

LE TOURISME VERT ET LA PRESERVATION DES PAYSAGES



Matthieu Plaisance

Mémoire de Magistère 3^{ème} année

Direction du mémoire : Monsieur José Serrano

Année universitaire : 2005-2006

REMERCIEMENTS

Je tiens, tout d'abord, à remercier mon directeur de recherche, M. Serrano, d'avoir su me guider et m'initier dans la démarche de recherche depuis le mois de septembre 2005.

Je tiens également à remercier toutes les personnes que j'ai rencontrées ou avec qui j'ai pu communiquer et qui ont pris le temps de m'aider et de répondre à mes questions (offices du tourisme de Brière et de l'Yonne, l'observatoire du tourisme de l'Yonne, les chambres d'agriculture et les agriculteurs...).

SOMMAIRE

INTRODUCTION	p1
PREMIERE PARTIE : La démarche théorique	P3
<u>I LA NOTION DE PAYSAGE</u>	P4
1) Le paysage une définition multiple	p4
2) Une lecture complexe du paysage	p5
3) L'espace rural et les paysages	p8
4) L'évolution du paysage	p13
<u>II L'ACTIVITE TOURISTIQUE</u>	P16
1) Le tourisme vert en France	p17
2) Relation entre le tourisme et les espaces ruraux	p23
L'importance du tourisme en espace rural	p23
3) Interaction entre le tourisme et le développement local	p25
<u>III LE TOURISME ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL</u>	p28
1) Le tourisme durable dans le temps	p28
2) Rapport en tourisme et agriculture	p33
3) L'importance du paysage dans l'activité touristique	p38
DEUXIEME PARTIE : Les cas d'études	P 40
Le Parc Naturel Régional de Brière et La Route des Vins dans l'Yonne	
<u>I LES PARCS NATURELS REGIONAUX</u>	P41
1) La vocation du parc naturel régional	p41
2) Ses missions	p41
3) Enquête réalisée en janvier 2000 auprès de 115000 habitants des parcs (pour l'institut Louis HARRIS)	p42

<u>II LE PARC NATUREL REGIONAL DE LA BRIERE</u>	p46
1) Situation géographique	p46
2) Situation administrative	p47
3) Le périmètre du parc	p47
 <u>Introduction</u>	 p48
1) Les caractéristiques du parc	p49
2) Intérêt écologique du territoire	p51
3) Un territoire soumis à de fortes pressions	p52
4) Intérêt paysager, culturel et humain	p52
5) Une activité agricole encore présente	p53
6) Mise en place d'un tourisme durable	p53
7) Les actions mises en place	p55
8) Les actions prévues par la charte du parc	p57
 <u>III BILAN DU TOURISME EN BRIERE</u>	 p59
1) Les points forts	p59
2) Les points faibles	p60
3) Les enjeux	p61
 <u>Deuxième cas d'étude : La Route des Vins dans l'Yonne</u>	 p63
 <u>I LE TOURISME EN BOURGOGNE</u>	 p64
1) Le poids économique du tourisme dans le département de l'Yonne	p66
2) Une offre de tourisme diversifiée	p66
3) Des paysages remarquables	p70
4) Mise en place d'une route des vins du département	p72
5) Une réelle prise de la part des viticulteurs et agriculteurs	p73
6) Les actions mises en place	p75
 <u>II BILAN DU TOURISME VERT DANS L'YONNE</u>	 p77
1) Les points forts	p77
2) Les points faibles	p78
3) Les enjeux	p79

TROISIEME PARTIE :	p80
Synthèse des rapports entre le tourisme vert et le paysage	
1) Interaction entre le tourisme et les paysages	p81
2) Le tourisme vert permet la préservation du paysage	p81
3) Le tourisme vert peut être néfaste à la préservation du paysage	p82
4) Les conditions qui permettent au tourisme vert de préserver efficacement le paysage	p84
CONCLUSION	p86
TABLE DES MATIERES	p88
TABLE DES ILLUSTRATIONS	p92
BIBLIOGRAPHIE	p93
ANNEXE	p96

INTRODUCTION

La société humaine a depuis toujours contribué à construire et à transformer le paysage dans son ensemble.

Comme bien des éléments du cadre de vie, le paysage n'échappe pas à de multiples transformations sur un rythme rapide : première révolution industrielle et urbaine, période de l'entre-deux-guerres, reprise accélérée de l'urbanisation de l'après-guerre. Mais qu'entend-on par paysage ? L'ensemble offert par la nature et désigné par **site** dans le *Larousse* et qui sera l'objet de la sollicitude de la Société de protection des paysages créée en 1901, qui favorisera la naissance de la loi de protection des sites en 1930 ? La globalité des rapports entre éléments physiques et humains appelée **milieu** par la nouvelle école française de géographie animée par Paul Vidal de La Blache, dès le début de ce siècle ? L'**espace** des géographes des années 60, si fortement influencé par les théories économiques, déjà ébranlé une dizaine d'années plus tard par la notion de vécu et qui disparaît, vers les années 80, au profit de l'environnement, à la fois nature, campagne, cadre de vie et paysage ? A chaque époque, sa sensibilité et son mot clef chargé affectivement et scientifiquement !

Le tourisme et en particulier le tourisme vert (randonnée, vélo, visites à la ferme...) est un élément à prendre en considération dans la promotion des territoires. On peut donc se demander légitimement si le tourisme vert qui se développe depuis ces dernières années est un facteur permettant la préservation et l'entretien des paysages.

Chaque lieu ajoute la singularité qui lui est reconnue dans le système réglé par des coordonnées socio spatiales. L'identité est interne, image façonnée par le site et le temps, elle est aussi externe, donnée par le rapport à d'autres lieux. Le paysage du touriste n'est pas celui du résident permanent. Le vécu local passe par un ensemble original composé à la fois par les formes paysagères et la représentation très forte que s'en fait l'habitant. C'est pourquoi ce dernier s'attache si fortement à tous ses éléments : forme du parcellaire, haies, chemins, murettes, alignements d'arbres, bois, habitat..., autant d'éléments liés à un

système de production spécifique ou, tout simplement, à ses parcours quotidiens.

Pour répondre à cette problématique, la démarche de la recherche consiste à croiser deux dimensions. D'une part, une dimension inductive, ou théorique qui tentera de mettre en relation et de montrer l'interaction entre le paysage et le tourisme et d'autre part, une dimension déductive consistera à s'appuyer sur deux cas concrets (Parc Naturel Régional de Brière et la route des vins dans l'Yonne) pour confirmer ou infirmer les hypothèses énoncées auparavant, au terme de la démarche inductive.

PREMIERE PARTIE :

La démarche théorique

I. La notion de paysage

1. Le paysage : une définition multiple

a. Environnement, milieu naturel, paysage :

Ces trois mots ou expressions sont à tort souvent confondus. Il convient naturellement de les définir et de faire la différence entre ces trois expressions.

Si l'environnement est défini par le dictionnaire Hachette (édition 2004) comme étant « l'ensemble des éléments constitutifs du paysage naturel ou du paysage artificiellement créé par l'homme », la notion inclut donc nécessairement le paysage sans toutefois le définir précisément. Quant au milieu naturel, c'est une notion à la fois plus large également –le paysage n'étant qu'une des conditions susceptibles de régir la vie des êtres-, mais aussi exclusive de tout artifice humain, plus objective, plus « scientifique » que le paysage précisément. Un « paysage » dont la définition s'avère plus délicate tant la perception des individus est différente.

b. Une définition du paysage ?

En fait, il n'existe pas une définition propre du paysage mais une multitude répondant ou non aux mêmes critères :

Par exemple, selon Deffontaines¹ « le paysage est considéré comme une portion de territoire perçue par un observateur, où s'inscrit une combinaison de faits dont on ne perçoit, à un moment donné, que la résultante ».

Pour Brunet et Ferras², « Le paysage est une apparence et une représentation : un arrangement d'objets visibles perçu par un sujet à travers ses propres filtres, ses propres humeurs, ses propres fins. Il n'est de paysage que perçu »

¹ J-P Deffontaines, 1973

² BRUNET, Roger, FERRAS, Robert., 1993. *Les mots de la géographie*. 2e éd. rev. et augm. Paris : Reclus la Documentation française, 518 p.

On peut aussi dire qu'il n'y a pas un paysage mais plusieurs et ils sont caractéristiques d'une région ou d'un territoire « La diversité des éléments d'un paysage est d'abord due à la diversité des productions (produire des céréales, du lait ...). Cela se traduit dans le paysage par des couverts végétaux spécifiques, qui peuvent même faire la spécificité d'un paysage, par exemple la prairie normande, les champs de blé de la Beauce, les oliviers de Provence. La spécialisation de plus en plus grande des régions peut aussi être lue dans les paysages. »³.

Lorsque l'on parle de paysage, on ne peut omettre la notion de subjectivité qui doit être prise en considération car nul devant un même paysage n'aura une perception et un ressenti identique. « Le paysage est le théâtre du paradoxe. Cet espace que nous regardons, vous et moi, a une réalité indéniable, mais il est aussi une vue de l'esprit. Il ne retient pas l'attention-la vôtre et la mienne- de la même manière. Chacun le construit avec ses lunettes, son histoire, sa culture, son milieu social. Le paysage est une affaire de regard. »⁴.

2. Une lecture complexe du paysage

a. Question sur la lecture du paysage :

Les géographes ont abordé cette question, Roger Brunet notamment. « Le paysage est le reflet de structures dont une grande partie n'est pas visible quand on l'observe. Il n'en est que la surface et n'est donc pas un tout. En outre, il comporte des héritages complexes, ressortissant à des périodes multiples, et ne constitue pas une catégorie homogène. En effet, il y a des signifiés qui ne laissent pas d'empreintes visibles : ex. : structures sociales, flux, systèmes de production... »⁵ Le paysage n'est donc pas une langue ou un système de signes en soi. C'est plutôt l'image résultant d'un processus de transformation. Ainsi, le paysage s'inscrit dans notre mémoire individuelle et collective comme une véritable trace d'une histoire de chaque territoire.

³ Françoise Burel, Jacques Baudry, . Ecologie du paysage, p182

⁴ Jean Huchet. Les paysages de la campagne, p39

⁵ Gérard Chouquer, L'étude des Paysages, essais sur leurs formes et leur histoire, éditions Errance, p107

b. L'image de paysage : une construction complexe⁶

Représentation d'une perception du monde, l'image de paysage est une représentation mentale : celle que s'en fait un observateur particulier, et c'est probablement pour cette raison que Roger Brunet propose de considérer l'image comme « un symbole analogique, qui n'est pas l'exacte réplique du réel mais exprime une autre réalité » (Brunet, 1997). Face à un paysage, l'observateur perçoit d'abord des formes qui se constituent ensuite en une image globale, une vue d'ensemble. A partir du moment où il cherche à comprendre ce qu'il perçoit, l'observateur interprète les formes (ressources, activités, formes patrimoniales) en les analysant selon son point de vue. Ce faisant, il s'approprie le paysage en lui reconnaissant des qualités et des propriétés. Nous savons que le paysage n'existe que par le regard. Mais regarder ne constitue pas un acte simple : il résulte d'une éducation, d'un contexte social, économique, politique et culturel, d'une manière de vivre, et les regards portés sur un paysage sont guidés tant par l'expérience individuelle que par les modes de représentation que l'observateur a déjà intégrés.

Plus qu'une représentation, une image exprime une relation au monde, elle n'est pas un hasard, mais est fonction d'une stratégie : l'image est porteuse d'intentions. Julien Mayet (Mayet, 2002), prenant en compte les intentions contenues dans les images de paysage, constate que ces images « cherchent à représenter ce qui, au départ, n'est que forme » et qu'il y aurait « un mouvement d'aller-retour, qui, partant de la forme vers l'observateur, reviendrait sous forme d'image, ou de forme imagée ». Avant l'image, il y a l'observateur qui regarde le paysage ; l'image est élaborée à partir d'une forme qui n'est pas perçue, mais qui constitue le fondement de l'image à partir de laquelle l'intellect construit et identifie des formes.

c. Les pratiques paysagères s'appuient sur les ambiances

L'ambiance apparaît le plus souvent à l'occasion d'un changement d'échelle de perception, passage du paysage au lieu. La mobilité de l'observateur, du promeneur par exemple, entre pour une grande part dans le processus

⁶ P. Donadieu et M. Périgord, Clés pour le paysage, éditions : Géophrys 2005

producteur d'ambiances. Celles-ci naissent fugitivement ou non de l'association de sons et d'odeurs qui déterminent une sensation particulière en relation avec le lieu. L'ambiance est créée par la relation établie entre l'observateur et le milieu qu'il traverse. Porteur d'ambiances, le paysage participe alors à la mise en place d'ambiance, créant ainsi une relation entre l'observateur et le milieu qu'il traverse. Celles-ci dépendent de l'observateur, de sa faculté à identifier et interpréter.

L'ambiance traduit donc la puissance évocatrice des formes sensibles. « L'élaboration de l'apparence peut... être aussi bien orientée dans son rapport à l'objet que, à l'inverse, dans son rapport aux paysages possibles par un jeu de fractions d'apparences constituant le paysage est un tiroir à paysage imaginaires, dont on ne vérifie alors ni le concret, ni évidemment les apparences visuelles in situ »⁷. Se promener, écouter, respirer « cela, nous le faisons par des successions d'ambiances, concept auquel il semble dorénavant difficile de ne pas faire appel dès lors que nous constatons que là où apparaît un paysage, nous sommes déjà dans un lieu ». Le lieu n'est donc pas le paysage. En effet, le lien existant entre le lieu et le paysage semble donc être l'image. Le lieu se caractérise par son aspect matériel, et si l'image est le moyen d'accès au paysage, le moyen du lieu, c'est le vécu, générateur d'ambiances.

d. Les limites de l'analyse paysagère

Les analyses paysagères butent sur la notion de mouvement, source de réinvention permanente des lieux et des paysages. C'est ce mouvement qui est donné à ressentir, et c'est lui qui relie les hommes au milieu qui change ou qui stagne. D'une part, les objets du paysage changent (boisements artificiels, nature des cultures, assèchements, drainage...), et d'autre part la manière de regarder évolue dans notre société contemporaine. « L'évolution des représentations paysagères montre une intellectualisation du regard, allant jusqu'à l'abstraction (description, schématisation, modélisation), qui évacue l'espace sensible »⁸.

⁷ B. Lassus, Cinq propositions pour une théorie du paysage, éditions : Champ Vallon, Seyssel, 1994

⁸ P. Donadieu et M. Périgord, Clés pour le paysage, éditions : Géophrys 2005

De plus, la réduction du nombre d'agriculteurs change les données objectives de la perception, en passant de 5 000 000 en 1950 à 500 000 en 2005. L'idée de repli et d'abandon influence les citoyens, augmente le désir de conservation et de restauration des paysages ruraux traditionnels. On peut se demander néanmoins si la présence agricole est devenue au fil des années plus faible. Les campagnes françaises sont en effet loin d'être à l'abandon et le retrait agricole induisant celle d'abandon est une idée fausse. La pression sur le sol agricole reste forte et les productions fabriquent un renouveau agricole où les cultures, prairies et couvert forestier s'articulent pour former une nouvelle image de référence qu'il faut interpréter avec un regard contemporain. La forêt, qui est un élément de décor, n'est pas un accessoire et ne constitue pas un espace abandonné. C'est un espace qui est géré sur le très long terme ; mais il reste malgré tout perçu comme un espace à l'abandon. Les paysages changent insensiblement car il faut de 20 à 30 ans pour que le boisement artificiel devienne un couvert forestier. L'inertie du paysage apparaît donc comme une illusion à l'échelle du temps qui permet de s'en rendre compte. L'image de référence efface le mouvement si l'on n'a pas conscience de participer à ce mouvement.

3. L'espace rural et les paysages

Lorsque l'on parle de tourisme en espace rural, il appartient au chercheur de se renseigner sur une définition de l'espace rural afin de déterminer et de mettre en lumière les interactions entre le développement local et les ressources locales. Dans ce cas précis, il s'agit des paysages qui reflètent le passé et l'identité d'un territoire.

a. L'analyse spatiale des espaces ruraux :⁹

La notion de système rural résulte d'une volonté d'intégrer des faits sociaux et des faits écologiques pour rendre intelligible l'espace rural, dans ses

⁹ J-P. Deffontaines, S. Lardon, Itinéraires cartographiques et développement, édition INRA 1994

dynamiques à différentes échelles (du local au régional) et dans sa diversité (du périurbain au rural profond). (Jollivet et Pavet, 1992, Hubert et Betsch, 1991). Ce que l'on recherche donc, dans une perspective de développement rural, c'est la connaissance du fonctionnement et de la dynamique des systèmes ruraux.

Un modèle de référence (Lardon et al., 1990)

Pour cette analyse spatiale des systèmes ruraux un modèle choisi par les auteurs met en évidence les relations des systèmes d'activités humaines et des systèmes écologiques entre eux, d'une part, et leurs relations avec les acteurs et l'espace rural d'autre part.

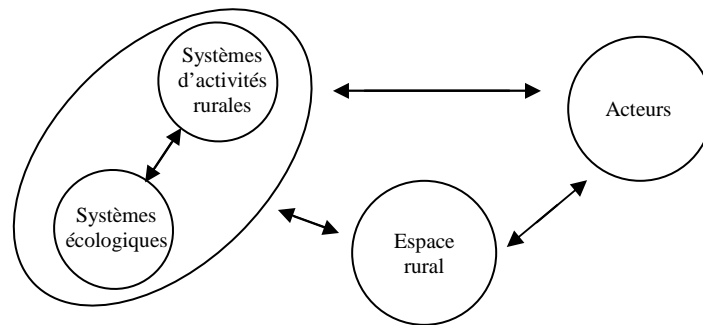


Figure 1 : Modèle de système rural

Dans ce modèle défini par les auteurs, le système rural permet d'identifier trois pôles :

- Le **pôle acteurs** est caractérisé par la population, la démographie, les principales catégories d'acteurs en présence, les spécificités culturelles...,
- Le **pôle activités** comprend les diverses catégories d'activités rurales (agriculture, industrie, artisanat, loisir, tourisme, services...) et des systèmes écologiques (érosion, biodiversité, pollution...) ;
- Le **pôle espace** regroupe les caractéristiques de l'espace en relation avec les activités rurales (formes du relief, structures agraires, découpages...).

Le pôle espace est l'espace concret géographique, lié aux acteurs, aux systèmes d'activités rurales et aux systèmes écologiques.

A un moment de l'histoire du système rural, cet espace géographique présente une structure. L'espace structuré est le produit de l'histoire des systèmes d'activités rurales et des systèmes écologiques (histoire écologique et sociale) et il porte leur empreinte.

L'histoire des activités est à l'origine de survivances, c'est-à-dire de structures qui marquent l'espace mais ne sont pas le produit des activités rurales actuelles comme le tourisme vert. Ces rémanences rurales peuvent représenter des contraintes pour les activités actuelles.

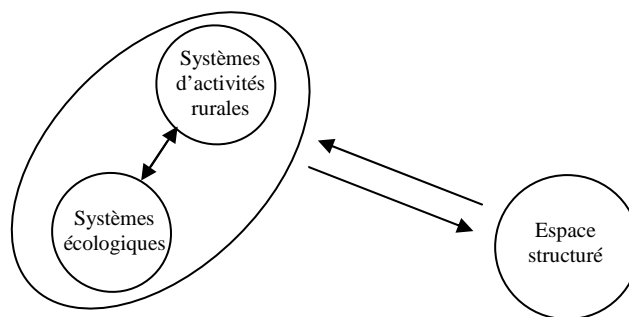


Figure 2 : structuration de l'espace

L'espace structuré agit en retour sur les systèmes d'activités rurales comme un atout ou une contrainte de fonctionnement ; il intervient également dans la dynamique des systèmes écologiques. L'espace est facteur, il agit.

A un moment donné, l'état de cet espace structuré est caractérisé par des données « objectives » qui ressortent de la « projection » de données multidimensionnelles issues de sources statistiques (bassin d'emploi, démographie...) et de l'observation d'images ou de paysages.

L'espace du système rural est aussi un espace perçu résultant de la représentation que s'en font les acteurs, c'est-à-dire de la signification particulière qu'ils lui attribuent.

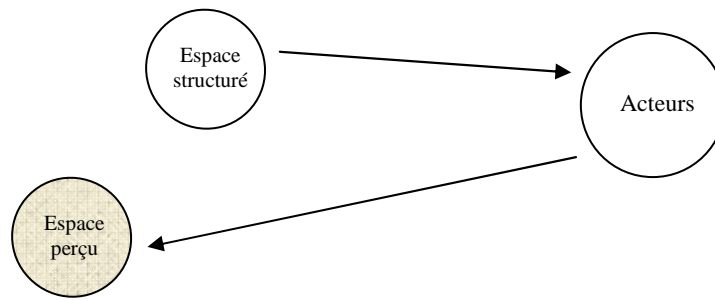


Figure 3 : l'espace perçu résulte d'une représentation de l'espace structuré par les acteurs.

La caractérisation de l'espace perçu s'opère par l'analyse du discours des acteurs.

Dans le système rural, le paysage est composé des éléments de l'espace produit visibles pour un observateur. Si l'on cherche à caractériser et à comprendre la logique des interventions des acteurs sur l'espace, il faut considérer l'espace du système rural comme un espace géré.

Il convient alors de prendre en compte les systèmes d'activités rurales et les systèmes écologiques, mais aussi comment les acteurs perçoivent les composantes du système rural qui interviennent dans leurs décisions de modifier les activités.

b. Définition d'un paysage rural

« Selon un sondage réalisé pour l'association Source (Centre national des ressources au tourisme en espace rural) en 2002, la notion de patrimoine rural n'évoque rien pour un peu plus du quart des français (28%). Mais cette proportion monte à 40% parmi les agriculteurs. A noter qu'un sondé sur trois associe patrimoine rural à la nature et aux paysages. »¹⁰

L'analyse et l'observation des paysages ruraux permet de mettre en avant deux principaux types de paysages : le paysage d'habitat groupé et le paysage d'habitat dispersé. Dans les deux cas, les mutations agricoles n'ont pas opéré les

¹⁰ Extrait, Ouest France, 2-3/02/2002.

mêmes changements. En effet, en ce qui concerne le paysage d'habitat groupé, les changements n'ont eu que peu d'influence contrairement au paysage de mitage.

c. L'importance des activités agricoles dans l'espace rural

L'espace est un produit de l'agriculture qui en retour le transforme, y laisse des traces plus ou moins pérennes, visibles, lesquelles traduisent l'histoire de l'activité. En Europe, en France notamment, les paysages sont le plus souvent le produit de l'activité agricole.

L'espace est un facteur, c'est à dire qu'il intervient, comme un atout ou comme contrainte, dans l'activité agricole. En effet, par ses caractéristiques topologiques, écologiques, économiques, sociologiques, il agit, influence, conditionne et détermine l'activité agricole.



Figure 4 : un paysage marqué par l'agriculture

L'espace est évolutif, son étendue, sa structure, se modifient dans l'histoire ; chaque constituant change selon un rythme qui lui est propre. « La distance est une mesure qui varie » (Braudel, 1986).

Dans cet espace l'activité agricole connaît différents niveaux d'organisation dont l'analyse se fait à des échelles spatiales différentes : par exemple les systèmes de cultures à celle du champ, le système de production à l'échelle du territoire de l'exploitation, les réseaux d'exploitations à l'échelle locale du village, du terroir, du « pays », les filières agricoles à celles de la PRA, du département, de la région.

4. L'évolution du paysage

a. Un paysage rural en mutation

Le paysage est continuellement en mouvement puisqu'il évolue au travers des siècles : grands travaux régionaux ou nationaux ont participé à cette évolution du paysage, comme la création du marais poitevin au XVI^{ème} siècle, la forêt des Landes au XIX^{ème} siècle et la création de la Sologne qui était un marais à l'époque.

Le remembrement, l'aménagement du littoral et le pastoralisme ont transformé durablement notre paysage. Les changements sont aussi dus à un recul de l'activité humaine, modifiant ainsi fortement les paysages caractéristiques : comblement des marais, envahissement végétal (enrésinements, friches) et dégradation de certains bâtiments historiques.

Les transformations peuvent être rapides (constructions de routes, poteaux électriques,...) et plus lentes mais tout aussi radicales en cas d'abandon des terres, de manque d'entretien et de déforestation.

Aujourd'hui, les différences entre villes et campagnes s'estompent, la trame urbaine s'installe sur le parcellaire rural et la localisation de grands équipements, de grandes voiries, d'activités industrielles ignorent de plus en plus la trame agraire. On assiste donc à un mitage rural engendré par des habitats diversifiés et le développement des structures routières. Cette réalité révèle une maîtrise foncière de l'espace rural insuffisante.

Les transformations du paysage rural sont liées à des phénomènes sociaux avec le changement de l'occupation des sols : défrichement et conquête de la terre sur la forêt, modernisation de l'agriculture permettant la mise en culture de nouveaux territoires.

Les modifications dans le paysage local s'expriment au travers de plusieurs facteurs : travaux de nivellement, recalibrage des cours d'eau et drainage des terres agricoles, disparition des haies, des bosquets et des mares, nouvelles terres exploitables en terrain pentu, standardisation des constructions agricoles, types de cultures, le recul de l'activité agricole et l'exode rural.

b. Déprise agricole et paysage

Pour la plupart des spécialistes, la diminution inéluctable de l'activité agricole est un facteur prépondérant dans la disparition des paysages identitaires des différents territoires : « la déprise agricole et l'appauvrissement du paysage sont des évolutions inquiétantes mais non inéluctables »¹¹.

La maîtrise foncière de la part des collectivités paraît nécessaire afin d'endiguer le développement anarchique des espaces ruraux notamment : « Les paysages agricoles périurbains ne sont pas plus menacés dans l'immédiat par la friche et le boisement que par l'urbanisation. Mais ils évoluent lentement, parcelle après parcelle, si les élus n'y prennent garde. Certains espaces agricoles classés inconstructibles, pour des raisons évidentes (aéroports, champs captants), survivront longtemps, surtout si les terrains appartiennent aux pouvoirs publics. »¹².

« En conservant farouchement leurs espaces agricoles, les municipalités urbaines ne gardent pas seulement un environnement rural favorable aux loisirs et à la qualité de l'habitat. Elles peuvent aussi, en travaillant avec les agriculteurs, nouer des relations économiques très profitables aux services municipaux. ». L'auteur souligne aussi l'importance jouée par la loi paysage « La loi paysage de 1993 donne d'ailleurs des outils aux aménageurs, qui les ont encore peu utilisés pour les paysages agricoles périurbains. »¹³.

Réalisée à l'initiative de la Fédération Nationale des Safer et de la Fédération des Conservatoires d'espaces naturels, « l'initiative pour les paysages » est le fruit de réflexions de 40 institutions et organismes, inquiets de l'évolution des paysages français. « Leur constat est alarmant : de 1992 à 2003, alors que la population s'est accrue de 4%, les surfaces artificialisées ont augmenté de 16% avec une hausse de 20% pour l'habitat et de 11% pour les routes et parkings. »¹⁴. Il apparaît donc nécessaire de prendre en charge la

¹¹ Hugues de Fromont, direction régionale Rhône Alpes de l'espace rural et de la forêt, Actes du colloque paysage-pollutec, 1994.

¹² Pierre Donadiou Campagnes urbaines, p96.

¹³ Idem

¹⁴ Espace rural n°85 Septembre 2005

préservation des espaces et des paysages afin de s'inscrire dans une notion de développement durable.

c. Prise en compte de la notion de paysage

Depuis de nombreuses années, la prise en compte du paysage se développe et s'organise, le texte fondateur étant la « loi paysage ». Cette loi permet ainsi une véritable reconnaissance juridique de paysages faisant partie intégrante du patrimoine local et national, pouvant s'imposer auprès des différents acteurs publics et politiques :

- Convention du patrimoine mondial de l'UNESCO qui met en place le classement de site au titre de paysage culturel (1992).
- La loi Paysage du 8 janvier 1993 (voir ci-dessous).
- La Loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire (25 juin 1999) avec l'instauration du Schéma de Services Collectifs des Espaces Naturels et Ruraux.
- La Loi de Solidarité et de Renouvellement Urbain qui prend en compte le paysage (13 décembre 2000).
- Convention Européenne du paysage (1^{er} mars 2004).

La **loi publiée le 8 janvier 1993** porte sur la protection et la mise en valeur des paysages. Elle propose une série de mesures destinées à une meilleure intégration des aménagements. Cette loi donne un statut officiel au paysage. Elle modifie les dispositions législatives en matière d'enquête d'utilité publique afin de proposer une meilleure concertation autour des projets d'aménagement, et élargit ainsi les possibilités de débat autour des projets publics.

Elle complète le code d'urbanisme en matière de permis de construire, demandant une étude de l'insertion dans l'environnement et de l'impact visuel des nouveaux bâtiments et de leurs abords. Ces dispositions, assorties de mesures d'incitations fiscales et réglementaires, visent à préserver la « qualité paysagère » dans les campagnes lors des opérations de remembrement, aux abords des villes en expansion, sur le rivage ou en montagne.

La loi complète les dispositifs de protection, élargissant les compétences du conservatoire du littoral, renforçant les chartes des parcs naturels régionaux, et définissant des zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP).

Cette loi ouvre la voie à une politique de préservation et de « reconquête » des paysages. Les textes ultérieurs proposent l'établissement de « contrats de paysages » avec les collectivités locales permettant ainsi l'insertion des constructions nouvelles et la valorisation du décor rural.

La loi paysage doit permettre la conservation des espaces reconnus pour leur « qualité paysagère ». Elle implique donc un inventaire des régions, le choix des territoires prétendant à une protection ou à des opérations de restaurations. Mais une question cruciale demeure : quels facteurs déterminent la valeur paysagère d'un site ?

II. L'activité touristique

Le tourisme :

Le tourisme est une manne financière importante pour les populations locales. Cette activité est aussi un levier du développement local qui permet dans certaines régions de conserver un dynamisme local et ainsi de pérenniser la vie d'un village ou d'une commune tout entière « Depuis le milieu du XX^e siècle, le tourisme figure parmi les secteurs les plus vigoureux de l'économie mondiale. Concours de circonstances ou non, cette explosion a coïncidé avec deux mutations profondes de la planification : la valorisation de l'aménagement du territoire au niveau le plus local et l'importance donnée aux questions environnementales conduisant au développement durable. »¹⁵.

Les paysages du tourisme :

¹⁵ Georges Cazes et Robert Lanquar, L'aménagement touristique et le développement durable, Que sais-je ?, p3

En plein développement depuis une cinquantaine d'années, le tourisme est devenu une activité économique majeure dont les aménagements s'inscrivent dans les paysages en cherchant à les qualifier. Du thermalisme du XVIII^e siècle au trekking du début du XXI^e siècle, en passant par les lieux les plus attirants - on parle de tropisme des lieux - fondateurs du tourisme balnéaire - de type « riviéra », stations climatiques - et d'altitude, des pôles récepteurs font l'objet d'aménagements spécialisés : hôtels, parkings, ports de plaisance, remontées mécaniques, aires de jeux ou de loisirs, de détente.

L'aménagement du paysage peut être à double tranchant, prenant exemple sur les effets de la mise en tourisme du littoral méditerranéen espagnol dont la station de Marbella constitue le modèle. « Marbellisation » est synonyme de « bétonnisation » du littoral, alors que le concept de « marina » a permis de développer des paysages littoraux d'un type inédit. Les aménagements touristiques constituent des marqueurs puissants, mais qui peuvent s'avérer, à l'usage, répulsifs si l'entretien des infrastructures n'est pas assumé. La « baléarisation », prototype du tourisme de masse dans les années soixante trouve aujourd'hui une alternative dans le tourisme durable : à Ibiza, les grands complexes de béton sont détruits et remplacés par des constructions plus modestes à l'allure de villas. Le paysage touristique est un paysage pratiqué, consommé, parfois piétiné, surtout lorsqu'il est présenté comme naturel - la Pointe du Raz - ou culturel - tourisme urbain à Paris -.

1. Le tourisme vert en France

Le tourisme vert est un terme regroupant un certain nombre d'activités dont le dénominateur commun est l'accueil de vacanciers dans un cadre rural privilégié. Il englobe ainsi, les gîtes ruraux, les chambres d'hôtes, les tables d'hôtes,...

Le gîte rural est situé dans un habitat de qualité, de construction et d'environnement à caractère rural, indépendant du logement du propriétaire. Il est meublé et peut ainsi recevoir une clientèle de vacanciers à la semaine (ou au week-end). La chambre d'hôtes, en revanche, est chez l'habitant et accueille une clientèle de passage ou de séjour à la nuitée.

La table d'hôtes est le prolongement d'une activité d'hébergement (chambres d'hôtes, gîtes d'étape...) et ne peut être proposée qu'aux hôtes qui en profitent. Il s'agit de servir dans une salle commune de caractère familial, un repas de type traditionnel, à base de produits régionaux, issus autant que possible d'une exploitation agricole ou du potager.

Paysage français du tourisme vert

Selon la seule Fédération nationale des gîtes de France, on dénombre 38 000 propriétaires de gîtes ou de chambres d'hôtes, ce qui représente 55 000 hébergements, soit 330 000 lits. On comptabilise 30 millions de journées de vacances, pour un chiffre d'affaires direct de 150 millions d'euros. Les gîtes et les chambres d'hôtes couvrent aujourd'hui l'ensemble du territoire national.

a. La campagne : premier espace de destination touristique des Français en France :

Aussi bien en nombre de séjours qu'en nombre de nuitées, la campagne est l'espace touristique le plus fréquenté par les français lorsqu'ils se rendent en France : en 2005, 39,3% des séjours de français en France se sont déroulés à la campagne ; ils ont représenté 35,5% des nuitées touristiques des français en France, soit 284 millions de nuitées touristiques.

Sur la période de 1999-2005, le nombre des nuitées touristiques à la campagne a régulièrement augmenté en moyenne de +3% par an. Il a baissé en 2005, mais de manière comparable à ce qui s'est passé pour tous les espaces, baisse que l'année 2006 confirmera vraisemblablement comme étant conjoncturelle.

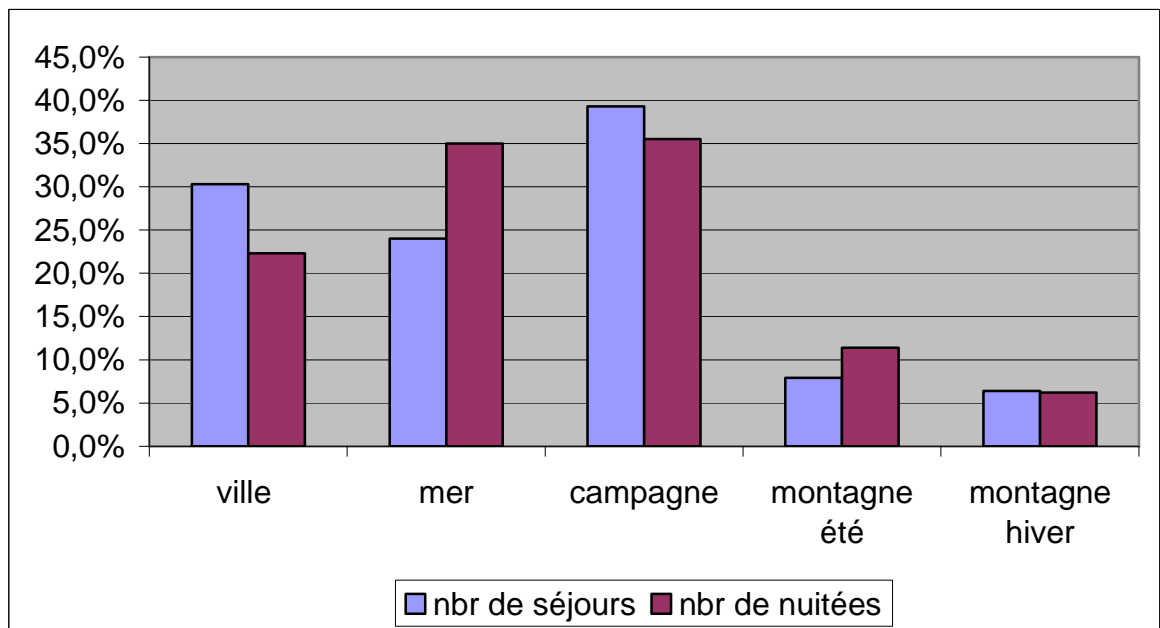


Figure 5 : Importance relative des espaces de destination en nombre de séjours et de nuitées (séjours des français en France en 2005).

Il n'y a pas véritablement de clientèle type des français à la campagne ou à la montagne l'été.

Très peu d'individus ont un comportement touristique exclusif d'un espace ou d'un autre au cours d'une année. En effet, parmi les 39,7% des français qui sont partis à la campagne au moins une fois au cours de l'année 2005, à peine plus d'un sur cinq (8,3%) a effectué tous ses séjours touristiques en France à la campagne uniquement.

Cette proportion est encore plus faible dans les autres espaces. De plus, la période d'observation ne porte que sur une année, 2005. Ce taux serait encore plus faible si on pouvait considérer l'ensemble des séjours touristiques effectués par un individu sur une période de deux ou trois années.

Ce sont donc les mêmes touristes que l'on retrouve à des moments différents à la campagne, à la mer, à la montagne ou en ville.

Cela implique qu'il n'y a pas globalement d'identité très affirmée du tourisme rural, pas plus qu'il n'y a d'identité très affirmée du touriste littoral, urbain ou de montagne.

b. Durée des séjours :

La campagne est une destination de proximité pour tous les français, quel que soit leur lieu de résidence. Elle constitue donc, de manière très comparable à

la ville, une destination fréquente pour les courts séjours : 59% des séjours à la campagne comportent au plus trois nuitées, mais ces courts séjours ne représentent toutefois que 20% des nuitées touristiques.

La montagne l'été est, à cause de sa moins grande proximité pour une grande partie des français, plutôt une destination de longs séjours, tout comme la mer : 91% des nuitées passées à la montagne l'été le sont au cours de séjours d'au moins quatre nuitées.

c. Des aménités communes :

Des aménités sont communes dans le sens où elles sont le résultat du mode de développement territorial, et non pas, comme les externalités, de l'activité d'une entreprise.

Les points forts du tourisme vert sont : le calme, les animaux, l'hébergement simple de caractère, la découverte des gens, du village, des plats locaux, autant d'ingrédients qui représentent le vrai, le naturel, l'original, et qui constituent ce que l'on appelle l'authenticité. La campagne répond ainsi aux attentes d'évasion et de différence (découvrir une région qui n'est pas comme celle dans laquelle on vit) ; elle satisfait aussi le besoin identitaire exprimé par une population à la recherche de racines.

La campagne est mythifiée. Elle « est aujourd'hui chargée de nos rêves de liberté, de solidarité, de beauté et de santé »¹⁶. « Socialement et écologiquement, la campagne, espace pur, s'oppose désormais aux tumultes, périls et pollutions que recèle la ville »¹⁷. Les pays hier considérés comme « le désert français », ou aujourd'hui encore souvent considérés comme en retard de développement, sont des lieux à l'environnement préservé, à la tranquillité revigorante, aux traditions toujours vivantes et accessibles. Les paysans ne sont plus les représentants d'un monde dépassé ; ils exercent un métier « noble » que l'agrotourisme permet de découvrir.

Les études de clientèle l'affirment : le touriste cherche à se recharger, s'évader, rêver. Après les trois S, c'est désormais le règne des trois R : rupture, retrouvailles, ressourcement. Tous les territoires proposent désormais une image

¹⁶ Hervieu et Viard, 1996, p.13

¹⁷ Urbain, 1991, p.158

associée à la nature, la santé, l'authenticité, la vérité. Le département d'Ile-et-Vilaine est devenu un « concentré d'énergie », la Dordogne est une « terre de sérénité », la région Centre s'identifie à « l'émotion à l'état pur ».

Ces aménités apparaissent d'autant plus fondamentales que les touristes viennent en espace rural sans mener d'activité particulière (36%¹⁸), pour ne rien faire, se reposer et se balader (27,8%). La première consommation, peu fréquente, est la visite de monuments, de musées et de sites (14%). Les enquêtes de satisfaction le confirment : les éléments les plus demandés pour réussir ses vacances d'été en espace rural sont : le calme (28,3% des réponses), le climat agréable, le soleil (15,4%), la découverte de nouveaux lieux (13,7%), les paysages et sites particuliers (10%).

L'attrait du milieu rural repose ainsi sur des aménités communes, non marchandes, qui correspondent à un état du territoire¹⁹. Elles sont le produit d'activités productives très diverses, agricoles, forestières, artisanales, et d'aménagements collectifs. Elles résultent aussi de la culture locale, de l'architecture, des traditions d'accueil, des modes de vie, des habitants en général. Sur le marché touristique, elles sont utilisées comme un argument de vente, et peuvent faire l'objet d'une « rente de qualité territoriale ». Elles peuvent aussi être appréciées directement par les usagers d'un hébergement non marchand, résidents secondaires ou en visite dans leur famille ou chez des amis.

d. Répartition des séjours en France :

Sans aucune surprise et comme le montre le tableau ci-dessous, les régions où se trouve l'hébergement touristique, que ce soit dans l'hôtellerie traditionnelle, les gîtes ou les chambres d'hôtes, sont les plus fréquentées. Le record du nombre de nuitées est détenu par les régions Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le touriste, au travers du tourisme vert, a une attente particulière. Il recherche un environnement de qualité doté d'un patrimoine naturel et culturel ;

¹⁸ Pourcentage d'activités pratiquées au cours du séjour : source DT/Sofres, SDT 2005.

¹⁹ Cette notion d'aménité rejoint la notion américaine qui « évoque à la fois une ambiance, un climat doux, et une végétation luxuriante » (Marc Boyer, 1996, p.121).

il souhaite un accueil chaleureux et sincère, une certaine authenticité ; la qualité de confort importe également ainsi que la restauration (table d'hôtes ou restaurant près du lieu d'hébergement). D'autres critères telles les activités praticables (et leur proximité), des prix clairement affichés influencent aussi son choix.

Destination	1998	2000	2002	%	Rang
Alsace	2,0	2,3	2,7	1,8	19
Aquitaine	9,5	9,3	10,3	6,7	6
Auvergne	4,3	4,3	4,7	3,1	13
Basse-Normandie	5,4	5	5,5	3,7	11
Bourgogne	5,5	5,1	5,1	3,4	12
Bretagne	10,1	9,7	11,4	7,6	4
Centre	7,4	7,1	7,3	4,9	9
Champagne-Ardenne	3,0	2,7	2,4	1,6	20
Corse	1,1	1,2	1,4	0,9	22
Franch-Comté	2,8	2,7	2,9	1,9	18
Haute-Normandie	3,4	3,3	3,3	2,2	17
Ile-de-France	11,8	10,5	11	7,3	5
Languedoc-Roussillon	10,0	9,4	9,6	6,4	7
Limousin	1,8	2,1	2,2	1,5	21
Lorraine	4,1	3,9	3,7	2,4	15
Midi-Pyrénées	7,9	7,4	8,5	5,6	8
Nord-pas-de-Calais	4,5	4,7	4,6	3,0	14
Pays-de-la-Loire	10,9	9,7	11,6	7,7	3
Picardie	3,5	3,4	3,6	2,4	16
Poitou-Charentes	7,0	6,6	6,7	4,5	10
Provence-Alpes-Côte d'Azur	14,5	13,8	14,1	9,4	2
Rhones-Alpes	17,1	16,3	17,3	11,5	1
France sans indication	0,1	0,1	0,1	1,8	/
DOM-TOM	0,9	1	0,7	0,5	23
Total France	148,6	141,6	150,6	100	/

Source : SDT, Direction du Tourisme/TNS Sofres. (Mémento du tourisme 2003)

Figure 6 : Les séjours en France

Comme nous pouvons le constater, les zones qui seront étudiées plus tard dans la deuxième partie de ce mémoire s'affichent comme des régions avec une fréquentation importante l'été pour les Pays-de-la-Loire, alors que pour la Bourgogne, il ne s'agit pas d'un tourisme de masse mais plutôt d'un tourisme diffus tout au long de l'année.

2. Relation entre le tourisme et les espaces ruraux

Selon Roger Dion, le paysage français se découpe en plusieurs entités distinctes les unes des autres. En effet, pour l'auteur, la France se découpe en deux grandes parties, délimitées par une ligne allant de Rouen à Lyon.

Le Nord-est de cette ligne est caractérisé par « un complexe de villages groupés, aux champs ouverts à parcelles laniérées, réunis en faisceaux ou quartiers. Au sud-ouest dominant l'habitat dispersé, les champs enclos, la liberté culturelle ». Pour l'auteur, à l'intérieur de chacune de ces entités paysagères apparaissent des enclosures typiques et caractéristiques d'une région comme par exemple « les champagnes du Midi » au sein de la région sud-occidentale et les paysages de « bocages » au sein de la région nord-occidentale²⁰. (*Extrait :*).

Cette richesse paysagère est un atout touristique, mais il permet aussi de mettre en avant l'identité paysagère d'une région. Cette singularité régionale alimente le « marketing » paysager qui s'affirme comme le fer de lance d'une activité touristique toujours plus friande d'authenticité.

Cette richesse patrimoniale, qu'elle soit architecturale ou végétale, contribue à l'identité d'un lieu, d'une région. C'est ce tableau identitaire que l'activité touristique permet de préserver à court ou à long terme. Néanmoins, le paysage identitaire n'est pas le seul facteur d'attractivité en matière de tourisme rural, côtier ou montagneux. En effet, le paysage à lui seul ne peut pas représenter l'unique déterminant de la fréquentation touristique qui est sans cesse à la recherche de nouveautés et d'originalités.

On peut donc se demander si le paysage est un réel facteur pour faire venir les personnes et si le paysage est un mode de promotion rural.

L'importance du tourisme en espace rural

Les statistiques de fréquentation séparent arbitrairement le territoire en quatre ou cinq zones de vacances : le littoral, la montagne, la campagne, la ville et parfois les lacs. L'espace littoral est constitué des villes et des cantons littoraux. L'espace montagne est, quant à lui, constitué de l'ensemble des stations équipées y compris celles appartenant à des unités urbaines. L'espace

²⁰ Roger Dion, Essai sur la formation du paysage rural français p5 préface

urbain est constitué des villes et cités de tourisme de plus de 20 000 habitants (y compris celles du littoral).

L'espace rural est constitué par l'ensemble des communes qui n'appartiennent pas aux ensembles précédents. Statistiquement, ce découpage minimise le tourisme rural. En effet, le poids du tourisme rural est souvent mesuré sans tenir compte du fait que le tourisme de montagne est en partie et en été, un tourisme réellement rural tout comme une partie du tourisme attribué aux lacs.

En 1998, le poids du tourisme rural, toutes clientèles confondues, se chiffrait à un total d'environ 400 millions de nuitées soit près de 32% des nuitées totales et 21% des dépenses touristiques. La fréquentation touristique semble en croissance continue depuis cinq années tant en fréquentation qu'en recettes. Ceci est dû plus particulièrement à la forte croissance des clientèles étrangères. En effet, de 1990 à 1998, le nombre de nuitées prises par les non-résidents a doublé tandis que la croissance des nuitées prises par les français a été de 8%. Globalement, la progression moyenne des nuitées a été de 2,2% par an. C'est une tendance qui devrait se poursuivre, en partie parce que le tourisme vert correspond aux motivations actuelles de la clientèle.

Toutefois, rares sont ceux qui ne fréquentent qu'un espace au cours de leurs séjours. Seuls 8,3% des touristes n'ont fréquenté que la campagne au cours de l'année 1997.

L'agrotourisme qui concerne approximativement 2,7% des agriculteurs est une activité d'appoint pour la majorité d'entre eux. Les estimations qui portent sur 25 000 offres répertoriées (offrant environ 150 000 lits) gérées par 16 500 agriculteurs. En effet, 80% correspondraient à de l'hébergement simple, 20% y rajouteraient de la restauration, des services de loisirs ou de sports. L'agrotourisme reste donc essentiellement lié à des démarches de valorisation du patrimoine naturel et bâti.

3. Interaction entre le tourisme et le développement local

L'importance de l'activité touristique dans le développement local n'est plus à démontrer. C'est à travers le maintien d'une activité touristique qu'il est possible de préserver les paysages locaux et typiques. En effet, pour une grande majorité des touristes, le paysage tient une place importante dans le choix de la destination de vacances et de week-ends. Mais on peut dire aussi que c'est une manne financière importante pour les espaces ruraux. « Le tourisme rural occupe une place importante dans l'économie nationale : il a concerné 28,7% des nuitées en 2003 (soit 402 millions) et 19,4 milliards d'euros dépensés, hors déplacement, par les touristes (environ 20% des dépenses touristiques en France). »²¹.

D'où l'importance de maintenir les paysages caractéristiques d'un espace par les agriculteurs qui sont artisans du paysage local. Ils sont aussi le miroir de l'activité qui a, depuis toujours, façonné notre paysage. Tant que les paysages sont entretenus, c'est que le monde rural est en bonne santé.

L'activité touristique apparaît comme nécessaire afin de conserver un dynamisme local, s'inscrivant ainsi dans une démarche de développement local. « Le tourisme constitue un réel vecteur de développement économique et social des territoires ruraux, ainsi que la préservation de l'environnement. En d'autres termes, il contribue à leur développement durable, tant par ses effets directs qu'indirects. ».

Il semble important de mettre en place une valorisation du paysage local, afin de favoriser le développement économique lié au tourisme rural : « Encouragé au début des années soixante-dix par les ministères de l'Agriculture et du Tourisme, le tourisme rural, y compris près des villes, rencontre un succès croissant en France comme dans toute l'Europe. Incités financièrement par les pouvoirs publics, les agriculteurs ont vite compris l'intérêt économique des chambres et tables d'hôtes, les touristes appréciant aussi les charmes de la campagne. Mais lits et restauration ne suffisent pas. La qualité du cadre campagnard, l'ancienneté de l'architecture des bâtiments, le pittoresque des

²¹ Guillaume Ragonnaud, Un remontant pour les territoires, L'INFORMATION AGRICOLE n°786 Avril 2005

sentiers, l'existence d'un étang de pêche ou la mise à disposition de bicyclettes conditionnent bien sûr le succès de l'entreprise. »²².

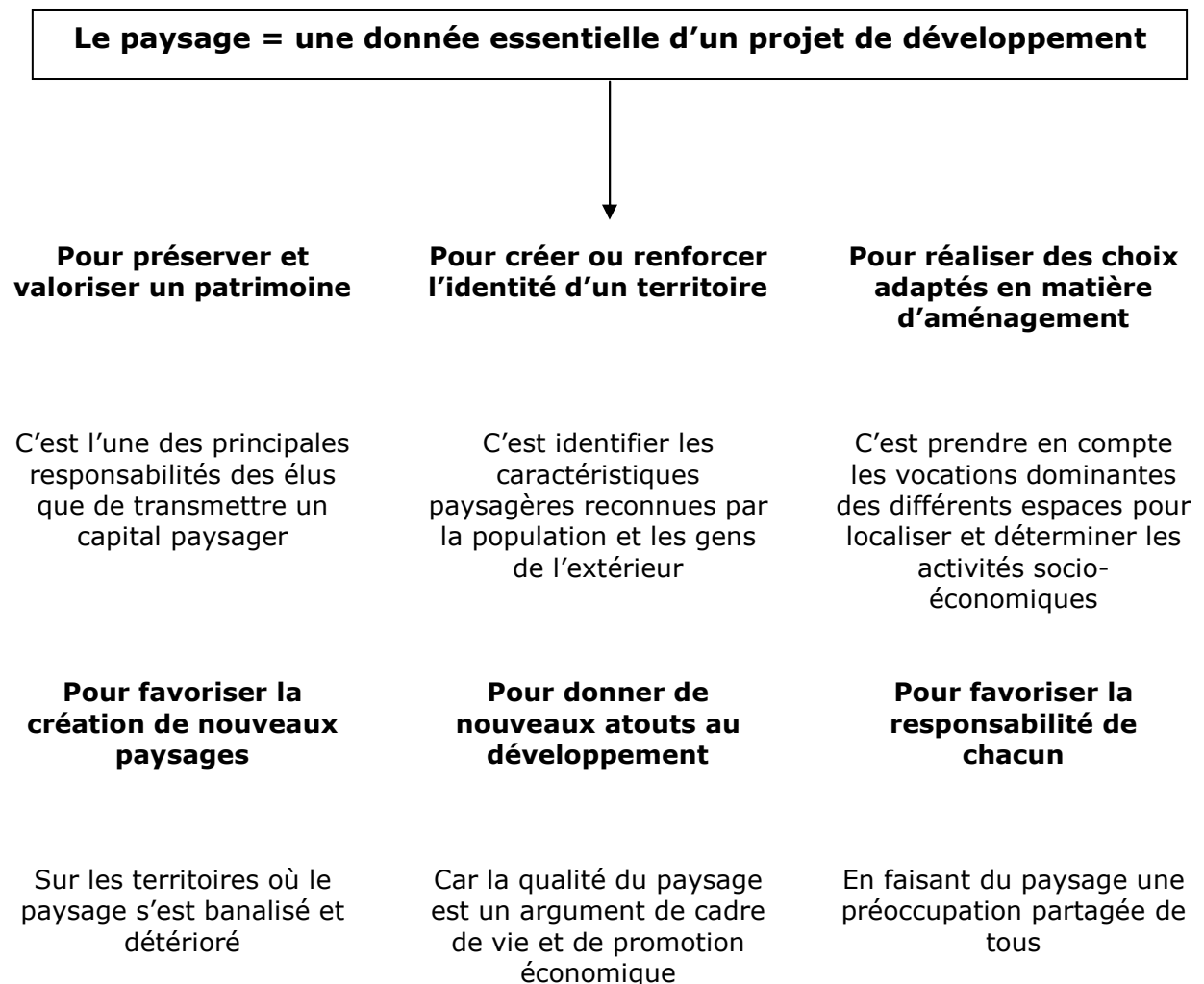


Figure 7 : Schéma sur l'interaction entre paysage et développement local²³

Ce schéma montre l'importance du paysage dans le cadre de vie et comme moyen de promotion d'un territoire. On remarque également que le paysage est un outil indispensable pour favoriser le développement local. Il met donc en relief l'importance de mettre en valeur et de préserver les paysages caractéristiques

²² Pierre Donadieu, *Campagnes urbaines* p156

²³ Fédération des Parcs naturels régionaux de France, La charte paysagère, outil d'aménagement de l'espace intercommunal, la Documentation française, 1995, p28

afin de pérenniser l'activité économique locale et de la développer, sans nuire à son environnement.

Développement local et préservation des paysages ne sont pas deux domaines contradictoires ou en opposition. En effet, la préservation du paysage est un appui au développement local et au maintien d'une activité touristique.

Tout le monde n'a pas la même vision du paysage, ce qui implique donc des pratiques de tourisme différentes.

Le paysage se caractérise par le bâti mais aussi par le végétal. Il faut donc prendre en considération les deux composants qui forment un paysage. Il y a donc la mise en place d'opérations de restauration du patrimoine bâti laissé à l'abandon et du patrimoine végétal. Ces démarches mises en œuvre s'inscrivent dans une politique de reconquête des paysages.

Certaines opérations de replantations de haies, d'arbres sont mises en place afin de contribuer à la reconstitution d'un paysage identitaire, symbole d'une région ou d'un territoire bien précis (ex : le bocage en Normandie).

Le paysage qui s'est modelé (et continu à se modeler) comme résultante de forces contradictoires au fil des siècles, n'est plus seulement le support spatial des activités agricoles, forestières ou industrielles. Il est maintenant devenu un enjeu économique lié au tourisme et une valeur refuge pour les citadins. Une approche globale devrait permettre de le respecter sans le figer. Par contre, pour les paysages exceptionnels, ceux qui entourent les sites reconnus ou ceux qui sont le support d'une activité touristique, il faut mettre en place des politiques de sauvegarde draconiennes. Il semble aussi important de savoir que le « paysage » qui a un fort pouvoir d'attraction sur les clientèles du tourisme rural est très fortement associé dans l'esprit des citadins à la nature sauvage. Il faut en prendre la mesure par rapport à des activités de nature ou de loisir sportif.

Si une politique plus volontariste a des chances de voir le jour, reste le problème du financement de cette protection ou de la reconquête de certains paysages. Une ouverture sur ce point viendra peut-être, entre autres mesures, de la mise en place des Contrats Territoriaux d'Exploitation qui permettent de rémunérer les agriculteurs pour une activité agro-environnementale. En tout cas,

les chiffres du sondage effectué par la DATAR²⁴ sont éloquents : 93% des personnes interrogées approuvent l'interdiction de construire dans certains sites, 82% approuvent l'interdiction de panneaux publicitaires dans certaines zones et 79% souhaitent une réglementation du style des constructions.

III. Le tourisme et le développement local

1. Le tourisme durable dans le temps²⁵

Le tourisme durable est devenu un discours dominant. Il émerge à un moment donné, en fonction des modes de développement récents. Les valeurs qu'ils portent, et ses modalités, sont le produit de deux constats : les effets pervers du tourisme de masse, la crédibilité des autres modes de production, de type artisanal, qui se sont développés dans l'ombre du modèle dominant.

a. Un modèle de tourisme de masse pendant les 30 glorieuses :

Le tourisme en France a d'abord connu une période pionnière, du XIX^e siècle jusqu'à la seconde guerre mondiale, en 1940. Il était caractérisé par un foisonnement d'initiatives privées, sans programmation ni contrôle de l'Etat ou des collectivités locales, sous l'impulsion d'une clientèle urbaine, souvent étrangère. Pendant cette période, des acteurs se sont installés pour en créer. C'est par exemple l'époque de la création de Chamonix ou de la Côte d'Azur par les touristes britanniques.

Une seconde période, pendant les trente glorieuses (années 50-70), est caractérisée par l'intervention de l'Etat et des collectivités locales qui ont inventé un modèle de développement touristique, la station ex nihilo, tout en laissant faire ou en accompagnant d'autres modes de développement, le tourisme diffus.

Les stations ex nihilo sont nées après la guerre, dans l'urgence, avec la motivation de sortir du chaos (Perret, Mauz, 1997). L'objectif était le progrès ; la méthode était d'innover, de moderniser en appliquant une rationalité rigoureuse.

²⁴ Sondage CSA / CEVIPOF, juin juillet 1994

²⁵ J. Perret, Cemagref, 2004

La logique fonctionnaliste a dominé, sur le plan architectural comme sur le plan urbanistique. Cette approche appréhende l'individu à travers ses besoins premiers, d'où une tendance à l'homogénéisation, la standardisation du consommateur et du touriste en particulier (Perret, 1994).

La station est concentrée sur un espace limité, en site vierge, dans un objectif fonctionnel. Les hébergements, les services sont construits à proximité de la ressource : le front de neige pour les stations de ski, le front de mer sur le littoral. La station est construite de toutes pièces ; la logique capitaliste impose des investissements considérables financés par la promotion immobilière. Ce modèle se caractérisait par une entreprise dominante chargée de la construction et de la gestion de l'espace, et dont dépendaient toutes les autres entreprises. Le travail repose sur une organisation du travail salarié, avec importation de main d'œuvre.

Ce modèle a été contesté dès le départ, par les « ruralistes », parce que la station s'imposait dans un espace en niant le territoire, et en n'offrant aux populations locales que de maigres retombées du développement économique. La constatation s'est amplifiée avec l'émergence des problèmes posés par ce mode de développement. Sur un plan financier, les collectivités locales subissaient de lourdes charges d'investissements alors que les profits de la promotion immobilière entraient dans le secteur privé. En termes environnementaux, l'extension des stations des sites à haute valeur écologique a provoqué de telles oppositions que le législateur a été contraint d'encadrer cette croissance.

b. Le tourisme diffus :

En contre point, s'est développé un tourisme diffus en espace rural (stations vertes, agritourisme) et montagnard (les stations villages), et un tourisme orienté vers la protection de la nature avec la création des Parcs Naturels Régionaux (PNR).

Ce tourisme diffus est justifié ou encouragé dans les années 70 par des motivations qui vont annoncer celles du tourisme durable :

- **La préservation de zones de détente :** cette motivation environnementale avait une finalité hygiéniste. L'industrialisation concentrée dans des pôles, le gonflement des agglomérations urbaines, et la multiplication des cités dortoirs, ont interpellé les responsables politiques qui ont voulu préserver « des aires naturelles de détente autour des grandes métropoles », « protéger enfin la nature et les sites, sur de vastes ensembles ». Les PNR ont pour objet « la recherche d'un lieu privilégié d'équilibre et de paix pour l'homme dans l'optique du souci d'esthétique du paysage, du respect du milieu naturel... Ils visent à offrir les joies saines de l'exercice physique et la satisfaction des activités de l'esprit au contact de la nature aux hommes appelés à jouir d'une « vie morale ».²⁶
- **Le rejet d'un tourisme industriel :** La vaste politique d'équipement touristique est fortement critiquée, à cause de son gigantisme, et parce qu'on pense qu'elle provoque une reconversion complète de l'économie, avec abandon de l'agriculture.
- **Eviter le désert :** l'opposition est aussi virulente à propos de la concentration du tourisme sur quelques pôles, qui laissent de côté des grands espaces en mal de développement, ou qui contribuent même à les déstructurer.
- **Une politique de développement global :** Contre la logique de la modernisation et de la croissance, des responsables demandent une « réorientation économique durable, une conversion profonde des activités, pour ouvrir un nouveau destin économique, social et humain, à l'ensemble des populations de montagne et notamment pour sauver la civilisation paysanne » (Lamour, 1970, p 20). Les actions proposées passent par l'action militante, qui doit informer et obtenir l'adhésion des populations (Rambeaud, 1970).
- **Un tourisme accessible à tous :** il s'appuie sur un mode de production diffus. L'économie est fondée sur un tissu de petites entreprises et de travailleurs indépendants. Ces entrepreneurs combinent diverses activités

²⁶ Dugelay, congrès de la FFEM, 1970, Bulletin de la FFEM, n°20, p 274

saisonnnières, dans le tourisme ou en association avec l'agriculture ou l'artisanat. Les systèmes d'emploi s'organisent à l'échelle familiale, avec une pluriactivité individuelle fréquente et une économie informelle généralisée (Biche et al. 1996). L'espace est polyvalent, non spécialisé. Les diverses activités touristiques s'entremêlent.

En quelques décennies, le modèle de référence a changé de camp. Dans les années 60-70, le modèle ex nihilo était la solution pour apporter le progrès, la démocratisation des loisirs, par rapport à un tourisme diffus, désordonné, aux faibles moyens, peu créateur d'emplois. Aujourd'hui, c'est une image inverse que l'on retient de ces différents modes de développement : le gigantisme, le côté inhumain des stations ex nihilo ; le patrimoine, les paysages, les cultures locales que le tourisme diffus a su préserver. Minoritaires, les tenants du tourisme diffus semblent avoir gagné la partie avec l'émergence du tourisme durable.

Les stratégies de tourisme durable

Le tourisme durable est devenu un concept, un objet de débat incontournable. Un discours commun s'est installé, mais il est utilisé pour des stratégies opposées.

c. Un discours commun :

Prenons les discours de deux institutions de niveau différent : l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme), et la fédération européenne des Parcs Naturels Régionaux.

L'OMT déclare dans son code d'éthique²⁷ : « Il est du devoir de l'ensemble des acteurs du développement touristique de sauvegarder l'environnement et les ressources naturels, dans la perspective d'une croissance économique saine, continue et durable, propre à satisfaire équitablement les besoins et aspirations des générations présentes et futures » (article 3) et pour cela « réduire la pression de l'activité touristique sur l'environnement, accroître son impact bénéfique sur l'industrie touristique et l'économie locale ». « Les populations

²⁷ OMT (1999) : Code mondial d'éthique du tourisme. Assemblée Générale de l'OMT en Octobre 1999 à Santiago du Chili

locales sont associées aux activités touristiques et participent équitablement aux bénéfices économiques, sociaux et culturels qu'elles génèrent et spécialement aux créations d'emplois directes et indirectes qui en résultent » (article 5). « la possibilité d'accéder, directement et personnellement, à la découverte des richesses de la planète constitue un droit également ouvert à tous les habitants du monde » (article 7).

De leur côté, les Parcs Naturels Régionaux européens affirment :

- **Le tourisme durable est d'abord une préoccupation d'ordre écologique :** il est défini comme étant « toute forme de développement qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles »²⁸... Cette préoccupation est dans la foulée de la conférence de Rio en juin 1992. Les priorités sont donc de laisser l'espace propre ou intact, de ne pas perturber les milieux, de ne pas les transformer par des équipements lourds. En cas de pollution, on recommande de traiter ou recycler (eau, ordures ménagères). Cela suppose d'évaluer régulièrement les effets des activités touristiques.
- **Le tourisme durable rime avec le développement local :** le tourisme doit contribuer « de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés »²⁹. Cette volonté se caractérise par les principes suivants : la valorisation des ressources et des savoir-faire locaux, la promotion de l'emploi stable pour les gens du pays, l'équilibre entre les activités économiques (sans focalisation sur le tourisme), des effets d'entraînement du tourisme sur les autres activités, la diffusion des activités touristiques dans l'espace, la maîtrise locale du développement, l'amélioration de la qualité de vie des populations.

Sous des mots voisins, en se référant aux mêmes textes fondateurs, ces institutions, de niveau international et national, militent pour un même tourisme. Ils sont semble-t-il, d'accord sur les perspectives, mais les chemins pour y

²⁸ Charte Européenne du tourisme durable dans les espaces protégés. Fédération des Parcs Naturels Régionaux. Novembre 1997, p 18.

²⁹ Charte européenne, 1997, p1.

parvenir sont radicalement différents. Deux grandes logiques sont mises en œuvre, celle de la moralisation, et celle du renversement.

Dans ce cas précis, le tourisme durable offre deux opportunités complémentaires : le développement local et la préservation des milieux. C'est dans cette optique que le tourisme vert prônant permettrait la sauvegarde des paysages et sa mise en valeur tout en tenant en compte de la nécessité de protéger le patrimoine culturel et paysager local.

d. La notion de zone touristique :

On a longtemps considéré qu'une zone touristique est une zone qui bénéficie d'une forte notoriété du fait de ses sites, de ses monuments, de ses atouts climatiques ou de ses particularismes culturels.

Les sites doivent généralement leur notoriété soit à la spécialité et à la beauté des paysages et monuments (marais poitevin, mont St Michel...), soit à l'usage que l'on peut en faire (montagne et littoral pour les activités de loisirs...).

Dans ce cas précis, une zone touristique rurale est un espace touristique identifié par la population qui souhaite y développer un tourisme local, voulu et maîtrisé, un tourisme de rencontre, un tourisme de partage. Il s'agit donc d'un tourisme local qui s'exprime au travers d'initiatives et de gestions locales, avec des retombées locales. Ce tourisme est aussi marqué par l'intérêt porté sur les paysages locaux, valorisant la culture locale par la même occasion.

Le tourisme rural dit aussi tourisme vert est un mode qui s'appuie sur la notion d'espace, de société, de culture et cela explique pourquoi il ne peut y avoir de tourisme rural sans l'implication de la population.

2. Rapport en tourisme et agriculture

a. Les rapports entre le tourisme et l'agriculture

L'agriculture et la sylviculture constituaient traditionnellement la base de la vie rurale. Elles représentaient les principaux employeurs de main-d'œuvre, les principales sources de revenu de l'économie rurale et indirectement exerçaient une puissante influence sur les traditions, les structures du pouvoir et les modes

de vie. Conjuguées, les décisions des agriculteurs et des forestiers déterminaient l'utilisation des terres rurales et les paysages.

A la fin du 20ème siècle, le rôle central de l'agriculture et de la forêt s'est réduit. Ces deux activités ont supprimé une grande partie de leur main-d'oeuvre. La puissance économique de l'agriculture et de la sylviculture s'est réduite, en particulier parce que leur rentabilité est fortement tributaire des subventions de l'État.

La tradition disparaît progressivement devant l'attaque conjuguée de la télévision, de la mécanisation de l'agriculture et de l'exploitation forestière. Même le rôle des agriculteurs et des arboriculteurs en tant que "jardiniers du paysage" a diminué : le pouvoir commence à passer aux spécialistes de l'aménagement du territoire et de la conservation.

Dans cette situation mouvante, deux mythes se sont développés quant au rôle du tourisme rural. L'un est que celui-ci est fondé sur la ferme. Le deuxième est que la diversification des activités des agriculteurs en direction du tourisme "sauvera" dans tous les cas la communauté paysanne. Or, tout ceci est faux parce que les rapports entre l'agriculture, la sylviculture et le tourisme sont extrêmement complexes.

Le tourisme à la ferme a réussi dans de nombreuses régions (mais pas dans toutes), grâce à une conjugaison très efficace de divers facteurs : petite dimension des exploitations, intérêt des paysages, proximité des marchés, liens traditionnels entre villes et campagnes en raison du caractère tardif de l'exode rural, occupation des fermes par leurs propriétaires et tradition d'intervention active des pouvoirs publics locaux et des associations. De plus, le rôle du tourisme à la ferme a été exagéré parce qu'il a bénéficié d'une grande attention de la part à la fois du ministère de l'Agriculture et des universitaires. La bibliographie du tourisme rural montre que le tourisme à la ferme est la catégorie de tourisme rural qui a fait l'objet du plus grand nombre d'études publiées. Dans les régions où des facteurs cités plus haut sont absents, le tourisme à la ferme a été lent à se développer. Les raisons en sont notamment :

- L'éloignement par rapport au marché des vacances urbaines ;
- Des exploitations agricoles de moyenne et grandes dimensions qui n'ont pas eu besoin de se diversifier ou qui ont été regroupées pour créer des exploitations plus importantes ;

- Exploitations en fermage qui n'ont pas été autorisées par le propriétaire à se diversifier ou qui ont été regroupées pour créer des exploitations plus importantes ;
- Exploitations agricoles très pauvres et très petites ne disposant pas de chambres à louer ;
- Des coopératives et des conseils municipaux ou offices touristiques qui n'ont pas aidé à la commercialisation et à la fourniture d'infrastructures ;
- Paysage/patrimoine/activités présentant peu d'attraits ;
- Une seule saison de courte durée.

Mais cela ne signifie pas qu'il en va de même du tourisme rural. De nombreux types de vacances rurales évoqués plus haut ne sont pas tributaires de la ferme. L'hébergement peut être assuré dans des hôtels et des motels, chez l'habitant en ville ou dans les villages, dans des refuges, en camping.

La diversification vers le tourisme rural est souvent considérée comme un remède potentiel pour tous les maux de l'agriculture. Il ne fait pas de doute que dans certaines régions et pour certaines activités le tourisme peut être fort utile. Mais son application universelle pose de sérieux problèmes :

- Dans de nombreuses exploitations, le tourisme à la ferme ne réduit pas la productivité. Dans certains cas, les gains supplémentaires provenant du tourisme sont investis pour accroître cette productivité.
- Certaines régions ne se prêtent pas à un développement intensif du tourisme parce qu'elles sont trop reculées, qu'elles manquent d'attrait sur le plan du paysage ou du patrimoine et pour d'autres raisons encore ;
- Pour réussir, le développement du tourisme à la ferme semble exiger une coopération active et efficace pour la développement et la commercialisation. Or, de nombreuses régions n'ont pas de tradition de coopération entre agriculteurs ou entre ceux-ci et les pouvoirs publics.

La relation la plus importante dans le tourisme rural est celle qui lie le développement du tourisme et le développement rural en général (y compris les services ruraux, l'installation de nouvelles entreprises, la conservation, l'élargissement du rôle des femmes, les investissements venus de l'extérieur).

L'agriculture a un grand rôle à jouer dans le tourisme, mais ce n'en est que l'une des nombreuses facettes : son importance peut varier selon la situation locale, régionale et nationale.

b. Intérêt du tourisme rural

Le tourisme rural n'est pas totalement nouveau. L'intérêt pour les loisirs à la campagne s'est développé au 19ème siècle en réaction au stress et au côté sordide des villes industrielles en expansion.

Le nouveau tourisme rural des années 70, 80, 90 et 2000 est cependant différent à plusieurs égards. Il concerne beaucoup plus de personnes. La pénétration de ces visiteurs est elle aussi beaucoup plus importante. Le développement de la voiture privée et des locations automobiles internationales permet de se rendre bien au-delà de ce que permet le réseau ferré. Surtout, le tourisme ne se concentre plus uniquement dans les régions où les paysages sont spectaculaires mais se répand dans des campagnes de tous types. Il s'est également libéré des grandes stations spécialisées pour pénétrer jusque dans les bourgs et les villages et devenir véritablement rural.

La croissance du tourisme rural est difficile à chiffrer, car peu de communes ou régions recueillent des statistiques d'une façon qui permette de distinguer le tourisme purement rural des autres formes de tourisme. La plupart des administrations nationales chargées du tourisme sont cependant d'accord pour reconnaître qu'il s'agit d'un secteur en croissance.

c. Une définition du tourisme rural ?

A première vue, la question est simple. Le tourisme rural est un tourisme qui a lieu à la campagne. Mais en deuxième analyse, une définition simple du tourisme rural ne convient pas dans tous les cas. Par ailleurs, il est difficile d'établir une définition plus complexe qui s'applique à toutes les zones rurales. Les problèmes sont les suivants :

- Le tourisme urbain ou en station ne se limite pas aux zones urbaines mais a des prolongements dans les zones rurales ;
- Les zones rurales elles-mêmes sont difficiles à définir, et les critères utilisés varient énormément selon les pays ;

- Tout le tourisme qui a lieu dans les zones rurales n'est pas purement "rural" - il peut avoir un caractère "urbain" et simplement se situer dans une zone rurale ;
- Le tourisme est historiquement un concept urbain ; la grande majorité des touristes vivent dans des zones urbaines. Le tourisme peut donc avoir une influence urbanisante sur les zones rurales en encourageant le changement culturel et économique et de nouvelles constructions ;
- Les formes de tourisme rural qui se sont développées diffèrent selon les régions. Les vacances à la ferme sont courantes dans beaucoup de régions alors que dans d'autres endroits, elles sont beaucoup plus rares ;
- Les zones rurales elles-mêmes ont entamé un processus complexe de mutation. La distinction autrefois nette entre urbain et rural est aujourd'hui rendue floue par l'expansion des banlieues, les trajets quotidiens à longue distance et le développement des résidences secondaires ;
- Le tourisme rural est une activité complexe à multiples facettes : ce n'est pas uniquement un tourisme fondé sur la ferme. Il comprend des vacances à la ferme mais aussi des vacances de nature sur des thèmes particuliers ainsi que l'éco-tourisme, la marche, l'alpinisme, les randonnées à bicyclette ou à cheval, l'aventure, le sport et le tourisme de santé, la chasse et la pêche, les voyages éducatifs, le tourisme axé sur l'art et le patrimoine et dans certaines régions le tourisme ethnique.

Le tourisme rural comportant de multiples facettes, tout comme les zones rurales elles-mêmes, qui sont rarement des entités statiques ou autonomes totalement libres d'influences urbaines, il est difficile d'en trouver une définition pratique suffisamment universelle. Dans presque tous les cas, cependant, la ruralité est l'argument central de vente de vacances touristiques à la campagne. La recherche d'une définition doit donc commencer par la compréhension de la notion même de ruralité.

3. L'importance du paysage dans l'activité touristique

a. L'importance de la préservation des paysages :

Les paysages sont comme les sociétés qu'ils produisent car ils sont continuellement en décomposition et recomposition. Ces évolutions du paysage s'effectuent dans les limites des modèles inventés par les uns et adoptés par les autres, selon des relations sociales complexes et des processus politiques, sociaux, philosophiques, économiques et techniques qui engendrent des directions différentes dans l'histoire au niveau des rapports entre les hommes, la nature et l'espace.

Le paysage au sens large est né du mariage entre la nature et la société humaine. De ce fait, on peut dire que le paysage est vivant et qu'il est normal qu'il évolue. Pourtant, comme le souligne Yves LUGENBUHL³⁰ (directeur de recherche au CNRS), « le corps social est attaché à l'idée de permanence, à la fonction de repères assurée par les espaces ruraux ». Cette réflexion illustre bien l'ambiguïté qui existe en matière de définition et de perception du paysage. De cette première opposition découle un dilemme que l'auteur souligne de la façon suivante : « ou nous sauvegardons pour répondre à ce désir de continuité mais nous immobilisons le devenir, ou nous laissons être le paysage, nous le faisons être, et c'est à ce moment que le problème du consensus se pose, car aujourd'hui le paysage est perçu comme un bien appartenant à tous »³¹.

En matière de tourisme, le paysage est un décor pour un pays, reflétant son identité propre et son caractère particulier. En effet, on identifie la plupart du temps un pays à son paysage caractéristique, l'image d'un pays s'exprime au travers d'une représentation graphique mentale qui s'apparente de façon inexorable à un ou des paysages.

³⁰ Bimestriel du tourisme en espace rural réalisé par le Centre National du Tourisme en Espace Rural et l'Association Tourisme en espace rural, n°17, janvier-fevrier 1995, extrait de l'article sur La sauvegarde des paysages : un enjeu pour le monde rural, p9.

³¹ Id, p9.

b. Tourisme rural : concept de développement et de préservation

On a dit plus haut que la ruralité en tant que concept était liée à de faibles densités de population et à un vaste espace sur lequel on ne trouve que de petites unités de peuplement comptant généralement moins de 10 000 habitants. Les sols sont essentiellement occupés par l'agriculture, la sylviculture et des zones naturelles. Les sociétés tendent à être traditionnelles : l'influence du passé est souvent forte. Les politiques adoptées par les gouvernements visent à la sauvegarde plutôt qu'à un changement rapide ou radical.

Il s'ensuit par conséquent que le tourisme rural doit être :

- Situé en zone rurale ;
- Fonctionnellement rural - c'est-à-dire fondé sur les caractéristiques particulières du monde rural, à savoir la petite entreprise, les grands espaces, le contact avec la nature, le patrimoine, les sociétés et les pratiques "traditionnelles" ;
- A l'échelle rurale - du point de vue aussi bien du bâti que des unités de peuplement et par conséquent se pratiquer en général à petite échelle ;
- Traditionnel de nature, de croissance lente et lié aux familles locales. Il doit être en général essentiellement placé sous le contrôle des collectivités locales et développé de façon à répondre à l'intérêt à long terme de la région ;
- Viable, en ce sens que son développement doit aider à maintenir le caractère rural particulier de la région et faire un usage des ressources locales qui soit viable à long terme. Le tourisme rural doit être considéré comme un outil potentiel de préservation et de durabilité et non comme un outil d'urbanisation et de développement ;
- De nombreux types différents, correspondant à la diversité de l'environnement, de l'économie et de l'histoire de l'espace rural.

Il apparaît donc important de prendre en compte la notion de développement durable dans les projets de développement touristique afin de conserver le patrimoine paysager, véritable héritage de l'histoire locale. Cette réflexion de l'interrelation entre le tourisme vert et les paysages sera illustré au travers de deux exemples : le Parc naturel régional de la Brière et la route des vins dans l'Yonne.

DEUXIEME PARTIE :

Les cas d'études

Le Parc Naturel Régional de Brière
et

La route des vins dans l'Yonne

I. Les Parcs Naturels Régionaux

Un Parc naturel régional est un territoire rural fragile, au patrimoine remarquable, qui s'organise autour d'un projet pour assurer durablement sa protection, sa gestion et son développement économique et social.

Le territoire « Parc naturel régional » classé par décret pris sur rapport du ministre chargé de l'environnement (pour une durée maximale de 10 ans renouvelable), bénéficie d'une marque de qualité.

Il est géré par un organisme autonome regroupant toutes les collectivités qui ont approuvé sa Charte.

1. La vocation d'un Parc Naturel Régional :

Un Parc naturel régional a pour vocation de protéger et faire vivre le patrimoine naturel, culturel, humain de son territoire pour construire son avenir. Dans cette optique, il met en œuvre une politique innovante d'aménagement et de développement économique et social. Ce développement durable s'appuie en partie sur la gestion de son patrimoine.

2. Ses missions :

- **La protection du patrimoine** : il s'attache à gérer de façon harmonieuse ses espaces ruraux ; à préserver et valoriser ses ressources et ses sites les plus remarquables ou les plus fragiles.
- **Le développement économique et social** : il fonde sa politique de développement économique sur la préservation de l'environnement et la valorisation de son patrimoine. Il a pour mission d'assurer une qualité de vie pour ses habitants en soutenant l'économie locale, en valorisant son territoire et ses ressources naturelles et humaines, notamment par le développement d'un tourisme de qualité.
- **L'accueil et l'information du public** : il favorise le contact du public avec la nature, sa compréhension et sa sensibilisation aux problèmes de l'environnement, sa découverte de la culture locale, à partir d'activités et d'équipements respectueux de la nature et des paysages.

- **L'expérimentation** : il a enfin pour mission de mettre au point des procédures et des méthodes d'actions expérimentales qui peuvent être reprises sur tout autre territoire.

Figure 8 : Action prioritaire de P.N.R. pour les touristes

Action	Part (en%) pour qui l'action est primordiale
Protection et conservation du paysage	63,3
Protection des oiseaux	13,3
Programme d'animation sur le thème de l'environnement	12,2
Intégration des bâtiments agricoles	6,2
Aménagement des centres-bourgs	5

Source : Economie et statistique n°373, 2004

Comme on peut le remarquer, il y a une réelle prise de conscience de la part des touristes en terme de conservation des paysages. En effet, le tableau montre que l'action primordiale dans un Parc Naturel Régional est de protéger et de conserver les paysages caractéristiques du territoire.

De ce fait, on peut dire que la protection du paysage apparaît comme une source de satisfaction morale.

Ce résultat va dans le sens de l'hypothèse retenue selon laquelle le temps passé au contact du paysage influence la valeur qu'on lui accorde. Dans ce cas, ce n'est pas la durée du séjour qui expliquerait une différence de valeur pour le paysage, mais plutôt l'existence d'une expérience passée du paysage, d'une connaissance passée du site, autrement dit du temps déjà passé sur le lieu. Comme si une sorte d'expérience du paysage se créait avec le temps et justifiait une valorisation plus forte du paysage de la part des individus.

3. Enquête réalisée en janvier 2000 auprès de 115 000 habitants des Parcs (par l'Institut Louis Harris) :

En 2000, les Parcs naturels régionaux ont confié à l'Institut Louis Harris le soin de réaliser une enquête auprès des habitants des communes qui composent leurs territoires, afin de tenir compte au mieux de leur opinion pour les actions qu'ils devront mener à l'avenir.

Sur la base d'un questionnaire diffusé en 115 000 exemplaires auprès des habitants de 30 Parcs naturels régionaux, il s'agissait de rassembler des éléments objectifs sur :

- leur degré de connaissance et de perception sur leur Parc en particulier, et les Parcs naturels régionaux en général ;
- leur sentiment d'appartenance au Parc les concernant ;
- l'état des lieux de leurs relations avec le Parc ;
- leur degré de satisfaction et d'implication vis-à-vis de leur Parc ;
- leurs attentes éventuelles.

Les habitants des Parcs sont très satisfaits de vivre dans un Parc naturel régional

A titre personnel, êtes-vous satisfait de vivre dans un Parc naturel régional ?

- | | | |
|--|---|------------|
| <input type="checkbox"/> Très satisfait 20 % | } | 78% |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfait 58 % | | |
| <input type="checkbox"/> Peu satisfait 15 % | | |
| <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfait 3 % | | |

Les habitants des parcs régionaux sont satisfaits de la qualité de vie dans leur commune

Globalement, êtes-vous très satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas du tout satisfait de la qualité de vie dans votre commune ?

- | | | |
|--|---|------------|
| <input type="checkbox"/> Très satisfait 30 % | } | 81% |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfait 51 % | | |
| <input type="checkbox"/> Peu satisfait 10 % | | |
| <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfait 4 % | | |
| <input type="checkbox"/> Ne se prononce pas 4 % | | |

Dans cette première partie du questionnaire, on note que les personnes sont majoritairement satisfaites de faire partie d'un Parc Naturel Régional. Elle montre également l'importance accordée au cadre de vie de la part des habitants d'un Parc.

Globalement des avis assez partagés sur la contribution du parc à la qualité de vie

Diriez-vous globalement, que son existence contribue ... à votre qualité de vie...

- ☐ Très bien 14 %
- ☐ Assez bien 42 %
- ☐ Peu 31 %
- ☐ Pas du tout 10 %

Trois atouts majeurs :

- **La beauté des paysages**
- La qualité de l'air
- L'attrait touristique

Trois points faibles :

- **L'intégration des constructions nouvelles dans le paysage**
- L'accès aux transports
- L'activité économique et l'emploi

Cette deuxième partie permet de mettre en relief la beauté du paysage souligné par les habitants. Il y a donc une réelle prise de conscience en matière de patrimoine naturel et de qualité paysagère des territoires, comme le soulignent les attentes des habitants.

Des attentes variées qui ont trait :

A LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

- ☐ **Paysages**
- ☐ Qualité de l'eau
- ☐ Faune et flore
- ☐ Sensibilisation à l'environnement
- ☐ Gestion des déchets

AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET À L'EMPLOI

Des points à privilégier à l'avenir : une grande variété des attentes

- **Préservation des paysages 35 %**
- Préservation de la qualité de l'eau 33 %
- Protection de la faune et de la flore 32 %
- Dynamisme économique et emploi 30 %
- Sensibilisation à l'environnement 29 %
- Meilleure gestion des déchets 28 %
- Entretien des espaces naturels 27 %
- Préservation de la qualité de l'air 25 %
- Sauvegarde de l'architecture traditionnelle 20 %
- Connaissance par les enfants de la région 20 %
- Maintien et amélioration des commerces, services 20 %
- **Développement du tourisme 19 %**
- Qualité de l'image de la région à l'extérieur 19 %
- Qualité des transports 19 %
- Intégration des constructions neuves dans les paysages 18 %
- Organisation d'une offre de loisirs 17 %
- Création de liens sociaux 16 %
- Dynamisme de la vie culturelle 16 %

Comme on peut le remarquer, le paysage est un élément primordial dans le cœur des habitants d'un Parc Naturel Régional. Ils ont une véritable volonté de protection et de préservation de leur patrimoine naturel et architectural, tout en soulignant l'intérêt de développer et de maintenir une activité touristique. Car c'est au travers de cette activité qu'un territoire peut survivre et fonctionner. Mais c'est aussi l'une des principales sources de revenu pour un grand nombre d'habitants qui ont fait le choix de mettre en valeur un savoir-faire local et un cadre de vie, accessible à tous.

III. Bilan du tourisme en Brière

Cette activité touristique est principalement fondée sur la mise en valeur du patrimoine du parc. C'est aussi par le développement touristique que l'entretien et la conservation des paysages sont devenus possibles. Cette promotion du territoire est un apport essentiel dans la politique de conservation de protection de l'espace. En effet, l'activité touristique permet le maintien et renforce les paysages traditionnels, la culture et le savoir-faire d'une région ou d'un territoire. C'est sensiblement l'un des principaux financeurs pour la réhabilitation et le maintien des activités, notamment agricoles, au sein du Parc.

1. Les points forts :

Le Parc naturel régional de la Brière bénéficie d'une position stratégique en matière de tourisme. En effet, la proximité d'une station balnéaire telle que La Baule est un réel atout pour la fréquentation touristique, favorisée également par une accessibilité aux divers sites du Parc.

Néanmoins, seule une partie du Parc est dévolue au dynamisme touristique, ce qui permet de limiter et de contrôler l'impact de cette activité sur l'environnement et en particulier sur le paysage briéron.

Le tourisme vert en Brière est un tourisme de passage (pas plus de 2 jours en moyenne) et il est concentré sur une période allant de Juin à Septembre. Cette concentration et la durée de séjour sont autant de facteurs qui permettent de limiter l'impact de cette activité sur l'environnement.

Le développement du tourisme vert a permis la conservation des paysages, de la culture locale et des activités locales (sel, paniers, élevages,...) Cela s'illustre par la présence de l'agriculture au sein du Parc qui est privilégié par les politiques afin de pérenniser et d'entretenir les paysages traditionnels. Le développement des fermes auberges permet également d'allier le savoir-faire gastronomique et les attentes en matière de découverte des produits locaux tout en préservant l'architecture d'origine et donc le paysage traditionnel.

Le tourisme est un véritable apport financier permettant l'attribution de subventions pour restituer les milieux naturels et bâtis (restauration des maisons

en toit de chaume). L'économie du tourisme vert semble donc vitale pour le fonctionnement et le développement du Parc de la Brière.

Le développement des infrastructures touristiques peut certes nuire aux paysages (maison du tourisme, passerelles pour enjamber les marais, aires de pique-niques...). Mais il y a un effort d'intégration des bâtiments et infrastructures dans le paysage local du marais avec l'utilisation de matériaux naturels (bois, roseaux...). A cela s'ajoutent les règles mises en place dans la Charte du Parc et dans les documents d'urbanisme des collectivités qui permettent une meilleure intégration des bâtiments et limitent les espaces de constructions.

2. Les points faibles :

Le tourisme vert est sans cesse croissant, ce qui peut être néfaste pour le milieu naturel et de ce fait sur les paysages. En effet, une surfréquentation de certaines parties du marais peut engendrer une dégradation du milieu qui, à long terme, va affecter les paysages. Cet effet de réaction en chaîne peut entraîner une perte d'identité du Parc naturel et donc –à terme- une diminution de la fréquentation touristique.

La surfréquentation du marais résulte d'une politique du tourisme. Le développement des infrastructures va donc favoriser l'accroissement des activités vertes (randonnées pédestres, à vélos, à cheval...), mais, en excès, celles-ci peuvent dénaturer le paysage et contribuer à long terme à la dégradation du milieu. Par exemple, sur certains chemins de randonnées, la surfréquentation entraîne une dégradation du milieu naturel à court terme et du paysage à long terme.



Figure 18 : Un sentier de randonnée trop fréquenté

De plus, la multiplication des aires de pique-nique entraîne la dégradation et la pollution du milieu naturel par des personnes peu respectueuses de l'environnement et du site.

3. Les enjeux :

Le tourisme vert doit s'inscrire dans une dynamique de développement local respectueux du paysage et de l'environnement. Les politiques en matière d'intégration des infrastructures se sont avérées efficaces et nécessaires afin de protéger les paysages et de permettre le développement de l'activité touristique. Les initiatives prises en matière de préservation du paysage doivent être confortées et renforcées. Par ailleurs, l'augmentation de la fréquentation touristique, si elle induit la création d'activités et d'infrastructures destinées à les satisfaire, doit être également considérée comme une invitation à soigner l'aménagement paysager.

De même, il apparaît important de limiter l'accès de certaines parties du marais afin de limiter l'impact sur le milieu naturel d'une surfréquentation et de réhabiliter les chemins et zones dégradés.

Il est important de conforter, d'inciter l'activité agricole qui est un moyen de préserver et d'entretenir les paysages. Cette activité fait partie intégrante de l'histoire du marais briéron et représente un véritable atout pour le tourisme vert.

Le développement du tourisme doit se faire dans une optique de durabilité afin que ne se reproduisent plus les erreurs du passé (mitage, matériaux non locaux, dégradation du milieu naturel...). C'est pour cela qu'un effort tout particulier doit être réalisé afin de sensibiliser le public sur l'importance de préserver le milieu naturel et, de ce fait, les paysages.

La promotion du patrimoine naturel et architectural doit s'inscrire dans une politique de sauvegarde où le tourisme vert -qui est un élément essentiel- ne doit pas s'imposer comme un facteur nuisible. Il faut donc conforter les actions mises en place en matière de gestion et de réglementation au sein du Parc afin d'éviter une transformation lente du paysage caractéristique de la Brière.

Exemples de projets menaçant le paysage briéron :

Fin des années 1970, une pétition fut réalisée contre l'intention de promoteurs de combler les marais salants entre la ville du Pouliguen et Guérande pour ériger des immeubles entre mer et Brière. Cette opération d'urbanisme avait pour intention de créer des logements afin de promouvoir et de développer le tourisme vert en Brière, en complément de la station balnéaire voisine de la Baule. Ce projet de développement touristique qui n'a pas vu le jour aurait eu un impact fort dans le paysage, détruisant ainsi un cadre et un milieu naturel riches. Dans ce cas précis, le tourisme apparaît comme néfaste pour la préservation du patrimoine paysager.

Un autre projet qui s'il avait vu le jour aurait, eu également un impact paysager et environnemental important, c'est bien la réalisation d'une route à 2X2 voies reliant directement la ville de La Baule à celle de Guérande. Cette infrastructure à but essentiellement touristique passait en effet dans le périmètre du Parc naturel de la Brière et il aurait traversé de multiples paysages caractéristiques des environs, notamment les marais salants de Guérande qui sont l'image de la commune.

Ces deux exemples de projets qui avaient pour vocation de promouvoir un développement touristique mettent en exergue la prise en considération du paysage comme élément essentiel du patrimoine local. Il apparaît donc nécessaire de penser la manière la plus durable possible en matière de développement d'infrastructures touristiques et de ne pas céder à la pression exercée par cette activité. Le tourisme dans son ensemble doit s'inscrire dans une démarche de durabilité, respectueuse du territoire et du paysage, car sans cette préservation, c'est l'identité même d'un territoire qui est compromise : le tourisme vert ne recherche-t-il pas essentiellement le naturel des lieux ?

Deuxième cas d'étude :

La route des vins dans l'Yonne

I. Le tourisme en Bourgogne

Introduction :

La Bourgogne, renommée pour ses paysages, son patrimoine, ses vins, est une étape pour les visiteurs français et étrangers. On a dénombré 4,4 millions de nuitées dans l'hôtellerie en 2002 dont 39% générées par les étrangers. La durée des visites est courte : 1,3 jours. Dans les campings, la durée moyenne de séjour est de 2,5 jours, pour 1,3 millions de nuitées, dont 64% générées par la clientèle étrangère. Les résidences secondaires sont un élément de dynamisme dans les zones peu peuplées : elles représentent 10% du parc des logements (moyenne nationale : 9%).

Forte de la richesse de son patrimoine et de la diversité des activités proposées (tourismes vert, fluvial, culturel, gastronomique...), la Bourgogne est la **11e région de destination pour les Français et 8e pour les étrangers**. La région accueille cependant essentiellement des touristes de passage ce qui explique que la Bourgogne ne soit qu'au 15e rang sur le plan du nombre de nuitées et de la consommation touristique.

Avec 1,9 milliard d'euros, le tourisme en Bourgogne pèse 5,3 % du P.I.B. régional. 13 000 salariés travaillent dans les débits de boisson, les hôtels et les restaurants, 7 000 salariés dans des secteurs divers vivent également du tourisme, soit **20 000 emplois** et près de 4 % de l'activité au premier rang des industries régionales. Elle génère toute une série d'activités et d'échanges (alimentation, biens de consommation, viticulture, services...) qui contribuent largement à la richesse régionale.



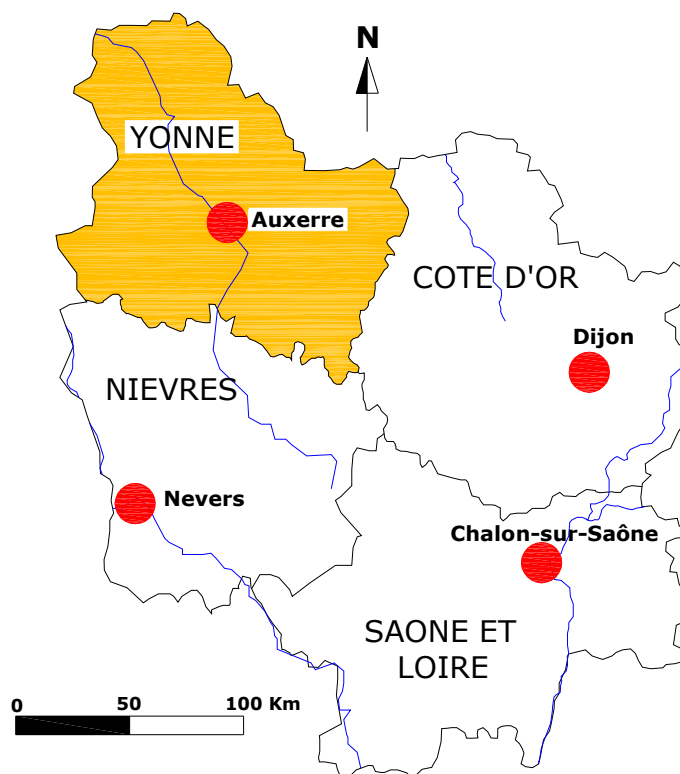
Figure 19 : un paysage de vignoble

Dans l'espace rural, le tourisme contribue indéniablement au maintien de l'activité économique ainsi qu'à la rénovation du patrimoine bâti. Élément de

diversification de l'activité agricole, le tourisme notamment d'itinérance, appuie son développement sur la diversité du patrimoine naturel, culturel, artisanal régional.

Le paysage de l'Yonne se caractérise par ses vignes et ses « cabottes » (cabanes de vignerons en pierres sèches), ses vallons, ses forêts, ses églises et abbayes. Ces principaux critères sont les moteurs du tourisme vert qui recherche un territoire de caractère et d'histoire où se mêlent nature et culture. Avec le développement des gîtes ruraux et du tourisme à la ferme, le tourisme vert tient une part importante dans l'économie locale. Le département de l'Yonne possède donc une offre importante en matière de d'activités touristiques, ce qui explique une influence croissante chaque année.

Figure 20 : Carte de localisation de l'Yonne



Source : fond de carte INSEE

Située au Nord-Ouest de la région Bourgogne, le département de l'Yonne compte 333 316 habitants soit 20% de la population totale de la région. Ce département est un territoire marqué par l'activité viticole qui trouve en ces lieux

un véritable essor depuis de nombreuses années. C'est pour cela qu'il apparaissait intéressant de se focaliser afin de comprendre pourquoi le paysage local est un véritable atout pour le tourisme vert.

1. Le poids économique du tourisme dans le département de l'Yonne

En 2000, la fréquentation des touristes français dans l'Yonne est de 5,157 millions de nuitées soit 26% de l'ensemble des nuitées françaises en Bourgogne. La consommation de ces touristes français dans le département s'élève à 123,09 millions d'euros soit 21% de la consommation touristique française en Bourgogne.

L'Yonne se place au 3ème rang des départements bourguignons en terme de consommation touristique française mais au 2ème rang en terme de nuitées françaises.

En terme d'emploi, on compte 4 007 emplois salariés liés au tourisme, soit 4,1% de l'ensemble des salariés icaunais et 20% de l'emploi touristique régional.

2. Une offre de tourisme diversifiée

Véritable paradis du tourisme vert, est spécialement recommandé aux amateurs de randonnées, aux pêcheurs, aux kayakistes et aux inconditionnels du tourisme fluvial.

L'Yonne et le Canal du Nivernais sont également le paradis des amateurs de balades au fil de l'eau à bord de bateaux de plaisance confortablement aménagés.

Le tourisme équestre

54 établissements proposent la pratique de l'équitation sous toutes ses formes.

Le département de l'Yonne compte :

- 10 étapes pour randonneurs et leurs chevaux ;
- 10 centres de tourisme équestre proposant des randonnées accompagnées ;
- 5 centres équestres habilités à enseigner l'équitation ;
- 7 poney-clubs spécialisés dans l'enseignement de l'équitation aux enfants ;
- 22 clubs polyvalents combinant les activités de centre équestre et de poney-club ;

Par ailleurs, 4 prestataires proposent la pratique de l'attelage.

Actuellement, 4 000 kilomètres de chemins de randonnée accessibles aux chevaux sont reconnus et 1 600 d'entre eux sont balisés dans le département. Cela représente 16% des chemins bourguignons balisés pour la promenade équestre.

En 2002, l'Yonne compte 3 206 licenciés équestres dont 606 en tourisme équestre. Cela représente environ le quart des pratiquants de la région. En effet, toutes catégories confondues, poney, tourisme et sports équestres, la Bourgogne recense 12 500 licenciés¹.

La randonnée pédestre

La randonnée pédestre est une activité de nature en pleine expansion.

Le département de l'Yonne est traversé par plusieurs sentiers de grande randonnée (G.R.) balisés dans les deux sens. Au total, ils représentent 720 kilomètres d'itinéraires linéaires entretenus par les associations de randonnée de l'Yonne sous l'égide de la Fédération Française de la Randonnée Pédestre (FFRP).

- 160 km sur le G.R. 13, Ile-de-France/Bourgogne
- 20 km sur le G.R. 132 de Griselles dans le Loiret à Chaumot dans l'Yonne
- 80 km sur le G.R. 2, sentier de la Vallée de la Seine
- 100 km sur le G.R. 113, sentier de l'Yonne

L'Yonne est également traversée par le sentier européen E 3 qui suit le tracé du G.R. 13, itinéraire vers Saint-Jacques de Compostelle.

De nombreux autres itinéraires, randonnées de pays, promenades et petites randonnées, sont également disponibles sur l'ensemble du département.

Plusieurs organismes prennent en charge l'entretien des chemins, leur balisage et l'organisation de randonnées : le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre (CDRP) ainsi que 42 associations dont 17 affiliées au CDRP².

Des associations de randonneurs proposent également des topoguides plus simples, permettant de découvrir la région grâce à des sentiers de promenade et de petite randonnée.



Figure 21 : balade au cœur des vignes

¹ Sources : Comité Départemental de Tourisme Equestre (C.O.D.Y.T.E), Yonne à Cheval

² Sources : la pratique de la randonnée pédestre en séjour touristique en France : étude de clientèle, AFIT, 2003. CDRP de l'Yonne

Les 20 Communes regroupées au sein de la Communauté des Communes de l'Auxerrois ont aussi aménagé 20 circuits de randonnée, d'une moyenne de 20 km chacun. Praticables à pied, à cheval ou à VTT, ces sentiers sont judicieusement reliés entre eux. Il est ainsi possible de faire tout le tour d'Auxerre à pied, à travers des paysages typiques : vignes, cerisiers, cultures céréalières, prairies, sans oublier tous les petits villages.

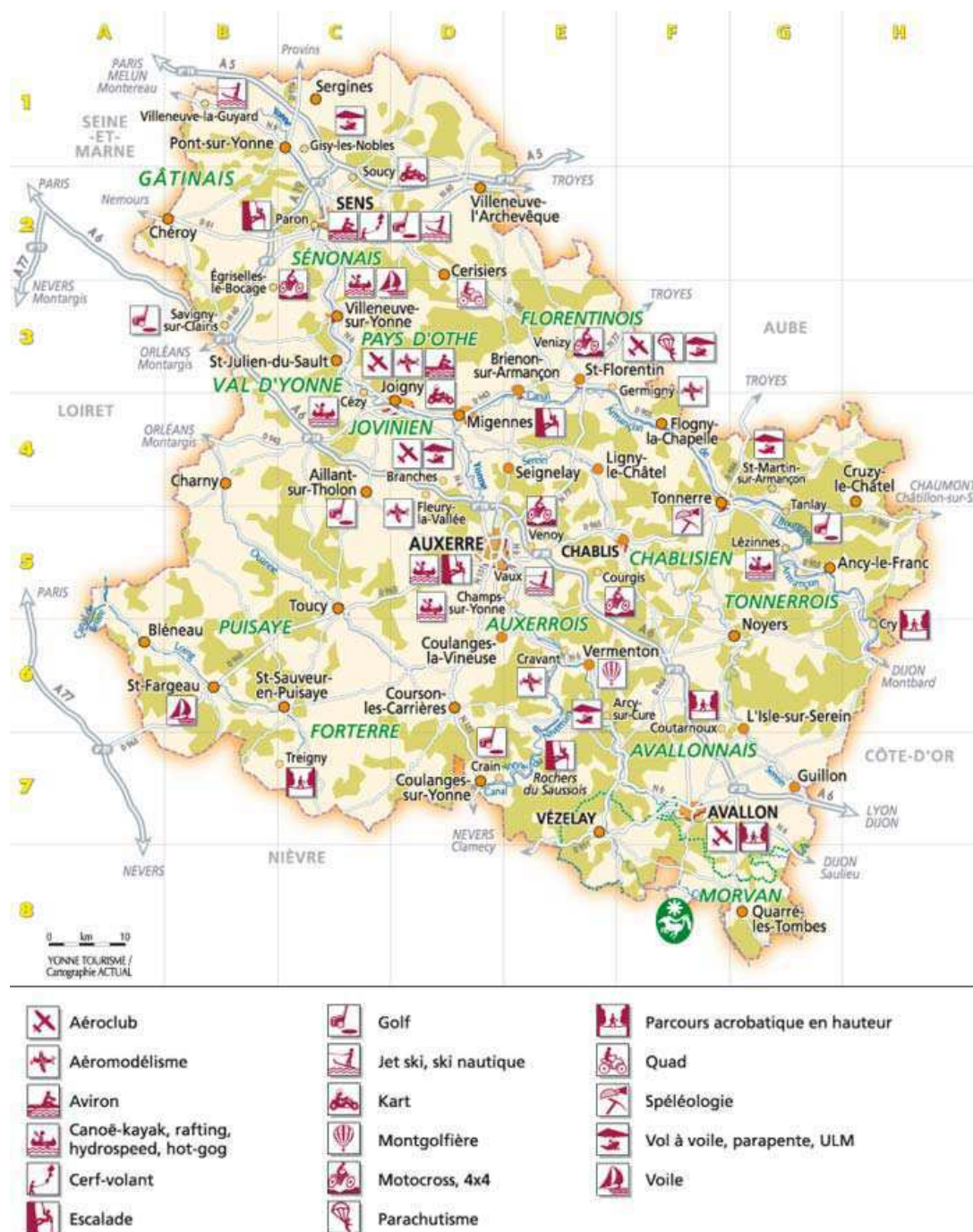


Figure 22 : Carte des activités présentes dans l'Yonne

Le cyclotourisme

Depuis quelques années, cette activité se développe : loisir gratuit, sans véritable danger, la pratique du vélo permet de rayonner facilement dans un secteur choisi.

Les itinéraires de randonnée à vélo sont multiples et variés.

Actuellement, un réseau de véloroutes et voies vertes est en cours de réalisation en Bourgogne et constituera, à plus ou moins long terme, "le Tour de Bourgogne à vélo". Dans l'Yonne, aujourd'hui, quinze kilomètres de voies vertes sont aménagés le long du canal du Nivernais.

Par ailleurs, 10 kilomètres de vélorail sont accessibles sur une ancienne voie ferrée en Puisaye.

14 prestataires proposent un service de location de vélos et 11 clubs et associations de cyclotourisme organisent régulièrement des animations et des randonnées³.

Les sports et loisirs aériens

Les sports et loisirs aériens permettent de découvrir l'Yonne "autrement".

Plusieurs activités et prestations sont accessibles aux touristes par le biais de clubs ou prestataires de services : 1 prestataire de vols en montgolfière, 2 aéroclubs, 2 clubs de vol à voile, 1 club de parapente, 3 clubs d'ULM, 2 clubs de parachutisme, 6 clubs d'aéromodélisme

Bien que l'offre en sports mécaniques reste modeste, celle-ci est en développement depuis quelques années. Ces nouveaux loisirs sont prisés par les touristes car ils permettent de découvrir l'Yonne tout en pratiquant une activité sportive.

Plusieurs prestataires, clubs et associations sont présents dans l'Yonne :

- 1 association de 4 x 4 - 7 prestataires de quad
- 3 prestataires de karting - 2 circuits de motocross/enduro

Par ailleurs, 24 clubs moto organisent des sorties et activités régulières tout au long de l'année.

Les autres loisirs sportifs

Outre cet éventail d'équipements et de loisirs déjà riche et varié, la pratique d'autres activités de loisirs sportifs est également possible au travers de : 2

³ Sources : Des pistes pour le vélo, AFIT, 1997. Le Tour de Bourgogne à bicyclette par les chemins de halage, CRT Bourgogne, 2001

prestataires de parcours aventure, 1 association et 1 club de spéléologie, 2 clubs et 2 prestataires d'escalade, 16 clubs de tir, 14 associations et 1 prestataire de tir à l'arc et 5 golfs

3. Des paysages remarquables

N'offrant ni mer, ni pentes neigeuses, l'Yonne est une surface de passage obligée entre la Région parisienne et le sillon rhodanien menant vers le Midi, mais aussi entre les pays de l'Europe du Nord et ceux du Sud. Pour les vacanciers qui le traversent de part en part, le département a déjà un parfum de Midi.

Son image de marque est bonne grâce à ses beautés naturelles, à la diversité des produits du terroir (vins, produits alimentaires) à la richesse de son patrimoine architectural (églises, châteaux, abbayes prestigieuses).

Vins et vignobles :

Le département de l'Yonne possède le « fond du sol » et le « grain de terre » tout à fait adapté à une production de vins à la saveur et au caractère propre.

La Route Touristique des Vignobles de l'Yonne permet une agréable découverte des différents vignobles du département produisant de grands vins de Bourgogne : le vignoble de Chablis, mondialement connu, et ses voisins de l'Auxerrois et du Tonnerrois, ainsi que les vignobles un peu plus excentrés de Joigny, au nord, et de Vézelay, au sud.

Rarement vignoble peut s'enorgueillir d'un si long passé : la vigne est, en effet, cultivée dans l'Auxerrois au moins depuis le II^{ème} siècle après J.C. Au Moyen-Âge, la vigne occupait la presque totalité de la surface cultivable de la commune et les vins d'Auxerre étaient très appréciés (Auxerre, la boisson des rois, disait-on à l'époque).

L'histoire du vin dans l'Auxerrois est l'histoire des hommes : avec le vin et l'eau, ils ont tiré les revenus et les richesses propres à édifier et construire toute une région. Avec la rivière de l'Yonne, navigable à partir d'Auxerre jusqu'au confluent de la Seine, le débouché commercial était idéal vers Paris et l'Europe



Figure 23 : Un paysage identitaire

du Nord. Notre département fut, jusqu'à la crise phylloxérique au XIX^{ème} siècle, le deuxième en France pour sa superficie en vignoble. Sa superficie équivalait même à la surface actuelle de la totalité du vignoble bourguignon, Beaujolais compris.

Ici dans l'Yonne, les vignerons ont su très tôt utiliser les meilleurs cépages, les cépages nobles de Bourgogne, le Pinot Noir et le Chardonnay, pour produire des vins de grande qualité.

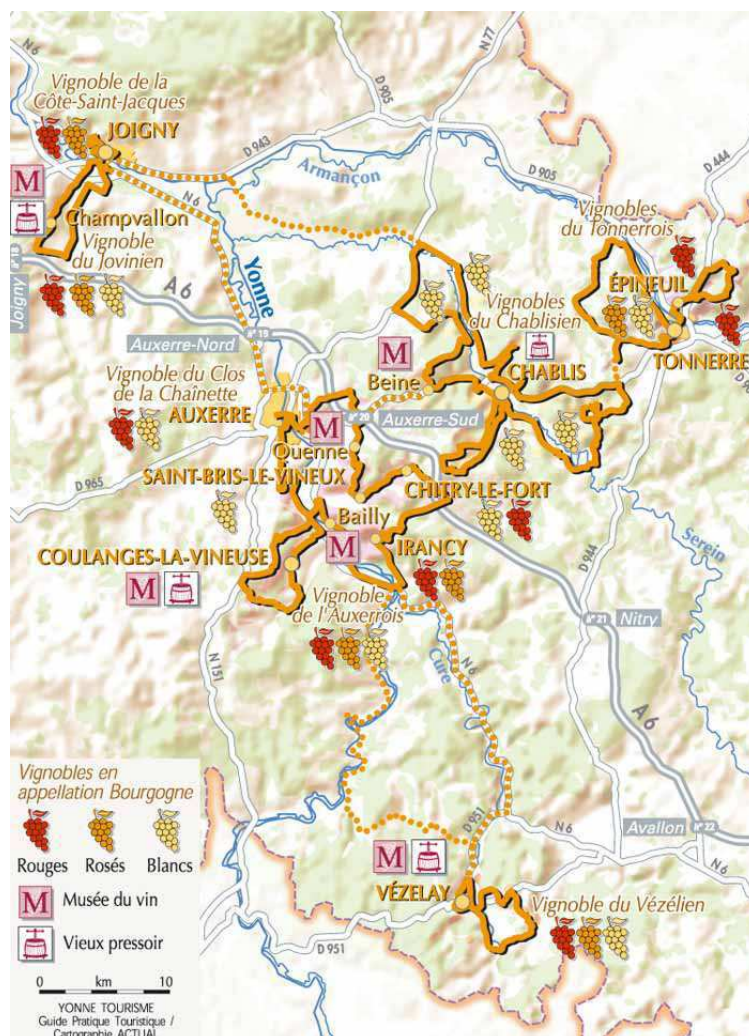


Figure 24 : carte de la route des vins

Les paysages viticoles de l'Yonne se composent de divers éléments. :

- un aspect linéaire et régulier des vignes ;
- la présence de constructions particulières incluses ou non dans le parcellaire (cabanes de vignes, chemins, talus, exutoires) ;
- la qualité fréquente de l'architecture des villages donnant un caractère particulier aux paysages viticoles.

Le talent, la passion, le soin et le temps passé dans les vignes se traduisent par un sentiment particulier d'appartenance au lieu. Les viticulteurs sont les véritables agents dans la création d'une identité culturelle propre à chaque territoire viticole.



Figure 25 : Une vigne qui anime le paysage

Dans l'Yonne, les caractères principaux des vignes s'expriment au travers de différents critères qui font du paysage local une véritable identité. Il s'agit de vagues de vignes, définie par des lignes verticales (rangs de vignes plantés dans le sens de la pente) créant un élan du regard, une perspective, dégageant un sentiment de puissance.

4. Mise en place d'une route des vins du département :

La route touristique des vignobles de l'Yonne, créée en 1997 par le BIVB (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne) a permis de mettre en place une signalétique directionnelle pour découvrir les huit vignobles de l'Yonne et mettre en place les circuits qui concernent le Chablisien, l'Auxerrois, le Jovinien, le Tonnerrois et le Vézélien et qui fait la promotion de différents vins AOC (Bourgogne Blanc, Bourgogne Aligoté, Bourgogne Côtes d'Auxerre, Bourgogne Chitry, Bourgogne Coulanges, Irancy, Crémant de Bourgogne, Bourgogne Grand Ordinaire, Saint-Bris, Bourgogne Passetoutgrain, Bourgogne Rouge).

Soutenue par le conseil régional, la CCI a réuni le conseil général, le comité départemental du tourisme, les syndicats viticoles pour la relance de cette route. Environ 115 domaines sont répertoriés au BIVB sur le département et la route des vins est un élément important pour développer l'image et le dynamisme de l'économie touristique et viticole.

Le département de l'Yonne a lui aussi forgé son histoire et son prestige au pied de ses vignes : Epineuil, Joigny, Vézelay et surtout Chablis (à 15 km d'Auxerre) sont les ambassadeurs de cette richesse.

La **“Route touristique des vignobles de l’Yonne”** facilite la découverte des caves vigneronnes, des villages viticoles, des sites touristiques et culturels et des haltes gourmandes.

Toute l’année, gourmets et gourmands viennent goûter la cuisine des restaurants de l’Auxerrois dont certains sont référencés dans les plus grands guides gastronomiques.

Des pierres, du bois, des rivières, des vignes, du colza, des cerisiers. Autant d’éléments, de parfums et de couleurs différents qui caractérisent l’Auxerrois. Chaque décor a son histoire, ses secrets. Ainsi s’affiche l’Auxerrois, fier de ses racines et de son passé.

Des vignobles de St Bris aux cerisiers de Vaux, du canal du Nivernais à la rivière Yonne, des cryptes de la Cathédrale aux maisons à pans de bois, la région d’Auxerre propose de multiples scénarios de ballade, à pied, à vélo, à cheval, en bateau.

Cette politique de promotion du territoire au travers de la production du terroir a été mise en place afin de développer et de conforter le tourisme dans ce département. C’est aussi un bon moyen pour conserver et protéger les paysages de vignobles qui font l’intérêt et la particularité de l’Yonne depuis des décennies.

5. Une réelle prise de la part des viticulteurs et agriculteurs

Lors de mes différentes rencontres avec les professionnels (agriculteurs et viticulteurs) au nombre de dix, il est apparu nettement l’intérêt qui est porté sur la préservation du patrimoine paysager et culturel.

Pour eux, il est primordial de mettre en place un tourisme vert sensibilisé par l’importance de protéger et d’entretenir les paysages. En effet, selon eux le tourisme vert a un impact fort sur les paysages (environ 92%) car il est le facteur qui permet l’entretien et le maintien d’un dynamisme économique. Les randonnées pédestres et les visites des exploitations semblent être les principaux moyens qui permettent aux viticulteurs et aux agriculteurs le développement de leurs activités. Cette démonstration d’un savoir-faire s’accompagne d’une sensibilisation de la part des exploitants qui en ouvrant leurs parcelles et leurs chemins aux randonneurs souhaitent contribuer au maintien d’une activité et d’une culture locale.

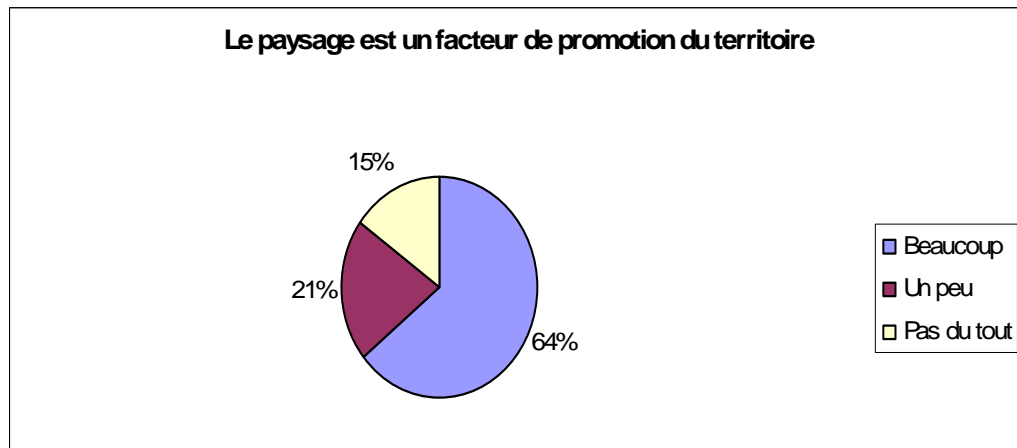


Figure 26 : questionnaire réalisé auprès d'un échantillon de dix agriculteurs et viticulteurs

Comme le démontre le camembert ci-dessus, les professionnels rencontrés pensent majoritairement que le paysage est un bon mode afin de promouvoir un territoire, un savoir-faire, une culture et un patrimoine.

Ce questionnaire permet également de mettre en valeur l'importance accordée par les agriculteurs et les viticulteurs en matière d'entretien des paysages. En effet, 62% des personnes interrogées accordent une part importante dans l'entretien et la préservation du paysage. Les paysages participent à la valorisation du terroir et de la culture ancienne viticole.

On peut donc voir qu'il y a une réelle prise de conscience de la part « des professionnels de la terre » de l'importance de préserver et de protéger les paysages caractéristiques d'un territoire. Mais on remarque également que le tourisme vert est un véritable facteur de développement et de maintien des l'activités vinicoles et agricoles. L'activité touristique est en effet un apport financier important pour ces acteurs du paysage.

6. les actions mises en place

- **Mise en place de la route des vins** basée sur le patrimoine paysager et culturel (voir partie 3 et 4);
- Promotion des villages fleuris ;
- **Mise en valeur du patrimoine** bâti : subventions et aides versées par le conseil général pour la restauration et l'entretien du patrimoine viticole ;
- **Développement du tourisme fluvial** : péniches aménagées, kayaks, canoës...
- **Protection des zones agricoles** dans les documents d'urbanisme (PLU, Cartes Communales, PADD) ;
- **Les syndicats viticoles** s'orientent dans des démarches pour valoriser et protéger leurs terroirs ;
- **Intégration des bâtiments agricoles** dans le paysage : architecture, matériaux ;
- **La loi sur les sites et paysages** de 1930 : limite les constructions à l'intérieur ou à proximité des sites inscrits ou classés ;
- La **loi d'Orientation agricole** (26 mai 1999) favorise les actions en faveur du paysage (pratiques environnementales, réhabilitation du patrimoine bâti...) et propose des outils financiers dans ce sens (Contrats Territoriaux d'Exploitation...) ;
- Les **Appellations d'Origine Contrôlées** permettent de valoriser une relation particulière entre des pratiques, un terroir, un paysage et un produit ;
- **Balisage des sentiers de randonnées** au sein des vignes et de chemins agricoles, ce qui permet d'associer découverte des produits locaux et promotion des paysages.

Le paysage est l'expression d'un projet. En s'appuyant sur les particularismes du département de l'Yonne, de nombreuses initiatives collectives ou individuelles ont démontré qu'il était aujourd'hui possible d'améliorer la situation économique et la reconnaissance sociale de l'activité viticole, en travaillant en harmonie avec le paysage.

Pour valoriser un paysage, il faut le connaître et savoir le décrire. Les acteurs de la filière viticole ont su développer des outils de communication pour la promotion et la dégustation des vins (campagne de promotion, route des vins...). Le paysage mérite un même intérêt et demande un investissement pour qu'il contribue davantage à la promotion des vignes.

Le Groupe national Paysages viticoles :

C'est un groupe pluridisciplinaire qui se compose d'une vingtaine de personnes issus d'horizons divers : syndicats viticoles, chambres d'agriculture, groupements de développement agricole, CNRS, INRA, ENSAM, coopératives, Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales, paysagistes, architectes, agences environnementales.

Ses actions concernent à la fois des aspects techniques et de communication, et visent notamment :

- Mettre en relation différents acteurs du terrain et de la recherche,
- Réfléchir à des outils de préservation, de gestion et de création de paysage, adapter les outils de paysagistes au contexte viticole
- Réaliser un état des lieux des actions en cours au niveau national,
- Développer des outils pertinents dans la caractérisation de l'impact paysager de pratiques viticoles,
- Engager des actions de communication et de valorisation du paysage en direction du grand public,
- Aider le monde de la viticulture à exprimer sa culture paysagère,
- Contribuer à une mise en œuvre consciente des paysages de demain.

Cette association est un exemple de la prise en compte des paysages par les agriculteurs et les viticulteurs. Il paraissait intéressant de définir ses rôles afin de comprendre pourquoi le paysage tient une place de plus en plus importante dans la vie quotidienne des habitants. De ce fait, le paysage apparaît comme un élément indispensable pour promouvoir un terroir, une culture et un territoire. C'est pour cela que les agriculteurs prennent en compte la protection et l'entretien des paysages, mettant en place une véritable politique de mise en valeur du paysage. Les agriculteurs ont bien compris que c'est au travers de leurs paysages identitaires que le tourisme vert peut se pérenniser et permettre le maintien d'une activité ancienne telle que la viticulture.

II. Bilan du tourisme vert dans l'Yonne

Comme on a pu le voir lors de l'analyse du tourisme dans le département de l'Yonne, le tourisme vert est un tourisme essentiellement basé sur la découverte du patrimoine viticole, gastronomique et paysager. D'une manière générale, ce type de tourisme influe sur l'entretien des paysages. En effet, si il n'y avait pas de tourisme vert, il y aurait une baisse de la production de vin ce qui entraînerait à cours terme à la réduction des espaces réservés à la culture du raisin.

Les agriculteurs ont bien conscience de l'intérêt qu'apporte le tourisme vert en matière d'économie et de ce fait dans l'entretien des paysages. C'est pour cela qu'il ouvre leurs propriétés aux randonneurs notamment, avec des visites de l'exploitation et dégustations. De plus en plus d'agriculteurs mettent place un système de séjours à la ferme, ce qui permet de faire découvrir les produits et le savoir-faire, alliant l'activité agricole et touristique (maisons d'hôtes...).

1. Les points forts :

Le département de l'Yonne bénéficie d'atouts propices au développement et au maintien d'une activité touristique et de tourisme vert en particulier. En effet, les paysages de vignes, aux accents ruraux forment la véritable identité de la région Bourgogne, recherché par les touristes du monde entier.

Il est à noter que l'offre en matière de tourisme vert est importante sur ce territoire : circuits pour les vélos, randonnées pédestres, à cheval...

Avec la mise en place de routes à thèmes comme la route des vins, le département affiche clairement sa volonté de développer et de diversifier son offre en matière de tourisme. Ce mode de tourisme est une vitrine afin de promouvoir les produits du terroir et mettre en valeur le paysage local.

Diffus tout au long de l'année, le tourisme vert s'affiche à l'opposé du tourisme de masse qui dégrade irrémédiablement le milieu naturel et le paysage à plus grande échelle.

Dans ce cas précis, il est important de dire que le tourisme vert permet d'entretenir et de préserver le paysage caractéristique de la région et d'y maintenir une activité viticole qui se modernise et se diversifie de plus en plus

afin de répondre aux besoins des touristes sans cesse à la recherche de l'authenticité locale. Ce développement du tourisme vert est un facteur positif et il permet de valoriser et retrouver le patrimoine local naturel et architectural (cabanes, centres d'exploitations, bosquets, murets de pierres, talus...).

De plus, les règles d'urbanisme sont de véritables atouts à la préservation du milieu et des paysages car ils permettent de fixer les limites de l'urbanisation et du développement en matière d'infrastructures touristiques.



Figure 27 : reconstruction d'une « cabotte », cabane en pierre sèche

A cela s'ajoute les aides versées par la CCI de l'Yonne, le Conseil Général, au Comité Départemental du Tourisme et les associations viticoles : aides à l'installation, à la modernisation, à la création de gîtes, mise en place d'offre promotionnelles...

2. Les points faibles :

Un des problèmes au développement du tourisme vert dans le département de l'Yonne est la surfréquentation de certains sites, qui à long terme pourrait engendrer une dégradation du milieu et du paysage caractéristique.

Le développement du tourisme vert motorisé (voiture, quads, motos) est une solution pour moderniser, compléter l'offre touristique et même attirer une nouvelle clientèle. Mais il ce nouveau mode touristique s'avère néfaste pour le milieu naturel qu'il dégrade irrémédiablement. L'activité touristique peut également entraîner d'une certaine manière à l'artificialisation du paysage. La promotion du terroir et du patrimoine naturel, bâti à engendrer dans certains cas la mise ne place d'infrastructures qui nuisent au paysage. De même, l'entretien du paysage et notamment des sentiers de randonnés a un effet négatif sur le paysage, ne reflétant pas l'état naturel du paysage.

On peut ajouter également que le paysage façonné depuis de nombreuses années repose sur une activité économique spécifique. On peut donc se

demander, si il y avait une crise dans le domaine viticole, quelles en seraient les répercussions sur le tourisme vert et sur les paysages identitaires. En effet, si l'entretien des paysages n'était plus effectif, il y aurait un développement des friches ce qui entraînerait une perte d'identité du paysage et qui à court ou moyen terme engendrerait une baisse de l'activité touristique et notamment le tourisme vert. Toutes les activités qui rayonnent autour de la promotion du paysage comme le tourisme vert en serait fragilisé.

3. Les enjeux :

Les paysages viticoles sont de véritables atouts patrimoniaux. Ils permettent le développement du tourisme vert dans ce département de l'Yonne, qui s'inscrit dans une politique touristique essentiellement axée sur la promotion de ses paysages et de son terroir.

En effet, les paysages participent à l'identité et au sentiment d'appartenance culturelle de chaque territoire. En tant que lieux de mémoire, les paysages anciens méritent d'être conservés. Les paysages ont également une dimension évolutive. Ils peuvent ainsi être créés et pourront, pour les générations futures, faire partie du patrimoine.

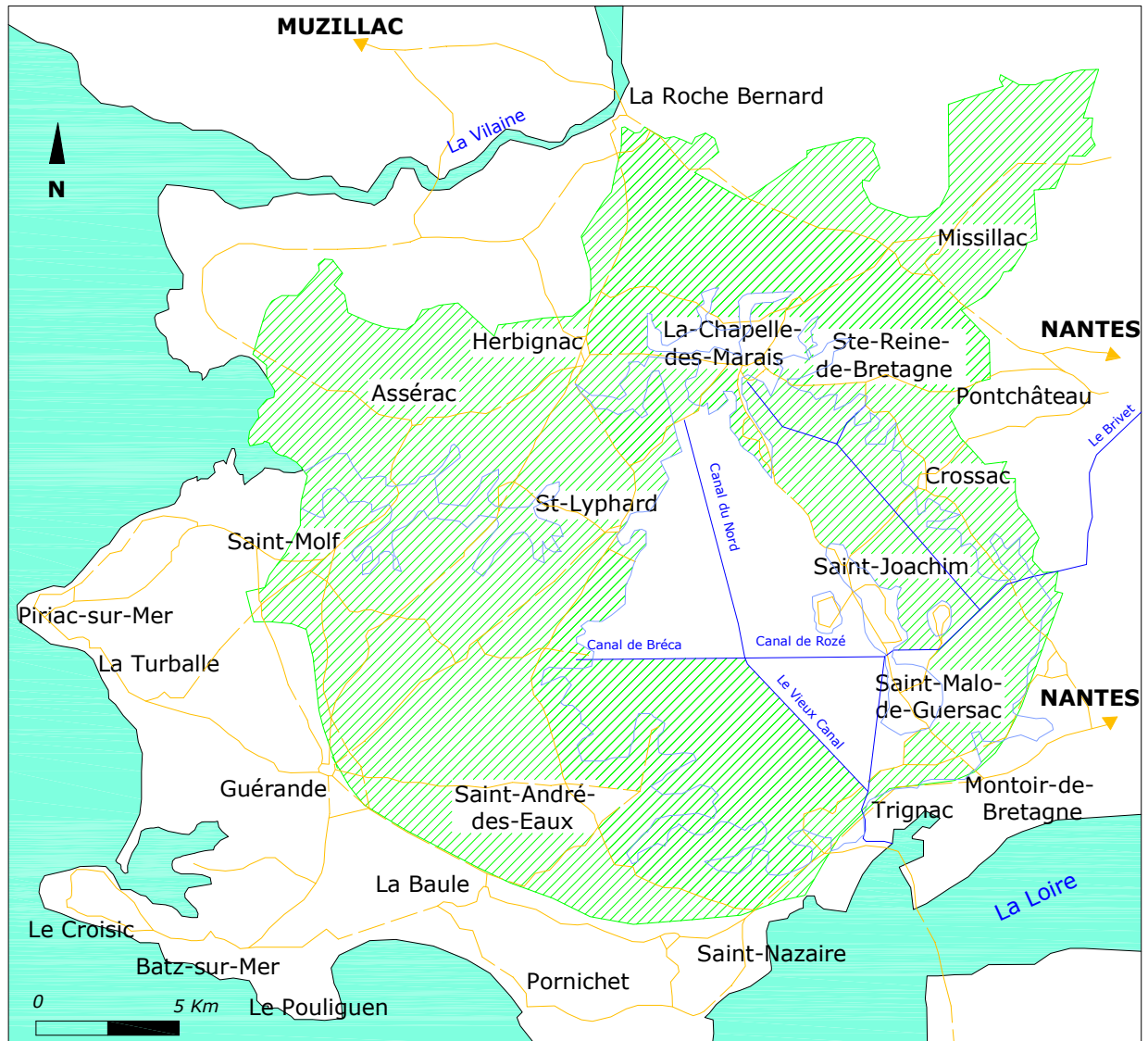
Les éléments constitutifs des paysages viticoles de l'Yonne tels que les vignes, les murets, les talus, les aménagements hydrauliques et les arbres associés, participent au maintien d'une biodiversité particulière. Certains viticulteurs ont su valoriser cette fonction en faveur de la biodiversité et du paysage, associée aux pratiques de production raisonnée et intégrée.

Le tourisme vert dans l'Yonne doit s'inscrire dans une dynamique de développement respectueux du paysage et de l'environnement. Comme nous avons pu le voir, il y a une réelle prise de conscience de la part des viticulteurs, en matière d'entretien et de préservation du paysage identitaire. Le paysage est une valeur ajoutée à la production locale et au tourisme vert. Certains viticulteurs l'ont compris et associe activité économique avec le tourisme vert (ouverture de gîtes, ventes directes de produits locaux, visites à la ferme...).

Le paysage apparaît donc comme un élément essentiel pour promouvoir le tourisme vert dans ce département. Les actions mises en place doivent être confortées par les pouvoirs publics afin de pérenniser l'action engagée depuis ces dernières années.

II. Le Parc Naturel Régional de la Brière

Un territoire qui combine tourisme vert et préservation des paysages



Source : Carte Touristique de la Brière 2005

Figure 9 : Carte délimitant le périmètre du P.N.R

1. Situation géographique

Le Parc naturel régional de Brière est situé au coeur de la presqu'île guérandaise, entre l'estuaire de la Loire au sud et celui de la Vilaine au nord, et à proximité de l'Océan Atlantique.

2. Situation administrative

Le territoire du **Parc naturel régional de Brière** couvre **49 000 hectares** et est intégralement compris sur un seul département : la Loire Atlantique, et une seule région : les Pays de la Loire.

17 communes sont territorialement **concernées par le Parc naturel régional**, (le Département de Loire-Atlantique en compte 221 et la Région des Pays de la Loire 1504) : Assérac, La Baule, La Chapelle-des-Marais, Crossac, Donges, Guérande, Herbignac, Missillac, Montoir-de-Bretagne, Saint-André-des-Eaux, Saint-Joachim, Saint-Lyphard, Saint-Malo-de-Guersac, Saint-Molf, Saint-Nazaire, Sainte Reine-de-Bretagne, Trignac.

Sont également membres adhérents du Syndicat Mixte du Parc :

- La Région des Pays de la Loire,
- Le Département de Loire-Atlantique,
- La Ville de Nantes,
- La Ville de Pornichet,
- La Commission syndicale de Grande Brière Mottière.

On compte aussi au sein du Syndicat mixte les membres associés suivants :

- La Chambre de commerce et d'industrie de Saint-Nazaire,
- La Chambre d'agriculture de Loire-Atlantique,
- La Chambre des métiers de Loire-Atlantique,
- Le Syndicat mixte d'aménagement hydraulique du bassin du Brivet.

Les communes de Besné, Pont-Château et Prinquiau pourront être membres associés, et dans ce cas elles passeront une convention avec le Parc.

3. Le périmètre du Parc

À la création du Parc naturel régional de Brière en 1970, le territoire avait été délimité ainsi :

- Au nord par les limites des communes d'Assérac, Herbignac et Missillac,
- À l'est par les limites des communes de Sainte-Reine-de-Bretagne, Crossac, et par la voie ferrée d'Er à Montoir-de-Bretagne,

- Au sud par la voie express Nantes - Saint-Nazaire (N 171) et son prolongement vers Saint-Nazaire ouest, de Certé à Guérande,
- à l'ouest par une ligne reliant Kermarié (Assérac) à Pont Clin (Saint-Molf), puis par la D 233 jusqu'à Guérande.

Introduction :

Véritable richesse écologique et culturelle de la Région Pays-de-la-Loire, le Parc Naturel Régional de la Brière est un exemple en matière de développement local et de préservation des paysages. Les politiques de préservation et de protection mises en place au fil des années ont permis d'allier le tourisme vert à la conservation des paysages. Le paysage caractéristique se compose à la fois d'un patrimoine naturel et architectural.

En effet, il est difficile d'imaginer le paysage de la Brière sans ses maisons caractéristiques aux toits de chaume et ses boiseries aux teintes pastel de vert, rouge ou bleu.

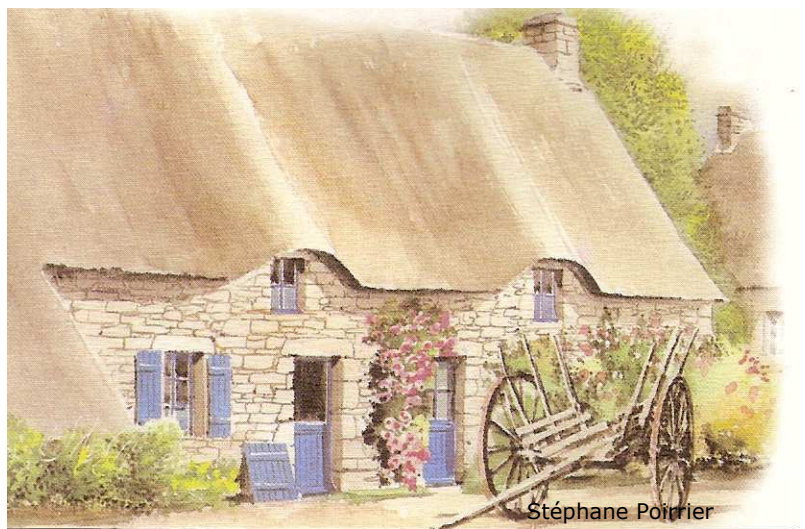


Figure 10 : Un habitat traditionnel qui marque le paysage

Le territoire du Parc Naturel Régional de Brière bénéficie d'une richesse paysagère unique. Les zones humides, avec leurs roselières, buttes, plans d'eau répondent aux paysages ruraux bocagers, tandis que les marais salants constituent à eux seuls des paysages d'exception.

Ces paysages si séduisants résultent de l'interaction entre le sol et les activités humaines qui s'y développent. Les modes d'urbanisation et les constructions elles-mêmes ont ainsi longtemps répondu aux besoins des habitants pour exploiter au mieux le territoire, comme l'atteste encore

l'organisation traditionnelle des îles ou la maison emblématique de la Brière qu'est la chaumière.

Encadrées par le bassin industriel nazairien et la côte atlantique très touristique, les communes du Parc subissent une forte pression urbanistique à laquelle il est souvent difficile de faire face.

Cette position au coeur de la presqu'île guérandaise et cette qualité d'environnement et de cadre de vie expliquent le développement des activités économiques et le besoin croissant en infrastructures. Ces équipements occasionnent une forte consommation d'espace et mettent ainsi en danger l'activité agricole, garante des paysages de qualité. La physionomie des communes du Parc évolue donc et les paysages ont également tendance à s'uniformiser.

1. Les caractéristiques du Parc

Le territoire du Parc naturel régional de Brière se caractérise principalement par la présence des marais, qui recouvrent près de la moitié de son territoire.

C'est prioritairement pour protéger et mettre en valeur les marais briérons que fut créé le Parc naturel régional en 1970. Il convient de ne jamais perdre de vue leur étonnante richesse écologique, due



Lionel Visset

Figure 11 : Le marais vu du ciel

non seulement à un niveau d'intérêt exceptionnel mais aussi à une diversité de composantes liées les unes aux autres (l'eau, la faune, la flore, l'homme, les activités...) qui rendent le système particulièrement complexe et sensible. L'intérêt porté aujourd'hui à ces espaces aux niveaux national et international, et les menaces qui pèsent en Brière comme ailleurs sur leur devenir, en font un véritable enjeu stratégique pour le Parc.

Les marais briérons s'inscrivent en outre dans tout un ensemble de zones humides littorales proches et complémentaires : le lac de Grand-Lieu, l'estuaire de la Loire, les marais salants de Guérande, le traict du Croisic, les espaces littoraux... qui font du département de Loire-Atlantique le second département de France du point de vue des zones humides ; et un peu plus loin, hors département, l'estuaire de la Vilaine, le golfe du Morbihan, les marais bretons... Les marais sont donc très présents sur le territoire du Parc avec deux grands ensembles :

Les marais du Bassin du Brivet

- Le marais indivis de Grande Brière Mottière, en plein coeur du territoire du Parc et de la presqu'île guérandaise, couvre à lui seul 7000 hectares d'un seul tenant, cadastré en quasi-totalité sur une seule commune, Saint-Joachim, et inconstructible au POS de cette commune.
- Les marais de Donges, ensemble de marais privés qui s'étendent sur 12 communes et couvrent 7800 hectares, ont aussi une histoire : les communes concernées correspondent à l'ancien Vicomté de Donges. Une partie de ces marais s'étend à l'est et au sud-est, au-delà de l'actuelle limite du Parc.
- Un ensemble de 2000 hectares de marais privés jouxtent le marais indivis de Grande Brière Mottière, notamment au sud et dans le secteur des îles de Brière. Cet ensemble ne relève pas d'un syndicat de marais.

Les marais du Bassin du Mès,

- Un ensemble de marais privés, doux et saumâtres, prairies et roselières, communément appelés "les marais de Pompas" (700 hectares environ), relevant en partie du Syndicat des marais de Pompas,
- Un ensemble de marais salants, avec parfois quelques activités conchyliques. Par leur fragilité liée principalement à l'abandon des activités traditionnelles au cours du XXe siècle, ils constituent une préoccupation majeure du Parc ; mais l'autre moitié du territoire possède

également d'innombrables richesses, présente différents types de bocages et fait aussi l'objet d'une attention particulière.

On y relève notamment :

- Le bocage remembré au nord, secteur marqué par une forte présence agricole et une densité plus forte de boisements (deux forêts et quelques bois),
- La frange est des marais de Grande Brière et de Donges, où le contact terre-marais donne une grande diversité au paysage, avec des micro-reliefs et de petites zones boisées où l'agriculture est diversifiée,
- La frange ouest du marais, très agricole, où **les pressions touristiques et urbaines sont également fortes**, et qui accueille de nombreuses chaumières.
- La zone sud, paysage ouvert d'anciens prés salés de Loire, est fortement marquée par le paysage industriel, portuaire et commercial de l'agglomération nazairienne, avec une urbanisation plus accentuée et le développement de nouveaux espaces d'activités.

Au-delà de ce découpage, c'est la coexistence de ces paysages différents sur ce petit territoire qui constitue la véritable richesse de la Brière : paysage horizontal et ouvert des marais, paysage terrestre plus compartimenté du bocage, espaces agricoles, espaces boisés...

2. Intérêt écologique du territoire

La variété paysagère, évoquée précédemment et favorisée par les activités humaines traditionnelles, donne à ces étendues une grande diversité de milieux marqués par un patrimoine naturel riche et original. Cette richesse floristique et faunistique se traduit par l'inscription à l'inventaire ZNIEFF de 23 000 hectares sur les 49 000 du Parc naturel régional.

Ces ZNIEFF sont constituées de :

- zones humides (plus de 75 %),
- massifs boisés,
- étangs,
- affleurements rocheux,
- landes.



Figure 12 : Un paysage horizontal de lande et de bocage

3. Un territoire soumis à de fortes pressions

Le Parc naturel régional de Brière constitue un espace adossé à une zone urbaine dense, qui se prolonge à l'ouest par un ensemble balnéaire également très urbanisé. Elle voit de ce fait s'affirmer une vocation résidentielle et touristique, source d'une pression foncière qui pourrait encore s'accroître dans les prochaines décennies, bien que l'augmentation de population se soit atténuée entre 1990 et 1999.

4. Intérêt paysager, culturel et humain

La variété paysagère évoquée précédemment a été classée en grandes unités dans l'étude paysagère que le Parc a réalisée en 1997 :

- Les marais et les îles de Brière,
- Les paysages ruraux et bocagers,
- Les paysages boisés,
- Le paysage industriel,
- Les marais salants du Mès,
- Des éléments paysagers remarquables : étangs, lacs, ports de mouillage, points de vue, chaussées et routes panoramiques, ensembles bâtis, petit patrimoine bâti, châteaux...

Sur le flanc Est du Parc, en bordure du marais indivis, l'organisation urbaine est bien spécifique puisque l'habitat est concentré sur les îles. La commune de Saint-Joachim par exemple comporte 7 îles qui regroupent les habitations. L'identité briéronne s'appuie fortement sur la chaumière qui constitue l'une des composantes du paysage briéron : la Brière accueille une exceptionnelle concentration de chaumières, la principale de France. Cette richesse paysagère et architecturale a été à l'origine de l'inscription de la majeure partie du territoire du Parc à l'inventaire supplémentaire des sites en 1967.

Espace de nature, le Parc naturel régional de Brière est aussi un espace de vie. C'est un Parc peuplé (155 511 habitants au recensement de 1999 sur les 18 communes adhérentes), qui connaît une croissance démographique, et dont la

population est relativement jeune (indice de jeunesse supérieur à la moyenne départementale). La vie culturelle est intense, et s'appuie sur un réseau d'associations fortement développé.

Les principaux pôles d'emploi se situent sur la frange Est nazairienne, ce qui occasionne des flux migratoires quotidiens importants.

5. Une activité agricole encore présente

Le secteur agricole est encore très présent, du double point de vue de la superficie occupée et du poids économique. L'activité agricole a un rôle déterminant dans la gestion et l'aménagement de l'espace, particulièrement pour **la préservation des paysages** et des milieux naturels, et notamment sur les zones humides.

Ce secteur rencontre des difficultés liées aux pressions urbaines et touristiques, et aux difficultés de rentabilité économique, qui font craindre une déprise agricole dans les prochaines années.



Figure 13 : Une activité agricole présente

Au-delà de l'importance de l'activité agricole pour la gestion de l'espace et des paysages, l'agriculture constitue toujours une activité économique majeure dans le Parc, et doit pouvoir continuer à s'exercer dans des conditions viables et compatibles avec le respect de l'environnement.

6. Mise en place d'un tourisme durable

Par sa situation géographique, le Parc de Brière accueille chaque année de nombreux touristes.

L'activité touristique contribue ainsi au développement économique et à la création d'emplois, mais il convenait d'en définir le cadre pour que le tourisme soit maîtrisé et non subi.

Après avoir défini les grandes orientations du tourisme dans le Parc, un schéma de l'accueil a été établi, comportant comme pièce maîtresse l'Office de tourisme de Brière (OTB). L'OTB a son siège à la Maison du tourisme

(équipement du Parc) située à la Chapelle-des-Marais, et il regroupe tous les partenaires locaux : le Parc (6 représentants dont 2 de droit), les communes, les représentants des OTSI et les professionnels.

Le Président est un représentant du Parc. La chargée de mission Tourisme du Parc en assure la direction, et une convention d'objectif, prévoit une promotion touristique axée sur l'entité Parc naturel régional de Brière et en application des orientations de la charte du Parc.

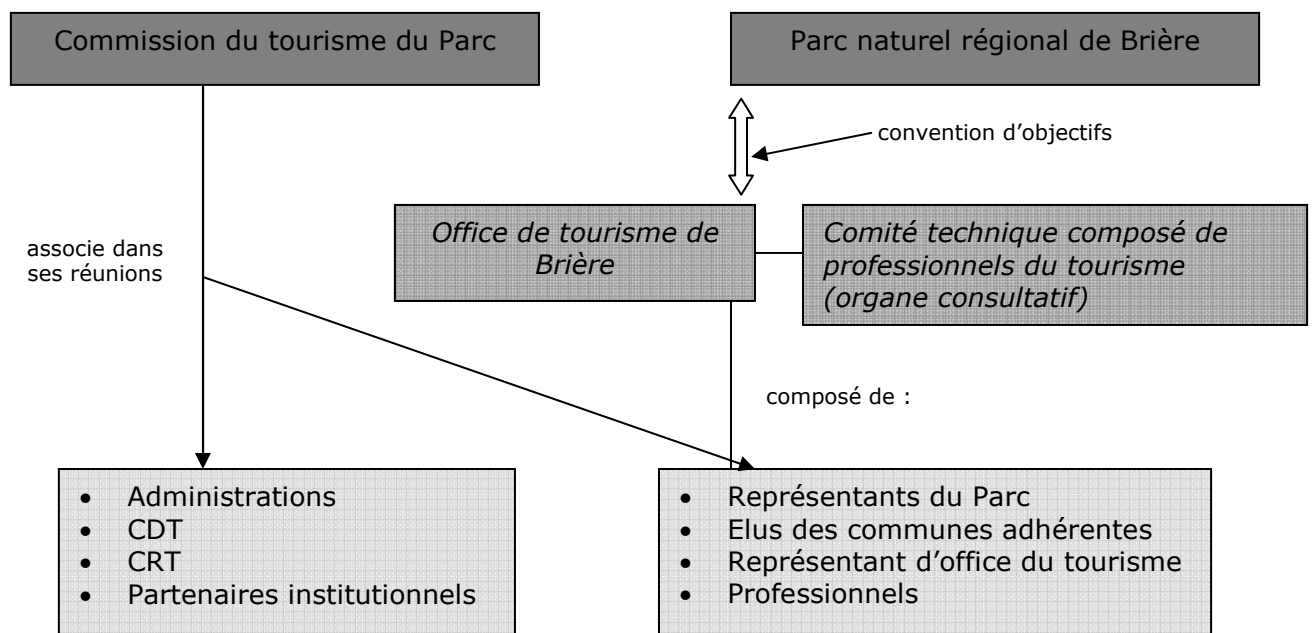


Figure 14 : Organigramme des orientations touristiques

Divers produits touristiques ont parallèlement été mis en place et développés dans l'optique d'un tourisme de nature et de découverte.

Les principales activités offertes au public sont :

- Promenades en barques sur le marais ;
- Balades en calèches ;
- Sentiers de randonnées pédestres, vélos et chevaux ;
- Développement de l'artisanat traditionnel (peintures, sculptures, poteries, meubles, paniers en roseaux,...) ;
- Vente de produits locaux (volailles, pain au feu de bois, sel,...) ;
- Sorties natures avec des professionnels du milieu naturel ;



Figure 15 : Mise en place de marché à thème

- Musées et maisons briéronnes ouvertes au public ;
- Auberges gastronomiques du terroir ;
- Marchés à thème ;
- Fêtes traditionnelles.

7. Les actions mises en place :

● **Une offre d'hébergements diversifiée** (hôtels, campings, gîtes ruraux, chambres d'hôtes, gîtes d'étape). Cette offre de petite capacité représente environ 5500 lits commercialisables.

La demande d'hébergements en Brière porte sur de petites structures au caractère architectural local (l'hébergement en chaumière est particulièrement recherché).

● **Un maillage d'itinéraires de randonnée** important : 250 km de sentiers inscrits au P.D.I.P.R jalonnent le territoire du Parc. Ce réseau résulte du travail des associations locales, des communes et du Parc. Il possède également une offre récente de boucles de petites randonnées, avec des supports adaptés à la clientèle familiale (documents, balisage, panneaux de départ des itinéraires) ;



Figure 16 : Intégration des infrastructures touristiques dans le paysage

- **Une réelle mise en valeur des patrimoines** briérons.

L'émergence de projets privés à l'exemple de la Miellerie de Brière à La Chapelle-des-Marais, et la valorisation des projets agro-touristiques tels que l'ouverture d'exploitations au public, permettent de mieux diffuser les flux touristiques sur l'ensemble du territoire ;

- **Maintien d'une agriculture durable** (notamment l'élevage) et de **l'artisanat** au sein du parc. Ces activités locales permettent d'entretenir les paysages et d'y maintenir des savoir-faire traditionnels faisant partie intégrante du patrimoine.
- **Maintien et réintroduction de certaines activités : la filière chaume et l'exploitation de la vase.** Ils ont un rôle prépondérant à jouer pour enrayer l'extension d'un boisement qui menace le marais et en obstrue les vues.
- **Délimitation des zones réservées au tourisme** dans des secteurs du parc, afin de limiter au maximum une surfréquentation des zones naturelles.
- **Intégration des bâtiments liés à l'activité touristique**, grâce à la mise en place d'aménagements paysagers, règles d'urbanisme. Des efforts ont été effectués dans ce domaine mais il reste à les conforter.
- **Limitation des signalétiques touristiques** qui sont intégrées dans l'environnement local. Il y a une véritable prise de conscience à ce niveau et des efforts d'intégration sont réalisés, en particulier dans ce domaine : matériaux naturels, traitements paysagers, écritures de couleur verte,...
- **Interdiction aux engins à moteurs** de pénétrer dans le marais pour éviter la dégradation du milieu naturel à court et long terme.
- **Visite du marais par un guide local**, ce qui limite l'impact du développement touristique dans certaines zones sensibles.
- **L'offre agro-touristique** s'est beaucoup développée depuis une quinzaine d'années. Diverses initiatives de vente directe, d'accueil et de restauration à



Figure 17 : Mise en valeur du marais

la ferme, de découverte de la vie rurale ont été prises individuellement par des agriculteurs en complément de leur activité principale

- **Politique de replantation de haies** pour les secteurs bocagers du parc. Ces actions qui ont du mal à se mettre en place sont financées en partie par les communes.
- **Conservation et protection des bocages et espaces boisés** par le biais des Plans Locaux d'Urbanisme.
- **Réglementation des documents d'urbanisme** (notamment dans les PLU) qui tiennent compte du caractère de protection et de sauvegarde du paysage. Il y a une politique d'encadrement de l'urbanisation, qui encourage également l'insertion du bâti dans le paysage (toit de chaume) par des aides et des subventions.
- **Mise en place d'une politique d'entretien et de conservation des canaux.** Cette démarche a été instituée afin de conserver l'aspect ancestral des marais qui, sans ces interventions, serait dénaturé.

8. Les actions prévues par la charte du Parc

- **Une fréquentation importante des marais** concentrée sur une courte période estivale (15 juillet-20 août) pourrait engendrer à terme des perturbations certaines sur les milieux naturels. Les risques liés à une éventuelle surfréquentation concernent essentiellement certains sites d'embarquement et leur environnement proche, mais le potentiel d'accueil est encore largement sous-exploité en dehors de la saison touristique.

Face à ce constat, les enjeux du développement touristique en Brière relèvent plus d'actions qualitatives que quantitatives afin de :

- S'adapter aux exigences des clientèles,
- Mieux faire découvrir les patrimoines briérons en sensibilisant la clientèle touristique au respect des milieux,
- Rendre économiquement viables les activités touristiques.

Pour ce faire, les futurs objectifs du Parc porteront sur :

- L'amélioration de la connaissance de la clientèle et de son comportement,
- Le confortement d'un accueil touristique de qualité,
- La recherche d'un développement de l'activité touristique hors saison,

- La confirmation de développer un tourisme durable dans le Parc et de faire adhérer à cette notion tous les acteurs du territoire,
- La régulation de la fréquentation touristique sur les sites d'embarquement pour ce qui concerne la partie marais.

Les actions qui découleront de ces objectifs seront mises en oeuvre par le Parc et/ou l'Office de tourisme de Brière.

D'une façon générale, sur le plan touristique, le Parc a pour missions de :

- **Définir la politique touristique à mener sur son territoire**, en prenant en compte la protection et la sauvegarde du patrimoine naturel et culturel, en liaison avec ses partenaires et avec leur coopération.
- **Définir plus précisément les secteurs à enjeux**, les thématiques à développer et les actions qui s'y rapportent,
- **Engager les concertations avec tous les organismes voisins** qui interviennent dans le domaine touristique, afin d'assurer une cohérence des politiques menées, de complémentarités dans les actions et les produits, et bien sûr plus largement avec les organismes qui ont en charge le tourisme (CDT-CRT-UDOTSI),
- **Engager les actions d'aménagement** nécessaires à l'application de la politique touristique prévue par la charte.

Pour toutes les autres missions liées à la promotion, la connaissance des clientèles, l'accueil et la commercialisation, le Parc s'appuiera sur l'OTB avec qui il a signé une convention d'objectifs pour la mise en place d'un tourisme durable dans l'esprit de la charte, et lui donnera délégation.

Les deux organismes travaillent en étroite liaison avec les professionnels, et les associeront à leurs réflexions.

TROISIEME PARTIE :

Synthèse des rapports entre le tourisme
vert et le paysage

1. Interaction entre le tourisme et les paysages :

TOURISME	PAYSAGE
Développement local	Préserver les paysages caractéristiques
Redynamiser les zones rurales	Politique de restauration des espaces
Promotion d'un territoire	Sauvegarder un patrimoine bâti et paysager
Mise en valeur du terroir	Reconquête des territoires abandonnés
Développement des activités autour tourisme vert	Conservation de la biodiversité
Diversifier l'offre	Limiter l'impact de l'homme

Figure 28 : Tableau des enjeux du tourisme et du paysage

2. Le tourisme vert permet la préservation du paysage :

Le paysage est le résultat d'une histoire et d'une géographie. Le tourisme vert est un facteur important car il permet la mise en valeur du patrimoine paysager.

A l'image du Parc Naturel Régional de la Brière et de la route des vins dans le département de l'Yonne, le tourisme vert est un élément essentiel pour permettre la protection et l'entretien du paysage identitaire. Cette activité a permis de mettre en place de véritables politiques publiques en matière de préservation du paysage.

Dans le PNR de Brière, le tourisme vert repose essentiellement sur l'aspect naturel et patrimonial du territoire. Le paysage identitaire bénéficie donc dans ce cas précis du développement de cette activité.

Le tourisme viticole repose quant à lui sur la découverte de vignobles et sur la promotion des paysages locaux. D'une part, le développement du tourisme vert permet de valoriser les vins et, d'autre part, le vin est utilisé comme un vecteur d'identité touristique et permet de développer des produits de séjour plus larges associant la culture, l'histoire et le patrimoine paysager.

Le développement du tourisme vert dans ces deux secteurs géographiques a permis la conservation des paysages, de la culture locale et des activités locales.

De plus, il apparaît important de souligner que le tourisme est un véritable apport financier permettant l'attribution de subventions pour restituer le patrimoine naturel comme le patrimoine bâti. L'économie du tourisme vert semble donc vitale pour le maintien et l'entretien des paysages.

Le développement touristique durable répond aux besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en préservant l'avenir et en augmentant les potentialités. Il s'agit de gérer l'ensemble des ressources de manière à satisfaire les besoins économiques, sociaux et esthétiques sans nuire à l'intégrité culturelle, aux processus écologiques fondamentaux, à la diversité biologique et aux milieux vitaux.

Le tourisme vert est en harmonie avec l'environnement, la population et la culture locale de telle sorte que son développement se fait constamment à son profit et non à son détriment.

A cet effet, il convient de trouver un équilibre entre initiative privée, instruments économiques et moyens réglementaires, transposer les principes généraux en mesures ciblées au niveau local et mettre en place de nouveaux mécanismes publics et privés de prestation de services.

3. Le tourisme vert peut être néfaste à la préservation du paysage :

Le tourisme vert est sans cesse croissant, ce qui plus globalement peut être néfaste pour le milieu naturel et pour les paysages. En effet, la trop grande fréquentation de certains sites peut engendrer une dégradation du milieu qui, à long terme, va affecter les paysages.

Par exemple, dans le Puy de Dôme, la circulation automobile a été interdite afin de limiter l'impact de la voiture. Il a été mis en place un système de transport collectif. De même, les alignements de Carnac ont été fermés en partie au public car le piétinement des visiteurs a engendré une dégradation accélérée du milieu et à long terme du site et du paysage typique de cet héritage de la culture et de l'histoire celte.

Les problèmes posés par le trafic lié au tourisme sont dus en partie au mode de transport utilisé pour se rendre à destination. Un autre problème important découle du besoin de mobilité ressenti par le vacancier sur son lieu de villégiature.

Dans beaucoup de régions, les agressions croissantes que font subir au milieu naturel le bruit, les gaz d'échappement, la construction de routes et de parkings et, d'une manière générale, le trafic et la surfréquentation ont un effet défavorable sur le tourisme vert. Paradoxalement, les visiteurs attachent une grande importance à la facilité d'accès de leur lieu de séjour, mais ils tiennent, une fois sur place, à trouver le calme et des routes peu encombrées. Plusieurs études ont montré qu'une circulation peu intense était très souvent un critère fondamental dans le choix de la destination.

Les régions de destination les plus prisées comportent ou jouxtent de précieux écosystèmes : marais, rivières, forêts,... Ces écosystèmes d'une extrême fragilité sont fréquemment menacés, voir détruits, par l'implantation d'infrastructures combinées à l'affluence de visiteurs. En outre, la construction de complexes hôteliers extravagants, de parkings, de parcs de loisirs et de bâtiments pour l'accueil des touristes constitue souvent une intrusion inesthétique dans le paysage.

Les activités sportives sont une menace majeure pour les habitats naturels de la faune, de la flore et pour les paysages : l'escalade érode la face des rochers, et, avec l'équipement moderne, détruit leur état naturel ; la marche et la bicyclette ou l'équitation usent les chemins dans les régions très fréquentées ; le bruit et les déchets dégradent le paysage et les milieux. Tous ces problèmes peuvent être dans une certaine mesure résolus par une gestion compétente de la campagne, mais celle-ci est encore trop tardive dans certaines régions. Les activités motorisées, qui sont en vogue et notamment dans le département de l'Yonne, représentent un danger croissant pour les biotopes et les paysages.

4. Les conditions qui permettent au tourisme vert de préserver efficacement le paysage :

La nécessité de préserver les ressources naturelles, l'environnement culturel, les paysages et l'équilibre social des régions touristiques dans le cadre des programmes de développement touristiques est de plus en plus pris en compte, comme on peut le voir dans les deux cas d'études.

Le tourisme vert doit s'inscrire dans une optique de développement durable afin de pérenniser et conforter cette activité qui est étroitement liée au maintien et à l'entretien des paysages. C'est pour cela qu'un certain nombre d'initiatives en matière de tourisme et de paysage doivent être menées.

De multiples initiatives sont prises à l'échelon local et régional en vue de:

- diminuer la consommation d'eau et d'énergie ;
- réduire la circulation automobile ;
- sensibiliser et informer les acteurs du tourisme vert ;
- intégrer les infrastructures (ponts, parkings, bâtiments...) dans le paysage ;
- interdire l'accès des chemins verts aux véhicules motorisés (type 4X4, moto, quads) qui sont dévastateurs pour le paysage ;
- éviter les rassemblements trop nombreux qui nécessitent la construction de parkings. La mesure la plus probante est de créer une zone de stationnement en périphérie, favorisant ainsi les transports de type collectifs. Cette organisation des déplacements permet ainsi de limiter l'accès aux véhicules et également de protéger l'espace naturel au maximum ;
- mener une politique judicieuse d'aménagement du territoire ;
- classer des zones protégées ;
- canaliser rationnellement les visiteurs dans les espaces sensibles.

La participation de la population locale est un autre élément indispensable à la réussite d'un projet de tourisme vert durable. Il est souhaitable d'associer la population locale dès la phase de conception du projet. Un modèle régional fixant les objectifs du développement touristique pour plusieurs années peut être élaboré, par exemple dans le cadre d'une table ronde réunissant des experts de

l'industrie du tourisme, des responsables politiques et des représentants de la communauté locale ayant à coeur de s'impliquer dans ce projet.

En faisant appel à des produits du terroir, les établissements de restauration peuvent contribuer dans une large mesure à maintenir des emplois et à soutenir l'économie régionale, tout en préservant les paysages agricoles traditionnels.

Diverses mesures peuvent être prises pour réduire l'incidence de la circulation sur l'environnement et le paysage : aménagement d'un réseau étoffé de pistes cyclables, multiplication des zones piétonnes, aides financières pour le renforcement des transports publics et l'utilisation de véhicules moins polluants grâce aux nouvelles technologies (bus électriques) limitation des constructions...

En coopérant au travers de réseaux locaux et en menant des actions commerciales conjointes, les stations et les régions touristiques peuvent profiter d'un effet de synergie.

Le tourisme vert est une nécessité afin développer et d'entretenir un territoire, s'appuyant sur une promotion du paysage. Il apparaît donc possible d'allier activité touristique et préservation du paysage, ces deux domaines marchant en totale interaction. Pour que les paysages bénéficient des aspects positifs du tourisme vert, les aménagements doivent être raisonné et s'inscrire dans une notion de tourisme durable. Un tourisme durable soucieux de l'intérêt que représente le paysage local, véritable carte d'identité d'un territoire.

ANNEXE

Bibliographie

Ouvrages :

- **ALOMEE – PLANEL - MARCHAND**, La protection des sites, Que sais-je. Presses universitaires de France, 1981.
- **BATAILLE A., FONTAINE J-P, GUILLAUME J-C ET PAVY F.**, Yonne, Editions Bonneton, 1992. 427p
- **BRUNET, Roger, FERRAS, Robert**,. 1993. Les mots de la géographie. 2e éd. rev. et augm. Paris : Reclus la Documentation française, 518 p.
- **BUREL F. et BAUDRY J.**, Ecologie du paysage. Concepts, méthodes et applications. Editions TEC et DOC, 1999.
- **BUREL Françoise, BAUDRY Jacques**,. Ecologie du paysage, 182p
- **CABANEL J.**, Paysage/Paysage. Editions Jean-Pierre de Monza, 1995. 167p.
- **CAZES Georges et LANQUAR Robert**, L'aménagement touristique et le développement durable, Que sais-je ?, 195 p
- **CHOUQUER G.**, L'étude des paysages, essais sur leurs formes et leur histoire, Editions errance, 2000. 208p
- **DEFFONTAINES J-P, LARDON S.**, Itinéraires cartographiques et développement, Edition INRA 1994. 252 p
- **DION R.**, Essai sur la formation du paysage rural français. Editions Géographe Flammarion, 1991. 176p.
- **DION.R.**, Le paysage et la vigne, essai de géographie historique, Edition Bibliothèque historique Payot, 1990. 294p.
- **DONADIEU P. et PERIGORD M.**, Clés pour le paysage, Editions : Géophrys 2005. 230p
- **DONADIEU P.**, Campagnes urbaines. Editons Actes sud, Ecole nationale supérieur du paysage, 1998. 217p.
- **DONADIEU P.**, La société paysagiste. Editons Actes sud, Ecole nationale supérieur du paysage, 2002. 149p.
- **HUCHET Jean**. Les paysages de la campagne, 190p

- **LASSUS B.**, Cinq propositions pour une théorie du paysage, Editions : Champ Vallon, Seyssel, 1994. 248p
- **PONS G.**, Le paysage sauvegarde et création. Editions Pays / Paysage, Champ vallon, 1999.
- **ROUGERIE G. et BEROUTCHACHIVILI N.**, Géosystèmes et paysages, bilan et méthodes, Edition Armand Colin, 1991. 302p.
- **ROUSSOT V. et STRITT P.**, L'YONNE, Collection Département, 1999. 143p
- **TRICART J.**, Ecolgéographie des espaces ruraux. Editions Nathan Université, 1994. 187p.

Revues :

- Un remontant pour les territoires. *L'INFORMATION AGRICOLE*, n°786, avril 2005.
- Une initiative pour le paysage. *ESPACE RURAL*, n°85, septembre 2005.
- L'agriculture peut-elle devenir paysagiste ? **DONADIEU P.**, CARNETS, printemps 1998.
- Déprise agricole et paysage. *ACTES DU COLLOQUE PAYSAGE – POLLUTEC 1994*.
- Haies d'hier, haies d'aujourd'hui. Le bocage serait-il donc en voie de reconstitution ? *LIGNE VERTE*, n° 7, janvier – février, 1995.
- Ouest France, 2-3/02/2002.
- **DE FROMONT Hugues**, direction régionale Rhône Alpes de l'espace rural et de la forêt, Actes du colloque paysage-pollutec, 1994
- **RAGONNAUD Guillaume**, Un remontant pour les territoires, *L'INFORMATION AGRICOLE* n°786 Avril 2005
- **DUGELAY**, congrès de la FFEM, 1970, Bulletin de la FFEM, n°20, 274p
- **OMT** (1999) : Code mondial d'éthique du tourisme. Assemblée Générale de l'OMT en Octobre 1999 à Santiago du Chili. 372p
- **Fédération des Parcs Naturels Régionaux** Charte Européenne du tourisme durable dans les espaces protégés. Novembre 1997. 426p.

- **Fédération des Parcs naturels régionaux de France**, La charte paysagère, outil d'aménagement de l'espace intercommunal, la Documentation française, 1995. 263p.
- **Bimestriel du tourisme en espace rural** réalisé par le Centre National du Tourisme en Espace Rural et l'Association Tourisme en espace rural, n°17, janvier-fevrier 1995, extrait de l'article sur La sauvegarde des paysages : un enjeu pour le monde rural, 36p.

Mémoires :

- **BOSSE P.-Y.**, Perceptions du paysage et aménagement, en milieu périurbain. Vers la protection des espaces agricoles ? Mémoire de recherche Magistère 3, Tours, 2002, 98 p.
- **DUMONT-FILLON N.**, Les politiques publiques du paysage et de patrimoine : un outil de gestion des territoires. Thèse de 2002, Paris, 273 p.

Sites Internet :

- www.parc-naturel-briere.fr
- www.paysdelaloire.fr
- www.tourisme-yonne.com
- www.lyonne.com
- www.ot-auxerre.fr
- www.parcs-naturels-regionaux.fr
- www.insee.fr
- www.itvfrance.com
- www.cr-bourgogne.fr
- www.bourgogne-tourisme.com

CONCLUSION

Le travail visant à comparer le tourisme vert dans deux types de territoires, en l'occurrence le Parc Naturel Régional de Brière et la route du vin dans l'Yonne, nous a permis d'apporter plusieurs enseignements.

Ainsi, il apparaît clairement que le tourisme et en particulier le tourisme vert permet de préserver et d'entretenir les paysages caractéristiques d'une région, d'un département ou d'une commune, véritables reflets et témoins du passé culturel d'un territoire. C'est en effet grâce à l'activité touristique et à cet apport financier indispensable que les paysages peuvent être entretenus par les agriculteurs notamment.

Néanmoins, il apparaît également que le tourisme vert et notamment celui de masse peut s'avérer néfaste aux sites et aux milieux naturels, ce qui à long terme peut induire une dégradation du paysage. Le tourisme peut également engendrer une artificialisation du paysage, contrastant avec le paysage naturel qui faisait l'attrait d'un site.

Comme l'écrivait G. Sautter, une des bases de l'identité collective est "l'aspect des lieux : comme appui concret d'une société qui a besoin, pour être, de se voir exister. Du même coup, le paysage devient une nécessité vitale, la forme des lieux se mue en enjeu". Enjeu pour la société locale certes, enjeu aussi pour la société extérieure qui, si elle vient y chercher une version ordonnée de la nature, doit donner aux agriculteurs et aux acteurs de l'aménagement les moyens de l'entretenir et de s'adapter en douceur aux transformations socio-économiques.

Le travail a également soulevé la difficulté d'intervenir dans le paysage local. Ainsi, modifier l'aspect naturel d'un paysage pour promouvoir le tourisme vert est une démarche complexe qui doit s'inscrire dans un aménagement raisonné de l'espace. Les collectivités, les comités départementaux du tourisme, les conseils généraux et les associations tentent de créer une synergie afin de protéger et mettre en valeur les paysages. Cependant, les études de cas ont montré qu'il y avait encore des efforts à faire dans ce domaine afin d'allier le tourisme vert à la préservation des paysages et ainsi s'inscrire dans un mode de développement durable.

Au terme de la recherche on peut affirmer que le tourisme vert est un facteur qui permet la préservation des paysages. Cette activité permet de mettre en avant non seulement les richesses naturelles et patrimoniales d'un territoire, mais aussi la valorisation des éléments de savoir-faire et traditions culturelles d'une société.

Il paraît alors intéressant de porter un regard sur de nouveaux territoires où le tourisme vert est en plein essor. La prise en compte des paysages dans les projets touristiques n'est plus à démontrer. Néanmoins, dans certaines régions, la mise en place d'infrastructures se fait au détriment du paysage. L'engouement pour le tourisme vert ne va pas t-il entraîner un tourisme de masse néfaste aux milieux naturels et ainsi aller à l'encontre de ses principes fondamentaux. On peut donc se demander légitimement si certaines formes de tourisme vert n'entraîne pas une certaine forme d'artificialisation du paysage ?

QUESTIONNAIRE

Ce questionnaire est un exemple des questions posées lors de mon enquête auprès des agriculteurs de l'Yonne.

Il a été réalisé auprès d'une dizaine d'agriculteurs de manière informelle. Seules certaines questions ont été posées, ce qui ne m'a pas permis d'en ressortir toutes les données que je souhaitais.

Combien avez-vous de surface agricole ?

Depuis quand travaillez vous dans ce domaine ?

Quel est selon vous l'impact du tourisme sur votre économie ?

Etes vous favorable au développement du tourisme vert ?

Quel est selon vous l'impact du tourisme vert ?

Faites vous des visites de votre exploitation ?

Faites vous de l'accueil au touriste (vente de produits, gîtes,...) et si oui, quelles activités ?

Le tourisme vert a-t-il un impact sur l'environnement ?

Le tourisme vert permet-il d'entretenir le paysage local ?

Le tourisme vert est-il une manière efficace de promouvoir le territoire ?

Accordez-vous une part importante au paysage ?

Le paysage a-t-il une influence sur le tourisme ?

Quelle place accordez-vous au paysage ?

Favorisez-vous la protection des paysages ?

TABLE DES ILLUSTRATIONS

<u>Figure 1</u> : Modèle de système rural	P 9
<u>Figure 2</u> : Structuration de l'espace	P 10
<u>Figure 3</u> : L'espace perçu résulte d'une représentation de l'espace structuré par les acteurs	P 11
<u>Figure 4</u> : Un paysage marqué par l'agriculture	P 12
<u>Figure 5</u> : Importance relative des espaces de destination en nombre de séjours et de nuitées	P 19
<u>Figure 6</u> : Les séjours en France	P 22
<u>Figure 7</u> : Schéma de l'interaction entre paysage et développement local	P 26
<u>Figure 8</u> : Action prioritaire des P.N.R. pour les touristes	P 42
<u>Figure 9</u> : Carte délimitant le périmètre du P.N.R de Brière	P 46
<u>Figure 10</u> : Un habitat traditionnel qui marque le paysage	P 48
<u>Figure 11</u> : Le marais vu du ciel	P 49
<u>Figure 12</u> : Un paysage horizontal de lande et de bocage	P 51
<u>Figure 13</u> : Une activité agricole présente	P 53
<u>Figure 14</u> : Organigramme des orientations touristiques	P 54
<u>Figure 15</u> : Mise en place d'un marché à thème	P 55
<u>Figure 16</u> : Intégration des infrastructures touristiques dans le paysage	P 55
<u>Figure 17</u> : Mise en valeur du marais	P 56
<u>Figure 18</u> : Un sentier de randonnée trop fréquenté	P 60
<u>Figure 19</u> : Un paysage de vignoble	P 64
<u>Figure 20</u> : Carte de localisation de l'Yonne	P 65
<u>Figure 21</u> : Balade au cœur des vignes	P 67
<u>Figure 22</u> : Carte des activités présentes dans l'Yonne	P 68
<u>Figure 23</u> : Un paysage identitaire	P 70
<u>Figure 24</u> : Carte de la route des vins	P 71
<u>Figure 25</u> : Une vigne qui anime le paysage	P 72
<u>Figure 26</u> : Questionnaire réalisé auprès des agriculteurs de l'Yonne	P 74
<u>Figure 27</u> : Reconstruction d'une « cabotte », cabane en pierre sèche	P 78
<u>Figure 28</u> : Tableau des enjeux du tourisme et du paysage	P 81

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	p1
PREMIERE PARTIE : La démarche théorique	P3
<u>I LA NOTION DE PAYSAGE</u>	P4
1) <u>Le paysage une définition multiple</u>	p4
a) Environnement, milieu naturel, paysage	p4
b) Une définition du paysage ?	p4
2) <u>Une lecture complexe du paysage</u>	p5
a) Question sur la lecture du paysage	p5
b) L'image de paysage : une construction complexe	p6
c) Les pratiques paysagères s'appuient sur les ambiances	p6
d) Les limites de l'analyse paysagère	p7
3) <u>L'espace rural et les paysages</u>	p8
a) L'analyse spatiale des espaces ruraux	p8
un modèle de référence (Lardon et al...1990)	p9
b) Définition d'un paysage rural	p11
c) L'importance des activités agricoles dans l'espace rural	p12
4) <u>L'évolution du paysage</u>	p13
a) Un paysage rural en mutation	p13
b) Déprise agricole et paysage	p14
c) Prise en compte de la notion de paysage	p15
<u>II L'ACTIVITE TOURISTIQUE</u>	P16
<u>Le Tourisme</u>	p16
<u>Les paysages du tourisme</u>	P17
1) <u>Le tourisme vert en France</u>	p17
a) La campagne : premier espace de destination touristique des français en France	p18
b) Durée des séjours	p19
c) Des aménités communes	p20
d) Répartitions des séjours en France	p21

2) <u>Relation entre le tourisme et les espaces ruraux</u>	p23
L'importance du tourisme en espace rural	p23

3) <u>Interaction entre le tourisme et le développement local</u>	p25
---	------------

III <u>LE TOURISME ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL</u>	p28
---	------------

I) <u>Le tourisme durable dans le temps</u>	p28
---	------------

a) Un modèle de tourisme de masse pendant les 30 glorieuses	p28
b) Le tourisme diffus	p29
c) Un discours commun	p31
d) La notion de zone touristique	p33

2) <u>Rapport en tourisme et agriculture</u>	p33
--	------------

a) Les rapports entre le tourisme et l'agriculture	p33
b) Intérêt du tourisme rural	p36
c) Une définition du tourisme rural ?	p36

3) <u>L'importance du paysage dans l'activité touristique</u>	p38
---	------------

a) L'importance de la préservation des paysages	p38
b) Tourisme rural : concept de développement et préservation	p39

DEUXIEME PARTIE : Les cas d'études	P 40
---	-------------

**Le Parc Naturel Régional de Brière
et
La Route des Vins dans l'Yonne**

I <u>LES PARCS NATURELS REGIONAUX</u>	P41
--	------------

1) <u>La vocation du parc naturel régional</u>	p41
2) <u>Ses missions</u>	p41
3) <u>Enquête réalisée en janvier 2000 auprès de 115000 habitants des parcs (pour l'institut Louis HARRIS)</u>	p42

II <u>LE PARC NATUREL REGIONAL DE LA BRIERE</u>	p46
--	------------

1) <u>Situation géographique</u>	p46
2) <u>Situation administrative</u>	p47
3) <u>Le périmètre du parc</u>	p47

<u>Introduction</u>	p48
---------------------	------------

1) <u>Les caractéristiques du parc</u>	p49
2) <u>Intérêt écologique du territoire</u>	p51
3) <u>Un territoire soumis à de fortes pressions</u>	p52
4) <u>Intérêt paysager, culturel et humain</u>	p52
5) <u>Une activité agricole encore présente</u>	p53
6) <u>Mise en place d'un tourisme durable</u>	p53
7) <u>Les actions mises en place</u>	p55
8) <u>Les actions prévues par la charte du parc</u>	p57

III BILAN DU TOURISME EN BRIERE **p59**

1) <u>Les points forts</u>	p59
2) <u>Les points faibles</u>	p60
3) <u>Les enjeux</u>	p61

Exemples de projets menaçant le paysage Briéron	p62
---	------------

Deuxième cas d'étude : La Route des Vins dans l'Yonne **p63**

I LE TOURISME EN BOURGOGNE **p64**

Introduction	p64
--------------	------------

Le paysage de l'Yonne	p64
-----------------------	------------

1) <u>Le poids économique du tourisme dans le département de l'Yonne</u>	p66
2) <u>Une offre de tourisme diversifiée</u>	p66
3) <u>Des paysages remarquables</u>	p70
4) <u>Mise en place d'une route des vins du département</u>	p72
5) <u>Une réelle prise de la part des viticulteurs et agriculteurs</u>	p73
6) <u>Les actions mises en place</u>	p75

Le groupe national Paysages viticoles	p76
---------------------------------------	------------

II BILAN DU TOURISME VERT DANS L'YONNE **P77**

1) <u>Les points forts</u>	p77
2) <u>Les points faibles</u>	p78
3) <u>Les enjeux</u>	p79

TROISIEME PARTIE :	p80
Synthèse des rapports entre le tourisme vert et le paysage	
1) <u>Interaction entre le tourisme et les paysages</u>	p81
2) <u>Le tourisme vert permet la préservation du paysage</u>	p81
3) <u>Le tourisme vert peut être néfaste à la préservation du paysage</u>	p82
4) <u>Les conditions qui permettent au tourisme vert de préserver efficacement le paysage</u>	p84
CONCLUSION	p86
TABLE DES MATIERES	p88
TABLE DES ILLUSTRATIONS	p92
BIBLIOGRAPHIE	p93
ANNEXE	p96