

Le tourisme sportif existe-t-il en Bretagne ?

TEXTE : DOMINIQUE BODIN, STÉPHANE HÉAS et LUC ROBÈNE

Le succès du tourisme sportif

La Bretagne possède un fort pouvoir attractif en matière touristique, au point que les retombées économiques du marché du tourisme breton sont considérables, que ce soit en termes de dépenses (5,45 milliards d'euros), d'emplois (24 016 en moyenne annuelle et 54 181 en haute saison) ou d'activités industrielles liées au sport (et surtout au nautisme)... Mais comme dans toutes les régions de France, le public touristique est vorace et plus la crise dure, plus les Français tentent de faire de leurs congés un moment fort et plein : le sport et la culture prennent une place plus importante que par le passé.

S'il est vrai que le désir de faire du sport durant les vacances n'apparaît effectivement que dans 6 % des réponses aux enquêtes du CREDOC, on observe pourtant le succès grandissant de pratiques ponctuelles de raid, de marche, d'ascension, de planche à voile... En retour, les activités sportives sont aussi le déclencheur d'activités touristiques : les courses cyclistes, les raids nature, les compétitions de golf, les grandes courses au large (la Course du Rhum...), et bien d'autres événements drainent durant quelques jours un public de spectateurs qui profitent de l'occasion pour visiter la région, ajoutant ainsi une part consommatoire en matière de restauration, d'hébergement...

Une forte demande d'équipements

Les récentes enquêtes effectuées par l'université Rennes 2/Haute-Bretagne sur la satisfaction des touristes de stations balnéaires bretonnes tendent à montrer que la demande d'une meilleure occupation du temps

de vacances à travers la pratique d'activités sportives s'accroît. Analyse similaire d'ailleurs à celle du Commissariat au plan de 1998. La tendance continue !

Dès 1995, le Conseil économique et social de Bretagne avait recensé un nombre très important d'équipements ludosportifs : 11 centres de thalassothérapie, 192 ports de plaisance, 26 golfs, 90 centres équestres, 2 500 hectares classés en espaces naturels protégés, 6 000 km de randonnées.

Depuis, le nombre de ces équipements s'est accru. Ce sont autant de sites auxquels il convient d'ajouter les centres de remise en forme, les centres UCPSA, les activités organisées par des associations sportives, les centres de vacances et les campings qui offrent de plus en plus de nouvelles activités telles que le saut à l'élastique, les sites « accrobranches » ou encore des manifestations sportives, telles que les marathons et les raids nature qui favorisent la venue de pratiquants mais également de curieux qui passent à ces occasions quelques heures ou un week-end sur place et en profitent pour découvrir une région ou un site.

Les souhaits... et la réalité

Le corps, son entretien, son activation sont au cœur des préoccupations des touristes. Il faut cependant se défier d'une interprétation trop rapide qui conduirait à penser que tous veulent réellement pratiquer, car bien souvent les mêmes personnes qui demandent un plus grand choix d'activités sportives reconnaissent ne participer que faiblement à celles qui existent. N'y aurait-il pas là, comme dans notre société en général où les individus sont de plus en plus assistés, un écart entre la demande et la participation réelle ? Ce qui importe pour le « touriste sportif » est peut-être moins la pratique que la possibilité éventuelle de pratiquer. Il veut pouvoir à tout moment choisir dans une large palette de possibilités ses moments de détente et de sport.



photographe : ENYVES GUILLEME

Le syndrome de l'hôtel-avec-piscine

Plusieurs séries d'enquêtes de satisfaction font état de certaines déceptions des touristes par rapport aux activités proposées, les services ne répondant pas à l'offre annoncée et à l'attente des vacanciers; la fidélisation d'une clientèle touristique ne passe plus seulement par la possession d'un cadre de vacances, fut-il idyllique. Il faut autre chose !

Les stations littorales, mais également toutes celles qui d'une manière plus générale accueillent des touristes et souhaitent développer leur fréquentation, semblent aujourd'hui condamnées à offrir davantage de services basés sur le triptyque jeux-culture-sport, l'exigence est manifeste et la déception plus intolérable dans le cadre du temps libre que dans la vie quotidienne, ce qui accentue son côté versatile. Et pourtant, ce qui importe pour le touriste sportif est souvent moins la pratique réelle que la possibilité éventuelle de pratiquer. Nous pouvons parler d'un syndrome de l'hôtel-avec-piscine !

Plus forte encore est la tendance qui semble se dégager d'une volonté de structuration du temps de vacances: les offices de tourisme, les villages de vacances... proposent aujourd'hui des plannings hebdomadaires où toute incertitude et tout temps mort semblent réduits. Peut-être que « le client n'accepte plus de payer pour une éventualité qui ne se réalisera peut-être pas » et il préfère alors avoir des assurances écrites et contractuelles. Mais ne faut-il pas y voir également la reconduction ou la reproduction d'une planification similaire à la semaine de travail? Le temps doit être occupé au mieux. La majorité réclame de plus en plus de temps libre, un temps pour soi avec, cependant, à l'arrière-plan la peur grandissante de l'ennui. La structuration des vacances laisse penser que l'on ne perd pas ou que l'on ne gâche pas son temps. Il y a bien multiplication des

activités, des souhaits et des envies en matière d'occupation du temps libre qui vise à supprimer la possibilité ou la perspective de l'ennui.

Un fort potentiel

Il semble évident que se dessinent une convergence d'intérêts et une nécessaire mise en commun d'objectifs et de moyens favorables au développement d'une logique économique des collectivités locales et d'entreprises privées dans le cadre de vacances actives. On assiste ainsi à un « mélange des genres »: sport, tourisme, activités culturelles sont autant de secteurs autrefois distincts qui s'interpénètrent aujourd'hui à la demande des vacanciers. Les différents acteurs institutionnels publics ou privés interrogés l'énoncent clairement: ils ont aujourd'hui besoin des uns et des autres pour continuer à satisfaire une clientèle de plus en plus exigeante, tout en ayant conscience des obstacles humains et matériels qu'il reste à franchir, du poids des habitudes qu'il convient de bousculer.

Les collectivités locales sont tout à la fois les plus proches de la demande et structurellement celles qui connaissent le plus de difficultés. Le système associatif qui gérait autrefois les multiples activités est aujourd'hui un frein au développement, non pas qu'il soit archaïque, mais le poids des habitudes et des affects empêche de concevoir différemment les problèmes, de réagir immédiatement ou tout au moins rapidement à la demande. Pour les élus, l'emploi d'un « directeur-coordonnateur-concepteur des activités ludosportives », poste qui n'existe pas dans la hiérarchie municipale habituelle, est source de bien des ambiguïtés. Cela permettrait pourtant de travailler par objectifs (le développement touristique, la satisfaction des touristes...) en faisant fi des habitudes liées au développement et à la gestion sportive habituelles. ■