau sur une superficie de 909m².

Dans un souci d'éducation à l'environnement et de transmission des savoir-faire, elle a été conçue comme un ERP et accueille depuis 2014 des scolaires du territoire, mais aussi des adultes au cours d'animations proposées par le Syndicat Mixte afin de sensibiliser aux effets bénéfiques du pâturage sur ce paysage caractéristique et la biodiversité qui lui est associée.

Créer un diplôme universitaire unique « Guide Marquenterre Nature » - Baie de Somme

Le Syndicat Mixte porteur de la démarche Grand Site de France est aussi gestionnaire du Parc Ornithologique du Marquenterre. Depuis 10 ans, le gestionnaire forme 8 guides naturalistes chaque année à travers un diplôme universitaire unique « Guide Marquenterre Nature » issu d'un partenariat avec l'Université Picardie Jules Verne d'Amiens. Pendant 8 mois, les étudiants acquièrent des connaissances théoriques et pratiques délivrées sur le métier de guide naturaliste en espace protégé. Les étudiants sont ensuite intégrés au sein des effectifs du Parc du Marquenterre via un contrat de professionnalisation de mars à novembre. A la fois guides et ambassadeurs, les étudiants sont amenés à valoriser, donc à découvrir, les espèces et le site mais aussi le territoire, son histoire, ses richesses, ses valeurs, ses enjeux (fréquentation, réchauffement climatique, espèces menacées, etc.). Tout au long de la saison, ils participent aux activités scientifiques (baguage, comptages, etc.) et pédagogiques au sein du Parc mais aussi dans les villages du territoire.

Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques grâce à des éco-volontaires et gardes littoraux – Cirque de Navacelles – Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon

Afin de pallier aux problèmes de dégradation du site (déchets, feux, campings et stationnements sauvages), le Syndicat Mixte du Grand Site de Navacelles a mis en place en saison estivale des équipes destinées à la sensibilisation, médiation et surveillance des visiteurs. Celles-ci sont composées d'éco-volontaires ou stagiaires formés à la compréhension du territoire et encadrés. Les éco-volontaires sont des acteurs de la préservation du site et de sa biodiversité mais aussi de réels passeurs de connaissances et de sensibilisation au respect du site pour les visiteurs et locaux et à la découverte de la biodiversité, des patrimoines et des paysages du Grand Site. Ils proposent des visites commentées gratuites sur la géologie du site, la biodiversité, etc.

Dans le même esprit, le Syndicat Mixte du Grand Site de France des Dunes Sauvages de Gâvres à Quiberon dispose d'une brigade internalisée de gardes littoraux qui sensibilisent les visiteurs et préservent les paysages littoraux et la biodiversité.

Conjuguer activités de pleine nature et respect du site – Puy Mary Volcan du Cantal

Le Massif du Puy Mary est un lieu propice et recherché pour la pratique de nombreuses activités sportives et de pleine nature (parapente, canyoning, escalade...). Ces activités peuvent avoir un impact négatif sur le site naturel. Afin de prévenir de l'altération des milieux, d'éviter le dérangement des espèces et de préserver la quiétude des résidents, le Grand Site a établi une charte de l'éco-participant ainsi qu'une convention d'usage relative à l'organisation d'événements. A cela s'ajoute des actions en partenariat avec le Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne, animateur du site Natura 2000, et notamment la mise en place d'un Schéma Directeur des Activités de Pleine Nature prenant en compte les préoccupations de préservation des espèces et habitats. L'objectif général est de préserver voire de favoriser la diversité des habitats et espèces liés aux pelouses et landes subalpines par des pratiques adaptées.

Participer à la protection des espaces naturels : des chantiers citoyens bénévoles – Massif de l'Estérel

Non diffusable pour le moment

Mettre en place un réseau d'éco-acteurs engagés dans la protection de l'environnement – Gorges du Gardon

En 2015 les Gorges du Gardon ont été désignées Réserve de biosphère. Suite à cela, des professionnels locaux installés au sein de la réserve se sont organisés dès 2016 en un réseau, aujourd'hui de 19 éco-acteurs, soutenu et animé par le Syndicat Mixte des Gorges du Gardon, pour préserver ce milieu naturel. Ils s'engagent à sensibiliser le public à l'environnement et aux règles à respecter pour ne pas perturber les espaces naturels. Ils s'investissent également dans la gestion écologique du site et de leurs activités : entretien raisonné des espaces verts, réduction de leur consommation d'énergie... Véritables ambassadeurs du patrimoine local, les éco-acteurs incitent les visiteurs à adopter des pratiques durables (modes de déplacement doux, respect des règles de tri...). Le comité national des réserves de biosphère suit cette opération et ambitionne de la dupliquer à l'étranger et dans d'autres réserves de biosphère françaises.

PORTER A L'INTERNATIONAL UN NOUVEAU CADRE AMBITIEUX POUR LA BIODIVERSITE

Animer un réseau à l'international et organiser des formations pour une gestion intégrée et durable des sites patrimoniaux – Réseau des Grands Sites de France

Depuis 2010, le Réseau des Grands Sites de France anime le Pôle international francophone de formation et d'échanges des gestionnaires de sites patrimoniaux. Le Pôle permet de porter à l'international une vision intégrée de la gestion des sites patrimoniaux et de la biodiversité. C'est un lieu de coopération, de partage et d'échanges d'expérience destiné aux professionnels francophones du monde entier qui rassemble aujourd'hui 130 gestionnaires de 36 pays, membres d'une plateforme d'échange en ligne.

L'action pilote du Pôle est la formation internationale biennale. Organisée sous le patronage de l'UNESCO et s'inspirant de l'approche des Grands Sites de France, elle s'adresse à des gestionnaires de sites naturels et culturels et entend valoriser une conception holistique du patrimoine prenant en compte l'ensemble des composantes du site (écologiques, paysagères, historiques et culturelles), ainsi que de ses défis.

Développer une éco-destination transfrontalière d'excellence - Dunes de Flandre

La Communauté Urbaine de Dunkerque porteuse de l'Opération Grand Site des Dunes de Flandre, s'est associée à la Province de Flandre Occidentale autour d'un projet de gestion des espaces naturels et des milieux dunaires. Par ce projet VEDETTE (Vers une EcoDEstination Transfrontalière d'Excellence), l'objectif global des 8 partenaires belges et français est de développer une vision commune et des actions transfrontalières cohérentes en matière de paysage, d'écologie et d'accueil du public. Dans le cadre de ce projet, une place importante est donnée aux paysages, à la biodiversité et aux écosystèmes, ces derniers étant tous interdépendants. Il s'agira d'optimiser la gestion dans les espaces dunaires pour favoriser la biodiversité et le développement des espèces, puis de diffuser les bonnes pratiques de gestion et d'aménagement dans les espaces protégés vers des espaces qui, à première vue, semblent moins enclins à accueillir une biodiversité riche et variée (campings, terrains privés, franges dunes-espaces bâtis, plans d'eau anthropiques).

.

Annexe D : Trame de l'enquête sur l'entrepreneuriat de territoire

ONGLET 1

Ce questionnaire est une enquête préliminaire qui a pour but :

- D'établir un état des lieux de l'entrepreneuriat de territoire sur les Grands Sites
- De faire un zoom sur l'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme durable.

RAPPEL SUR L'ENTREPRENEURIAT DE TERRITOIRE

L'entrepreneuriat de territoire dans les Grands Sites s'envisage en accord avec toutes les valeurs portées par les Grands Sites et s'appuie sur leurs particularités. L'entrepreneuriat de territoire concerne l'ensemble des activités économiques en appui et/ou valorisant les ressources endogènes du territoire. Il concerne des démarches avec des problématiques locales, souvent d'intérêt collectif, fondées sur la valorisation durable des ressources et faisant souvent appel à une gouvernance multi-acteurs (acteurs publics, acteurs privés). L'entrepreneuriat de territoire participe au développement local et crée des activités non délocalisables.

Ces activités peuvent être la base d'un tourisme d'immersion, mis en avant par les Grands Sites de France (Cf. Document Annexe joint dans le mail sur les Valeurs des Grands Sites de France en terme de tourisme durable).

Nous vous remercions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Vous disposez de toute la place nécessaire. Pour les questions avec des réponses à cocher vous avez la possibilité d'en sélectionner autant que vous voulez. L'astérisque rouge signifie que vous devez répondre obligatoirement à la question. N'hésitez pas à nous faire suivre tous les documents que vous jugerez pertinent.

ONGLET 2

Mentionner le nom de votre Grand Site/structure *

.....

Préciser votre nom et votre fonction *

.....

Préciser votre email *

.....

Votre structure de gestion a-t-elle la compétence "économie" ? *

- ☐ Oui
☐ Non

ONGLET 3 : Votre territoire et ses ressources

1) Quelles sont les ressources spécifiques/endogènes et les filières principales sur le territoire du Grand Site

- ☐ Paysage
- ☐ Patrimoine
- ☐ Tourisme (de nature, d'itinérance, gastronomique, expérientiel...)
- ☐ Activités de pleine nature
- ☐ Artisanat, savoir-faire
- ☐ Bois
- ☐ Pierre
- ☐ Agriculture
- ☐ Elevage
- ☐ Viticulture
- ☐ Pêche, conchyliculture, mytiliculture
- ☐ Filière végétale (cosmétique, herboristerie etc.)
- ☐ Alimentation et produits du terroir
- ☐ Circuits courts
- ☐ Technologie
- ☐ Eco-rénovation (Matériaux biosourcés etc.)
- ☐ Autre

:

Donner les exemples précis pour les cases cochées

.....

ONGLET 3 : L'entrepreneuriat sur votre Grand Site en lien avec le tourisme et le développement économique local

2) Sur votre territoire, connaissez-vous des initiatives dans le domaine du développement économique local et dans le domaine du tourisme durable, en accord avec les valeurs des Grands Sites de France ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Précisez ces initiatives (si vous n'en connaissez pas, mentionnez "non")

Installation, création ou reprise d'activité d'hébergement/gîte/chambres d'hôte, d'activités de restauration, création d'activités de loisirs et de nature, visites ou lien avec des activités agricoles/viticoles/pastorales/de pêche/industrielles/artisanales /autres, projets de regroupement d'acteurs (magasins collectif de producteurs par ex, mise en réseau d'acteurs touristiques...), développement d'ateliers (laine, poterie, cuisine etc.), autre...

.....

Êtes-vous en lien avec eux ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Les accompagnez-vous (en tant qu'initiateur, animateur etc.) ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

ONGLET 4 : Votre rôle dans le développement économique local

3) En tant que Grand Site, quelles sont les actions que vous portez qui ont un impact économique ou qui sont en relation avec des socio-professionnels valorisant les ressources locales ?

- ☐ Journées de sensibilisation auprès des professionnels / porteurs de projets (sur les valeurs du Grand Site, les mesures de protection...)
- ☐ Formation auprès des professionnels / porteurs de projets (montage d'offres touristiques...)
- ☐ Aide aux professionnels / porteurs de projets (soutien administratif, recherche de financements etc.)
- ☐ Développement de filières
- ☐ Développement d'un tourisme durable et immersif
- ☐ Développement de produits spécifiques au territoire (touristiques, produits alimentaires transformés...)
- ☐ Vente de produits locaux dans les Maisons de Site
- ☐ Commercialisation (programme d'animation etc.)
- ☐ Communication / Valorisation des socio-professionnels (site internet...)
- ☐ Mise en réseau d'acteurs
- ☐ Regroupement de producteurs pour valoriser leur production
- ☐ Autre :

Détaillez les exemples cochés

.....

4) Portez-vous des actions avec des structures qui ont la compétence "économie" ? (avec des communautés de communes, des associations, des chambres consulaires etc)

- ☐ Oui
- ☐ Non

Si oui, préciser ces structures et ces actions

.....

ONGLET 5 : L'organisation de l'atelier d'initiation et d'échanges

5) Quelles thèmes/problématiques souhaiteriez-vous voir aborder ? *

- ☐ Initiation aux fondamentaux de l'entrepreneuriat de territoire
- ☐ Outils méthodologiques pour le développer
- ☐ Acteurs à mobiliser
- ☐ La création de réseaux d'acteurs
- ☐ Des exemples de projets concrets
- ☐ Des exemples sur les Grands Sites et hors Grands Sites
- ☐ Autre :

6) Quels sont vos besoins pour développer l'entrepreneuriat sur votre territoire ?

- ☐ Compétences techniques
- ☐ Compétence "économie" dans votre structure
- ☐ Financement
- ☐ Temps disponible
- ☐ Partenaires compétents
- ☐ Meilleure connaissance du système d'acteurs en place
- ☐ Développement des liens entre acteurs
- ☐ Emergence de porteurs de projets privés
- ☐ Besoin d'identifier les ressources endogènes exploitables
- ☐ Autre :

7) Êtes-vous intéressé par cette journée (qui pourrait se dérouler sur un territoire) ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

8) Avez-vous des éléments à rajouter ?

Par exemples : Des idées pour la journée atelier sur ce thème, des questions, des documents à partager en lien avec l'entrepreneuriat sur votre Grand Site, d'autres initiatives non-évoquées, toute information qui vous semble utile, etc.

.....

Fin du questionnaire

Merci d'avoir répondu à ce questionnaire,

Dès que nous aurons avancé, nous reviendrons vers vous pour l'atelier.

Nous restons à votre disposition pour échanger sur ce sujet.

Annexe E : Entrepreneuriat de territoire, exemples d’actions sur les Grands Sites et portées par les Grands Sites

Grand Site	Initiatives identifiées sur les Grands Sites ayant répondu (hors actions du Grand Site)
Baie de Somme	Association Baie de Somme Zéro Carbone :
Puy de Dôme	Accueil des visiteurs par des accompagnateurs en montagne et des guides conférenciers formés aux valeurs du GSF
Les Deux-Caps	Accompagnement à l'installation de nouveaux acteurs : hébergements/chambres d'hôtes, location VTT électrique en lien avec le tourisme durable
La Hague	Magasin collectif de producteurs (début de la réflexion) Création de gîtes/Chambres d'Hôtes Projet de création d'une Maison de Site avec point de vente et ateliers poterie/cuir/nichoir
Vignobles et reculées du Jura	Randonnées vigneronnes et soirées vigneronnes Marchés produits locaux et artisanaux Création ou reprise d'activités d'hébergements
Bibracte Mont-Beuvray	Initiatives portées par le centre de recherches archéologiques et le musée de Bibracte (recherche, activités culturelles et touristiques, activation d'une dynamique territoriale avec des ateliers participatifs rassemblant les acteurs locaux, restauration, gestion d'un site patrimonial...) Existence d'hébergeurs dont les valeurs sont proches de celles portées par le Réseau des Grands Sites de France Activités de loisirs respectueuses de l'environnement et du paysage (ballades avec des rapaces Aide au maintien des exploitations agricoles avec la Chambre d'Agriculture Gestion d'équipements touristiques
Massif du Ballon d'Alsace	Association des Vosges Comtoises : <i>en détail ci-dessous</i> Marque Valeurs Parc naturel régional : dans le domaine des accompagnateurs en montagne, de l'hébergement, de la production d'herbes aromatiques et médicinales etc. Création en 2019 d'une SCIC : Ecooparc, activateurs de coopérations économiques locales
Marais poitevin	Activités économiques avec la marque Valeurs Parc Installation, création ou reprise d'activités d'hébergements/gîtes/chambres d'hôtes et hôtels "environnementaux" dont 10 chambres d'hôtes et 7 gîtes ruraux qui ont été marqués Valeurs Parc en juin 2018 Restauration Activités de loisirs et de nature (embarcadères, vélo, guides natures, guides de pêche...) Pôle de valorisation des produits du marais : magasin collectif de producteurs divisé en 3 parties : La conserverie, la chocolaterie/biscuiterie, la brasserie → boutiques, visites guidées, ateliers de transformations, dégustations, stages culinaires etc. Pôle de l'écohabitat et des énergies renouvelables : témoignage vivant de l'exploitation humaine du Marais poitevin, marque le travail des maraichins, leur connaissance des ressources locales, l'histoire industrielle du marais. On y trouve un espace muséographique : secrets de la fabrication des tuiles et briques telles qu'elles se cuisaient dans le Marais jusqu'en 1960 ; techniques

	d'écovénovation dans l'espace éco-habitat. Le pôle accueille également des spectacles, animations et formations en éco-rénovation
Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses	Développement d'un tourisme expérientiel en lien avec la stratégie tourisme durable du Parc national des Cévennes et de l'Unesco Causses et Cévennes : identification de l'offre, étude de positionnement, promotion, communication : Projet de recherche-action pour l'accompagnement de l'entrepreneuriat sports et loisirs de nature : <i>en détail partie suivante</i>
Camargue gardoise	Démarche d'ambassadeurs tourisme responsable (portée par le PETR Vidourle Camargue) : regroupe des prestataires du tourisme ; Engagements : Mieux gérer les ressources environnementales en pratiquant des éco gestes ; Se déplacer en douceur ; Manger local ; Faire découvrir et partager le patrimoine et la culture de la région ; Préserver et valoriser l'environnement → Organisation de formations, guide du tourisme responsable, sensibilisation etc.
Cap Erquy Cap Fréhel	"Estampille Grand Site" de certaines activités économiques du territoire : - Armor Navigation : Excursions en bateau du Cap d'Erquy au Cap Fréhel - Cap Evasion Vélo pour les balades des cyclobutineurs - Centre équestre « Les Cognets » et écuries de Saint-Sébastien : balade nature à dos de cheval - Histoire d'eau : balade aquatique.
Cité de Carcassonne	Magasin de producteurs ou d'artisanat d'art Réseaux d'acteurs touristiques
Dune du Pilat	Initiative portée par les ostréiculteurs le "Pescatourisme", qui permet d'embarquer avec un ostréiculteur pour effectuer avec lui une marée sur les parcs et de l'accompagner dans ses tâches Projet de requalification de l'offre commerciale dans le cadre de la réhabilitation du village des cabanes, en y insufflant les valeurs du Grand Site et l'esprit des lieux.
Bonifacio	Camping Ecocert Distillerie du maquis (visite de la distillerie, vente au marché des producteurs : produits issus de la récolte dans le maquis ou issues de petits producteurs locaux) https://www.vente-liqueur-corse.com/ Offres spéciales réservées aux résidents corse pour des week-ends en hôtels sur les ailes de la saison Cours kitesurf et paddle avec sensibilisation environnement "Le petit bus" (navette pour desservir les plages et desservant les campings et hôtels, initiative des socio-pro) Route des sens (mise en valeur agricole : achat de produits directement à l'exploitation agricole) : La Route des Sens Authentiques suggère des balades, des visites chez des exploitants, des adresses de fermes auberges et chambres d'hôtes affiliées, des ateliers d'artisanat, des haltes culturelles et naturelles incontournables, mais aussi des restaurants labellisés "Gusti di Corsica" etc. Tous les artisans et agriculteurs qui participent à la Route des Sens garantissent des productions de qualité et d'origine, des saveurs et des savoir-faire uniques. Sur toute la Corse, il existe 8 circuits découverte

Cirque de Navacelles	Vélo à assistance électrique : mise en place de l'activité à partir du vélo traditionnel suite aux réunions et test du plan de gestion pour la promotion des alternatives modales. Puis participation au projet escapade nature sans voiture puis création d'offres en partenariat avec le département du Gard et de l'Hérault entre les prestataires. Offre découverte, atelier pédagogique, offres agropastoralisme
Massif des Ogres	SCIC Okhra Pour valoriser l'ocre et entreprendre autrement → coopérative d'économie sociale Elle propose des visites et animations, mais aussi des formations

Grand Site	Actions portées par le Grands Sites
Baie de Somme	Accompagnement des éleveurs via les Mesures agro-environnementales et climatiques Animation des prestataires touristiques via le label accueil vélo Promotion des produits locaux dans les boutiques des sites Destination Baie de Somme Accompagnement des mytiliculteurs (maîtrise d'ouvrage pour la construction d'un centre conchylicole)
Puy de Dôme	Aide aux regroupement de propriétaires au sein de structures réglementaires : Le foncier en chaîne des puits est assez complexe entre propriétés publiques, semi-publiques (biens de section) et privées (propriétés simples et Biens Non Délégués). Du coup, il est important pour la structure gestionnaire du Grand Site, de pouvoir avoir un interlocuteur qui représente les différents propriétaires. Pour les biens communaux et les biens de section les bons interlocuteurs sont identifiés mais pour les BND il convient d'aider à la création d'associations (Associations Syndicales Libres) qui regroupent les propriétaires concernés avec à leur tête un bureau et un Président régulièrement élu. Ainsi, par exemple, s'ils souhaitent réouvrir des espaces qui se sont boisés avec la déprise agricole, alors ils pourront proposer et aider au financement d'opérations de réouverture paysagère avec l'accord de ces représentants de propriétaires. Formation des accueillants : ils proposent aux guides conférenciers, accompagnateurs en montagne par exemple de venir participer chaque année en début de saison, à la formation des agents d'accueil. Il y a un temps d'information commun sur les valeurs des Grands Sites sur une journée, le cœur de la sensibilisation aux valeurs du Grand Site de France dure 1/2 journée A venir : Projet de territoire s'appuyant sur l'entrepreneuriat de territoire Ce projet de territoire a connu un coup de boost depuis moins d'un an à la suite de l'inscription de la Chaîne des puits/faillie de Limagne au Patrimoine mondial. Cette démarche de reconnaissance UNESCO est due à la dynamique engagée dans le cadre du Grand Site de France. Elle n'aurait pas aboutie sans cette dynamique issue de la politique Grand Site de France Ces labellisations acquises, l'idée est bien de structurer tous les acteurs sociaux et économiques autour d'un projet de territoire qui assurera la préservation de l'intégrité physique du Bien, son amélioration paysagère par l'intégration des équipements structurants mais aussi son rayonnement pour assurer la promotion et l'accueil des visiteurs. Le cœur de cible s'appuie sur une appropriation par les habitants de cette reconnaissance internationale et le développement de la fierté d'habiter un Bien reconnu au Patrimoine mondial mais aussi sur le rayonnement de ce Bien au niveau national et international pour accueillir comme il se doit les visiteurs. Pour mettre en œuvre ce projet de territoire : mise en œuvre d'un plan de gestion pluriannuel + mode de gouvernance partagé.
Les Deux-Caps	Création d'une association des Paysans du site des Caps : environ 52 exploitants associés, quelques projets ont été et vont être développés mais sans forcément d'impact au niveau de l'économie locale → Mise en place d'un partenariat avec Météo France pour faciliter la prise en compte des conditions météo dans la gestion des activités agricoles ; travail sur la signalétique des fermes ; travail autour des enjeux sanitaires liés à la fréquentation (néosporose et ténia) ; relance de la race ovine de moutons berrichons ; travail autour de la communication auprès des visiteurs sur la présence cohérente et indispensable d'une économie agricole Promotion des projets via les outils de communication Vente dans une boutique privée associée à la Maison du site (magasin Cap Nature) : vente de produits locaux Démarche de tourisme durable animée par Agence de Développement et de Réservations Touristiques Pas-de-Calais : l'ADRT pilote les engagements de l'axe 2.2 du label "Travailler autour d'une nouvelle offre d'expérience à vivre" : avec un engagement sur l'accompagnement des prestataires dans la construction de l'expérience visiteur. Les

	premières concrétisations ciblent le réseau des Greeters, un cahier de recommandations et d'accompagnement en faveur de l'hôtellerie de plein air avec une mise en pratique sur les établissements municipaux dès 2017. Le cahier doit paraître au second semestre 2019. L'Agence de Développement et de Réservations Touristiques accompagne les nouveaux porteurs de projets s'inscrivant dans cette démarche Boîte à outil pour accompagner des acteurs touristiques dans le développement de leur activité
La Hague	Organisation d'une visite dans le Grand Site de France des Deux Caps avec les agriculteurs et visite d'un magasin de producteurs alors qu'un groupe d'agriculteurs du territoire réfléchit à ce type de projet Travail qui va s'initier avec la chambre d'agriculture pour valoriser le Roussin de la Hague, une race locale de brebis (absence de filière aujourd'hui) Permanences organisées à la mairie pour aider les porteurs de projet dans leurs démarches administratives (camping à la ferme ; création d'un pôle nature, ..)
Vignobles et reculées du Jura	Application numérique "Jura et moi - entre Bresse et Vignoble" Maison de la Haute Seille : vente de produits locaux (cave à vin, terrasse avec possibilité de déguster le vin, limonades artisanales etc.) Accompagnement de la Communauté de communes (financier notamment) à l'élaboration de balades et autres animations vigneronnes
Bibracte Mont-Beuvray	Mise en réseau des élus et citoyens autour des questions Grands Sites (avenir du territoire : agriculture, gestion forestière, tourisme etc.) Vente de produits locaux et bio et artisanaux à la boutique et restaurant du musée (Le chaudron : reconstitution de l'alimentation des Gaulois du 1er siècle avant notre ère, la plupart des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique et/ou proviennent de producteurs locaux → Valorisation des producteurs locaux et commercialisation) Appui aux hébergeurs et partenaires touristiques
Massif du Ballon d'Alsace	Développement de projets transversaux : mise en relation d'une médiathèque avec des accompagnateurs en montagne et d'une artiste pour proposer des carnets de voyage aux habitants.
Marais poitevin	80 bateliers formés par an ainsi que les personnels des Offices de Tourisme Aide aux projets Réseau des animateurs nature (soutenu par le PNR) : Les acteurs de l'éducation à l'environnement du territoire du Parc sont structurés en réseau. Le RENET, Réseau d'éducation à la nature, à l'environnement et au territoire du Marais poitevin, est un réseau de professionnels regroupant des compétences en animation, en médiation et en formation Une politique de soutien à la réhabilitation des hébergements diffus dans le Marais et de création de nouveaux établissements de qualité, intégrés, bien répartis sur le territoire → outil pour allonger les séjours Marque valeur Parc pour les entreprises répondant aux critères du développement durable : 32 structures marquées dont 23 hébergements touristiques Achat et réhabilitation d'anciens sites industriels patrimoniaux en pôles de développement valorisation l'économie locale : par exemple la Laiterie pour le Pôle de valorisation des produits locaux, la briqueterie (aujourd'hui à la fois espace muséographique sur l'habitat et l'éco-rénovation, accueille également des spectacles, animations et formations en éco-rénovation), la scierie...
Gorges du Gardon	Réseau des éco-acteurs : regroupe des professionnels qui exercent leur activité dans la réserve de biosphère et qui s'engagent en faveur d'un territoire préservé, un territoire accueillant, un territoire vivant. Pour cela les acteurs signent une charte où ils indiquent des engagements pris pour leur activité. Redéploiement pastoral/bergerie pédagogique : 3 troupeaux et bergers sont installés sur le territoire – construction d'une bergerie qui a deux fonctions, un véritable usage agricole par des éleveurs dont les troupeaux entretiennent le paysage + espace pédagogique agréé pour recevoir du public dans le cadre de visite (animations pour les

	scolaires notamment développées par le Syndicat Mixte et visite pour le Grand Public) : Maisons de site avec vente de produits locaux Animations grand public mises en place et animées par les animateurs du Syndicat Mixte ; Ils valorisent aussi d'autres sorties nature effectuées par des acteurs locaux : sortie nature à la découverte du Castor avec l'association Pilepoil Etude Embarcadères des loueurs de canoës Production électrique villageoise (photovoltaïque sur le toit de la Maison du GS)
Gorges du Tarn, de la Jonte et des Causses	Mise en réseau des professionnels des sports et loisirs de nature, aide à la structuration de cette filière avec la recherche-action sur l'entrepreneuriat. Structuration de l'offre de petite randonnée et grande itinérance. Création de sentiers d'interprétation.
Camargue gardoise	Ambassadeurs du Grand Site de France : initiative de création d'un réseau arrêté pour l'instant. Le réseau avait pour but de réunir les acteurs du tourisme engagés dans une démarche de préservation du patrimoine naturel et de transmission de connaissances à leurs visiteurs. Boutique de la Maison de Site mettant en avant les produits locaux → Création d'une charte pour les produits de la boutique : les produits consommables et l'artisanat doivent provenir du territoire du Grand Site Club des entrepreneurs du Grand Site : lancement lors d'une journée
Cap Erquy Cap Fréhel	<u>Actuellement :</u> Montage et commercialisation via les Offices de Tourisme de "produits touristiques Grand Site" qui correspondent aux valeurs du Grand Site (tourisme durable) ; communication de ces produits à venir sur notre site Internet "Estampille Grand Site" : déjà valorisée dans leurs programmes et sur leurs outils de communication + Valorisation d'activités économiques engagées dans les mobilités douces, produits locaux : Création et mise en œuvre d'un programme d'animations annuel dans l'esprit du Grand Site par le Syndicat mixte : visite de la criée, port et mareyage ; balade des cyclobutineurs <u>En projet :</u> travailler avec Côtes d'Armor Destination leur "communication Grand Site" auprès des socio-professionnels via les Offices de tourisme
Cité de Carcassonne	Formation auprès des commerçants de la Cité - Audit des structures et préconisations : le syndicat a organisé, en novembre et décembre 2017, des formations gratuites à destination des commerçants permanents. Ces rencontres ont permis d'élaborer un document à destination des commerçants de la Cité de Carcassonne qui répond aux questions qui leurs sont posées par les touristes. Ce document regroupe ces réponses dans un mémo de quatre pages « Tisser des liens entre hier et aujourd'hui ». Projet de valorisation des produits locaux : création d'un espace dédié Projet d'un réseau d'ambassadeurs : Le réseau aura pour objectif de promouvoir la protection et la gestion du Grand Site de la Cité de Carcassonne et réunira les acteurs commerciaux et touristiques engagés dans une démarche de transmission de connaissances et des valeurs du Grand Site à leurs clients.
Dune du Pilat	Dans le cadre de la réhabilitation du village de cabanes situé sur l'espace d'accueil géré par leur établissement, il est prévu à l'horizon de 2021/2022 de requalifier l'offre commerciale proposée au 1.4 million de visiteurs empruntant cet accès. L'offre standardisée et la banalité des agencements vont être remplacés par des équipements et produits de qualité en accord avec les valeurs du Grand Site et du territoire auxquels la Dune se rattache. Panel d'animations, de visites offertes aux visiteurs pour les sensibiliser aux vraies valeurs du site Valorisation des initiatives favorisant l'éco mobilité avec par exemple un document présentant l'accessibilité de la Dune du Pilat sans voiture : Partenariat avec d'autres acteurs publics pour développer entre autres l'éducation à l'environnement : Office Nationale des Forêts et Conservatoire Botanique National Sud Atlantique

Bonifacio	1. L'Office de tourisme organise chaque année en avant saison une journée d'information à destination des socio-pro dont la présentation des équipes et des produits du territoire 2. La Commune et son Office de tourisme recherche activement des partenariats avec d'autres institutionnels et appels à projets de manière à valoriser le tourisme durable et l'environnement. Les socio-professionnels sont directement associés à ces démarches. OPAH : rénovation habitat en Haute ville et SPR ; aide à l'aménagement d'aires spécifiques pour les camping-cars, développement de parcours sportifs 3. Favoriser la création de nouvelles offres touristiques durables : ex la Grande Traversée de Corse (GT20) (route vélo), création d'animations thématiques en lien avec le développement durable (weekends propre, balade gourmande...), visites patrimoniales avec "greeters" ou thématiques avec bénévoles 4. Vente de produits découverte du territoire en partenariat avec les socio-pro (visites patrimoniales : ex. enquête médiévale, rendez-vous polyphoniques 150 personnes tous les jeudis pour écouter des chants traditionnels ; rendez-vous gourmands : vente de billets pour un parcours où les épiciers et artisans font déguster des produits typiques selon les saisons et expliquent les productions)... 5. Importante communication via les sites internet, panneaux numériques et réseaux sociaux de la ville (Ville de Bonifacio, Office du tourisme, Marina...) : appel à des photographes pro, entreprises drones... Création du marché des producteurs (création d'une Halle des producteurs en projet), création de la "Maison des pêcheurs" (organisation d'oursinades, ateliers...)
Cirque de Navacelles	Journées de sensibilisation : Depuis 2014, le Grand Site de France du Cirque de Navacelles, les Offices de tourisme Cévennes & Navacelles et Lodévois & Larzac et les agences départementales du tourisme proposent aux acteurs du tourisme un cursus de journées de rencontres sur le Grand Site de France : thème des valeurs du Grand Site, de la communication, du montage d'offres touristiques etc. C'est un lieu de rencontre entre les professionnels du tourisme et de création d'initiatives (ex : loueurs vélo qui se lancent dans le vélo électrique puis s'associent pour une offre à l'échelle du territoire). Formation et formation-action : thème du montage d'offres touristiques 2018-2021 ; les premières journées organisées en novembre ont rassemblé 23 à 25 professionnels du tourisme (prestataires d'hébergements, d'activités de pleine nature, de restauration, de bien être, agence de voyage, associations, Offices et Agences départementales du Tourisme). Ces journées ont permis d'approcher la stratégie et de commencer la conception d'offres communes sur le hors saison. Programmation des animations en lien avec des prestataires locaux Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement, "L'école Buissonnière", "Cigale Aventure", "Equi Larzac" etc. : Randonnées accompagnée (équestre, pédestre, cyclable et avec assistance électrique), balades nature, ateliers créatifs, visites de ferme, produits du terroir, lecture de paysage Montage d'offres packagées Grand Site de France avec comme relais de vente les agences : nouvelle dynamique qui a permis de définir une gamme de 7 premiers séjours, visant plusieurs segments de clientèles (couples, familles, groupes d'amis, associations...) et permettant de découvrir du printemps à l'automne de nombreuses facettes du territoire, en séjour ou en itinérance
Puy Mary – Volcan du Cantal	Aide à la recherche de financements dans le cadre de projets privés (installation de nouveaux types d'hébergements). Inscription dans le cadre de territoire d'excellence pleine nature régional qui permet aux porteurs de projets privés de bénéficier de fonds régionaux (20%) Vente de produits locaux dans les maisons de site (confitures, gentiane, pâtés, miel...) Valorisation des professionnels sur le site Internet ainsi que dans le cadre d'une application smartphone en phase de développement et qui permettra de centraliser et structurer l'offre pleine nature Renforcer les structures d'accueil

	5 maisons de site thématiques et saisonnières (accueillant notamment des artisans d'art) ont vu le jour, En parallèle, le Syndicat Mixte accompagne les hébergeurs et les restaurateurs dans leurs projets. Au cours des années 90, hôtels et autres structures d'hébergement ont fermé les uns après les autres (peu adaptés à la demande, pas aux normes). Depuis 2007, des professionnels se réinstallent dans les vallées pour créer des chambres d'hôtes ou des structures plus importantes, de qualité et engagées dans des démarches d'éco-responsabilité.^[SEP] Ce sont souvent des "enfants du pays", ou des porteurs de projets attirés par la beauté du paysage et par la dynamique locale créée par le Grand Site. Le Grand Site favorise ces installations en apportant une aide technique, de la recherche de bâtiments à potentiel jusqu'à la faisabilité de leur projet, en facilitant également la concertation et leur intégration locale, en aidant à l'orientation pour l'obtention de crédits. Soutenir et animer^[SEP] une communauté de professionnels Pour créer des hébergements là où il n'y en avait pas ou plus, le Grand Site assume d'abord une mission d'ingénierie en partenariat avec les collectivités et les institutions compétentes. Le Grand Site organise un soutien allant jusqu'à des formations destinées aux hébergeurs sur des thèmes tels que la biodiversité, le paysage ou l'éco-responsabilité tout en transmettant des outils adaptés. Ensuite, il s'assure que les entrepreneurs privés restent dans l'esprit Grand Site en apportant son expertise, en transmettant les valeurs du Grand Site, par des formations, de la documentation mise à disposition en lien avec les offices de tourisme qui assurent l'information et le conseil en séjour. Les hébergeurs qui jouent le jeu de la charte et des valeurs du Grand Site sont relayés sur son site internet. D'autres outils de communication "Grand Site de France" sont également à disposition des porteurs de projets : guide d'accueil, site Internet, etc.
Vallée de la Vézère	Accompagnement en terme d'architecture, de prise de contact de partenaires Mise en place d'un guichet unique : instance de conseils en architecture et urbanisme en vallée de la Vézère. Mise en place en 2013, le Guichet Unique accompagne les personnes engagées dans un projet de travaux de type construction, restauration et extension (bâtiment d'habitation, bâtiment agricole, infrastructure publique et autres). Il réunit les services compétents et adaptés à la demande du porteur d'un projet de travaux. Service gratuit
Falaises d'Etretat	Mise en tourisme des filières pêche et agriculture : L'agritourisme et le tourisme halieutique peinent à trouver leur place au sein des stratégies touristiques territoriales (car difficultés de ces filières économiques et contraintes du travail pour la dimension accueil). Finalité de l'action : Créer des temps d'échanges organisés entre les visiteurs et les professionnels de l'agriculture et de la pêche, afin de découvrir les métiers et les productions qui en sont issues. Pour cela, plusieurs étapes sont envisagées : la mise en place d'un groupe de travail avec les représentants et entreprises de la filière pour étudier les conditions de développement de l'action ; identification des agriculteurs et pêcheurs + travail de sensibilisation ; Lancer une opération test avec un échantillon d'entreprises par le biais de produits proposés par l'Office du tourisme et la structure de gestion ; évaluation et extension du dispositif avec la mise en place d'un dispositif financier Programme filières courtes (en cours) : avoir recours au maximum à des fournisseurs locaux pour éviter les fuites en dehors du territoire. Sensibiliser les prestataires touristiques du territoire à recourir au modèle de circuits courts et à mobiliser des fournisseurs locaux afin d'optimiser les retombées locales, directes et indirectes, induites par la fréquentation touristique. Travailler notamment avec la filière des produits de la mer et de l'aquaculture. Pour cela : création d'un support pédagogique à destination de l'ensemble des acteurs économiques, identification et création d'une base de données des fournisseurs locaux, campagne de sensibilisation, création d'un club informel et proposition d'actions pour valoriser les produits locaux Aide à la commercialisation d'offres combinées pour s'immerger dans le Grand Site : accompagner les hébergeurs, restaurateurs etc. à monter des offres combinées pour

	favoriser un tourisme durable visant une immersion dans le GS et aider à les promouvoir (pass, formules packages, etc.)
Solutré Pouilly Vergisson	Création d'une programmation culturelle et touristique sur le périmètre du Grand Site en adéquation avec le cahier des charges du Grand Site de France, et en collaboration avec les acteurs économiques ou associatif du périmètre élargi du Grand Site. Création d'un marché de producteurs locaux à la maison du Grand Site Promotion et vente d'œuvres de créateurs et artistes locaux + valorisation sur leur site internet
Sainte-Victoire	Restaurant sur site : produits du terroir et locaux Journées de sensibilisation et de rencontre : 2 à 4 demi-journées réunissant de 50 à 100 acteurs du territoire sont organisé une fois par an par le Grand Site pour faire se rencontrer les acteurs et faire connaître la démarche Grand Site (avec la contribution du Réseau des Grands Sites de France) : sensibilisation aux valeurs du Grand Site auprès des acteurs locaux, présentation de la démarche, échanges sur les actions possibles, projets etc. --> demande forte de valorisations de la part des acteurs, création et d'animation d'un réseau des acteurs du territoire (association, agriculteurs, viticulteurs, domaine privé ou cave coopérative, Office du tourisme, loueurs vélos, hébergeurs, etc.)
Massif du Canigó	Dispositif territorial d'accompagnement des porteurs de projets Le Grand Site de France du Massif du Canigó s'est lancé dans la création d'un incubateur de projets en milieu rural afin de soutenir l'activité et le dynamisme de ses villages. Alors que de nombreux projets économiques, individuels ou collectifs, émergent sur le Grand Site de France, bien souvent les porteurs de projet souffrent d'une faible culture entrepreneuriale et d'un déficit en montage de projet. De plus, les structures d'accompagnement et de formation qui existent déjà au niveau local et régional, ne correspondent pas aux porteurs de projet du territoire, implantés en milieu rural. Pour y remédier, le Grand Site de France intègre un poste de chargé de mission pour développer les projets en milieu rural. Le Syndicat mixte est devenu un "guichet unique" vers lequel les partenaires de l'accompagnement et de la formation peuvent renvoyer des porteurs de projets ne s'insérant pas dans leurs programmes existants. Cela concerne des projets publics, privés ou associatifs, en phase de création, consolidation ou développement, relevant de l'économie sociale et solidaire ou plus "classique". Ceux-ci doivent avoir un lien direct avec la stratégie de territoire du Grand Site de France l'identité du territoire du Grand Site de France en infusant ses valeurs et l'esprit des lieux dans le projet, et le maintien d'une animation dans les villages du Grand Site. Pour 2018-2020, l'objectif est de formaliser le réseau, par une base de suivi partagée pour le suivi des porteurs de projets, des conventions de partenariat, de la communication... Une action spécifique va être montée sur les accompagnateurs en montagne, qui souhaitent diversifier leur activité. Quelques exemples : diversification d'activités pour professionnels des activités de pleine nature, projets autour de produits locaux, projets de développement de services en milieu rural.
Gorges de l'Ardèche	Co-construction d'un Cahier de recommandations architecturales et paysagères en site classé pour les hébergeurs et restaurateurs Il existe une très forte densité d'établissements touristiques dans le site classé des Gorges de l'Ardèche. 13 établissements sont au cœur du site classé. Ce cahier vise à établir des références précisant les types de matériaux, coloris, formes, aménagements, signalétiques... à privilégier lors de futurs travaux qui pourraient être engagés dans les campings, hôtels, restaurants, locations de canoës, en favorisant des solutions pérennes, appropriées au caractère exceptionnel du lieu. Parmi les thématiques abordées, on y retrouve les questions de qualité architecturale, comment améliorer le confort et la sécurité des circulations piétonnes, ou encore comment réduire l'impact visuel des voies

	d'accès et aires de stationnement. Grâce à cet outil, d'importants efforts ont par exemple été entrepris par plusieurs professionnels pour essayer d'harmoniser leurs enseignes. Ce cahier repose sur un travail collaboratif amorcé très en amont avec tous les professionnels du tourisme concernés par le futur cahier des recommandations, mais aussi avec les habitants volontaires et les services de l'Etat chargés ensuite de l'instruction des dossiers. Une fois terminé, un guichet unique - instance de conseils pour les professionnels ayant un projet de rénovation, aménagement, etc. – devrait être mis en place pour faire vivre ce cahier des recommandations. Des "plans-guide" pour chaque établissement ont également été créés afin de leur permettre de le mettre en œuvre.
--	---

Table des sigles et des abréviations

GSF : Grand(s) Site(s) de France

GS : Grand(s) Site(s)

OGS : Opération Grand Site

CSSPP : Commission supérieure des sites, perspectives et paysage

CDNPS : Commission départementale de la nature, des paysages et des sites

RGSF : Réseau des Grands Sites de France

MTES : Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire

MH : Monuments Historiques

SPR : Sites Patrimoniaux Remarquables les

AVAP : Aires de mise en valeur de l'architecture et du paysage

ZPPAUP : Zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager

PN : Parc National

PNR : Parc Naturel Régional

PNM : Parc Naturel Marin

RNN : Réserve Naturelle Nationale

RNR : Réserve Naturelle Régionale

DGE : Direction générale des entreprises

CDC : Caisse des Dépôts et des Consignations

ZNIEFF : Zones naturelles d'intérêt écologique, floristique et faunistique

IPBES : Plateforme intergouvernementale sur la biodiversité et les services écosystémiques

UICN : Union internationale pour la conservation de la nature

Table des figures

Figure 1 : Patrimoines et paysage.....	21
Figure 2 : Schéma du développement durable du tourisme (Atout France, 2011, p 17).....	29
Figure 3 : Critères de sélection	42
Figure 4 : Les étapes d'attribution du label "Les Plus Beaux Villages de France".....	43
Figure 5 : Processus d'obtention du label VPah.....	44
Figure 6 : Schématisation de la structure d'un réseau	47
Figure 7 : Les 3 formes d'intelligence à intégrer pour une intelligence collective	51
Figure 8 : Les facteurs clés de succès d'un réseau	54
Figure 9 : Les actions de l'animateur d'un réseau	55
Figure 10 : La méthode du partage de pratique selon Guy Le Boterf.....	57
Figure 11 : Schématisation de la mise en réseau d'acteurs sur un territoire touristique	60
Figure 12 : Schématisation de la mise en réseau de sites patrimoniaux sur le territoire national	64
Figure 13 : Historique de la politique des Grands Sites de France	72
Figure 14 : Les valeurs communes des Grands Sites de France	73
Figure 15 : Schématisation des étapes d'une OGS.....	80
Figure 16 : Le processus d'attribution du label.....	83
Figure 17 : Logo et cartouche du label.....	84
Figure 18 : Les garanties du label.....	84
Figure 19 : Chiffres clés des Grands Sites de France.....	85
Figure 20 : Photos de quelques Grands Sites de France labellisés.....	86
Figure 21 : Membres actifs du réseau : sites labellisés et sites en projet	92
Figure 22 : Logo du Réseau des Grands Sites de France	93
Figure 23 : Organigramme du Réseau des Grands Sites de France.....	94
Figure 24 : Relation entre le comportement de l'homme et la biodiversité.....	106
Figure 25 : Axes du Plan Biodiversité	107

Figure 26 : Phasage du projet	111
Figure 27 : Méthode de travail pour la base documentaire	117
Figure 28 : Paysage du Grand Site de la Pointe du Raz en Cap Sizun	122
Figure 29 : Méthodologie du recueil d'expériences	125
Figure 30 : Mesures de reconnaissance et de protection liés à la biodiversité.....	131
Figure 31 : Synthèse : RGSF, valorisation et partage d'expériences	134
Figure 32 : Démarche d'accompagnement des GS à l'entrepreneuriat de territoire.....	135
Figure 33 : Thèmes retenus pour l'enquête	137
Figure 34 : Ressources endogènes des territoires	139
Figure 35 : Rôle des GS dans le développement économique local.....	142
Figure 36 : Besoins des sites	145
Figure 37 : Thèmes à évoquer lors de l'atelier	146
Figure 38 : Synthèse de l'accompagnement des sites	151
Figure 39 : Schéma de synthèse : l'animation du RGSF et le développement touristique durable	153
Figure 40 : Schéma de synthèse du mémoire.....	165

Table des tableaux

Tableau 1 : Thèmes des Rencontres Annuelles	119
Tableau 2 : Exemples des Ressources endogènes du GS de Bonifacio	140

Table des matières

SOMMAIRE.....	7
INTRODUCTION	8
PARTIE 1 : LA LABELLISATION ET LA MISE EN RESEAU DE SITES PATRIMONIAUX CULTURELS ET NATURELS	11
INTRODUCTION PARTIE 1.....	12
Chapitre 1 : Le patrimoine culturel et naturel, la source du développement touristique ?.....	13
1. Des patrimoines complémentaires : patrimoine culturel et naturel.....	13
1.1. Le patrimoine, des biens collectifs à transmettre.....	13
1.1.1. Définitions du patrimoine.....	13
1.1.2. Le patrimoine est reconnu collectivement.....	14
1.1.3. Le patrimoine est matériel et immatériel.....	15
1.2. Le patrimoine culturel.....	15
1.2.1. De la culture au patrimoine culturel.....	16
1.2.1.1. Définition de la culture.....	16
1.2.1.2. Le concept de patrimoine culturel.....	16
1.2.2. L'UNESCO et le patrimoine culturel.....	17
1.3. Le patrimoine naturel, une notion large et complexe	18
1.3.1. Différentes approches du patrimoine naturel.....	18
1.3.2. Focus sur le patrimoine naturel et l'UNESCO.....	19
1.3.3. La préservation du patrimoine naturel est liée à des notions transversales.....	19
1.3.3.1. Définition de la biosphère.....	19
1.3.3.2. Définition de la biodiversité	20
1.3.3.3. Définition de l'environnement.....	20
1.4. Des patrimoines qui forment notre paysage.....	21
2. Entre patrimoines en danger et mise en tourisme	22
2.1. Le patrimoine culturel, matière première du tourisme.....	22
2.2. Le développement du tourisme, un phénomène de société.....	22
2.3. La dégradation des patrimoines, une menace pour le tourisme.....	23
2.3.1. L'Unesco et sa liste du patrimoine naturel et culturel en péril.....	23
2.3.2. Le développement du tourisme, quels impacts négatifs sur les patrimoines culturels et naturels ?	24
2.3.2.1. Une répartition inégale du tourisme qui met à mal certains territoires	24
2.3.2.2. Cette répartition inégale engendre des capacités de charges dépassées	24
2.3.2.3. L'aménagement touristique, cause de la dégradation	25
2.4. Des patrimoines importants à préserver pour la pérennité du secteur touristique.....	26
2.4.1. La valorisation touristique de ces patrimoines, un véritable enjeu de développement pour les territoires	26
2.4.2. Les patrimoines créent une identité au territoire.....	26
2.4.3. L'importance des patrimoines pour les paysages touristiques	26
2.5. Un tourisme respectueux de ces patrimoines.....	27
2.5.1. Une forme de tourisme qui prend ses sources dans le développement durable.....	27
2.5.2. Définition du tourisme durable	28
Chapitre 2 : De la protection des sites patrimoniaux à leur labellisation : une reconnaissance de leur exceptionnalité.....	31
1. Des outils de protection nationaux pour le patrimoine	31

1.1.	La Charte du tourisme durable, un document incitatif.....	31
1.2.	La protection par les Monuments Historiques et des Sites Patrimoniaux Remarquables	32
1.3.	De nombreuses politiques de protection des ressources naturelles touristiques	33
1.3.1.	Les Parcs Naturels	33
1.3.2.	Les réserves naturelles.....	34
1.4.	Le classement et l'inscription des sites naturels : un exemple qui lie fortement patrimoine culturel et naturel.....	35
2.	La labellisation des sites patrimoniaux : entre enjeux et limites	36
2.1.	Qu'est-ce qu'un label ?.....	36
2.2.	Les enjeux de la labellisation.....	37
2.2.1.	Des enjeux pour un territoire : protection et développement économique	37
2.2.2.	Des avantages pour le visiteur : le rassurer.....	37
2.3.	Les différents types de labels.....	38
2.3.1.	Les labels d'accréditation de certification	38
2.3.2.	Les labels de récompense	38
2.3.3.	Les labels d'Etat ou administratifs.....	39
2.3.4.	Les labels attribués par un réseau.....	39
2.4.	Les conséquences engendrées par la labellisation.....	39
2.4.1.	La surfréquentation engendrée par la labellisation.....	39
2.4.2.	Des labels utilisés comme outil marketing	40
2.4.3.	Profusion de labels dans le tourisme, comment s'y retrouver ?	40
2.4.4.	Quelle différence avec une marque ?.....	41
3.	La labellisation de sites patrimoniaux, des labels de référence pour un tourisme respectueux	41
3.1.	La labellisation « Patrimoine Mondial », un label prestigieux à l'international.....	42
3.2.	Le label Plus Beaux Villages de France, des villages remarquables	43
3.3.	Villes et Pays d'Art et d'Histoire, attribué par le Ministère de la Culture	44
3.4.	Le label Grand Site de France	45
Chapitre 3 : Animation et mise en réseau, un atout pour les membres		46
1.	La mise en réseau, qu'est-ce que c'est ?.....	46
1.1.	Origine des réseaux	46
1.2.	Définition du réseau.....	46
1.2.1.	Les réseaux d'acteurs.....	48
1.2.2.	La typologie des réseaux	48
1.3.	La mise en réseau, de véritables atouts pour les acteurs.....	49
1.4.	La mise en réseau fait émerger une intelligence collective	50
1.5.	Les dérives possibles de la mise en réseau	51
2.	Du montage du réseau à son animation	52
2.1.	Le montage d'un réseau.....	52
2.1.1.	Un réseau doit être gouverné.....	52
2.1.2.	Trois principes : l'autonomie, l'interdépendance et l'éloignement	53
2.1.3.	Les conditions de réussite d'une mise en réseau	53
2.2.	Animer un réseau pour le rendre performant.....	54
2.2.1.	Le rôle de l'animateur du réseau.....	54
2.2.2.	L'animation d'un réseau s'appuie sur des outils et des méthodes	56
2.2.2.1.	Explicitation de ces outils.....	56
2.2.2.2.	Le partage de pratiques ou d'expériences nécessite une méthode	57
3.	La mise en réseau dans le tourisme, de plus en plus développée.....	58
3.1.	La mise en réseau pour une cohérence territoriale	58
3.1.1.	Le choix de la mise en réseau d'un territoire pour répondre aux enjeux touristiques	58
3.1.2.	Les acteurs impliqués par la mise en réseau sur un territoire touristique.....	59
3.1.3.	Une mise en réseau pour une animation territoriale.....	60
3.2.	Illustrations de la mise en réseau des acteurs du tourisme au niveau local	61
3.2.1.	Des réseaux d'acteurs territoriaux impulsés par l'Etat	61

3.2.2.	Des réseaux d'acteurs impulsés par les territoires, des liens plus durables ?	62
3.2.	La mise en réseau des sites patrimoniaux, des enjeux différents	63
CONCLUSION PARTIE 1.....		66
PARTIE 2 : L'ANIMATION D'UN RESEAU DE SITES PATRIMONIAUX : LE CAS DU RESEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE		69
INTRODUCTION PARTIE 2.....		70
Chapitre 1 : La démarche de labellisation Grand Site de France, un lien fort avec le tourisme		71
1.	La politique des Grands Sites de France : histoire et construction d'une politique nationale	71
1.1.	Une politique de 30 ans portée par l'Etat.....	71
1.2.	Des valeurs communes pour les Grands Sites de France	73
1.2.1.	Des paysages dits « d'exception »	73
1.2.2.	L'esprit des lieux et l'expérience du lieu	74
1.2.3.	Une préservation dite « <i>dynamique</i> »	75
1.2.4.	L'accueil et le partage.....	75
1.2.5.	La mise en valeur du site.....	76
1.2.6.	L'économie et le développement local	76
1.2.7.	Une posture et un rôle spécifique du gestionnaire.....	76
2.	Une démarche de labellisation en deux temps pour une gestion et un développement durable des sites	77
2.1.	Les Opérations Grand Site	77
2.1.1.	Une démarche reposant sur trois objectifs.....	77
2.1.2.	Les conditions d'éligibilité pour une Opération Grand Site.....	78
2.1.3.	Les étapes pour engager une Opération Grand Site.....	79
2.1.4.	Le périmètre d'une Opération Grand Site.....	80
2.1.5.	Une structure gestionnaire du site pour l'Opération Grand Site.....	80
2.2.	La labellisation Grand Site de France	81
2.2.1.	Un label ayant une portée législative	81
2.2.2.	La constitution du dossier de demande de labellisation.....	82
2.2.3.	Le processus d'attribution du label	83
2.2.4.	Les garanties du label.....	84
2.2.5.	Les Grands Sites de France labellisés, en chiffres et en images.....	85
3.	Quel tourisme sur les Grands Sites ?.....	86
3.1.	Les valeurs du tourisme pour les Grands Sites.....	86
3.2.	L'interprétation, une base pour découvrir les Grands Sites	87
3.2.1.	Définition de l'interprétation	87
3.2.2.	Pourquoi parler d'interprétation dans les Grands Sites ?.....	88
3.2.3.	Zoom sur les Maisons de Site, des lieux d'interprétation	88
3.2.4.	L'exemple des Maisons de Site du Grand Site des Gorges du Gardon	89
Chapitre 2 : Les Grands Sites, réunis autour du Réseau des Grands Sites de France.....		91
1.	Le fonctionnement du Réseau des Grands Sites de France.....	91
1.1.	Les membres du réseau	91
1.2.	Une création du réseau nécessaire pour les gestionnaires des Grands Sites	92
1.3.	Un réseau soutenu par l'Etat	93
1.4.	L'équipe du réseau.....	94
2.	Des outils d'animation, comme appui aux membres	94
2.1.	Des outils d'échange à distance.....	94
2.1.	Des rencontres entre sites.....	95
2.2.	Des événements qui ponctuent l'année.....	96
2.3.	Des formations et journées techniques proposées aux membres.....	96

2.4. Des réflexions collectives	97
3. Le réseau des Grands Sites de France, entre ambition, programme d'action et objectifs	97
3.1. Des objectifs attendus pour 2030	97
3.2. Programme d'action pour 10 ans	98
3.3. Le Réseau, moteur pour des projets de tourisme durable : les escapades nature sans voiture	100
Chapitre 3 : Contextualisation des missions d'animation du réseau, vers le développement d'un tourisme durable pour le territoire des sites membres	102
1. Le partage d'expériences entre sites par le biais d'outils de communication et d'événements	102
1.1. La partie extranet du site du Réseau des Grands Sites de France	102
1.1.1. Présentation de l'extranet	102
1.1.2. Objet de la mission	103
1.2. Capitaliser les connaissances et acquis par la rédaction de fiches thématiques	103
1.3. Les rencontres annuelles du RGSF	104
2. Valoriser et capitaliser les acquis sur la biodiversité dans les Grands Sites, un enjeu national	104
2.1. Le Plan Biodiversité, une réponse aux problématiques actuelles	104
2.1.1. Une perte de la biodiversité constatée	105
2.1.2. Les causes de cette dégradation	105
2.1.3. Lien entre la biodiversité et le tourisme ?	106
2.2. Face à ce constat le Plan biodiversité mis en place par l'Etat	107
2.3. Une contribution individuelle du Réseau des Grands Sites de France	108
3. Accompagner les sites vers de nouveaux moyens de développement économique local et durable : l'entrepreneuriat de territoire	108
3.1. Contexte et présentation du projet	108
3.1.1. Un projet qui a émergé récemment	108
3.1.2. Introduction au projet	108
3.2. L'entrepreneuriat de territoire et les Grands Sites	109
3.2.1. Quel entrepreneuriat de territoire pour les Grands Sites ?	109
3.2.2. L'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme	110
3.2.3. L'expérience du Grand Site de France du Massif du Canigó, révélatrice de l'opportunité du projet	110
3.3. Objectifs du projet	111
3.4. Les partenaires du projet	111
3.5. Le phasage du projet	111
3.5. Mission et finalité de la mission	112
CONCLUSION PARTIE 2	113
PARTIE 3 : ANIMATION D'UN RESEAU ET DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE : RESULTATS ET PERSPECTIVES	114
INTRODUCTION PARTIE 3	115
Chapitre 1 : Un réseau pour favoriser et dynamiser l'échange d'expériences et leur vulgarisation en lien avec le développement touristique durable	116
1. Le partage d'expériences au quotidien au sein du Réseau	116
1.1. Méthodologie d'échanges d'expériences au Réseau des Grands Site de France	116
1.1.1. La base documentaire : repérer les dysfonctionnements	117
1.1.2. Fiches Questions/Réponses : récupérer les échanges mails entre sites et les valoriser	118
1.1.3. Rencontres Annuelles du Réseau des Grands Sites de France : partager les expériences, renforcer les liens	118
1.2. Une méthode et des outils qui facilitent et valorisent le développement touristique durable des Grands Sites	120

1.2.1.	Une base documentaire enrichie, actualisée et plus ergonomique	120
1.2.2.	Une base documentaire permettant aux sites membres d'avoir des outils et des exemples pour développer un tourisme durable	120
1.2.2.1.	Les thématiques de la base documentaire	120
1.2.2.2.	Fiches Questions/Réponses : la valorisation des échanges intégrée à la base documentaire	121
1.2.3.	Un événement d'échange et de partage en lien avec les enjeux de développement durable du tourisme	122
1.2.3.1.	Pourquoi cette thématique ?	122
1.2.3.2.	Un programme riche, des expériences nombreuses	123
2.	La contribution au Plan Biodiversité : une valorisation des expériences du Réseau face à un enjeu international	124
2.1.	Une méthodologie pour recueillir les expériences	125
2.1.1.	Contexte de cette contribution : la biodiversité et les Grands Sites	125
2.1.2.	Appropriation du Plan biodiversité	126
2.1.3.	Etat des lieux des actions existantes	127
2.1.4.	Variable à prendre en compte dans le choix des actions	127
2.2.	Résultats obtenus : des Grands Sites investis pour la préservation de la biodiversité	128
2.2.1.	Les résultats en chiffres	128
2.2.2.	Résultats qualitatifs	128
2.2.2.1.	Des axes ayant du sens pour les Grands Sites	128
2.2.2.2.	Des actions riches et variées sélectionnées	130
2.2.3.	Les Grands Sites, une biodiversité protégée et reconnue	131
2.3.	Perspectives envisagées grâce à la contribution au Plan Biodiversité	132

Chapitre 2 : L'animation du réseau pour accompagner les membres vers un développement

économique des territoires	135
1.	Différentes étapes pour accompagner les Grands Sites vers l'entrepreneuriat de territoire
1.1.	Conception de l'enquête par questionnaire
1.1.1.	Méthodologie choisie pour l'enquête
1.1.2.	Objectifs de l'enquête
1.1.3.	Une enquête divisée en plusieurs thématiques
1.2.	Des réunions pour enrichir le projet
2.	Résultats et bilan de l'enquête positifs pour le projet
2.1.	De nombreux Grands Sites mobilisés pour cette thématique
2.2.	Les Grands Sites : des ressources endogènes favorables au développement l'entrepreneuriat de territoire
2.3.	Des initiatives déjà présentes sur les territoires des Grands Sites
1.2.1.	La fabrique à projet et association de producteurs au Ballon d'Alsace
1.2.2.	Un point de vente collectif géré par les producteurs locaux à l'Aven d'Orgnac
2.4.	Les gestionnaires des Grands Sites investis dans le développement économique local
2.4.1.	Le Grand Site des Gorges du Tarn : Projet de recherche-action sur l'entrepreneuriat sports et loisirs de nature
2.4.2.	Développement de la filière poterie et valorisation des producteurs locaux par les boutiques du site – Gorges de l'Hérault
2.5.	Les Grands Sites et la compétence économique
2.6.	Un atelier pour accompagner les Grands Sites intéressés par la thématique
3.	Perspectives d'accompagnement des sites membres
3.1.	Organisation de l'atelier technique
3.1.1.	Objectifs de la journée
3.1.2.	Eléments de cadrage de la journée
3.1.3.	Le contenu de l'atelier
3.2.	Penser à l'après atelier
3.3.	Pistes à approfondir et points de vigilance pour l'organisation de la journée

3.2.1.	Comment aborder l'entrepreneuriat de territoire ?.....	149
3.2.2.	Prendre en compte le manque de temps et de financement des sites	150
Chapitre 3 : Des hypothèses à nuancer et des perspectives de recherches		152
1.	Des hypothèses affirmées sur le terrain.....	152
1.1.	Des résultats vérifiant les hypothèses	152
1.1.	Retour sur les hypothèses, montée en généralité	154
1.1.1.	Capitalisation des acquis et échanges d'expériences : la base d'un Réseau	155
1.1.2.	Un Réseau valorise les expériences : un système cumulatif.....	155
1.1.3.	La formation des membres du Réseau, pour une montée en compétence.....	155
2.	Des nuances à apporter aux hypothèses.....	156
2.1.	Chaque Réseau a sa particularité.....	156
2.2.	Le Réseau doit prôner un développement durable.....	157
2.3.	Des enjeux en évolution qui demandent aux Réseaux de s'adapter	157
2.4.	L'efficacité du Réseau varie avec son expérience.....	158
2.5.	La taille du Réseau influence la qualité et la richesse des échanges	158
3.	Perspectives de recherche	159
3.1.	Une méthode pour étudier au mieux l'impact sur les membres.....	159
3.2.	Elargir la recherche à d'autres Réseaux	159
3.3.	D'autres hypothèses de réponses possibles, une nouvelle problématique	159
Conclusion partie 3.....		162
CONCLUSION GENERALE.....		163
BIBLIOGRAPHIE		167
TABLE DES ANNEXES.....		169
Annexe A : frise chronologique de la démarche grand site de France		170
Annexe B : contribution au plan biodiversité, état des lieux des actions existantes.....		171
Annexe C : contribution au plan biodiversité, actions choisies, vulgarisation des actions.....		174
Annexe D : trame de l'enquête sur l'entrepreneuriat de territoire		183
Annexe E : entrepreneuriat de territoire, exemples d'actions sur les grands sites et portées par les grands sites		187
TABLE DES SIGLES ET DES ABBREVIATIONS		197
TABLE DES FIGURES		198
TABLE DES TABLEAUX		200
TABLE DES MATIERES.....		201

RÉSUMÉ

Animation de réseau et développement touristique durable de sites patrimoniaux : *Le cas du Réseau des Grands Sites de France*

Les sites patrimoniaux dits exceptionnels attirent de nombreux visiteurs et la question du développement touristique pose question. Victime de leur image ils sont confrontés à une forte fréquentation pouvant entraîner des dégradations à plusieurs niveaux (paysage, tensions locales etc.). La démarche pour l'obtention du label Grands Sites de France vise à rétablir les équilibres et à préserver la qualité de ces sites qui se sont dégradés. L'obtention du label garantit une gestion durable des sites patrimoniaux. Les gestionnaires des sites s'y engageant peuvent adhérer au Réseau des Grands Sites de France qui les accompagne dans leurs actions et la démarche. De nos jours, les réseaux se multiplient et leur animation est essentielle pour favoriser l'échange, le partage d'expérience et l'accompagnement des membres. Au travers des missions proposées et d'un cadre théorique, ce mémoire mettra en évidence le rôle du réseau dans la facilitation et la valorisation du développement touristique durable des territoires des Grands Sites.

Mots clés : Animation de réseaux – sites patrimoniaux – réseau – labellisation – développement durable – tourisme durable – valorisation – territoire

SUMMARY

Network animation and sustainable tourism development of heritage sites: *The case of the network of "Grands Sites de France"*

The renowned exceptional heritage sites attract many visitors and therefore the development of tourism in these areas raises multiple questions. Highly popular due to their beauty and image, they have to contend with a high number of visitors who are the one of the causes of the degradation of these sites on several levels (landscape, strain on the local population... etc.). The approach to obtaining the "Grands Sites de France" status aims to restore balance and preserve the quality of these sites that have deteriorated. Obtaining this status guarantees the sustainable management of these heritage sites. The managers of the sites involved in it can join the "Réseau des Grands Sites de France", which guides them throughout the process and supports their actions. Nowadays, networks are multiplying and their activity is essential to encourage exchanges, shared experiences and the ongoing support of all members. Through the proposed missions and theoretical framework, this thesis will highlight the part the network plays in the facilitation and enhancement of sustainable tourism development in the territories of the "Grands Sites". Key words: Animation of network - heritage sites – network – labelling – sustainable development – sustainable tourism – value - territory