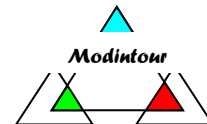




PROGRAMME MODINTOUR

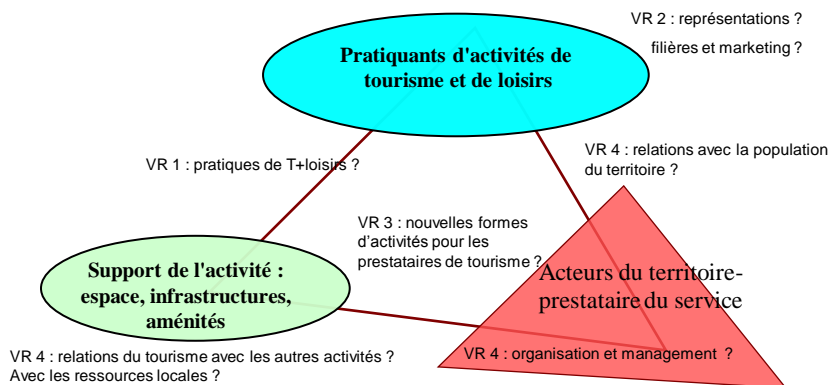
"POUR UNE ÉVOLUTION INNOVANTE DES MODÈLES DE TOURISME"



Le but du programme est de *contribuer à une évolution positive et innovante des modèles de tourisme* qui ont cours, notamment en Auvergne. Le tourisme auvergnat est engagé dans un *processus d'adaptation et de structuration* notable. Mais plusieurs visions du tourisme, plusieurs *modèles*, coexistent qui pourraient se compléter et évoluer de façon innovante.

En particulier, les deux modèles de *"tourisme diffus"* et *"tourisme concentré"* sont souvent opposés l'un à l'autre, *or une hypothèse est que les situations réelles procèdent souvent d'un mélange des deux*. La question centrale porte alors sur l'évolution possible de *facteurs sous-jacents* : la mobilisation des ressources locales, l'ancrage local (ses relations diverses avec la population et le territoire), et d'autres facteurs importants en toutes situations : l'organisation du tourisme, sa gouvernance

Il s'agit aussi de la *diversité* des situations territoriales, débouchant sur une différenciation des politiques et des stratégies.



(Les questions de recherche replacées sur le modèle du territoire-destination, dérivé de la servuction)

Entre diffus et concentré : la diversité des « configurations » de tourisme

La prise en compte des **trois « densités » (spatiale, temporelle et organisationnelle)** du tourisme dans une destination, a permis de caractériser les situations étudiées, comme **des « configurations » mixtes ou hybrides entre le « tout diffus » et le « tout concentré »**.

Le caractère monolithique de **l'image perçue**, pour l'Auvergne autour du volcan. A la fois un atout (force de l'image) et une contrainte car occulte la diversité réelle interne de cette région. Images positives : la nature, l'hébergement de qualité, diffus (le gîte rural), le bon rapport qualité-prix, l'authenticité. **Filières d'activités de nature** : une légitimité pour l'Auvergne, mais des problèmes empêchant une mise en marché optimale. Une organisation encore imparfaite malgré de gros progrès ainsi qu'un certain manque d'équipements (hébergements, pistes cyclables, etc.). **L'image d'un tourisme diffus est porteuse auprès du public, mais une certaine « concentration » organisationnelle, serait porteuse d'efficacité.**

Diversité des prestataires selon leurs engagements, leurs activités

et leurs pratiques (Idéaux-types) : **PP** : prestataire passionné (vise la reconnaissance de son activité)
PT : prestataire du territoire (s'engage dans réseaux territoriaux), **PM** : prestataire migrant (peut s'engager dans les deux directions précédentes), **PI** : prestataire indépendant (vis-à-vis de ses pairs et des institutions), **AE** : amateur éclairé (donne la priorité à son premier métier, par exemple agriculteur)

Organisation, et management de destination

Éléments de modélisation : - **typologie des attractions** offertes par une destination-territoire à partir des dimensions suivantes : permanente / temporaire ; naturelle / culturelle ; primaire / secondaire / tertiaire et spatiale . - **typologie et étude des coopérations entre prestataires** : réseaux stratégiques, renvois de clientèle, recommandations, autres partenariats économiques, échanges informels . **Ampleur du phénomène, mais aussi manques ressentis, ... un enjeu pour le management d'une destination.**

- **grille de lecture du management stratégique d'une destination touristique (MsDT), multi-fonctions, multi-acteurs.** Les fonctions (F) identifiées a priori : organisation, marketing stratégique, gestion des ressources, relations/parties prenantes... Des types d'acteurs (A) importants : territoriaux, sectoriels (entreprises et réseaux), organisations locales de tourisme, opérateurs de ressources, régulateurs... **La grille interroge ainsi sur les fonctions assurées ou non, et sur les cohérences d'ensemble, entre fonctions, et entre acteurs**

Intégration territoriale du tourisme

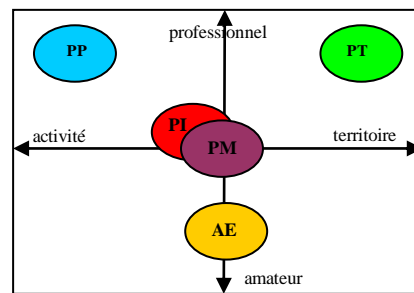
Sa complémentarité avec d'autres activités sectorielles : l'environnement , la culture, l'agriculture , les transports... **L'importance d'opérateurs extérieurs au monde du tourisme.** Sa **relation avec la population (ancrage social).**

4 volets de recherche (VR) :

- VR1- les contours de l'activité** à prendre en compte, étendue aux pratiques de loisirs (excursionnistes, résidents anciens, nouveaux, secondaires)
- VR2- la connaissance de la demande** et de ses évolutions, des modes de mise en marché
- VR3- la connaissance des acteurs touristiques aux multiples engagements et activités**
- VR4- l'intégration territoriale du tourisme**, ses liens avec les autres activités son ancrage dans la population, et **l'organisation, la gouvernance et le management** dans les situations locales.

Méthode générale

- une **étude typologique des pratiques** (tourisme et loisirs), 2- une **étude de l'image** de l'Auvergne et de stratégies marketing régionales (sur 4 filières)
- des études de situations locales**, de type **étude de cas** compréhensive / la diversité des acteurs, les relations entre le tourisme et d'autres activités sectorielles, l'organisation et la gouvernance locale de l'activité : **4 terrains** pour une étude détaillée multithématiques, avec diversité a priori, + **7 autres terrains** pour tester la grille de lecture du management stratégique de destinations touristiques.



	A	A	A	A
F				
F				
F				
F				

Programme mené par un **collectif de chercheurs et enseignants chercheurs** appartenant à l'UMR METAFORT (Irstea de Clermont-Ferrand et VetAgroSup), l'Université Blaise Pascal, l'Irstea de Grenoble. **Acteurs partenaires** : le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne, SPOT-Auvergne, le PNR des Volcans d'Auvergne, le PNR du Livradois-Forez, Source, les acteurs des terrains d'étude

Contacts : Porteur de projet scientifique : J-Bernard Marsat Irstea-UMR METAFORT jean-bernard.marsat@irstea.fr
 Acteur référent du projet : J-François Jobert Dir. Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne

Programme soutenu et financé par :

